

# 《网络营销》课程实验教学大纲

## 一、课程基本信息

课程代码： 18220593

课程名称：网络营销

实验总学时： 48

适用专业：经济管理类

课程类别：专业必修课

先修课程：管理学

## 二、实验教学的总体目的和要求

1、对学生的要求：通过基础验证实验和综合应用实验要求学生认识各类网络营销工具的作用,应用所学的知识,结合实际情况分析并制定企业的网络营销策略。在实验教学过程中,帮助学生加深对网络营销的基本原理、营销策略和方法的理解,掌握利用互联网络这个营销平台有效开展营销活动的基本技能,并运用相关理论处理一些实际问题。

2、对教师的要求：通过各种类型实验教学环节,对学生进行实践技能和科学研究方法的训练,巩固其在课堂上所学书本知识,加深对网络营销的基本原理、营销策略和方法的理解,掌握利用互联网络这个营销平台有效开展营销活动的基本技能,并运用相关理论处理一些实际问题。

3、对实验条件的要求：电脑、网络

## 三、实验教学内容（黑体 / 小四）

### 实验项目一

实验名称：搜索引擎营销

实验内容：了解搜索引擎的工作原理、搜索引擎优化和推广的方法

实验性质：综合性实验

实验学时：3

实验目的与要求：了解搜索引擎推广的方式，熟悉关键词的设置、利用统计工具对数据进行分析和管理

实验条件：电脑、网络

研究与思考：搜索引擎对营销的作用，以及搜索引擎如何有效支持营销工作。

思政教学内容：大数据时代公众隐私保护

## 实验项目二

实验名称：社交媒体营销

实验内容：熟悉社交媒体绩效考核指标体系，社交媒体广告投放策略，借助 socialmention 等线上工具测量不同品牌的健康水平。

实验性质：综合性实验

实验学时：3

实验目的与要求：了解典型的社交媒体营销模式，熟悉社交媒体绩效考核指标

实验条件：电脑、网络

研究与思考：社交媒体营销有哪些方式。

思政教学内容：从海南椰汁广告看广告宣传的法律界限

## 实验项目三

实验名称：社群营销

实验内容：通过对当前运营比较成功的社群的了解，分析这些社群的共同特征，了解比较常用的、可以提高社群活跃度的线上、线下活动的开展方式。

实验性质：综合性实验

实验学时：3

实验目的与要求：了解社群是如何定位的，如何开展线上线下活动。

实验条件：电脑、网络

研究与思考：社群营销与社交媒体营销有什么区别。

思政教学内容：广告与政治、经济、社会与文化的关系

#### 实验项目四

实验名称：微信营销

实验内容：了解微信公众号的申请流程，以及微信公众号推广的方式，包括微信的服务号、订阅号、小程序等推广方式

实验性质：综合性实验

实验学时：3

实验目的与要求：了解微信营销的不同内容以及方式。

实验条件：电脑、网络

研究与思考：微信营销如何定位目标人群。

思政教学内容：微信营销的道德问题

#### 实验项目五

实验名称：微博营销

实验内容：了解不同类型的微博账号及其功能，熟悉企业官方微博如何获取粉丝、开展活动，以及内容发布。

实验性质：综合性实验

实验学时：3

实验目的与要求：了解企业官方微博的推广与运营方式

实验条件：电脑、网络

研究与思考： 微博推广有哪些方式。

思政教学内容：政府公关的主要任务

## 实验项目六

实验名称：网站解析与大数据营销

实验内容：通过使用常规的网站解析工具，以及各种网站运营工具，分析网站和移动网络站点的运营情况。

实验性质：综合性实验

实验学时：3

实验目的与要求：熟悉网站解析工具的使用方法，会利用各种线上工具分析网站的运营情况以及出现的问题。

实验条件：电脑、网络

研究与思考： 网站在企业推广与运营中有何作用，如何与其他媒体整合。

思政教学内容：大数据时代公众隐私保护

## 实验项目七

实验名称：APP 营销

实验内容：从企业的角度分析可以通过哪些途径进行 app 推广，分析可以通过哪些方法利用 app 进行营销活动。

实验性质：综合性实验

实验学时：3

实验目的与要求：了解企业 APP 推广的渠道、App 营销的模式

实验条件：电脑、网络

研究与思考： app 营销有哪些模式。

思政教学内容： app 营销与用户隐私保护

## 实验项目八

实验名称：网络营销调研

实验内容：了解网络营销调研的方法，了解大数据的基本概念，掌握在互联网上收集数据的工具和方法。

实验性质：综合性实验

实验学时：3

实验目的与要求：熟悉网络调研数据的来源，了解数据库分析技术，以及如何使用信息管理的测评技术。

实验条件：电脑、网络

研究与思考：如何将调研结果转化为营销知识。

思政教学内容：精准扶贫

## 四、考核方式

考查

## 五、推荐实验教材和教学参考书（黑体 / 小四）

实验教材：

1. 《网络营销》，朱迪·斯特劳斯 雷蒙德·弗罗斯特，中国人民大学出版社，第7版，2015
2. 《网络营销与策划:理论、案例与实训》，陈德人，人民邮电出版社，2019

参考教材:

网络营销:从入门到精通, 许耿, 李源彬, 人民邮电出版社, 2019

## 六、其他需说明的(黑体/小四)

大纲修订人: 侯清峰

修订日期:2021.12

大纲审定者: 罗任飞

审定日期:2021.12