



廣東工贸職業技術學院
GUANGDONG COLLEGE OF INDUSTRY AND COMMERCE

经济贸易系
电子商务专业
专业课程标准



《网络营销实务》 课程标准

一、课程基本信息

一、课程基本信息							
课程编码	18022A	课程性质	必修	课程类别	核心课程	适用专业	电子商务
开设学期	3	学时/学分	60/3	编制人	李波	审核人	校内：李波 校外：熊颖
				编制时间	2017-03	审核时间	2017-03
课程定位	我院电子商务专业的人才培养目标是：面向电子商务企业（经营者、平台提供商和服务提供商）一线岗位需要，培养具有电子商务思维和互联网精神，具备良好的职业道德，掌握电子商务基本理论和基本操作技能，具有相应的电子商务网站建设、图片处理、动画制作、网络营销和推广等方面的能力，能在电子商务相关的企事业单位和经济管理部门从事网上销售、网络客户、网络推广、网页美工、网店经营管理等相关工作的高素质高技能应用型人才。 《网络营销》课程是电子商务专业的一门核心的必修课程，围绕上述人才培养目标，将本课程定位为一门综合性、实践性非常强的课程，强调理论与实践的结合，培养学生独立分析和解决问题的能力，掌握网络营销相关工具的应用，熟悉网络营销策划与推广、网络商务信息的搜索和分析提高学生适应工作岗位的能力。						
课程目标	通过本课程的学习，使学生理解网络营销的基本概念和理论，掌握网络营销策划与推广的技能和方法，熟练使用网络营销推广的主要平台与工具，为今后从事网络营销相关工作打下坚实的基础。使学生转变传统的营销观念，熟悉网络环境下，市场营销手段、工具、方法的变迁。						

二、工作岗位任务所涉及的能力要求

岗位任务	能力要求
网络推广	策划、执行在线推广活动，熟悉所有的网络推广手段，
网络营销运营	网站数据分析，搜索竞价平台管理，
网络信息搜索与调研	熟悉网络信息收集方法与途径，掌握网络调研的主要方法和手段

三、课程基本目标

能力描述	知识目标	职业技能目标	职业素养目标
专业能力	1、了解网络营销的基本理论 2、掌握网络顾客需求与行为分析 3、熟悉网络营销差异化与定位战略 4、熟悉网络营销策划与推广 5、掌握网络营销的 4C 策略	1、了解与掌握网络营销常用工具和方法 2、掌握搜索引擎营销 3、了解网络广告，能在网上采用合适的促销手段与价格策略 4、熟悉网络信息搜集、整理与分析 5、网络营销导向的企业网站设计	专业知识扎实，掌握岗位所需要的专业理论知识和实际操作，熟悉网络营销的相关工具与方法、具有互联网思维观念。
社会能力			1、爱岗敬业，责任心强 2、良好的沟通、组织、协调能力



			3、良好的团队精神和抗压能力 4、具有创新思维
方法能力		掌握网络营销的相关方法，了解网络的特点，具备独立分析和解决问题的能力，较强的自学能力。与时俱进，学习新的方法和工具，跟上互联网发展的步伐。加深对所学理论知识的理解和运用	

职业技能证书考核要求		网络营销师(网络营销工程师): 1、系统掌握网络推广全能实战技巧 2、免费在网上推广产品, 获得长期、稳定的客户来源: 3、建设营销型网络平台(网站、网店、商城等) 4、网站和网店(或商城)的 SEO 推广诊断、优化和管理: 5、学会 SEM 竞价推广和网盟推广, 提高产出投入比 6、掌握网站和网店(或商城)的整合营销推广实战技巧 7、制订网站、网店(或商城)整合营销推广计划和实施方案, 跟进实施和管控 8、管理网站、网店(或商城)的网络推广团队	
------------	--	---	--

三、教学内容及学时分配

内容说明	本课程是电子商务专业的核心必修课程，除了电子商务专业以外，我院其他专业如市场营销、电子信息、文秘等专业也开始了本课程作为必修课程。课程注重理论与实践的结合，实操技能所占比重非常高。 课程涉及的内容非常广泛，要求学生学习的理论知识非常多，需要掌握网络营销的基本概念，网络消费者的调研，网络营销策划方案的撰写，网络广告的分析与投放。同时，实操部分，设置的许多的实训任务，要求学生掌握多项网络营销技能。		
------	--	--	--

教学内容	序号	知识模块	考核目标	学时分配
	1	网络营销的基本概念	1. 网络营销的诞生与发展 2. 网络营销定义 3. 网络营销的职能与内容体系 4. 网络营销信息传递 5. 网络营销环境	6
	2	网络消费者需求与行为分析	1、网络消费群体 2、网络消费者的行为特点 3、个性化服务	6
	3	网络营销常用工具与方法	1、网络营销常用工具：电子邮件、搜索引擎、企业网站、微博、微信、博客等网络营销工具 2、网络营销方法分类 3、移动网络营销	12
	4	网络调研	1、网络调研的基本概念 2、网络调研的主要方法 3、网络调研方案策划与实施	8



	5	网络营销差异化与定位战略	1、网络营销市场细分与定位 2、网络营销差异化 3、网络营销主要战略	8
	6	网络广告	4、网络广告及其主要形式 5、网络广告的特点及其网络营销价值 6、网络广告策略 7、网络广告效果及其影响因素	8
	7	网络营销实践应用	1、网站推广 2、网上促销 3、网络营销渠道建设 4、信息发布与传递 5、网上调研	12

学习基础	1.前导课程：电子商务概论、市场营销、企业管理 2.服务课程：电子商务实务、网站建设 3.学生基础： 1、掌握了课程所需的计算机操作基本技能 2、学过企业管理、市场营销等相关知识				
------	---	--	--	--	--

考核评价	考评项 1	考评项 2	考评项 3	考评项 4	考评项 5
	开卷	上机实操	上机实操	成果评价	成果评价
	20%	20%	20%	20%	20%
	课程教学效果评价方法： 1、专家、同行的评价； 2、学生座谈会； 3、学生问卷评分。				

四、教学设计及教学方法

1、总体教学设计	本课程实践性较强，教学设计中采用理论讲授+上机实操的方式，以学生为主题，教师演示指导为主，推广互动式教学方法，理论讲述的基础上增加实训环节的比重，使学生既能掌握专业知识，又能进行实践操作，达到企业相关就业岗位的知识与技能要求。
----------	---

2、项目教学方法	序号	教学任务实施	教学方法
	1	任务一：网络信息收集与整理 任务二：网络调研方案策划与实施	1、案例教学 2、上机指导与实操 3、组建学习团队完成任务
	2	任务一：搜索引擎营销 任务二：搜索引擎优化（SEO）	同上
	3	任务一：网络广告发布 任务二：网络广告策划	同上



	4	任务一：网络推广策划 任务二：网络推广实施	同上
	5	任务一：网络营销渠道建设 任务二：网络营销渠道管理	同上
教学条件	适合高职电子商务专业的教材，符合网络营销要求的实训室机房，配备了高速网络和所需教学软件，具备多媒体教室及校园网丰富的教学资源。配备了自编的实训指导教材和指导书。		
教学资源	PPT 课件、自编讲义和实训指导书、案例和参考教材。		
教学建议			