

## 【网络营销】

### 【E-Marketing】

#### 一、基本信息

课程代码:【2060564】

课程学分:【2】

面向专业:【工商管理、旅游管理】

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

网络营销是工商管理、旅游管理专业选修课之一,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和旅游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 (必填项)**

**第1单元 网络营销概论 理论课时 2 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2 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0**

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 网络营销工具与方法——搜索引擎 理论课时 2 实践课时 0**

教学内容:

- 7.1 搜索引擎营销
- 7.2 关键词营销策略
- 7.3 搜索引擎优化

知识要求:

- ① 掌握搜索引擎营销概念。
- ② 理解搜索引擎优化策略。

能力要求:

- ① 能够根据产品生命周期设计相应的搜索引擎营销策略。

情感要求:

无。

教学难点:

搜索引擎营销。

### **第8单元 网络营销工具与方法——社交网络 理论课时 2 实践课时 0**

教学内容:

- 8.1 社交网络介绍
- 8.2 社交网站
- 8.3 即时通信（微信）
- 8.4 微博

知识要求:

- ① 掌握社交网络营销的概念。
- ② 理解微信和微博营销的策略。

能力要求:

- ① 能够根据产品生命周期设计相应的产品的社交网络策略。

情感要求:

无。

教学难点:

社交网络营销。

**第9单元 网络营销工具与方法——电子邮件和联署计划 理论课时2 实践课时0**

教学内容：

9.1 电子邮件营销

9.2 联署计划营销

知识要求：

- ① 掌握电子邮件营销的概念。
- ② 理解联署计划营销的策略。

能力要求：

- ① 能够根据产品生命周期设计相应的产品的电子邮件营销策略。

情感要求：

无。

教学难点：

电子邮件营销。

**第10单元 网络产品与品牌理论 课时2 实践课时0**

教学内容：

10.1 网络营销产品策略

10.2 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11单元 网络定价策略 理论课时2 实践课时0**

教学内容：

11.1 网络营销价格认知

11.2 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 12 单元网络渠道策略 理论课时 2 实践课时 0**

教学内容：

12.1 网络营销渠道的内涵及功能

12.2 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 13 单元 网络营销传播 理论课时 0 实践课时 2**

教学内容：

13.1 网络广告策略

13.2 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。

**第 14 单元 网络营销工具和方法的综合应用 理论课时 0 实践课时 2**

教学内容:

- 14.1 网站体验、互动和口碑营销
- 14.2 事件营销和病毒式营销
- 14.3 精准、个性化营销

知识要求:

- ① 熟悉常用的网络营销工具。
- ② 了解各种工具的使用方法。

能力要求:

- ① 能够综合各类工具设计推广方案。
- ② 能够撰写推广软文。

情感要求:

无。

教学难点:

网络营销工具的使用。

**第 15 单元 网络营销实践应用      理论课时 0   实践课时 4**

教学内容:

- 15.1 撰写网络营销策划书
- 15.2 策划初步实施

知识要求:

- ① 对前面所学知识的运用。

能力要求:

- ① 能够撰写较为完整的网络营销策划书，并初步实施。

教学重点:

网络营销策划书的撰写。

情感要求:

无。

教学难点:

网络营销策划书的撰写。

**七、课内实验名称及基本要求（选填，适用于课内实验）**

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	网络营销调研	选定某类产品，调研该产品的市场情况和消费者特点，撰写网络营销调研报告	2	设计型	
3	网络营销策划书及软文撰写	选定一个产品，撰写网络营销策划书和软文，并写出初步实施方案	4	综合型	

SJQU-QR-JW-033 (A0)

合计	8		
----	---	--	--

### 八、评价方式与成绩（必填项）

总评构成 (1+X)	评价方式	占比	评测的毕业要求/ 指标点编号
X1	网络营销策划书	50%	L0321/L0514/L0322
X2	网络营销调研报告	25%	L0321/L0514/L0322
X3	网络营销软文	15%	L0321/L0514/L0322
X4	作业及课堂表现	10%	L0321/L0514/L0322

撰写人：张增敏

系主任审核：张江

时间：2023.2.20

时间：2023.2.20