

《网络营销思维与实战》教学大纲

一、说明

（一）课程性质

《网络思维与实战》是面向全校开始的任选课，是与《电子商务与网络创业》相关的普及型课程。了解网络营销对于完善学生的专业知识结构和提升学生的创业能力都有重要的作用。网络营销是一应用性科学，具有较强的经验性、实践性和综合性。

（二）教学目的

通过课堂理论教学、案例分析、实验教学培养学生的专业素质与技能，使学生能系统地了解网络营销的基本概念、理论、管理实务与方法技术，培养互联网思维，能结合自己的专业背景开展网络营销问题研究，并通过实践训练掌握一定的电子商务应用技术和实战技能。按照以培养应用能力和综合素质为主线，理论教学以应用为目的，理论教学与实践实验教学相配套的思路，根据工作岗位的需要来选择教学内容，注重知识的更新，使学生能学到最前沿的互联网应用和营销推广知识，提升学生的信息素养和互联网创业精神，培养创新思维。

（三）教学内容

《网络营销思维与实战》包括网络营销的概念、网络营销的基本理论、网络营销环境、网络营销中的互联网思维、网络营销工具使用、网络营销案例等六个章节内容。通过介绍互联网环境下传统营销理论面临的挑战，分析了网络营销 4C 理论的特点、网络营销战略和典型应用案例分析。通过网络营销案例分析和讨论让学生体会网络营销理论在实践中的应用。

（四）教学时数

36 学时，理论 36 学时

（五）教学方式

课堂讲授+案例分析+课外实践

二、教学大纲

第一章网络营销概述（4 学时）

一、网络营销的概念

二、网络营销环境分析

三、传统营销理论面临的挑战

第二章 网络营销环境（2 学时）

一、网络营销环境的特点

二、网络营销环境分析

第三章 网络营销基本理论（4 学时）

一、传统营销理论面临的挑战

二、4C 理论的基本内容

第四章 网络营销中的互联网思维（4 学时）

一、互联网思维简介

二、互联网思维应用与网络营销的典型案例分析

第五章 网络营销工具及其应用

一、常用的网络营销工具

二、网络营销方案的策划与实施

第六章 网络营销的案例分析

三、小米案例分析

四、其他案例分析

作业要求：

- 1、网络查询了解常用的网络营销工具，并熟悉特点。
- 2、写一份指定的网络营销案例分析。

考核要求：

- 1、掌握 4C 理论的基本内容
- 2、了解常用的网络营销工具
- 3、能够做网络营销方案。

教学参考书：

- 1、实战网络营销——网络推广经典案例战术解析（第 2 版） 张书乐著 电子工业出版社 2015.
- 2、网络营销（第 3 版）符莎莉，贺忠主编 电子工业出版社 2014.9
- 3、网络营销学概论 王丽萍，李创 主编 清华大学出版社

