

《网络营销实践》教学实验大纲

课程名称	网络营销实践
课程代码	1300640
面向专业	电子商务
总学时	72
实验学时	72
学分	2 学分（其中实验 2 学分）
应开实验	5 个
实验类别	专业课（必修）
任课教师	陈远

一、本课程实验教学的目的

在学习了网络营销的基础知识、理论体系和相关内容后，通过对网络营销的某一实践性课题进行研究并进行方案的构想与设计，进一步加深对网络营销的知识、理论体系的理解，增加对网络营销知识的综合应用能力，重点突出对在线市场调研、企业网站策划及其推广、网络营销效果分析和等方面知识的应用水平。通过利用互联网络上的各种资源，如各种电子商务网站、企业网站、网络营销软件等，让学生完成教师布置的各种实践上机作业，从而获得网络营销和网络营销管理的基本技能。使学生在完成本课程学习后，能够充分利用 Internet 这个营销平台有效开展网络营销工作。

二、本课程实验教学应达到的基本要求

要求学生将所学的网络营销基本知识和基本理论和实践紧密结合，在实践中运用所学的基本知识和理论分析实际的案例和问题。每个学生实验前必须进行实验项目的准备工作，包括相关知识的预习，网站的浏览，工具的熟悉等。实验过程要做好笔记，完成相应实验项目的报告，并根据课程安排进行作业的交流与汇报。最后提交实验笔记与报告，结合实验效果与实验态度作为考评依据。

三、学生应掌握的实验技术及基本技能

会使用网络进行信息收集与市场调研；了解网络营销计划的整个内容与流程；了解网络广告的策划与发布；掌握搜索引擎营销、论坛营销、博客营销、微博营销等基本技能；了解网络营销效果评价的一般方法。

四、实验项目的设置与选定原则

实验课题的设置与选定主要遵循以下原则：

1、重点性原则。主要针对本课程要求学生掌握的重点内容设置实验，兼顾基础性和设计性的实践训练。

2、操作性原则。既注重验证网络营销活动的一般规律和网络营销工具的操作方法，同时又让学生深入实践一个电子商务网站的整体营销策划全过程，提高学生的实际解决和分析问题能力。

3、实际性原则。能充分利用现有的实验室，以及老师、学校和学生本人的资源完成实验课题。

4、与时俱进原则。网络营销是一个发展很快，新思想和新技术层出不穷的领域，因此实验的项目任课老师根据情况可以有所变化。

五、需要的实验教学条件

1、实验室提供的资源：

硬件环境：服务器 工作站

软件环境：网络操作系统 Web 服务器管理程序 数据库管理系统

网页设计软件 办公自动化软件

2、社会环境能提供的资源：（略）

六、实验报告与考核

1、实验报告要求：每次实验课题都要做笔记，完成所有实验课题后，要求每一位学生都要撰写实验报告。

2、考核内容：一是是否按实验的要求认真地进行了实验；二是实验是否达到了预期的效果；三是学生的态度是否认真。

3、考核方式与评分标准：每次实验成绩分优、良、中、及格和不及格五等，实验态度和纪律占 20%；实验内容和效果占 50%；实验报告占 30%。实验课成绩占课程成绩的 30%。

七、实验项目设置、内容提要及学时分配

实验项目编号	实验项目名称	实验内容及要求	实验学时	备注
1	网络信息的搜索查询与处理	(1) 掌握搜索引擎查询; (2) 了解门户网站信息查询; (3) 阅读与专业有关的最新和权威信息。	8 学时	根据实际情况和实验需要,任课老师可以变更或选择实验项目,同时也可以调整实验时间,实验地点可以是院机房或其它场所。
2	网络市场调研技能训练	(1) 了解发布市场调研信息的网站; (2) 了解一手数据收集方法; (3) 掌握二手数据收集方法; (4) 了解网络在线问卷和调研服务平台和工具。	12 学时	
3	网络营销计划	(1) 了解网络营销计划内容与流程; (2) 了解网络营销的产品类型与设计; (3) 了解网络营销产品的价格策略; (4) 了解网络营销产品的渠道选择策略。	16 学时	
4	网络广告分析、策划与制作	(1) 归纳、熟悉网络广告类型; (2) 分析网络广告成功案例; (3) 分析网络广告失败案例; (4) 策划或制作一个网络广告。	12 学时	
5	网络营销技能训练	(1) 掌握搜索引擎营销的基本技能; (2) 了解论坛营销的基本方法; (3) 了解博客营销的基本方法; (4) 了解微博营销的基本方法; (5) 了解病毒营销的基本方法; (6) 了解许可 Email 营销的基本方法; (7) 熟悉常用的网站流量统计等工具	24 学时	