

上海建桥学院课程教学进度计划表

一、基本信息

课程代码	2060564	课程名称	网络营销
课程学分	2	总学时	32
授课教师	张增敏	教师邮箱	zhangzengminmin@163.com
上课班级	工商管理 B20-1, 2 旅游管理 B20-1, 2	上课教室	商学院 223、商学院 112
答疑时间	周二下午		
主要教材	网络营销学, 王永东主编, 清华大学出版社, 2018.7		
参考资料	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		

二、课程教学进度

周次	教学内容	教学方式	作业
1/1	第1单元网络营销概论	理论	网络营销对传统营销有哪些冲击?
2/1	第2单元网络营销的理论基础	理论	直复营销与网络营销之间是什么关系?
3/1	第3单元网络营销环境分析	理论	移动网络广告的发展趋势有哪些?
4/1	第4单元网络市场与消费者行为分析	理论	网络消费者的需求特点有哪些?
5/1	第5章网络市场选择战略	理论	网络市场选择战略有哪些?
6/1	第6单元网络营销调研	理论	
7/1	第7单元网络营销工具与方法——搜索引擎	理论	搜索引擎技术是如何决定其营销的特点?
8/1	第8单元网络营销工具与方法——社交网络	理论	Web2.0时代对于网络营销的影响有哪些?

注: 课程教学进度计划表电子版公布在本学院课程网站上, 并发送到教务处存档。

9/1	第 9 单元网络营销工具与方法——电子邮件和联署计划	理论	如何监测电子邮件的营销效果?
10/1	第 10 单元网络产品与品牌	理论	网络产品的品牌决策有哪些?
11/1	第 11 单元网络定价策略	理论	网络价格有哪些特征?
12/1	第 12 单元网络渠道策略	理论	网络渠道的交易功能包括哪些?
13/1	第 13 单元网络营销传播	实验	网络营销为什么需要采用整合营销传播? 网络广告如何进行媒体策划?
14/1	第 14 单元网络营销工具和方法的综合应用	实验	个性化营销的实施步骤有哪些?
15/1	第 15 单元网络营销实践应用	实验	
16/1	第 15 单元网络营销实践应用	实验	

三、评价方式以及在总评成绩中的比例

总评构成 (1+X)	评价方式	占比
X1	网络营销策划书	50%
X2	网络调研报告	25%
X3	网络营销软文	15%
X4	作业及课堂表现	10%

备注:

教学内容不宜简单地填写第几章、第几节,应就教学内容本身做简单明了的概括;

教学方式为讲课、实验、讨论课、习题课、参观、边讲边练、汇报、考核等;

评价方式为期末考试“1”及过程考核“X”,其中“1”为教学大纲中规定的形式;

“X”可由任课教师或课程组自行确定(同一门课程多位教师任课的须由课程组统一 X 的方式及比例)。包括纸笔测验、课堂展示、阶段论文、调查(分析)报告、综合报告、读书笔记、小实验、小制作、小程序、小设计等,在表中相应的位置填入“1”和“X”的方式及成绩占比。

注:课程教学进度计划表电子版公布在本学院课程网站上,并发送到教务处存档。

SJQU-QR-JW-011 (A0)

任课教师：张增敏

系主任审核：

张江

日期：2023.2.20

注：课程教学进度计划表电子版公布在本学院课程网站上，并发送到教务处存档。