

附件 5:

《网络营销与策划》课程标准

一、课程基本信息

《网络营销与策划》课程的基本信息见表 1。

表 1 网络营销课程基本信息

课程名称	网络营销与策划	课程代码	GL227008
适用专业	电子商务	授课学期	第 3 学期
总学时	48	学分	3

二、课程性质及任务

《网络营销与策划》是电子商务专业的专业主干课程之一。《网络营销与策划》是为培养适应网络经济和电子商务发展需要的、应用型的、高层次的专业人才服务的一门课程。在教学中,要向学生完整介绍网络营销的知识体系与研究方法,使学生系统掌握网络营销的基本原理和方法,从而在实践中有效地帮助企业进行有效的网上经营活动,使企业切实以顾客为导向,灵活掌握运用网络营销的基本工具和方法,开展网络营销各项职能,为企业成功营造网络经营活动空间,提高企业网络经营管理水平,最终培养市场欢迎的具有实际操作能力的电子商务专业的应用型专门人才。

三、课程思路

课程开发设计以电子商务就业能力培养为导向;以专业人才培养目标和满足学生职业生涯发展为依据;以专业知识和技术应用能力、自主学习与创新能力、综合职业素质培养为指导思想。以企业营销工作流程为起点设计课程教学内容,把整个网络营销课程和实际运作紧密结合起来,打破教材体系的框架,把所有的知识汇集起来,以一个问题或目标为主线,把整本书的教学演变为一个连贯的、实际操作的业务训练,使课程的教学内容实现了“项目化、任务化、实战化”。同时强调学生自主探索、协作学习,坚持把能力培养贯穿到教学的全过程,使每一环节都能充分体现学生自主学习的要求。

在《网络营销与策划》课程思政教学实践中,充分考虑本校学生的知识结构、理论水平和应用能力要求,按照教育部颁布的《高等学校思想政治理论课建设标准》,从诚信品质、职业道德、责任意识、敬业精神、社会责任等方面,将网络营销理论知识与思想政治教育相

结合。

（一）设计理念

1. 基于企业岗位能力和工作流程设计教学内容

通过大量的企业需求调研，网络营销作为一种新的营销手段，派生出很多新的工作岗位，要求一大批能够尽快适应岗位能力的网络营销人员，这些营销人员既要懂现代营销的商务知识，更需要熟练掌握运用各种网络营销工具，为企业利用网络创造更多效益。在通过市场调研，在充分了解企业需求的基础上，参考技能抽查考核标准，分解岗位工作流程进而导出相关岗位工作应知和应会点，并以此作为教学训练目标；教学过程通过实践教学、项目任务驱动式理论教学、案例教学、网络学习、评价体系等六种形式构成一个立体化的教学系统，对学生的理论分析能力、动手能力以及解决实际问题的能力进行全方位的训练，增强学生的学习主动性和教学互动性，真正使学生对所学知识和技能融会贯通，学以致用。

2. “教、学、做”相结合：以学生为主体，采用边做边学，在“做”中“学”，以提高学生的实战技能为主要教学方向。

（二）课程思路

1. 教学内容设计：以企业网络营销岗位能力和工作流程为导向设计项目课程和实践教学内容，包括网络营销认知、营销准备、平台选择与建设、平台推广、效果评估五个任务，每个任务中，既包括网络营销基本技能的训练，也涵盖了学生自主创业实践，既有团队合作完成的内容，又有独立完成任务。

2. 教学过程设计：理论教学按照案例导入——理论讲解——实际应用的模式进行讲授，重点介绍实际应用，通过案例导入，启发学生思考。

3. 实训环节设计：所有实训项目均按“任务导向，情境教学”模式设计，让学生在一定的工作情境中去完成实训，带着任务进行实训，做到实训环境与以后工作环境完全一致。

4. 教学案例设计：重视案例教学，开放式教学，探究式教学，有效培养学生的创新思维和独立分析、思考、解决问题的能力。

5. 课后作业设计：摒弃传统的书面作业形式，以实践性作业为主，让学生在课外利用互联网进行自主学习。

6. 考核评价体系设计：在考核内容上，以“能力考核”为主，重要知识点与技能过关为原则，并结合技能抽查的考核知识点、评分方式进行考核与评分；考核方式上，采取书面考核和上机考试相结合的方法。

四、教学目标与要求

（一）教学目标

1. 思政目标：

（1）将习近平新时代中国特色社会主义思想、社会主义核心价值观和中华优秀传统文化教育内容融入到本课程的教学要求中，注重“术道结合”；

（2）剖析电商行业先进人物的奋斗故事，激发学生对社会主义核心价值观的认同感，培养学生诚实、守信、坚忍不拔的性格，提高学生在沟通表达、自我学习和团队协作方面的能力；

（3）正确的价值观，努力提高自己的技能，为社会和人民造福，绝不利用违反国家法律和社会道德的方式去推广企业和产品，鼓励学生利用自己的所学的专业知识，积极参与国家政策宣传与推广、社会科学普及等有益活动；

（4）具备诚信务实的作风，善于把握机遇，富于创新精神，勤奋敬业、坚持终身学习，具有坚韧执着、敏锐的直觉，敢于冒险的精神及风险防控意识。

（5）培养学生的法律意识，做事遵纪守法；

（6）培养学生客观公正、坚持原则、保守秘密、谨慎细致、团结协作的职业态度；具有强烈的工作责任心；

2. 知识目标：

（1）理解网络营销的含义，掌握网络营销的起源、发展与特点；

（2）了解企业网站的规划，掌握企业网站的基本功能、基本内容；

（3）掌握搜索引擎营销的基本原理，了解搜索引擎营销优化的方法和搜索引擎广告的策略；

（4）了解微信推广的原理和方法，掌握开设微店的方法和流程；

（5）掌握网络营销效果评估的基本指标；

3. 能力目标：

（1）能够理解网络营销与传统营销理论、网上销售的关系；

（2）能结合消费者的特点进行网络营销；

- (3) 能规划制定网站的信息结构，能根据域名注册的需要设计一个合适的企业域名；
- (4) 能帮助企业网站进行搜索引擎优化，运用搜索引擎为企业进行推广；
- (5) 能合理运用 Email 的特点开展内部与外部的网络营销；
- (6) 能利用微信公众号传递企业信息；
- (7) 能根据网站流量和访问数据优化网络营销推广策略；

五、课程结构与内容

为了满足企业对网络营销人才的需求，我们在教学内容的设计上：以岗位需求为导向，围绕网络营销创业的正常流程进行设计；同时考虑到课时的原因，我们将教学内容重点安排在平台推广这一核心能力的培养上，整体内容包括定位、推广、营销三大篇章，网络营销认知、网络营销市场定位、网络营销平台建设等五大任务。

1. 教学内容

《网络营销与策划》课程教学内容见表 2。

表 2 《网络营销与策划》课程教学内容

序号	项目/模块/任务	子项目/子模块/子任务	教学目标	教学内容	教学方法	技能点（纯理论课程本列可以不要）	学时
1	模块一 网络营销认知	1. 网络营销相关岗位介绍 2. 网络营销与传统营销的关系 3. 网络营销的发展	1. 掌握网络营销的业务流程 2. 了解网络营销与传统营销的关系 3. 了解网络营销与电子商务的区别与联系	1. 网络营销概念；2. 网络营销与电子商务 3. 网络营销与传统营销 4. 二八定律 5. 长尾理论	任务驱动法； 案例分析法； 互动教学法	项目小组分析出本省某传统企业网络平台建设情况。	6
2	模块二 网络营销调研与市场定位	1. 目标市场调研 2. 竞争对手分析 3. 目标市场选择	1. 掌握网络市场调研的常用工具手段和主要平台 2. 掌握网络市场调研方法和步骤 3. 掌握目标市场选择的原则和依据 4. 了解产品独特卖点的内涵和定义	1. 电子商务平台调研；2. 利用百度指数对市场进行调研；3. 利用 pr 值、alexa 排名、搜索引擎收录情况外部链接、百度百科等对竞争对手进行调研；4. 利基市场的选择	任务驱动法； 演示法； 互动教学法	项目小组对该企业网络市场进行调研，分析其竞争对手的网络建设情况，并针对该企业的产品进行卖点挖掘；	8

3	模块三 网络营销平台建设	1. 网络营销平台概述 2. 营销型企业网站建设 3. 第三方网络营销平台建设	1. 掌握网络营销平台的构成特点及构建方式 2. 掌握营销型企业网站的种类及功能 3. 掌握第三方网络营销平台的概念和特点	1. 网络营销平台的构成及特点; 2. 企业网站的主要类型及特点; 3. 营销型企业网站建设的步骤; 4. 第三方网络营销平台	任务驱动法; 小组讨论法	项目小组对所选择的企业制定网络营销平台建设方案	10
4	模块四 网络营销推广方式	1. 搜索引擎推广 2. 电子邮件推广 3. 微信推广 4. 微博推广	1. 掌握搜索引擎优化的要点 2. 掌握电子邮件推广的写作方法和注意事项 3. 掌握微信公众号的注册流程和推广方法	1. 如何对企业网站进行搜索引擎优化; 2. 关键词广告; 3. 如何利用微信公众号进行推广; 4. 微博推广的	任务驱动法; 案例教学法	项目小组对所选择的企业网站进行搜索引擎优化, 并利用论坛、博客进行推广	16
5	模块五 网络营销效果评估与优化方案	1. 网络营销效果评估基础 2. 网络营销效果评估 3. 网络营销效果优化	1 掌握网络营销效果评估的常见指标 2. 网络营销效果评估 3. 网络营销效果提升优化方案	1. 网站访问统计常用指标类型; 2. 网站访问统计主要指标分析; 3. 搜索引擎推广效果评估; 4. 从访客流量、访问来源、访问关键词、访问行为等方面对网站推广进行分析及优化	任务驱动法; 案例教学法	项目小组根据营销数据分析网站或店铺存在的问题, 并提出解决方案	8

2. 课程思政

《网络营销与策划》课程思政教学设计见表 3。

表 3 《网络营销与策划》课程思政设计

序号	知识点	思政目标	课程思政教学设计
1	岗位介绍	增加对社会主义核心价值观的认同感	通过对网络营销相关岗位前景的介绍, 引发学生对未来的职业愿景, 激发学生对社会主义核心价值观的认同感。
2	网络市场调研	遵纪守法	在介绍竞争对手调研的过程中, 强调要遵纪守法, 禁止通过非法或不正当途径获取竞争对手的商业机密或其他保密信息

3	消费者分析	增强消费者权益保护意识	增强消费者权益保护意识：调查消费者的过程中，既要保证调查的真实性，又要强调调查的保密性，不泄露消费者数据，保护消费者个人信息。
4	网络营销平台建设	全局观念	强调全局意识，各种构建方式和各个平台都有各自的优缺点，不能单看局部，要从全局的角度来把握选择最合适的方式和平台。
5	网络营销平台建设步骤	团队协作	平台的建设并非一人完成，需要大家有良好的沟通表达能力，有很好的团队协作意识；
6	推广方式	有创新精神，坚持终身学习	网络推广方式一直在推陈出新不断更新换代，要富于创新精神，勤奋敬业、坚持终身学习才能做好推广；
7	搜索引擎优化	做事要细致认真	搜索引擎优化需要大家注意细节，做事细致认真
8	微博推广	遵守行业规则	利用平台推广，必须遵循平台运营规则
9	营销效果评估指标	实事求是的工作作风	营销数据必须真实，不能数据作假；
10	网络营销效果提升优化方案	遇到问题不要气馁	营销效果不理想时不要气馁，提高大家抗挫能力，积极思考解决的办法

六、实施和保障

（一）教师要求

1. 在教学思想上，要充分体现学生的主体地位，以人的发展为本；要重视教学过程，不仅教会学生“是什么”、“为什么”，更要让学生知道“怎么做”、“怎么用已有的知识拓展并获取新的知识”；要贯彻教学民主精神，通过课堂教学、课外活动等实践，培养学生自我学习、自我发现、自我探索的能力，为其终身发展打下基础。

2. 在业务素质上，教师要学习电子商务以及网络营销发展的最新专业知识，掌握最新的发展动态和趋势，不断了解各种新的推广手段和推广方法，与时俱进。要具备良好的基本功、广博的知识和文化素养，并具有一定的教育科研能力、对教学行为进行诊断、反思和改进的能力、对教学资源的评估、选编和增补的能力以及对学生的学习和发展进行评价的能力。

（二）实践教学条件要求

1. 《网络营销与策划》是一门实践性较强的专业核心课，必须配备配置实训一体化的教室，并提供互网络及相关软件。

2. 教学实训系统（包括上机训练、项目案例库、项目实训库及相应的指导书）要丰富完善，方便学生在线学习。

（三）教学方法建议

《网络营销与策划》课程应按照高职教育特点和高职学生的特点，积极探索行之有效

的教学方法。“以学生为主体，以教师为主导”，着重培养学生的自主学习和项目设计开发能力，充分利用现代化教学手段和工具，以丰富多彩的形式将知识点展现在学生面前，满足各种层次学生的学习要求。

1. 任务驱动：引用真实的网店项目，以工作过程为导向实施教学。
2. 翻转课堂：课前在职教云等平台发布工作任务，学生通过平台进行课前学习，带着问题进课堂。
3. 课堂教学：利用多媒体课件，进行理论教学，重点讲授基本知识、基本技能和应用。
4. 实训指导：配合课堂教学，设计相应的实训案例，充分利用计算机进行教学实训。
5. 课后交流：利用职教云、微信、QQ 等平台进行课后答疑。

（四）教材选用和编写建议

选用教材：方玲玉主编，《网络营销实务》电子工业出版社

教材内容应不断拓展，并体现创新性、先进性、通用性、实用性，使教材更贴近本专业的发展和实际需要。

（五）课程资源

1. 《网络营销与策划》课程教学资源主要有课程标准、授课计划、电子教案、教学课件、操作案例、教学视频、实训指导等。
2. 纸质教学资源：教材、参考书籍、技能抽查试题等。
3. 数字化教学资源：课件、教学视频、微课、i 博导官网、慕课、职教云平台、高校课程思政数据库（试用阶段）：<http://sz.twbxzyz.net/>。等。

七、考核与评价

改革传统的以笔试形式考核学生成绩的方式，注重职业能力的考核，重视学生个人品德、学习态度和动手能力的过程考核。由课堂表现、策划文案、平时测验、各项任务完成情况，按照以下权重进行计算。

考核构成	比例	说明
职业态度	5%	诚实守信，态度积极，勤学肯干，具有团队协作意识。
思政表现	5%	能利用所学知识开展符合课程思政目标要求的活动。
课堂表现	10%	主要平时出勤情况以及课堂回答问题、讨论分析等表现。
策划文案	20%	包括文案策划的完整性、实践性和创新性。
平时测验	10%	包括在职教云平台进行课前准备情况、平台测试情况。

任务完成情况	50%	包括各章节的任务/作业/项目完成情况
--------	-----	--------------------

八、其他说明

本标准适应电子商务专业，当然也可适当根据新技术、新知识和人才培养计划，适当调整内容和上课顺序。