**《网络营销策划理论与实务》教学大纲**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程名称：网络营销策划理论与实务** | | | | | | **课程类别（必修/选修）：**专业选修课 | | | | |
| **课程英文名称：Web Marketing Planning Theory and Practice** | | | | | | | | | | |
| **总学时/周学时/学分：**48/3/3 | | | | | | **其中实验/实践学时：0/0** | | | | |
| **先修课程：** | | | | | | | | | | |
| **授课时间：**1-16周星期三(一~三节) | | | | | | **授课地点：实314** | | | | |
| **授课对象：**2018计算机科学与技术(跨境电商)1班 | | | | | | | | | | |
| **开课学院：**粤台产业科技学院 | | | | | | | | | | |
| **任课教师姓名/职称：**杨硕蓉/副教授 杨新生/业师 | | | | | | | | | | |
| **答疑时间、地点与方式：**  1.每次上课，采用一对一的问答方式；  2.每次讨论，采用集中讲解方式 | | | | | | | | | | |
| **课程考核方式：**开卷**（）**闭卷**（）**课程论文**（）**其它**（**✔**）**期末报告 | | | | | | | | | | |
| **使用教材：王春梅，马雪松，闫红博. 网络营销理论与实务.**[**清华大学出版社**](https://book.jd.com/publish/%E6%B8%85%E5%8D%8E%E5%A4%A7%E5%AD%A6%E5%87%BA%E7%89%88%E7%A4%BE_1.html)**. 2018-01-01**  **教学参考资料：**  **1. 菲利普·科特勒，加里·阿姆斯特朗. 市场营销：原理与实践（第17版）. 中国人民大学出版社. 2020-07-01.**  **2. Judy Strauss, Raymond Frost. 网络营销概论（第7版）. 华泰文化. 2015-06-16.** | | | | | | | | | | |
| **课程概述**  **《网络营销策划理论与实务》课程将系统介绍网络营销策略领域的经典理论，结合企业的真实营销实践案例帮助学生理解理论的背景和应用场景，从而为企业的营销活动提供策略性建议。课程将包含消费者决策过程、知觉与注意、学习与记忆、选择偏见、选择动机、态度改变、群际影响等内容。**  **课程目标**  **本课程的教学目的是讲授在营销实务中如何解决实际问题，讲授设计和分析各种实务状况让学生了解营销管理的策略概念、 特点和发展，掌握相关概念、及实务的相关体验。**  **课程内容和要求**  **这门学科的知识与技能要求分为知道、理解、掌握、学会四个层次。这四个层次的一般涵义表述如下：**   1. **知道 : 是指对这门学科和教学现象的认知。** 2. **理解 : 是指对这门学科涉及到的概念、原理、策略与技术的说明和解释，能提示所涉及到的教学现象演变过程的特征、形成原因以及教学要素之间的相互关系。** 3. **掌握 : 是指运用已理解的教学概念和原理说明、解释、类推同类教学事件和现象。** 4. **学会 : 是指能模仿或在教师指导下独立地完成某些教学知识和技能的操作任务，或能识别操作中的一般差错。**   **课程基本要求是**  **⑴掌握网络营销策划理论的概念。**  **⑵体验营销实务所受到的挑战。** | | | | | | | | | | |
| **课程教学目标**  **一、知识目标：**  1. 使学生了解网络营销策略在市场经济中的重要作用，掌握网络营销策略的相关基本知识。  2. 了解个人或群体对产品或服务之选择、购买、使用与处置等网络营销实务的决策历程，透过对消费者行为的全盘性了解，有助于援思制订更佳的营销策略，掌握竞争优势。  **二、能力目标：**  1. 熟练掌握营销实务的基本概念及学会营销手法的操作；  2. 透过个案讨论及实务演练，综合体验消费者行为相关理论之应用及实务操作可能面临的挑战。  **三、素质目标：**  1. 培养学生具有主动参与、积极进取、崇尚科学、探究科学的学习态度和思想意识；  2. 养成理论联系实际、科学严谨、认真细致、实事求是的科学态度和职业道德。 | | | | | | | **本课程与学生核心能力培养之间的关联(授课对象为理工科专业学生的课程填写此栏）：**  通过本专业的学习，学生应具备如下核心能力：  **□**核心能力1（交叉知识的运用能力）：具有运用数学、基础科学及计算机科学与技术相关知识的能力；  **□**核心能力2（实验与数据解读能力）：具有计算机软件开发与数据搜寻分析解释的能力；  ■核心能力3（技术工具的应用能力）具有计算器软件工程技术应用、数据搜集分析应用跨境电商运营知识与技能、及大数据技术的专业所需的技术、技能和使用软硬件辅助工具的能力；  **□**核心能力4（计科与大数据分析专业能力）：具有编程设计能力并能应用计算器与数据分析科技来辅助、及大数据技术分析，促进跨境电商运营的能力；  ■核心能力5（项目管理与团队合作能力）具有项目管理、有效沟通、领域整合与团队合作的能力；  ■核心能力6（解决复杂问题的能力）：具有运用计算机科学与技术理论及应用知识，整合计算机应用技术、数据分析应用及跨境电商运营专业，解决相关问题和进行研发或创新的能力；  ■核心能力7（持续学习与创新超越能力）：具有应对计算器科学与技术快速变迁的能力，培养自我持续学习的习惯与能力，了解所学专业技术对环境、社会及全球的影响，并在学习中敢于创新超越。  ■核心能力8（专业伦理、社会责任与国际视野）：具有理解职业道德、工程专业伦理、认知社会责任、国际观以及开拓全球视野及尊重多元观点的能力。 | | | |
| **理论教学进程表** | | | | | | | | | | |
| **周次** | **教学主题** | **主讲教师** | **学时数** | | **教学的重点、难点、课程思政融入点** | | **教学模式**  **（线上/混合式/线下）** | **教学方法** | | **作业安排** |
| 1 | 网络营销概述 | 杨硕蓉/副教授  杨新生/业师 | 3 | | 重点：电子商务的产生和发展、概念及其运行、框架结构与业务流程  难点：了解电子商务带来的变革  课程思政融入点：掌握科学思维，为学生成长奠定科学的思想基础 | | 线上：直播 | 课堂讲授/小组讨论 | | 线上实作 |
| 2 | 营销基础理论 | 杨硕蓉/副教授  杨新生/业师 | 3 | | 结合教材中的案例教学，通过本章帮助学生分析营销基础理论  课程思政融入点：培育科学探索精神和创新意识，培养踏实严谨、精益求精的工匠精神 | | 线上：直播 | 课堂讲授/小组讨论 | | 线上实作 |
| 3 | 实务相关案例分析 | 杨硕蓉/副教授  杨新生/业师 | 3 | | 讲解各种case study的产生和发展，结合相关案例进行讨论。  课程思政融入点：培育科学探索精神和创新意识，培养踏实严谨、精益求精的工匠精神 | | 线上：直播 | 课堂讲授/小组讨论 | | 线上实作 |
| 4 | 网络市场与网络消费者 | 杨硕蓉/副教授  杨新生/业师 | 3 | | 学习本章后使得学生掌握网络市场的概念；了解如网络消费者，并分析网络消费者的购买决策过程。  课程思政融入点：掌握科学思维，为学生成长奠定科学的思想基础 | | 线上：直播 | 课堂讲授/小组讨论 | | 线上实作 |
| 5 | 影响网络消费者购买的主要因素 | 杨硕蓉/副教授  杨新生/业师 | 3 | | 理解影响网络消费者购买的主要因素,包括交易因素、个人因素、社会文化因素、企业因素等在营销实践中的具体应用。  课程思政融入点：培育科学探索精神和创新意识，培养踏实严谨、精益求精的工匠精神 | | 线上：直播 | 课堂讲授/小组讨论 | | 线上实作 |
| 6 | 消费者态度的形成与改变 | 杨硕蓉/副教授  杨新生/业师 | 3 | | 学生应当理解消费者态度是如何形成的，怎样改变消费者的态度，以及态度测量的方法。  课程思政融入点：培育科学探索精神和创新意识，培养踏实严谨、精益求精的工匠精神 | | 线上：直播 | 课堂讲授/小组讨论 | | 线上实作 |
| 7 | 消费者的需要与购买动机 | 杨硕蓉/副教授  杨新生/业师 | 3 | | 学生在本章学习之后能够对消费者的需求进行识别和分类，了解消费者购物的东西并尝试对动机进行测量。课程思政融入点：掌握科学思维，为学生成长奠定科学的思想基础 | | 线上：直播 | 课堂讲授/小组讨论 | | 线上实作 |
| 8 | 消费者的购买决策与购买行为 | 杨硕蓉/副教授  杨新生/业师 | 3 | | 分析和掌握消费者决策的五个经典阶段，对于每个阶段内消费者心理和行为的特性加以了解。  课程思政融入点：培育科学探索精神和创新意识，培养踏实严谨、精益求精的工匠精神 | | 线上：直播 | 课堂讲授/小组讨论 | | 线上实作 |
| 9 | 实务相关案例分析 | 杨硕蓉/副教授  杨新生/业师 | 3 | | 讲解各种case study的产生和发展，结合相关案例进行讨论。  课程思政融入点：培育科学探索精神和创新意识，培养踏实严谨、精益求精的工匠精神课程思政融入点：培育科学探索精神和创新意识，培养踏实严谨、精益求精的工匠精神 | | 线上：直播 | 课堂讲授/小组讨论 | | 线上实作 |
| 10 | 消费者的决策偏见与非理性行为 | 杨硕蓉/副教授  杨新生/业师 | 3 | | 理解消费者决策偏见形成的原因，区分不同类型的决策偏见，掌握几种能够有效规避决策偏见的方法。  课程思政融入点：培育科学探索精神和创新意识，培养踏实严谨、精益求精的工匠精神 | | 线上：直播 | 课堂讲授/小组讨论 | | 线上实作 |
| 11 | 网络广告 | 杨硕蓉/副教授  杨新生/业师 | 3 | | 通过本章学习使得学生理解网络广告的发展，策划和发布。  课程思政融入点：掌握科学思维，为学生成长奠定科学的思想基础 | | 线上：直播 | 课堂讲授/小组讨论 | | 线上实作 |
| 12 | 群体消费心理与行为 | 杨硕蓉/副教授  杨新生/业师 | 3 | | 区分消费者的的不同群体，解释口碑扩散的原因和有效机制，对参照群体进行具体分析。  课程思政融入点：掌握科学思维，为学生成长奠定科学的思想基础 | | 线上：直播 | 课堂讲授/小组讨论 | | 线上实作 |
| 13 | 社会文化与消费者行为 | 杨硕蓉/副教授  杨新生/业师 | 3 | | 阐述跨文化差异对消费者行为的影响，分析社会阶层、角色和社会比较是否会对消费者的心理与行为产生影响。  课程思政融入点：掌握科学思维，为学生成长奠定科学的思想基础 | | 线上：直播 | 课堂讲授/小组讨论 | | 线上实作 |
| 14 | 品牌消费心理与行为 | 杨硕蓉/副教授  杨新生/业师 | 3 | | 学生需要理解什么是品牌，品牌的价值与意义以及如何提高品牌忠诚。  课程思政融入点：掌握科学思维，为学生成长奠定科学的思想基础 | | 线上：直播 | 课堂讲授/小组讨论 | | 线上实作 |
| 15 | 消费者行为与营销组合策略 | 杨硕蓉/副教授  杨新生/业师 | 3 | | 分析新产品开发、定价、购物环境等因素对消费者心理与行为的影响。  课程思政融入点：培育科学探索精神和创新意识，培育踏实严谨、精益求精的工匠精神 | | 线上：直播 | 课堂讲授/小组讨论 | | 线上实作 |
| 16 | 实务相关案例分析 | 杨硕蓉/副教授  杨新生/业师 | 3 | | 讲解各种case study的产生和发展，结合相关案例进行讨论。  课程思政融入点：培育科学探索精神和创新意识，培养踏实严谨、精益求精的工匠精神 | | 线上：直播 | 课堂讲授/小组讨论 | | 线上实作 |
| **合计：** | | | 48 | |  | |  |  | |  |
| **考核方法及标准** | | | | | | | | | | |
| **考核形式** | | | | **评价标准** | | | | | **权重** | |
| 平时出席 | | | | 出勤状况  1. 评价标准：不迟到，请假须有辅导员签字的请假条。 | | | | | 20% | |
| 课堂实作 | | | | 1参与课堂程度高。  2 平时作业  评价标准：按照作业完成情况评分。  要求：按时作业要求，内容工整规范 | | | | | 40% | |
| 期末评量 | | | | 1. 评价标准：提交期末评量报告。  2. 要求：能灵活运用所学知识和方法，运用总和知识撰写报告，内容丰富度及思考深广度为衡量标准。 | | | | | 40% | |
| **大纲编写时间：**2020**年**8**月**31**日** | | | | | | | | | | |
| **系（部）审查意见：**  系（部）主任签名： 时维宁  日期：2020 年 9 月 7 日 | | | | | | | | | | |