

《互联网运营基础》教学大纲

课内学时数：36

适用的专业范围：计算机应用技术

学分：2

考核方式：考查

说明

一、教学目的和要求

- 知识掌握：**使学生能够理解互联网运营的基本概念、原理和流程。
- 技能培养：**培养学生使用互联网运营工具和策略进行市场分析、用户研究、内容创作、社群管理、数据分析和优化的能力。
- 实践能力：**通过案例分析和项目实践，提高学生解决实际互联网运营问题的能力。
- 创新思维：**鼓励学生思考和探索新的互联网运营模式和策略，培养创新思维。
- 团队合作：**通过小组讨论和项目合作，提高学生的团队协作和沟通能力。
- 终身学习：**激发学生对互联网运营领域持续学习和自我提升的兴趣。

二、理论课内容和学时分配

课程内容和学时分配表

章节	课时
课程介绍与互联网运营概述	2
市场分析与用户研究	2
内容运营	4
社群运营	4
数据分析与优化	4
搜索引擎优化 (SEO)	2

社交媒体运营	2
电子邮件营销	2
移动营销	2
案例研究与分析	2
项目实践	4
高级运营策略	2
总计	36

教学内容

第 1 周：课程介绍与互联网运营概述

课程目标和评估方式介绍

互联网运营的定义和重要性

互联网运营的历史和发展

第 2-3 周：市场分析与用户研究

市场分析的基本方法

用户研究的步骤和工具

案例分析：市场分析与用户研究的实际应用

第 4-5 周：内容运营

内容运营的策略和原则

内容创作和编辑技巧

内容分发和推广方法

第 6-7 周：社群运营

社群运营的概念和目标

社群管理工具和策略

社群活动策划和执行

第 8-9 周：数据分析与优化

数据分析的重要性和方法

运营指标和 KPIs

数据驱动的决策过程

第 10 周：搜索引擎优化 (SEO)

SEO 的基本原理

关键词研究和应用

网站优化技巧

第 11 周：社交媒体运营

社交媒体平台分析

社交媒体内容策略

社交媒体广告和推广

第 12 周：电子邮件营销

电子邮件营销的策略

电子邮件设计和测试

电子邮件营销的最佳实践

第 13 周：移动营销

移动营销的趋势和策略

移动应用的推广

移动广告和用户体验

第 14 周：案例研究与分析

互联网运营成功案例分析

学生小组讨论和案例分享

第 15-16 周：项目实践

学生分组进行互联网运营项目

项目规划和执行

项目成果展示和评估

第 17 周：高级运营策略

增长黑客和用户获取

品牌建设和维护

危机管理和公关

三、主要参考书

1、从零开始做运营，作者：张亮，出版社：中信出版社，出版年：2015 年

2、互联网运营实战——从入门到精通，作者：陈维贤，出版社：电子工业出版社，出版年：2019 年

3、互联网运营之道，作者：金璞，出版社：电子工业出版社，出版年：2015 年