

【网络营销】

【E-Marketing】

一、基本信息

课程代码:【1060044】

课程学分:【 2 】

面向专业:【工商管理】

课程性质:【专业必修课】

开课院系:商学院电子商务系

使用教材:主教材【网络营销学,王永东主编,清华大学出版社,2018.7】

参考书目【网络营销,陈雨著,重庆大学出版社,2018.2】

【网络营销推广实战宝典第2版,江礼坤著,电子工业出版社,2016.3】

【企业网络营销实战宝典及决胜战略,王浩著,北京时代华文书局,2015.2】

【电子商务数据分析,杨伟强主编,人民邮电出版社,2016.7】

【网络营销(第4版),瞿彭志主编,高等教育出版社,2014.9】

课程网站网址: gench.fanya.chaoxing.com

先修课程:【电子商务概论】

二、课程简介

网络营销主要学习网络营销的基本理论、网络营销的各项策略以及其应用,是理论与实务结合比较紧密的课程。通过本课程的教学,使学生对市场营销和网络营销的理论体系有一个系统的了解,对在网络虚拟市场开展营销活动的原理和特点、环境与方法、工具和手段、目标与实施控制等相关内容,得到全面的领会和感性认识,并掌握开展网络营销的操作思路和相应的运作技巧。

三、选课建议

本课程适合工商管理专业学生在熟悉电子商务的理论基础之上,学习相关的市场营销基本理论,掌握基本方法后,在第三学期选择该门课程学习。

四、课程与专业毕业要求的关联性

专业毕业要求	关联
L011: 倾听他人意见、尊重他人观点、分析他人需求。应用书面或口头形式,阐释自己的观点,有效沟通。	
L021: 能搜集、获取达到目标所需要的学习资源,实施学习计划、反思学习计划、持续改进,达到学习目标。	
L031: 能够利用经济学相关理论、知识、方法,分析电子商务市场经济发展动态和运行机制。	
L032: 能够针对某类产品或某个企业,独立完成电子商务网站(网店)项目策划书。	●

L033: 能够针对某个项目, 完成电商系统分析、电商系统规划。	
L034: 能够依据数据资料, 分析网络消费者的行为偏好, 设计有针对性的营销策略。	
L035: 能够通过资料收集和分析, 熟悉跨境电子商务相关环境和法规政策、目的国的消费环境等。	
L041: 爱岗敬业: 了解与专业相关的法律法规, 在学习和社会实践中遵守职业规范, 具备职业道德操守。	
L051: 能用创新的方法或者多种方法解决复杂问题或真实问题。了解行业前沿知识技术。	●
L061: 能够使用适合的工具来搜集信息, 并对信息加以分析、鉴别、判断与整合。	
L071: 爱护环境: 具有爱护环境的意识和与自然和谐相处的环保理念。	
L081: 有国际竞争与合作意识。	

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	教与学方式	评价方式
1	L0321	能够针对某类产品或某个企业, 完成电子商务网站(网店)项目的网络营销策划书。	案例介绍与分析演示, 学生分组, 利用头脑风暴等方法进行项目构思, 并根据案例演示模仿设计网络营销策划书。	网络营销策划书
2	L0322	能够针对某类产品或某个企业, 利用互联网工具和平台, 完成网络推广。	授课、案例分析, 学生分组完成有针对性的推广策略实施	推广软文、网络广告等
3	L0514	需要了解行业前沿知识技术, 能够针对最新的技术和电商项目进行市场调研、并能够进行深层分析	指导学生进行市场调研, 设计调研问卷并利用统计学方法进行统计分析。	调研问卷及数据分析

六、课程内容

第1单元 网络营销概论 理论课时 4 实践课时 0

教学内容:

- 1.1 网络营销产生的背景
- 1.2 市场营销概述
- 1.3 网络营销的核心竞争力

知识要求:

- ① 知道市场营销观念的沿革。
- ② 掌握市场营销的框架体系。

能力要求:

- ① 熟悉市场营销学的核心内容、核心概念。
- ② 了解网络营销的新发展。

情感要求:

无。

教学难点:

网络营销核心竞争力。

第2单元 网络营销的理论基础 理论课时 4 实践课时 0

教学内容:

- 2.1 直复营销理论
- 2.2 关系营销理论
- 2.3 数据库营销理论
- 2.4 整合营销传播理论

知识要求:

- ① 掌握直复营销, 关系营销和数据库营销的概念, 了解这些营销方式在企业中的应用。
- ② 了解整合营销传播理论。

能力要求:

- ① 能够对企业营销选择不同营销方式进行分析。

情感要求:

无

教学难点:

数据库营销。

第3单元 网络营销环境分析 理论课时 2 实践课时 0

教学内容:

- 3.1 网络营销宏观环境分析
- 3.2 网络营销微观环境分析

知识要求:

- ① 掌握网络营销的宏观和微观环境因素。
- ② 了解环境因素对企业营销的影响。

能力要求:

- ① 能够对企业营销环境进行分析。

情感要求:

无

教学难点:

网络营销宏观和微观环境。

第4单元 网络市场与消费者行为分析 理论课时2 实践课时0

教学内容:

- 4.1 网络市场
- 4.2 网络消费者
- 4.3 互联网的交换过程

知识要求:

- ① 了解营销购买行为的相关因素。
- ② 掌握购买行为的分析要素。
- ③ 掌握网络消费者的特征及购买行为特点。

能力要求:

- ① 能够对目标顾客群体进行购物行为分析。

情感要求:

无。

教学难点:

网络消费者购买行为分析。

第5章 网络市场选择战略 理论课时2 实践课时0

教学内容:

- 5.1 制定网络营销战略
- 5.2 网络市场细分
- 5.3 选择网络目标市场
- 5.4 网络市场定位

知识要求:

- ① 理解网络市场细分的概念、条件、原则和依据
- ② 掌握网络市场细分的方法和步骤
- ③ 理解并掌握目标市场选择的标准和战略,明确市场定位的概念

能力要求:

- ① 能够根据市场需求进行市场细分和选择定位。

情感要求:

无。

教学难点:

网络市场的分析和定位。

第6单元 网络营销调研 理论课时2 实践课时2

教学内容:

- 6.1 信息技术与市场调研
- 6.2 网络调研数据来源
- 6.3 网络调研数据分析和报告

知识要求:

① 熟悉市场调研的各种方法。

② 掌握问卷调查法。

能力要求：

① 能够针对产品进行相关问卷调研。

情感要求：

无。

教学难点：

问卷设计。

第7单元 网络产品与品牌 理论课时2 实践课时2

教学内容：

7.1 网络营销产品策略

7.2 网络营销服务策略

知识要求：

① 掌握产品整体概念。

② 掌握产品生命周期各阶段特征。

③ 了解产品组合策略、品牌策略。

④ 掌握网络产品策略。

能力要求：

① 能够根据产品生命周期设计相应的产品策略

情感要求：

无。

教学难点：

产品生命周期。

第8单元 网络定价策略 理论课时2 实践课时0

教学内容：

8.1 网络营销价格认知

8.2 网络定价策略

知识要求：

① 理解企业定价目标。

② 掌握企业定价的策略和方法。

③ 掌握网络产品定价策略。

能力要求：

① 能够对网络产品进行定价策略分析。

情感要求：

无。

教学难点：

网络产品定价策略。

第9单元 网络渠道策略 理论课时2 实践课时2

教学内容：

9.1 网络营销渠道的内涵及功能

9.2 网络营销渠道的分类及建设

知识要求：

- ① 了解中间商的作用与特点。
- ② 掌握分销渠道策略。
- ③ 掌握网络中间商的形式和特点。

能力要求：

- ① 能够制订产品渠道策略。

情感要求：

无。

教学难点：

网络营销渠道。

第10单元 网络营销传播 理论课时2 实践课时2

教学内容：

10.1 网络广告策略

10.2 网络促销策略

知识要求：

- ① 了解促销的特点和方式。
- ② 掌握网络广告的特点和形式。

能力要求：

- ① 能够针对产品设计促销策略和制作网络广告。

情感要求：

无。

教学难点：

促销策略设计。

七、课内实验名称及基本要求

实验序号	实验名称	主要内容	实验时数	实验类型	备注
1	网络营销环境分析	查看最新的《中国互联网络使用情况统计报告》，了解有关内容	2	验证型	

2	网络调研	选定某类产品，调研该产品的市场情况和消费者特点	2	设计型	
3	网络营销策划及实施	选定一个产品，撰写网络营销策划书，并初步实施	4	综合型	
合计			8		

八、评价方式与成绩

总评构成(X)	评价方式	占比	评测的毕业要求/指标点编号
X1	课堂表现	20%	L0321/L0514/L0322
X2	网络调研报告	40%	L0321/L0514/L0322
X3	网络营销策划书	40%	L0321/L0514/L0322

撰写人：郭薇

系主任审核：张江

时间：2023.2.16

时间：2023.2.16