

课程负责人签字：

# 武汉工商学院

## 《网络营销》课程教案

课程名称：网络营销

主讲教师：方靖雯

授课对象：2021级电子商务专业

总学时：32学时

## 实验一：认识网络营销

教学分析			
内容定位	内容描述：本章节主要了解社会对网络营销人才的要求，以及目前网络营销公司提供的主要的网络营销服务，需要学生进一步掌握网络营销的相关概念。 本章课时：2 课时		
授课目标	知识目标	能力目标	素质目标
	1. 了解网络营销创业的必要条件 2. 掌握网络营销的职能和特点	1. 团队协作能力 2. 架构梳理能力 3. 比较分析能力	1. 提高学生的科学文化素养，培养学生对网络营销相关学科的兴趣和求知欲 2. 培养学生团队协作精神，提高学生沟通能力和合作意识，使学生在团队中发挥积极作用，共同完成网络营销任务
授课重点	1. 组建虚拟网络营销创业团队 2. 分析不同企业网站的基本功能及特色		
授课难点	1. 定制企业组织架构图 2. 编辑岗位能力工作指导书		
授课策略			
授课组织和方法	课堂讲解、小组讨论		
教学资源 and 手段	智慧教室，需学生电脑(有大屏显示设备最佳)		
授课内容实施			
内容提要 与时间安 排，授课 方法	课堂讲解与小组讨论并行（90 分钟） 1. 搜集资料与虚拟企业创设 1.1 资料搜集 <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>资料库准备：</b>为学生提供相关网络营销创业的资料和案例。</li> <li>• <b>引导问题：</b>给出几个关于网络营销创业的关键问题，引导学生进行资料搜集。</li> </ul> 1.2 虚拟企业创设 <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>团队建设活动：</b>引导学生根据个人情况分组，每组 6 人，并鼓励他们进行角色分配。</li> <li>• <b>虚拟企业登记表：</b>提供一个“虚拟企业基本情况登记表”模板，指导学生填写。</li> </ul> 2. 确定经验范围与经营项目 2.1 网络营销的主要工作 <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>讲解与讨论：</b>回顾网络营销的主要工作内容</li> </ul>		

	<p>2.2 外包业务与技术优势分析</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>外包业务介绍:</b> 讲解外包业务的优势和选择标准。</li> <li>• <b>团队技术评估:</b> 引导学生分析团队成员的技术优势。</li> </ul> <p>2.3 确定经验范围与经营项目</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>头脑风暴:</b> 鼓励学生根据团队特点和市场趋势确定经验范围与经营项目。</li> <li>• <b>小组汇报与建议:</b> 要求每组汇报他们的决定, 全班一起讨论和提供建议。</li> </ul> <p>3. 组织机构图的绘制与讨论</p> <p>3.1 组织机构图的基础知识讲解</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>讲解与演示:</b> 介绍金字塔和树根图这两种组织机构图的绘制方法。</li> </ul> <p>3.2 创设公司的日常运营部门</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>日常运营部门分析:</b> 引导学生分析一个典型的网络营销企业所需的日常运营部门。</li> <li>• <b>小组任务:</b> 要求每组确定他们的虚拟企业的日常运营部门。</li> </ul> <p>3.3 组织机构图的绘制与展示</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>指导与反馈:</b> 指导学生使用金字塔或树根图形式绘制企业的组织机构图。</li> <li>• <b>小组展示与交流:</b> 要求每组展示他们的组织机构图, 全班一起讨论和交流。</li> </ul> <p>4. “岗位能力工作指导书”的编写与讨论</p> <p>4.1 岗位能力工作指导书的基本要素讲解</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>讲解与示范:</b> 介绍“岗位能力工作指导书”的基本要素和编写要点。</li> </ul> <p>4.2 具体的工作岗位分析与填写指导书</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>岗位分析:</b> 引导学生分析不同岗位的职责和能力要求。</li> <li>• <b>小组任务:</b> 要求每组为所创设的部门和岗位填写“岗位能力工作指导书”。</li> </ul> <p>4.3 工作指导书的汇报与讨论</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>小组展示与交流:</b> 要求每组展示他们的工作指导书, 全班一起讨论和提供建议。</li> </ul> <p>5. 企业网站对比分析与实践体验</p> <p>5.1 企业网站对比分析讲解与引导问题</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>讲解与示范:</b> 介绍如何对比分析企业网站的基本功能、特色等。</li> <li>• <b>引导问题:</b> 给出一些关于网站功能和特色的关键问题, 供学生思考。</li> </ul> <p>5.2 企业网站实践体验与对比分析任务布置</p>
<p><b>教学反思 (课后填写)</b></p>	



## 学习单元为二：对消费者购买意愿做在线问卷调查

教学分析			
内容定位	内容描述： 本章节需学生练习运用问卷调查法分析网络市场和网络消费者，完成调研计划的拟订、调查问卷的设计、问卷调查的实施、调研报告的写作。 本章课时：2 课时		
授课目标	知识目标	能力目标	素质目标
	1. 学习问卷调查法 2. 学习撰写调研报告	1. 目标设定能力 2. 问卷制定能力 3. 调查分析能力	引导学生日常制定目标及计划，激发学生对分析、研究的学习热情
授课重点	1. 设计调查问卷 2. 问卷分析		
授课难点	1. 调研计划的拟定 2. 调研报告的撰写		
授课策略			
授课组织和方法	实战操作		
教学资源 和手段	智慧教室，需学生电脑(有大屏显示设备最佳)		
授课内容实施			
内容提要 与时间安 排，授课 方法	实战操作（90 分钟） 1. 拟订调研计划 1.1 讲解调研计划的重要性 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 强调调研计划对整个调研过程的基础性和指导性作用。</li> </ul> 1.2 主题与目的讨论 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 引导学生讨论并确定调研的主题和目的，确保其明确和具体。</li> </ul> 1.3 研究模型讲解 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 对研究模型进行简要的介绍，说明其作用和选择标准。</li> </ul> 1.4 抽样方案讲解与制定 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 讲解抽样方案的基本要素，如研究对象、抽样方法、样本量等。</li> <li>• 指导学生制定合适的抽样方案。</li> </ul> 1.5 时间进度与人员安排 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 指导学生制定合理的时间进度表和人员分工计划。</li> </ul> 2. 设计调查问卷 2.1 问卷设计原则与技巧讲解 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 介绍问卷设计的原则、技巧和注意事项。</li> </ul> 2.2 研究问题与模型整合		

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 将研究问题和研究模型整合到问卷设计中。</li> </ul> <p>2.3 试调查与问卷修改</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 进行试调查以检验问卷的合理性和可行性。</li> <li>• 根据试调查结果进行问卷的修改和完善。</li> </ul> <p>3. 实施问卷调查</p> <p>3.1 培训调查员</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 对调查员进行调查方法和技巧的培训。</li> </ul> <p>3.2 实地调查实施与监督</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 在监督下实施实地调查，确保调查过程的规范性和数据的准确性。</li> </ul> <p>4. 撰写调研报告</p> <p>4.1 封面与摘要撰写指导</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 指导学生如何撰写调研报告的封面和摘要部分。</li> </ul> <p>4.2 目录与各部分撰写指导</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 对调研设计、统计结果、结论与建议等部分进行撰写指导。</li> </ul> <p>4.3 附录与问卷的整理与展示</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 指导学生如何整理和展示附录中的问卷内容。</li> </ul>
教学反思（课后填写）	

### 学习单元三：制定网络市场策略

教学分析			
内容定位	内容描述： 本章节需掌握网络调研的方法；认识网络市场；掌握网络消费者的类型及行为特点；理解目标市场策略及灵活运用；理解网络品牌策略 本章课时：2 课时		
授课目标	知识目标	能力目标	素质目标
	1. 网络调研方法 2. 网络品牌策略	1. 创新能力 2. 沟通能力 3. 资料搜索能力	1. 提高学生的科学文化素养，培养学生对网络营销相关学科的兴趣和求知欲 2. 培养学生团队协作精神，提高学生沟通能力和合作意识，使学生在团队中发挥积极作用，共同完成网络营销任务
授课重点	1. 掌握网络调研方法 2. 掌握网络消费者的类型及行为特点		

授课难点	1. 制定目标市场策略 2. 分析营销环境
授课策略	
授课组织和方法	小组讨论；实战操作
教学资源 和手段	智慧教室，需学生电脑(有大屏显示设备最佳)
授课内容实施	
内容提要 与时间安 排，授课 方法	<p>小组讨论与实战操作并行（90 分钟）</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 网络市场资料搜集与分析 <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1 确定调研方法 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 讲解与讨论：介绍网络调研的常用方法，如问卷调查、在线数据挖掘等，并引导学生选择合适的方法。</li> </ul> </li> <li>1.2 实施调研 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 任务布置：要求学生利用选定方法进行网络市场资料的搜集。</li> <li>• 技术支持：提供必要的技术工具和资源支持。</li> </ul> </li> <li>1.3 市场与营销环境分析 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 分析框架讲解：介绍市场和营销环境分析的框架和要点。</li> <li>• 小组报告与讨论：要求每组汇报分析结果，全班一起讨论和交流。</li> </ul> </li> </ol> </li> <li>2. 网络皮具市场消费者行为特点分析 <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1 消费者行为特点调研 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 调研设计指导：指导学生设计针对网络皮具市场消费者的调研问卷或调查表。</li> <li>• 数据收集：要求学生进行实际的数据收集工作。</li> </ul> </li> <li>2.2 消费者行为特点总结 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 数据分析方法讲解：介绍数据分析的基本方法。</li> <li>• 小组报告与展示：要求每组根据数据总结消费者行为特点，并进行展示。</li> </ul> </li> </ol> </li> <li>3. 网络目标市场策略制定 <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1 网络市场细分 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 市场细分方法讲解：介绍市场细分的常用方法和标准。</li> <li>• 小组任务：要求每组进行网络市场的细分工作。</li> </ul> </li> <li>3.2 目标市场选择与定位 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 讲解与讨论：讲解目标市场选择的标准和定位的方法。</li> <li>• 小组报告与讨论：要求每组汇报并全班一起讨论和交流。</li> </ul> </li> </ol> </li> <li>4. 网络品牌与推广策略设计 <ol style="list-style-type: none"> <li>4.1 网络品牌设计 <ul style="list-style-type: none"> <li>• 品牌设计要素讲解：介绍品牌名称、LOGO、广告语等要素的设计要点。</li> </ul> </li> </ol> </li> </ol>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 小组任务：要求每组为奥兴设计网络品牌，包括品牌LOGO、广告语等。</li> </ul> <p>4.2 网络推广策略制定</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 推广策略讲解：介绍常见的网络推广策略和方法</li> <li>• 小组任务：要求每组为奥兴制定网络推广策略。</li> </ul> <p>4.3 策略汇报与全班讨论</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 小组报告与展示：要求每组展示他们的品牌设计方案和推广策略。</li> <li>• 全班讨论与建议：全班一起讨论和提供建议，进一步完善策略。</li> </ul>
<p><b>教学反思（课后填写）</b></p>	

## 学习单元四：网络营销组合策略

教学分析			
内容定位	内容描述： 本章节主要是要理解网络产品的特点；能够采用合适的方法对网络产品进行定价；理解网络渠道的类型和管理手段；能够设计网络促销活动。 本章课时：2 课时		
授课目标	知识目标	能力目标	素质目标
	1. 网络产品特点 2. 产品定价	1. 项目管理能力 2. 市场分析能力 3. 创新思维能力 4. 数据分析能力	培养学生具备现代网络营销思维；激发学生创新能力，不断探索提高营销效果的新方法
授课重点	1. 网络产品的定价 2. 网络促销的方案		
授课难点	1. 产品分析 2. 网络分销渠道的设计		
授课策略			
授课组织和方法	实战操作		
教学资源 and 手段	智慧教室，需学生电脑(有大屏显示设备最佳)		
授课内容实施			
内容提要 与时间安 排，授课 方法	实战操作（90 分钟）  （1）根据网络产品的整体概念，运用 5 个层次分析 666 口炎清这一产品。  （2）综合考虑企业的营销目标、市场需求、竞争状况等因素，为产品制定合适的价格。  （3）尝试设计此款产品的网络分销渠道。  （4）为此款产品制定网络促销活动方案。		
教学反思（课后填写）			

## 学习单元五：网络广告及软文写作

教学分析
------

<b>内容定位</b>	<p>内容描述：本章节需同学掌握常用的网络广告形式，并根据商务要求选择网络广告形式，同时，培养发布网络广告的技能。</p> <p>本章课时：2 课时</p>		
<b>授课目标</b>	知识目标	能力目标	素质目标
	1. 掌握网络广告形式 2. 掌握软文写作技能	1. 信息搜索能力 2. 创意策划能力 3. 总结归纳能力 4. 报告撰写能力	培养学生在网络营销策划方面的多种重要素质和能力，为未来的职业发展打下坚实基础。
<b>授课重点</b>	1. 话题策划 2. 媒体策划		
<b>授课难点</b>	1. 掌握软文撰写的方法 2. 软文发布与效果评估		
<b>授课策略</b>			
<b>授课组织和方法</b>	实战操作		
<b>教学资源 and 手段</b>	智慧教室，需学生电脑(有大屏显示设备最佳)		
<b>授课内容实施</b>			
<b>内容提要 与时间安 排，授课 方法</b>	<p>实战操作（90 分钟）</p> <p>（1）选择品牌：选择某品牌为策划对象，搜集品牌背景资料及市场背景资料。</p> <p>（2）确定软文目标对象和目的：分析软文营销的目标对象及其信息偏好，确定此次软文营销的目的。</p> <p>（3）软文话题策划：软文话题的策划一是要准确把握目标对象的特点，二是要注意营销的导向性。如果是初创企业，应该注重用户信任的建立；如果是成熟的企业，应该侧重活动和特色产品的推广，以直接带动销售；如果是品牌推广，话题应侧重企业的公关传播，突出企业的社会责任感。</p> <p>（4）写作品牌推广软文：字数在 500~800 字。</p> <p>（5）软文媒体策划：分析发稿需求，制订软文发布方案。</p> <p>（6）软文发布：将软文发布到计划好的目标媒体上。</p>		

	<p>(7) 软文效果评估：可以综合品牌销售情况、网站/App 流量来进行评估，同时注意软文发布后网络口碑与推广的持续效果。本部分只需提交阅读、点赞或转发等数据及总体评估方案。</p> <p>(8) 撰写软文营销报告：内容包括品牌与市场分析、目标对象与目的、话题策划、软文正文、软文媒体策划、软文发布与效果评估。</p>
<b>教学反思（课后填写）</b>	

### 学习单元六：数字营销多渠道归因虚拟仿真实验

教学分析			
<b>内容定位</b>	<p>内容描述： 本章节主要通过虚拟仿真实验，进一步掌握多渠道归因相关理论知识，并且通过基于合作博弈论夏普利值（Shapley Value）模型，评估数字化多渠道营销对销售贡献的大小，从而揭示最有效的营销组合，提高营销投资的回报率。</p> <p>本章课时：2 课时</p>		
<b>授课目标</b>	知识目标	能力目标	素质目标
	1. 掌握多渠道归因相关理论知识 2. 利用归因模型分析结果	1. 数据分析能力 2. 总结归纳能力	培养学生技术实践能力，结合系统工具进行实操，实现多渠道归因分析。
<b>授课重点</b>	1. 多渠道归因知识的讲解		
<b>授课难点</b>	1. 利用多渠道归因模型分析结果		
授课策略			
<b>授课组织和方法</b>	实战操作		
<b>教学资源 and 手段</b>	智慧教室，需学生电脑(有大屏显示设备最佳)		
授课内容实施			
<b>内容提要 with 时间安 排，授课 方法</b>	一、实战操作（90 分钟） 1. 在系统中，学习数字营销与多渠道归因理论知识 2. 在系统中，进行多渠道归因虚拟仿真实验		
<b>教学反思（课后填写）</b>			

## 学习单元七：网络视频营销策划与实践方案

教学分析			
内容定位	内容描述：本章节主要学习通过为具体的品牌制订并实施网络视频营销方案，熟悉网络视频营销的表现形式和实际操作，设计并实践网络视频营销的传播方案，熟悉网络视频营销的传播策略。 本章课时：4 课时		
授课目标	知识目标	能力目标	素质目标
	1. 品牌分析 2. 传播渠道评估	1. 团队协作能力 2. 视频拍摄能力 3. 活动策划能力 4. 评估分析能力	激发学生对视频拍摄、剪辑的热情
授课重点	1. 制定网络营销的视频方案 2. 熟悉网络视频营销的传播策略		
授课难点	1. 评估营销效果 2. 视频拍摄及剪辑		
授课策略			
授课组织和方法	课堂讲解、小组讨论、实战操作		
教学资源 and 手段	智慧教室，需学生电脑(有大屏显示设备最佳)		
授课内容实施			
内容提要 与时间安 排，授课 方法	<p><b>一、课堂讲解（40 分钟）</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li><b>激活学生前知：</b>首先，回顾学生之前所学的网络营销和视频制作的相关知识，确保他们对基础概念有所了解。</li><li><b>明确教学目标：</b>讲解并与学生讨论此次网络视频营销实训的目标，让他们明确学习的方向。</li><li><b>案例分析：</b>选择几个成功的网络视频营销案例，与学生一起分析其成功的原因、策略和实施方法。</li></ol> <p><b>二、小组讨论（20 分钟）</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li><b>小组合作：</b>鼓励学生分组，每组选择一个品牌进行深入分析；撰写网络视频营销策划方案</li></ol> <p><b>三、实战操作（120 分钟）</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li><b>实地拍摄与制作指导：</b>在视频拍摄和剪辑阶段，提供技术指导，确保学生能够顺利完成视频制作。</li><li><b>策略设计与实施：</b>与学生讨论传播策略，教授他们如何评估传播渠道、如何结合视频特点制定传播策略等。</li></ol>		

- |  |   |
|--|---|
|  | <p><b>3. 成果分享与反馈:</b> 每个小组完成视频营销策划与实施后, 安排时间进行成果分享, 让其他同学和老师提供反馈。</p> <p><b>4. 总结与反思:</b> 在课程结束时, 引导学生总结他们在本次实训中的收获与不足, 鼓励他们持续改进。</p> <p><b>5. 布置作业与延伸学习:</b> 要求学生提交网络视频营销的总结分析报告, 并提供一些建议和资源, 帮助他们进行进一步的自主学习和实践。</p> |
|--|---|

教学反思 (课后填写)