



揭阳职业技术学院

电子商务创业学院

《网络营销》教学标准

(2025-2026 学年第 1 学期)

教师姓名：_____ 林颖 _____

所授专业：_____ 电子商务 _____

《网络营销》教学标准

一、课程信息

课程名称：网络营销
课程类别：素质选修课/专业基础课
课程性质：选修/必修
计划学时：36
计划学分：1
先修课程：无
课程负责人：林颖

二、课程简介

电子商务迅速发展，为我国经济发开开辟了全新的领域，也成为我国经济增长的重要方面。网络营销作为电子商务最活跃和核心的工作，已渗透到电子商务的方方面面，影响着电商的发展。网络营销课程也成为电商专业和网络营销与直播电商专业的必修课程。

课程分三部分对网络营销基本理论、网络营销策略及网络营销工具等相关知识进行介绍。根据理论和实践要求，每章均设计了案例、示例、想一想等栏目，并且每节都设计了实训任务，以突出实用性。本课程共 15 章，具体内容主要包括网络营销基础、网络广告营销、网络公关营销、网络口碑营销、基于位置的网络营销、社交网络营销、场景化营销、内容营销、数据营销、跨境电商营销、搜索引擎营销与 App 营销、网络视频营销、网络直播营销、自媒体营销、网上平台营销。

三、课程教学要求

通过本课程的学习，学生能在知识、能力和素质等各方面得到提升，具体达成目标如下：

1、知识要求

- 1) 具备高素质技能型专门人才的新媒体营销与运营的基础理论知识；
- 2) 掌握新媒体文案写作技能、图片处理技能、图文排版技能和短视频制作知识；
- 3) 具备微信营销与运营的基础知识；
- 4) 掌握微博营销与运营的基础知识；
- 5) 掌握社群营销与运营的知识；
- 6) 掌握短视频营销与运营的基础知识；
- 7) 掌握直播营销与运营的基础知识；
- 8) 了解主流媒体 H5、软文、APP 和二维码营销与运营的基础知识。

2、技能要求

- 1) 社交技能
 - ① 具有较强的口头与书面表达能力；
 - ② 较强的人际沟通、公关协调能力；

③ 具有较强的团队协作能力；

④ 具有较强的抗压、自我调节能力。

2) 方法技能

① 具有收集、处理网络热点信息的能力；

② 具有新技巧、新软件、新工具的自学及应用能力；

③ 具有发现问题、分析问题和解决问题的能力；

④ 具有职业生涯规划能力。

3) 专业技能

① 具有常见 APP 评估和下载安装应用的能力；

② 具有主流新媒体工具营销及运营能力；

③ 新媒体创意文案写作基础能力；

④ 具有新媒体内容运营能力；

⑤ 具有新媒体活动策划推广能力；

⑥ 具有新媒体活动复盘的能力；

⑦ 具有新媒体负面舆情监控能力。

4) 素质要求

① 具有良好的思想品德、行为规范、遵纪守法和职业道德意识；

② 具有勇于创新、吃苦耐劳、乐于奉献、爱岗敬业的精神和严谨的工作作风；

③ 具有良好的诚信品质、责任意识、公平竞争意识和健康的身心素质；

四、课程教学内容

本课程主要用来培养新媒体营销、运营、编辑等岗位的人才，培养具有丰富的视野和扎实的知识基础，掌握新媒体领域的前沿技术和运营，具有较强的实践能力和创新精神，具备较强的新媒体策划、文案写作能力，具备主流新媒体平台推广和运营技巧的新媒体人员。

具体学习内容包括：认识新媒体营销和运营、新媒体运营必备技能、微信营销与运营、微博营销与运营、社群营销与运营、短视频营销与运营、直播营销与运营以及其他新媒体营销方式。

章节	名称	主要内容	重难点关键词	学时	类型
一	网络营销基础	网络营销概念与内容、发展趋势。网络消费心理与购买行为。	用户画像，内容定位，创作思路，营销方式，工作职责，必备技能	2	理论讲授
二	网络广告营销	网络广告的特点、类型、策划、创意、投放与效果评估。	网络广告策划的内容、网络广告创意的策略及方法	2	理论+实践
三	网络公关营销	网络公关的主要方式、面临的挑战，网络软文营销，网络公益营销，网络危机公关的概念、原则、应对策略。	网络软文营销的优势、网络软文的类型与写作以及发布	2	理论+实践
四	网络口碑营销	网络口碑的概念、特点，网络口碑营销法则。网络口碑营销 5T 模型、策略、技巧。负面口碑的控制与管理。	网络口碑营销的要素以及制造口碑话题的策略	2	理论+实践
五	基于位置的网络营销	LBS 营销的特点、发展趋势、模式。	基于位置的营销的各种模式及其规划和实施方法	2	理论+实践
六	社交网络营销	SNS 及其营销的含义与原则。社交网络营销策略。社群营销与网红营销。	应用 SNS 营销的 TIIAS 原则和 SNS 营销策略	2	理论+实践

七	场景化营销	场景化营销概念，场景的作用与选择，场景化营销的要素、模式与实施。	场景化营销的要素、模式与实施	2	理论+实践
八	内容营销	内容营销的定义及特点，开展内容营销的要点与切入点，IP 营销，情感营销，事件营销，饥饿营销。	IP 营销、情感营销、事件营销、饥饿营销策略	2	理论+实践
九	数据营销	数据营销的优势、面临的挑战、实施，精准营销，数据营销+影视，数据营销+旅游，跨界营销。	精准营销的特征、精准洞察用户需求的策略	2	理论+实践
十	跨境电商营销	跨境电商平台营销，跨境电商独立站营销，跨境电商社交媒体营销。	跨境电商独立站运营模式与推广策略。	2	理论+实践
十一	搜索引擎营销与 App 营销	搜索引擎竞价广告，搜索引擎优化。App 营销。	搜索引擎优化的关键词策略、App 应用商店盈利模式，以 App 为载体的营销模式	2	理论+实践
十二	网络视频营销	网络视频营销的优势、发展趋势。网络视频营销的表现形式，网络视频营销策略。	网络视频营销的主要表现形式及其策略	3	理论+实践
十三	网络直播营销	网络直播营销人货场构建，直播营销活动与话术策划，打造高人气和高转化率直播间策略，直播数据复盘分析	网络直播营销模式，熟悉常见的直播平台，掌握直播定位与目标人群分析、直播团队组织架构与配置、直播场景布置、直播间选品与排品策略	3	理论+实践
十四	自媒体营销	自媒体营销的定义、特点、策略，微信营销，微博营销，知乎营销，小红书营销，今日头条营销。	微信朋友圈、微信公众号、微信小程序、微信视频号营销策略	2	理论+实践
十五	网上平台营销	百度网盟推广、百度知识营销，淘宝营销工具，京东营销工具，拼多多营销工具。	利用这些工具开展营销活动的方法	2	理论+实践

五、考核要求及成绩评定

序号	成绩类别	考核方式	考核要求	权重 (%)	备注
1	期末成绩	期末考试	大作业	50	百分制，60分为及格
2	平时成绩	实战训练	10次	40	优、良、中、及格、不及格
3		平时表现	出勤情况	10	2次未参加课程则无法获得学分

注：此表中内容为该课程的全部考核方式及其相关信息。

说明：平时对学生的考核内容包括出勤情况、在线学习习题完成情况、课堂讨论等方面，占期末总评的50%。期末考试成绩占期末总评的50%。

六、学生学习建议

以问题为导向，以课堂学习为基础，以课堂讨论为主要学习形式。学校可依据学习者不同学科、专业背景，学历层次，选择问题组进行课堂讨论学习。

- 1) 理论配合案例与实战训练进行学习，提高学生的对新媒体营销与运营的动手能力；
- 2) 在条件允许的情况下，可以策划并开展营销与运营活动，监测活动运营情况并进行分析，提高实际动手能力；
- 3) 通过互联网，实时关注各种类型新媒体的玩法；
- 4) 通过官网及 APP 实践体验各类新媒体，更加深入了解各新媒体。