



信息工程系

教 案

课程名称： 互联网运营基础

教 师： 薛晓桂

总 学 时： 36

理论学时： 36

实训学时： 0

上课班级： 计算机应用技术（3+证书）241、
计算机应用技术 241

授课学期： 2025-2026 上

教案：课程介绍与互联网运营概述

学习目标

1. 理解互联网运营的定义和重要性。
2. 掌握互联网运营的基本原则和流程。
3. 了解互联网运营的历史发展和未来趋势。
4. 激发学生对互联网运营领域的兴趣和学习动力。

学习重点

1. 互联网运营的核心概念和组成要素。
2. 互联网运营的主要工作内容和目标。
3. 互联网运营的成功案例分析。

学习难点

1. 互联网运营与传统营销的区别和联系。
2. 互联网运营中的数据分析和用户行为理解。

课程思政

1. 强调互联网运营的社会责任，引导学生认识到运营工作需坚守法律法规底线，拒绝传播虚假信息、不良内容，维护健康网络生态。

2. 结合我国互联网行业的发展成就，激发学生的民族自豪感与行业认同感，树立投身互联网行业、助力数字经济高质量发展的理想信念。

3. 培养学生的诚信意识，明确运营活动中需尊重用户权益、如实传递信息，杜绝误

导性营销行为，坚守职业操守。

学习过程

1. 引入 (10 分钟)

- 教师介绍课程目标和评估方式。
- 讨论学生对互联网运营的初步认识和兴趣点。

2. 概念讲解 (20 分钟)

- 教师讲解互联网运营的定义、重要性及其在现代商业中的作用。
- 通过 PPT 展示互联网运营的发展历程和关键里程碑。

3. 案例分析 (15 分钟)

- 分享几个成功的互联网运营案例，分析其策略和执行过程。
- 学生分组讨论案例的成功要素。

4. 互动问答 (10 分钟)

- 教师提出问题，学生回答，以检验学生对概念的理解和掌握。
- 学生提问，教师解答，以解决学生在学习过程中的疑惑。

5. 实践活动 (15 分钟)

- 分配学生小组任务，要求他们设计一个简单的互联网运营计划。
- 每组分享他们的计划，并接受同学和教师的反馈。

6. 总结 (5 分钟)

- 教师总结本节课的关键点和学习成果。
- 强调互联网运营在职业生涯中的潜在价值。

7. 作业布置 (5 分钟)

- 要求学生撰写一篇短文，描述他们对互联网运营的理解以及可能的职业应用。

学习小结

- 本节课通过讲解、案例分析和实践活动，使学生对互联网运营有了基本的了解。
- 学生能够识别互联网运营的关键要素，并开始思考如何将这些概念应用于实际情境中。
- 通过小组讨论和实践活动，学生的团队合作和沟通能力得到了锻炼。

教案：市场分析与用户研究

学习目标

1. 掌握市场分析的基本方法和工具。
2. 理解用户研究的重要性和实施步骤。
3. 能够运用市场和用户数据来指导互联网运营策略。
4. 分析和解释市场数据，以识别目标用户群体和市场需求。

学习重点

1. 市场分析的步骤：环境扫描、竞争者分析、目标市场定位。
2. 用户研究的方法：调查问卷、用户访谈、用户画像创建。
3. 数据分析技巧：数据收集、整理、解释和应用。

学习难点

1. 如何从大量市场数据中提取有价值的信息。
2. 用户行为的复杂性和多样性的理解。

3. 将用户研究结果转化为实际的运营策略。

课程思政

1. 引导学生树立以人民为中心的研究理念，在用户研究中尊重不同群体的需求与差异，践行包容、平等的价值导向，拒绝歧视性分析与策略。
2. 强调市场竞争中的公平正义原则，教育学生在竞争者分析中坚守商业道德，不窃取商业机密，通过合法合规的方式挖掘市场机会。

学习过程

1. 引入 (10 分钟)

- 复习上节课的内容，简要介绍市场分析与用户研究在互联网运营中的作用。
- 激发学生对市场分析和用户研究的兴趣。

2. 理论讲解 (30 分钟)

- 详细讲解市场分析的步骤，包括宏观环境分析（PEST 分析）、行业分析、竞争者分析。
- 介绍用户研究的方法，包括定性研究（如访谈、焦点小组）和定量研究（如问卷调查、数据分析）。
- 使用 PPT 和案例视频展示市场分析和用户研究的实际案例。

3. 案例分析 (20 分钟)

- 分析一个或多个品牌如何通过市场分析和用户研究来优化其运营策略。
- 学生分组讨论案例中的策略选择和实施效果。

4. 实践活动 (30 分钟)

- 学生分组，选择一个实际的产品或服务，进行模拟市场分析和用户研究。
- 每组使用在线调查工具设计问卷，收集数据，并进行初步分析。

5. 互动问答 (10 分钟)

- 教师提出问题，学生回答，以检验学生对市场分析和用户研究的理解。
- 学生提问，教师解答，以解决学生在实践活动中的疑惑。

6. 总结 (10 分钟)

- 教师总结市场分析和用户研究的关键点和学习成果。
- 强调这些技能在互联网运营中的实际应用价值。

7. 作业布置 (10 分钟)

- 要求学生撰写一份市场分析报告，包括对选定产品或服务的市场环境、目标用户和潜在机会的分析。

学习小结

- 本节课通过理论讲解和实践活动，使学生能够理解并应用市场分析与用户研究的方法。
- 学生能够独立设计和执行简单的市场分析和用户研究，并将结果应用于运营策略的制定。
- 通过小组讨论和实践活动，学生的团队合作和问题解决能力得到了提升。

教案：内容运营

学习目标

1. 掌握内容运营的策略和原则。
2. 学习内容创作和编辑的技巧。
3. 理解内容分发和推广的有效方法。
4. 能够制定并执行内容运营计划。

学习重点

1. 内容运营的定义和目标。
2. 内容创作流程和创意发想。
3. 内容编辑和优化技巧。
4. 内容推广渠道和策略。

学习难点

1. 如何创作有吸引力和价值的原创内容。
2. 内容与用户需求和品牌定位的匹配。
3. 多渠道内容分发的策略制定和执行。

课程思政

1. 倡导内容创作的正能量导向，鼓励学生创作弘扬中华优秀传统文化、革命文化和社会主义先进文化的内容，抵制低俗、庸俗、媚俗作品。
2. 强化知识产权保护意识，教育学生在内容运营中尊重原创、注明引用，杜绝抄袭、搬运等侵权行为，维护行业创作生态。

学习过程

1. 引入 (5 分钟)
 - 简短回顾上节课内容，引出内容运营的重要性。
2. 理论讲解 (20 分钟)
 - 讲解内容运营的定义、目标和关键指标。
 - 介绍内容运营的策略，包括内容规划、主题选择和内容日历的制定。
3. 案例分析 (15 分钟)
 - 分析成功的内容运营案例，讨论其策略和创意。
 - 学生分组讨论案例中的内容创作和分发策略。

4. 技能工作坊 (30 分钟)

- 教师演示内容创作的步骤，包括头脑风暴、草稿编写和编辑。
- 学生实践编写和编辑短文，教师提供反馈。

5. 实践活动 (20 分钟)

- 学生分组，为假定品牌制定内容运营计划，包括内容主题、风格和分发渠道。
- 每组展示其内容运营计划，并接受同学和教师的反馈。

6. 互动问答 (10 分钟)

- 教师提问，学生回答，以检验对内容运营的理解。
- 学生提问，教师解答，解决实践中遇到的问题。

7. 作业布置 (10 分钟)

- 要求学生独立完成一篇针对特定用户群体的内容创作，并制定相应的推广计划。

教案：社群运营

学习目标

1. 理解社群运营的概念和目标。
2. 掌握社群管理工具和策略。
3. 学习社群活动策划和执行的方法。
4. 能够分析社群数据并据此优化运营策略。

学习重点

1. 社群运营的目标和策略。
2. 社群管理工具的选择和使用。
3. 社群活动策划的关键要素。
4. 社群数据分析和用户行为理解。

学习难点

1. 如何建立和维护积极的社群文化。
2. 社群成员参与度的提升策略。
3. 社群数据的收集、分析和应用。

课程思政

1. 引导学生构建包容友善、互助共进的社群文化，倡导理性沟通，抵制网络暴力、恶意攻击等不良行为，打造积极健康的社群氛围。
2. 培养学生的集体主义精神，在社群运营中注重凝聚共识、团结成员，鼓励社群成员为公共利益发声，传递正能量。

学习过程

1. 引入 (5 分钟)
 - 通过提问和讨论，回顾社群运营的基本概念。
2. 理论讲解 (20 分钟)
 - 详细解释社群运营的目标、策略和重要性。
 - 介绍不同的社群平台和它们的特点。
3. 案例分析 (15 分钟)
 - 分析成功的社群运营案例，讨论其成功因素。
 - 学生分组讨论案例中的策略和可能的改进点。

4. 技能工作坊 (25 分钟)

- 教师演示如何使用社群管理工具，如 Facebook Groups、Discord 等。
- 学生实践创建虚拟社群，并模拟管理操作。

5. 实践活动 (25 分钟)

- 学生分组策划一个社群活动，包括目标设定、内容规划和执行步骤。
- 每组展示其社群活动计划，并进行角色扮演模拟活动执行。

6. 互动问答 (10 分钟)

- 教师提问，学生回答，以检验对社群运营的理解。
- 学生提问，教师解答，解决实践中遇到的问题。

7. 作业布置 (5 分钟)

- 要求学生撰写一份社群运营报告，分析一个现有社群的运营策略，并提出改进建议。

教案：数据分析与优化

学习目标

1. 理解数据分析在互联网运营中的重要性。
2. 掌握运营指标和关键绩效指标 (KPIs) 的设定。
3. 学习如何收集和分析运营数据。
4. 能够运用数据驱动的决策过程来优化运营策略。

学习重点

1. 数据分析的基本流程和方法。
2. 定义和跟踪关键运营指标。

3. 数据分析工具的选择和使用。
4. 数据解读和报告撰写。

学习难点

1. 数据收集的策略和工具的实际操作。
2. 从大量数据中提取有价值信息的能力。
3. 数据分析结果的解读和实际应用。

课程思政

1. 强调数据伦理，教育学生在数据收集、分析过程中尊重用户隐私，严格遵守数据安全相关法律法规，杜绝滥用、泄露用户数据的行为。
2. 培养学生的客观公正意识，要求数据分析以事实为依据，不篡改数据、不刻意误导，确保运营决策的科学性与真实性。

学习过程

1. 引入 (5 分钟)
 - 简短回顾上节课内容，引出数据分析在运营中的作用。
2. 理论讲解 (20 分钟)
 - 讲解数据分析的基本概念，包括数据收集、处理、分析和报告。
 - 介绍关键运营指标 (KPIs) 的定义和重要性。
3. 案例分析 (15 分钟)
 - 分析一个或多个品牌如何利用数据分析来优化其运营策略。
 - 学生分组讨论案例中的数据应用和策略调整。
4. 技能工作坊 (25 分钟)
 - 教师演示如何使用数据分析工具 (如 Google Analytics) 。

- 学生实践使用数据分析工具收集和分析模拟数据。

5. 实践活动 (25 分钟)

- 学生分组，为一个假定的产品或服务设计数据收集和分析计划。
- 每组展示其数据分析计划，并模拟如何基于数据做出运营决策。

6. 互动问答 (10 分钟)

- 教师提问，学生回答，以检验对数据分析流程的理解。
- 学生提问，教师解答，解决实践中遇到的问题。

7. 作业布置 (5 分钟)

- 要求学生撰写一份数据分析报告，包括选定的数据收集方法、分析过程和基于数据的建议。

教案：搜索引擎优化 (SEO)

学习目标

1. 理解 SEO 的基本原理和重要性。
2. 掌握关键词研究和应用的方法。
3. 学习网站优化的技巧。
4. 能够制定和执行基本的 SEO 策略。

学习重点

1. SEO 的定义和目的。
2. 关键词的选择和优化。
3. 网站结构和内容的 SEO 优化。
4. SEO 工具的使用。

学习难点

1. 理解搜索引擎的排名算法。
2. 实施有效的关键词策略。
3. 网站技术优化，如页面加载速度和移动友好性。

课程思政

1. 坚守 SEO 运营的诚信原则，教育学生拒绝黑帽 SEO 等违规手段，通过合规优化提升内容曝光度，维护搜索引擎生态的公平公正。
2. 引导学生利用 SEO 技术传播优质信息，助力正能量内容、公益知识、传统文化等获得更多曝光，发挥技术的正向价值。

学习过程

1. 引入 (5 分钟)
 - 通过讨论搜索引擎的使用习惯，引入 SEO 的概念。
2. 理论讲解 (20 分钟)
 - 详细解释 SEO 的目的和对互联网运营的影响。
 - 介绍搜索引擎的工作原理和排名因素。
3. 案例分析 (15 分钟)
 - 分析成功和失败的 SEO 案例，讨论其策略和执行。
 - 学生分组讨论案例中的 SEO 策略和可能的改进措施。
4. 技能工作坊 (25 分钟)
 - 教师演示如何进行关键词研究和分析。
 - 学生实践使用 SEO 工具（如 Google Keyword Planner）。

5. 实践活动 (25 分钟)

- 学生分组，为一个网站制定 SEO 优化计划，包括关键词策略和网站优化建议。
- 每组展示其 SEO 优化计划，并进行互评。

6. 互动问答 (10 分钟)

- 教师提问，学生回答，以检验对 SEO 概念和策略的理解。
- 学生提问，教师解答，解决实践中遇到的问题。

作业

- 选择一个实际的网站，分析其 SEO 现状，并提出具体的优化建议。

教案：社交媒体运营

学习目标

1. 理解社交媒体在互联网运营中的作用。
2. 掌握社交媒体内容策略的制定。
3. 学习社交媒体广告和推广的技巧。
4. 能够运用社交媒体工具进行有效的品牌传播。

学习重点

1. 社交媒体平台的特性和用户行为。
2. 内容创作与社交媒体营销的结合。
3. 社交媒体广告的类型和投放策略。
4. 社交媒体数据分析和效果评估。

学习难点

1. 创造性地结合品牌信息与社交媒体趋势。
2. 管理和维护积极的社交媒体品牌形象。
3. 社交媒体广告投放的 ROI（投资回报率）分析。

课程思政

1. 倡导社交媒体运营中的社会责任，引导学生主动传播主流价值观，抵制虚假信息、网络谣言，助力清朗网络空间建设。
2. 培养学生的文化自信，鼓励在社交媒体内容中融入中华优秀传统文化元素，讲好中国故事，提升民族文化的网络传播力。

学习过程

1. 引入（5分钟）
 - 讨论学生最常使用的社交媒体平台，引入社交媒体运营的概念。
2. 理论讲解（20分钟）
 - 讲解社交媒体运营的重要性和基本策略。
 - 介绍不同社交媒体平台（如 Facebook、Instagram、Twitter、LinkedIn）的特点。
3. 案例分析（15分钟）
 - 分析品牌如何通过社交媒体成功推广产品或服务。
 - 学生分组讨论案例中的策略和创意。
4. 技能工作坊（25分钟）
 - 教师演示如何规划社交媒体内容日历和创作吸引用户的内容。

- 学生实践为特定品牌或产品创作社交媒体帖子。

5. 实践活动 (25 分钟)

- 学生分组，为一个品牌制定社交媒体运营计划，包括内容主题、发布时间表和互动策略。
- 每组展示其社交媒体运营计划，并进行互评。

6. 互动问答 (10 分钟)

- 教师提问，学生回答，以检验对社交媒体运营的理解。
- 学生提问，教师解答，解决实践中遇到的问题。

作业

- 选择一个品牌，分析其在不同社交媒体平台上的表现，并提出优化建议。

教案：电子邮件营销

学习目标

1. 理解电子邮件营销在客户沟通和维护中的作用。
2. 掌握电子邮件营销的策略和最佳实践。
3. 学习电子邮件设计和测试的方法。
4. 能够运用电子邮件营销工具进行有效的营销活动。

学习重点

1. 电子邮件营销的策略和规划。
2. 电子邮件的设计原则和用户体验优化。
3. 电子邮件营销的法律和伦理问题，如反垃圾邮件法规。

4. 电子邮件营销的效果评估和优化。

课程思政

1. 强调尊重用户意愿的原则，教育学生严格遵守反垃圾邮件法规，不强制发送营销邮件，保护用户的通信自主权与隐私权。
2. 培养学生的诚信营销意识，要求电子邮件内容真实准确，不夸大产品功效、不隐瞒关键信息，维护品牌信誉与用户信任。

学习难点

3. 创建符合用户需求和品牌调性的电子邮件内容。
2. 遵守电子邮件营销法规，避免被视为垃圾邮件。
3. 分析电子邮件营销数据，进行有效的性能评估。

学习过程

1. 引入 (5 分钟)
 - 讨论电子邮件在日常生活中的作用，引入电子邮件营销的概念。
2. 理论讲解 (20 分钟)
 - 讲解电子邮件营销的定义、目的和组成部分。
 - 介绍电子邮件营销的最佳实践和策略。
3. 案例分析 (15 分钟)
 - 分析成功的电子邮件营销活动，讨论其创意和执行策略。
 - 学生分组讨论案例中的成功要素和可能的改进点。
4. 技能工作坊 (25 分钟)
 - 教师演示如何使用电子邮件营销工具（如 Mailchimp）创建和发送电子邮件。

- 学生实践设计一封电子邮件，包括撰写内容、选择模板和设置发送。

5. 实践活动 (25 分钟)

- 学生分组，为一个品牌或产品制定电子邮件营销计划，包括目标设定、内容规划和发送策略。
- 每组展示其电子邮件营销计划，并进行互评。

6. 互动问答 (10 分钟)

- 教师提问，学生回答，以检验对电子邮件营销的理解。
- 学生提问，教师解答，解决实践中遇到的问题。

作业

- 设计一封电子邮件营销活动，包括目标受众分析、邮件内容创意、设计草图和预期效果评估。

教案：移动营销

学习目标

1. 理解移动营销的特点及其在互联网运营中的重要性。
2. 掌握移动营销的策略和实施方法。
3. 学习如何通过移动应用和广告进行有效推广。
4. 能够运用移动营销工具进行用户分析和效果评估。

学习重点

1. 移动营销的趋势和用户行为。
2. 移动应用的推广策略和用户获取。

3. 移动广告网络和广告格式的选择。
4. 移动营销活动的策划和执行。

学习难点

1. 跨平台移动营销策略的制定。
2. 移动用户数据的分析和用户行为的理解。
3. 移动营销 ROI 的评估和优化。

课程思政

1. 坚守移动营销的合规底线，教育学生遵守移动广告监管规定、用户隐私保护法规，不进行骚扰式营销、违规收集用户信息。
2. 培养学生的创新报国意识，鼓励结合我国移动互联网技术优势，探索具有中国特色的移动营销模式，助力民族品牌走向世界。

学习过程

1. 引入 (5 分钟)
 - 讨论学生使用移动设备的习惯，引入移动营销的概念。
2. 理论讲解 (20 分钟)
 - 讲解移动营销的定义、重要性以及与传统营销的区别。
 - 介绍移动营销的主要渠道，包括应用商店、社交媒体和移动广告。
3. 案例分析 (15 分钟)
 - 分析成功的移动营销案例，讨论其策略和创意。
 - 学生分组讨论案例中的成功要素和可能的改进点。
4. 技能工作坊 (25 分钟)
 - 教师演示如何使用移动营销工具（如 Google AdWords 的移动广告）进行

广告投放。

- 学生实践创建一个简单的移动广告，并讨论其目标和预期效果。

5. 实践活动 (25 分钟)

- 学生分组，为一个品牌或产品制定移动营销计划，包括目标用户、推广渠道和效果评估。
- 每组展示其移动营销计划，并进行互评。

6. 互动问答 (10 分钟)

- 教师提问，学生回答，以检验对移动营销的理解。
- 学生提问，教师解答，解决实践中遇到的问题。

作业

- 选择一个品牌或产品，设计一个移动营销活动，包括目标用户分析、推广渠道选择、广告创意和效果评估计划。

教案：案例研究与分析

学习目标

1. 理解案例研究在互联网运营教育中的价值。
2. 掌握如何通过案例研究学习运营策略和实践。
3. 学习如何分析和评估不同运营策略的有效性。
4. 能够将案例研究的见解应用于实际运营情境。

学习重点

1. 案例研究的选择和分析框架。

2. 运营策略的评估和批判性思维。
3. 从案例中提取可行策略的能力。
4. 案例报告的撰写技巧。

学习难点

1. 识别和分析案例中的关键运营元素。
2. 理解和应用案例中的复杂概念和策略。
3. 将案例学习转化为实际可执行的运营计划。

课程思政

1. 选取具有社会责任感、践行正能量运营的案例，引导学生分析其商业成功与社会责任履行的内在联系，树立“义利兼顾”的运营理念。
2. 培养学生的批判性思维与价值判断力，在分析案例时不仅关注商业成效，更要审视其是否符合法律法规、公序良俗与社会公共利益。

学习过程

1. 引入 (5 分钟)
 - 讨论案例研究在商业教育中的作用，引入本课程的案例研究重点。
2. 理论讲解 (20 分钟)
 - 讲解案例研究的方法论，包括如何选择合适的案例、分析框架的构建。
 - 介绍案例分析的步骤，如背景调研、问题识别、策略评估和建议提出。
3. 案例分析 (30 分钟)
 - 深入分析一个具体的互联网运营案例，包括其背景、挑战、所采取的策略和结果。
 - 学生分组，每组负责案例的不同部分，进行深入研究并准备分享。

4. 实践活动 (30 分钟)

- 学生分组展示其案例分析的发现，包括关键运营策略、成功要素和可改进之处。
- 其他小组提供反馈，进行互动讨论。

5. 互动问答 (10 分钟)

- 教师提问，学生回答，以检验对案例分析的理解和洞察力。
- 学生提问，教师解答，解决分析过程中遇到的问题。

6. 作业布置 (5 分钟)

- 学生将被要求撰写一份详细的案例分析报告，总结他们的发现和建议。

作业

- 撰写一份详细的案例分析报告，总结所研究案例的运营策略、成效评估和改进建议。报告应包括案例背景、问题分析、策略评估和结论建议。

教案：项目实践

学习目标

1. 应用所学的互联网运营知识解决实际问题。
2. 掌握项目管理和团队协作的技能。
3. 学习如何规划、执行和评估一个完整的互联网运营项目。
4. 增强解决复杂运营问题的能力。

学习重点

1. 项目规划和时间管理。

2. 团队协作和沟通技巧。
3. 运营项目的执行和监控。
4. 项目成果的展示和评估。

学习难点

1. 将理论知识与实际运营场景相结合。
2. 协调团队成员以确保项目顺利进行。
3. 处理项目执行过程中的突发事件和挑战。

课程思政

1. 要求项目实践中坚守法律法规与公序良俗，鼓励将公益元素、社会责任融入运营项目，培养学生“以行践责”的实践精神。
2. 强化团队协作中的责任担当与沟通包容，引导学生在项目中分工协作、互相支持，培养集体荣誉感与团队合作精神。

学习过程

1. **引入 (5 分钟)**
 - 讨论项目实践的重要性和预期学习成果。
2. **项目规划 (20 分钟)**
 - 讲解项目规划的重要性，包括目标设定、资源分配和时间管理。
 - 介绍项目规划的工具和模板。
3. **团队组建和角色分配 (15 分钟)**
 - 学生自由组队，每组讨论并确定各自的项目主题和目标。
 - 每组分配角色，包括项目经理、市场分析师、内容创作者等。
4. **项目执行指导 (20 分钟)**

- 教师提供项目执行的指导，包括关键任务的分解、进度跟踪和风险管理。
- 讨论如何有效利用互联网运营工具和资源。

5. 实践活动 (40 分钟)

- 学生分组工作，开始规划和执行他们的互联网运营项目。
- 教师巡回指导，提供即时反馈和建议。

6. 项目进度检查 (15 分钟)

- 每组简要汇报项目进度，包括已完成的工作和遇到的挑战。
- 教师和同学提供反馈和建议。

7. 项目展示准备 (15 分钟)

- 讨论项目展示的要点，包括内容组织、视觉辅助和演讲技巧。
- 学生准备最终的项目展示材料。

8. 互动问答 (10 分钟)

- 教师提问，学生回答，以检验对项目实践的理解和掌握。
- 学生提问，教师解答，解决项目实践中遇到的问题。

作业

- 完成互联网运营项目的规划、执行和评估，准备最终的项目展示材料。

教案：高级运营策略

学习目标

1. 理解高级互联网运营策略的概念和应用。

2. 掌握如何制定和实施增长黑客策略。
3. 学习品牌建设和维护的高级技巧。
4. 能够运用危机管理和公关策略来应对潜在的运营挑战。

学习重点

1. 高级运营策略的框架和模型。
2. 增长黑客方法论和用户获取技巧。
3. 品牌资产管理和品牌故事讲述。
4. 危机沟通和声誉管理。

学习难点

1. 创新运营策略的构思和实施。
2. 品牌一致性和品牌体验的维护。
3. 危机情况下的有效沟通和决策。

课程思政

1. 强调高级运营策略的价值引领，引导学生在增长黑客、品牌建设中坚守道德底线，拒绝短期逐利、损害用户权益或社会利益的策略。
2. 培养学生的危机公关中的责任担当，教育学生在应对运营危机时坚持诚信沟通、主动担责，维护用户利益与社会公共利益。

学习过程

1. 引入 (5 分钟)
 - 通过讨论当前互联网运营的热点话题，引入高级运营策略的概念。
2. 理论讲解 (20 分钟)
 - 讲解高级运营策略的背景和重要性，包括增长黑客、品牌建设和危机管理。

- 介绍相关的理论模型和实际应用案例。

3. 案例分析 (20 分钟)

- 分析几个采用高级运营策略取得成功的品牌案例，讨论其策略和执行。
- 学生分组讨论案例中的策略选择和实施效果。

4. 技能工作坊 (25 分钟)

- 教师演示如何使用高级运营工具和技术，如数据分析工具、品牌管理软件等。
- 学生实践制定一个增长黑客策略或品牌推广计划。

5. 实践活动 (25 分钟)

- 学生分组，为一个品牌或产品制定一个高级运营策略，包括增长黑客策略、品牌提升计划或危机应对方案。
- 每组展示其策略，并进行互评。

6. 互动问答 (10 分钟)

- 教师提问，学生回答，以检验对高级运营策略的理解。
- 学生提问，教师解答，解决实践中遇到的问题。

作业

- 选择一个品牌或产品，设计一个高级运营策略，包括增长黑客策略、品牌提升计划或危机应对方案，并准备展示材料。