



乌海市职业技术学校 计算机应用、电子商务专业专业

《网络营销》 课程标准

会计计算机教研组编制

2020 年 7 月

目 录

一、前言	1
(一) 课程性质	1
(二) 课程设计理念	1
(三) 课程设计思路	1
二、课程目标	1
(一) 总目标	1
(二) 具体目标	2
1. 知识目标	2
2. 技能目标	2
3. 素质目标	2
三、课程内容与学时分配	2
(一) 教学内容选取依据	2
(二) 教学内容组织与安排	3
四、实施建议	5
(一) 教材的选用	5
(二) 教学建议	5
(三) 教学基本条件	5
1. 教学场所	5
2. 实训设备	6
3. 教学团队	7
(四) 考核与评价	7
(五) 课程资源的开发与利用	7
五、编制说明	7

《网络营销》课程标准

一、前言

（一）课程性质

- 1、课程名称：《网络营销》
- 2、前导课程：《计算机基础与应用》
- 3、适用专业：计算机应用专业、电子商务专业

（二）课程设计理念

随着互联网技术的发展，企业的销售渠道逐渐拓宽，网络销售已应用到各行各业各个领域，能够熟练使用计算机的基本操作以及初步掌握网络营销的基本理论和基础知识，网络营销是作为一名现代企业工作者应该具备的能力。

1. 专业人才培养目标

计算机应用技术专业、电子商务专业培养德智体美全面发展，掌握一定的计算机科学基础理论，通过对网络礼仪、网络工具、网络消费者、网上市场调研、网络商务信息、网络目标市场、网络营销组合策略的运用、推广网络信息等内容的学习，通过本课程案例学习，让学生具备网络营销的基本工作能力。

2. 职业岗位能力需求

根据对本专业职业岗位群的调研和分析，本专业学生应该能够满足企事业单位对网络营销人才的要求。

3. 课程性质与作用

本课程是中等职业学校电子商务专业的一门专业核心课程，主要培养学生掌握网络营销活动的基础知识和基本技能，使学生具备分析解决网络营销活动过程中实际问题的能力，对电子商务专业学生职业能力和职业素养的养成起主要支撑作用。

（三）课程思路

网络营销是中等职业学校电子商务专业的一门核心课程，主要介绍网络营销的基本理论、基础知识、基本技能。本课程根据中等职业学校学生的特点和《电子商

务师职业标准（电子商务员）》的基本要求，力求反映电子商务领域的最新发展成果，体现理论与实践相结合的指导思想，使学生在学习了本课程之后，对网络营销的基本框架和轮廓，以及相关知识和技能有一个较为全面的掌握，为后续专业课程的学习打下坚实的基础。

1. 课程内容的设计

按照“立足网络营销基础，实施项目教学，提升网络营销技能”的课程理念，根据网络营销岗位业务技能要求，以工作任务为中心构建项目课程体系。以真实项目为主导，将课程知识融于项目实践，并为课程项目教学的实施构建了基于职业情景的真实工作环境，制定了完善的项目教学管理规范。

2. 教学过程的设计

本课程以项目实施过程为导向，结合“电子商务认证”考试内容，将课程分为9个项目，每个项目下又根据实际工作岗位内容分解了若干任务，并紧紧围绕工作任务完成的需要来选择和组织课程内容，突出工作任务与知识的联系，让学生在职业实践活动的基础上掌握知识，增强课程内容与职业岗位能力要求的相关性，提高学生的就业能力和创业能力。

二、课程目标

（一）知识目标

1. 了解网络交流礼仪；
2. 知道搜索引擎在网络营销中的作用；
3. 了解网络市场调研的基本知识，熟悉网络市场调研的方式、方法、网络问卷设计等；
4. 熟悉网络营销产品、服务、渠道、促销、广告策划的基本知识，熟悉各运作方式与特点；
5. 熟悉网络营销策划方案（计划书）撰写的格式和文字内容要求；
6. 熟悉互联网专业网络营销平台的运作知识。

（二）职业技能目标

- 1、会进行网上调查问卷的设计、发布，能利用多种网络搜索方法收集整理数

据；

- 2、能对本企业产品的网络消费者群进行细分并确定目标客户和产品定位；
- 会在网上发布具体的产品信息；
- 能在网上采用合适的定价策略和促销手段；
- 会利用网络直销手段与顾客达成产品的交易协议。

（三）职业素质养成目标（或态度目标）

- 1、具有勤奋学习的态度，严谨求实、创新的工作作风；
- 2、具有良好的心理素质和职业道德素质；
- 3、具有高度责任心和良好的团队合作精神；
- 4、具有一定的科学思维方式和判断分析问题的能力；
- 5、具有较强的解决问题的能力。

三、课程内容与学时分配

课程以培养学生职业技能为目标，基于网络营销的工作过程，注重理论与实践的有机结合，采用课堂实践教学与课外拓展实践相结合的教学方法，融“教、学、练、思”于一体。

依据学生职业能力培养的基本要求，基于网络营销的工作过程，以案例学习任务为依据整合教学内容。教、学、做相结合，理论与实践一体化。不断增设大量的实践教学环节，提高学生动手能力和职业技能。

本课程共 9 个项目，每周 4 学时，共计 64 学时，具体分配如下：

学习项目序号	项目名称	学习型工作任务	学时	
1	教学项目一：了解网络礼仪	任务一：了解网络交流礼仪	2	6
		任务二：了解网络营销礼仪	2	

		任务三：掌握网络营销的交流技巧	2	
2	教学项目二：使用网络工具		2	6
		任务一：使用搜索引擎采集信息	2	
		任务二：利用论坛进行营销	2	
		任务三：利用电子邮件发布商务信息		
3	教学项目三：了解网络消费者	任务一：了解网络消费者的购买动机	2	6
		任务二：分析影响购买的因素	2	
		任务三：体验网络购买的决策过程	2	
4	教学项目四：网上市场调研	任务一：设计在线调查问卷	2	6
		任务二：掌握网上市场调研的常用方法	2	
		任务三：掌握网上市场调研的一	2	

		般步骤			
5	教学项目五：管理网络商务信息	任务一：搜集网络商务信息	2	8	
			4		
		任务二：处理网络商务信息	2		
		任务三：发布网络商务信息			

6	教学项目六：认识网络目标市场	任务一：了解网络市场细分的方法	4	8	
		任务二：细分网络市场	2		
		任务三：定位网络目标市场	2		
7	教学项目七：网络营销组合策略的运用	任务一：辨别网络商品价格	2	6	
		任务二：购买网络商品	2		
		任务三：网络商品的推广与促销	2		
8	教学项目八：推广	任务一：发布网络广告	2	6	

	网络信息	任务二：利用专业网站寻找代理商	2	
		任务三：利用 QQ 群寻找代理商	2	
9	教学项目九：当个小商人	任务一：学会理财	2	8
		任务二：掌握理财的方法	2	
		任务三：掌握致富的方法	4	
机动			4	
总课时数		64		

四、实施建议

（一）教学方法

- 1、项目导向
- 2、任务驱动
- 3、案例分析
- 4、启发式、交互式教学
- 5、现场教学

（二）教学手段

- 1、多媒体教学
- 2、网络教学
- 3、仿真实训

（三）考核与评价

进行课程教学考核与评价，可以考查学生对课程基础知识和基本技能的掌握情况，以及是否具备运用基本理论和方法发现问题、分析问题、解决问题的技能了，从而可以检查教学效果，改进教学工作，提高教学质量。

学期教学评价=过程评价 60% + 阶段评价 40%

过程评价：学生出勤、作业、课堂纪律 60%

阶段评价：期末综合考试 40%

教学考核与评价

	所 占 比 重				
	学生出勤	学生作业	课堂纪律	期末综合考试	小计
平时考核	20%	20%	20%		60%
期末考试				40%	40%
合计					100%

（四）、教学重点与难点

- 1、网上市场调研
- 2、网络营销组合策略的运用
- 3、推广网络信息

（五）教材和参考资料

- 1、选用教材

《网络营销》（第2版），主编：刘涛，电子工业出版社
2017年12月第2版

- 2、相关网站

五、编制说明

适用专业：计算机应用、电子商务



专业组：会计计算机教研组

制定人：王志国

审核人：

编制日期：2020 年 7 月