

《移动商务概论》课程 教学标准

课内学时数：36 学时

适用的专业范围及层次：高职院校移动商务专业学生

课程学分：2 学分

考核方式：考试

编制人：林宇

一、教学目的与要求

《移动商务概论》课程教学目的与要求如下：

序号	专业毕业要求	课程教学要求	关联程度
1	工程知识		
2	问题分析	学生应当熟悉移动营销在目前网络营销环境下的优势，能够掌握移动营销与运营用户和内容的定位和优化方法，掌握主流移动营销与运营方法	H
3	设计/开发解决方案	学习和锻炼移动营销策略方案的制订和执行能力，能够针对不同的营销渠道开展有效的营销与运营工作	H
4	研究	能够综合利用各种移动营销手段顺利开展营销与运营活动，发挥移动营销的合力	M
5	使用现代工具		
6	工程与社会		L
7	环境和可持续发展		
8	职业规范	提高移动营销与运营能力	L
9	个人和团队	案例分析与讨论要求学生分组，分担任务，学习配合	H
10	沟通	通过小组发言、提交案例报告增强团队协作能力	H
11	项目管理		H
12	终身学习		

注：“课程教学要求”栏中内容为针对该课程适用专业的专业毕业要求与相关教学要求的具体描述。“关联程度”栏中字母表示二者关联程度。关联程度按高关联、中关联、低关联三档分别表示为“H”“M”或“L”。“课程教学要求”及“关联程度”中的空白栏表示该课程与所对应的专业毕业要求条目不相关。

二、课程内容与学识分配

移动互联网技术、移动设备和无线网络的日益普及，使移动互联网呈现出惊人的发展速度，并向人们的生产、生活、工作、学习等各个领域全方位地渗透。任何人在任何时间、任何地点只要接入无线网络，利用智能手机就可以享用互联网上的海量信息。

移动互联网是互联网发展的一个新阶段，其最大的优势是实现了随时、随地、随身，无缝链接、方便快捷，摆脱了PC时代“在线”的限制。移动互联网的这些优势也为企业带来了新机遇，如企业、产品、消费者之间形成了最短链条；人们的多样化需求得到了最大限度的满足；现实和虚拟实现了高度交融；微信、手机淘宝等一大批移动应用迅速崛起。

越来越多的企业看到了移动互联网的价值与前景，纷纷展开移动营销（移动营销也叫移动互联网营销），寻求营销模式上的创新。本书全面阐述了企业、商家如何进行移动互联网营销，分别从概念，特征，体系打造，应具备的思维，营销策略，及其具体的方法（包括微信、移动APP、移动广告、移动直播平台，微店、微商城和社交媒体平台等）等多层面内容进行详细解读。本书旨在成为移动营销领域的工具书、参考书，打造一个系统、全面的移动营销体系。学生通过对本书的学习，可以从思维模式、战略、战术到技术方法，对移动营销有一个全方位、多层面的认识，并将其理论可以灵活应用到实战操作中。

课程名称：移动商务概论

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：2

先修课程：无

选用教材：《移动电子商务》包乌兰托亚 ISBN: 9787567014381 上海交

通大学出版社 978-7-313-25030-8

适用专业：本书适合作为应用型本科院校、职业院校移动商务、网络营销、电子商务及相关专业的教学用书，同时适合对移动营销感兴趣的新媒体行业从业者使用。

课程负责人：林宇

三、教学建议

1. 采用导入案例的形式，理论结合实际，通过课堂提问和讨论的方式，促进学生更加全面理解移动营销的相关知识，并提高营销实践的动手能力；
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，提高实际应用能力；
3. 提高学生的运营思维与营销手段。

四、理论教学内容

章节	名称	主要内容	重难点关键词	学时	类型
1	了解移动互联网及其营销的概念、特征	<ul style="list-style-type: none">◇ 移动电子商务的概念和特征◇ 移动互联网的概念和特征◇ 移动营销的概念和特征	<ul style="list-style-type: none">❖ 什么是移动电子商务？❖ 什么是移动互联网？❖ 什么是移动营销？	2	理论讲授
2	打造移动营销体系的3个前提	<ul style="list-style-type: none">◇ LBS技术的核心概念和基本应用◇ O2O的核心概念、营销模式和基本应用◇ O2O闭环的4种模式◇ 在线支付移动平台的4大体系	<ul style="list-style-type: none">❖ 什么是LBS技术？LBS技术的4个组成部分是什么？❖ 什么是O2O？O2O的核心内容是什么？O2O闭环可以分为几种模式？	2	同上
3	移动营销人员应练就的6种思维	<ul style="list-style-type: none">◇ 碎片化思维的3类运作思路◇ 用户需求的5个方面◇ 免费思维中免费的目的和本质◇ 社群的概念、特点及	<ul style="list-style-type: none">❖ 什么是碎片化思维？❖ 互联网思维对企业营销活动有什么影响和作用？❖ 社群营销的最大特点是什么？它的	2	同上

		<p>优势</p> <ul style="list-style-type: none"> ◇ 产品思维中必须抓住的3个关键点 ◇ 大数据思维对移动营销的作用及大数据分析方法 	传播优势有哪些?		
4	实施和执行移动营销的5种策略	<ul style="list-style-type: none"> ◇ 展开病毒式传播的途径和方法 ◇ 做好口碑宣传的5个关键点 ◇ 扩大社群的构建方法和平台 ◇ 自媒体平台运用 ◇ 利用热点事件和明星效应打造营销手段 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ 什么病毒式传播? ❖ 扩大社群的构建方法是什么? ❖ 学习制作一个推广前切合可行的营销方案 	4	同上
5	微信营销:开创移动营销的新时代	<ul style="list-style-type: none"> ◇ 个人微信的特点和营销方法 ◇ 微信公众平台的类型、作用和设置 ◇ 微信小程序的概念、应用场景和传播优势 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ 个人微信如何进行营销? ❖ 微信公众平台在营销中的作用?微信公众平台如何进行营销? ❖ 通过微信进行营销有什么技巧? 	4	同上
6	微店/微商城:将实体店“搬进”移动端	<ul style="list-style-type: none"> ◇ 微店进行产品推广的3个技巧 ◇ 微商城的3大管理系统 ◇ 微店和微商城的区别 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ 为什么说微店开启了移动营销新时代? ❖ 微店进行产品推广的方法技巧有哪些? 	4	同上
7	手机淘宝:淘宝电子商务转向移动端的标志	<ul style="list-style-type: none"> ◇ 手机淘宝的优势 ◇ 手机淘宝界面设置 ◇ 手机淘宝营销技巧 ◇ 微淘的发布与管理 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ 手机淘宝的优势是什么? ❖ 手机淘宝营销如何创建自己的促销活动? 	2	同上
8	移动App:移动营销的中流砥柱	<ul style="list-style-type: none"> ◇ 移动App的易传播性 ◇ 移动App互动性强的特点 ◇ 移动App的各种营销方式 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ 什么是移动App? ❖ 移动App在移动营销中的地位和作用是什么? ❖ 移动App的营销方式有哪些? 	2	同上

		<ul style="list-style-type: none"> ◇ 移动 App 的功能设置 ◇ 学习如何提高移动 App 的内容质量 			
9	移动广告：带动移动互联网产品精准对接市场	<ul style="list-style-type: none"> ◇ 移动广告的概念和特点 ◇ 移动广告的表现形式 ◇ 移动广告的行业现状 ◇ 移动广告的策划方案和推广技巧 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ 什么是移动广告？移动广告有什么特点？ ❖ 移动广告都有哪些表现形式？ ❖ 移动广告的行业现状如何？ ❖ 移动广告的投放流程是什么？ 	2	同上
10	移动直播平台：将移动互联网产品打造成“网红”产品	<ul style="list-style-type: none"> ◇ 移动直播快速形成的背景条件 ◇ 移动直播营销的优势 ◇ 移动直播的主要类型 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ 什么是移动直播？移动直播是在什么现实条件下产生和形成的？ ❖ 移动直播有哪些优势？ ❖ 移动直播有哪些主要类型？ 	2	同上

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	4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。

六、课程改革与建设

该课程为高等院校电子商务职业细分化创新型规划教材系列丛书，教学形式采用案例导入的形式，相对于纯理论知识的枯燥讲解方式，本书结合案例与实训内容，能够让学生学习到更加实用的知识，掌握更多有效的营销与运营技巧。

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%。

七、建议使用教材及参考书

选用教材：《移动电子商务》 包乌兰托亚 ISBN：9787567014381 上海交通大学出版社 978-7-313-25030-8

适用专业：本书适合作为应用型本科院校、职业院校移动商务、网络营销、电子商务及相关专业的教学用书，同时适合对移动营销感兴趣的新媒体行业从业者使用。

参考书：《移动商务概论》 张润彤，朱晓敏 ISBN：9787301137888 北京大学出版社