**【网络营销】**

SJQU-QR-JW-033（A0）

**【E-Marketing】**

一、基本信息（必填项）

**课程代码：**【0010084 】

**课程学分：**【 2 】

**面向专业：**【国商、旅游专业】

**课程性质：**【院级必修课】

**开课院系：**高职学院

**使用教材：**

教材【新媒体营销 临海主编 高等教育出版社】

参考书目【1、网络营销 方玲玉 高等教育出版社】

**课程网站网址：**

**先修课程：**【市场营销】

二、课程简介（必填项）

《网络营销》是经贸专业学生的必修课程，是一门建立在经济科学、行为科学、现代管理理论基础之上的综合性应用科学。在社会主义市场经济不断发展的今天，营销思维已成为当今时代人们的核心思维，它被广泛应用于社会经济生活的各个领域。全面、系统地学习和把握市场营销学的理论和方法，对于经贸专业的大学生而言，特别在目前网络、新媒体营销为主要营销手段的市场发展前提下，显得十分必要。本课程“以技术为基础的精准营销，以销售为导向的体系设计”的基本原则，以网络营销的分析框架及业务流程为主线，特别关注网络营销创新能力的培养及创新思维的训练，构建了一个体系完备、逻辑严谨的网络营销理论与实践的方法体系。

三、选课建议（必填项）

本课程是经贸专业高职学生的专业基础课。建议该专业一年级学生选修本课程。

四、课程与专业毕业要求的关联性（必填项）

|  |  |
| --- | --- |
| 专业毕业要求 | 关联 |
| LO11：表达沟通 | ● |
| LO21：自主学习 |  |
| LO31：国际贸易进出口业务规范操作能力 |  |
| LO32：国际商务电子及数字运作管理能力 |  |
| LO33：国际货物运输业务操作能力 |  |
| LO34：商务英语应用能力 |  |
| LO35：国际市场营销能力 | ● |
| LO41：尽责抗压 |  |
| LO51：协同创新 | ● |
| LO61：信息应用 |  |
| LO71：服务关爱 |  |
| LO81：国际视野 |  |

备注：LO=learning outcomes（学习成果）

五、课程目标/课程预期学习成果（必填项）（预期学习成果要可测量/能够证明）

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程预期**  **学习成果** | **课程目标**  **（细化的预期学习成果）** | **教与学方式** | **评价方式** |
| 1 | LO11 | 具有自觉学习的观念，尊重他人观点、分析他人需求。善于用本课程知识阐释观点，实现有效沟通。 | 课堂授课、课外作业、课堂讨论。 | 作业、讨论 |
| 2 | LO35： | 1.运用相关法律维护自身权益。 | 课堂授课、课外作业、课堂讨论。 | 作业、讨论 |
| 2.具备运用所学知识分析问题和解决问题的能力。 | 课堂授课、课外作业、课堂讨论。 | 作业、讨论 |
| 3.能够运用所学知识参与国际商事活动，分析国际商事纠纷，以便开展涉外商务活动。 | 课堂授课、课外作业、课堂讨论。 | 作业、讨论 |
| 3 | LO5 | 能够协调小组成员，共同完成目标。 | 课堂授课、课外作业、课堂讨论。 | 作业、讨论 |

六、课程内容（必填项）

第一章 网络营销导引

第一节 网络营销是传统营销的继承与超越

第二节 创新创意是网络营销的核心竞争力

第二章 网络营销市场定位

第一节 目标市场调研

第二节 竞争对手分析

第三节 消费模式研究

第四节 目标市场选择

第五节 独特卖点的提炼与表达

第三章 网络营销平台建设

第一节 网络营销平台概述

第二节 营销型企业网站建设

第三节 第三方网络营销平台建设

第四节 网站诊断与优化

第四章 网络产品在线推广

第一节 搜索引擎推广

第二节 网络广告推广

第三节 电子邮件推广

第四节 论坛推广

第五节 网盟推广

第六节 博客、微博及微信推广

第七节 其他网络推广方式

营销篇

第五章 网络营销方案策划与实施

第一节 网络营销方案策划

第二节 网络营销方案实施

第六章 网络营销效果评估与优化

第一节 网络营销效果评估基础

第二节 网络营销效果评估

第三节 网络营销效果优化

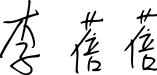
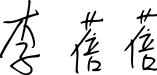
七、课内实验名称及基本要求（选填，适用于课内实验）

列出课程实验的名称、学时数、实验类型（演示型、验证型、设计型、综合型）及每个实验的内容简述。

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 实验名称 | 主要内容 | 实验  时数 | 实验类型 | 备注 |
| 1 | 文案创作 | 微信、微博平台网络营销 | 4课时 | 综合型 |  |
| 2 | 图文内容设计 | 微博、小红书平台网络营销 | 4课时 | 综合型 |  |
| 3 | 视频内容设计 | 抖音、直播平台网络营销 | 4课时 | 综合型 |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 总评构成（1+X） | 评价方式 | 占比 |
| 1 | 期终报告 | 30% |
| X1 | 慕课平台 | 40% |
| X2 | 超星平台讨论+作业 | 15% |
| X3 | 课堂展示+讨论 | 15% |
| X4 |  |  |

八、评价方式与成绩（必填项）



撰写： 系主任审核：