

XXXX 学校

**互联网营销理
论与工具运用**

课程概述

承担课程的专业部 _____

承担课程的教研组 _____

集体备课教师团队 _____

课 程 总 学 时 _____

授 课 教 师 _____

授 课 班 级 _____

授 课 学 期 _____

教 材 名 称 _____

编 制 时 间 _____

XXXXXXXX 教务科制

《互联网营销理论与工具运用》课程概述

课程名称	《互联网营销理论与工具运用》		
授课班级			
授课专业			
使用教材	《互联网营销理论与工具运用》	教材出版社	
授课周数	17	课程周学时	4
课程教学概述			
课程背景及教材分析	<p>在信息技术不断发展的背景下，互联网进入到 3.0 时代，互联网的发展衍生出众多新型营销模式，如互联网搜索引擎营销、EDM 营销、社交媒体营销、视频营销、直播营销等，不断强化学生的互联网市场营销思维，提升互联网营销技术水平。</p> <p>教材编写要符合国家课程设置和本课程标准，遵循规范性、科学性、适用性、职业性，充分体现基于工作过程项目课程的设计思想，突出对中等职业学校学生的职业能力培养的思路，体现以就业为导向，以学生为本的原则，注重启发和引导学生思考，以此激发学生的兴趣。</p> <p>教材开发过程中，结合企业实际业务，将互联网营销基础理论和行业新知识、新趋势、新模式、新方法进行科学、合理的融合，引进最新的、经典的、具有引导性的案例，进一步充实教材内容。同时，充分利用现代信息技术及移动终端设备，将文字与声音、图片、视频等多媒体资源有机结合，不断丰富教材呈现形式，提升学生学习的沉浸感和参与度，促进学生主动有效的学习。</p> <p>教材的内容编写重视学习活动、学习情境的设计，引导学生主动探究，学以致用，提高学生自主学习和自我评价的能力；教材的编写注重与现代化信息技术的融合，充分利用信息技术手段，提供丰富多样的音频、视频等数字化资源，使教学更生动直观，学习更便捷有效。</p> <p>教材在体例结构上特别设计了自学探究模块，启发学习者自主学习与探究，提高学习的主观能动性；在每个学习任务前设置了引导案例模块，从企业实际案例出发，让学员更加直观地理解工作任务；在每个任务的知识讲解后都设置有任务演练，将理论知识落地到实践操作上，强化学生对理论的理解，以及增加对工作任务步骤的实操经验积累；在项目最后设置了素能加油站与职业技能训练，培养学生综合职业素养，将素质能力教育与职业技能教育同步开展，达成学科核心素养的培养目标，体现“岗课赛证”融通和“教学做”一体化的教学理念。</p>		
课程内容	<p>课程在教学内容上从互联网营销相关岗位的工作任务出发，以完整的工作流程为主线，通过企业应用案例引导学生进行理论知识的学习与实践任务的探究演练。本书按工作项目的不同与层次关系，共分为八个项目，包括走进互联网营销、互联网营销市场调研、互联网搜索引擎营销、互联网 EDM 营销、互联网社交媒体营销、互联网视频营销、互联网直播营销、互联网营销方案策划。</p>		

	其中前七项属于课程的基础教学模块，后一项目为拓展模块，从基础认识到工作实训带领学生全面学习互联网营销的理论与工具运用。全书面向具体工作任务，在八个项目下分设共 24 个学习任务为基本知识单元，使学员对互联网营销的整体内容进行更系统、结构更清晰的认识与学习。			
课程教学目标	<p>本课程全面贯彻党的教育方针，落实立德树人根本任务，案例自然体现思政育人元素。通过理论知识学习、基础技能训练和综合应用实践，培养中等职业学校学生符合时代要求的互联网营销理论和适应职业发展需要的互联网工具运用能力。</p> <p>课程通过多样化的教学形式，帮助学生认识互联网营销市场调研、互联网搜索引擎营销、互联网 EDM 营销、互联网社交媒体营销、互联网视频营销、互联网直播营销等理论知识，掌握互联网营销工具的应用技能，使学生能够对互联网营销相关岗位及岗位职责有一定的认识，能够初步进行职业规划；能够系统了解互联网营销的理论基础；能够充分认识互联网营销环境调研、互联网营销工具和手段、互联网营销目标设定和互联网营销过程实施；能够灵活应用互联网营销工具和方法开展营销活动。</p>			
课程重难点	课程重难点包括包含走进互联网营销、互联网营销市场调研、互联网搜索引擎营销、互联网 EDM 营销、互联网社交媒体营销、互联网视频营销、互联网直播营销 7 个部分内容及互联网营销方案策划 1 个专题。			
课程内容设计与教学策略	模块	内容	学时	教学策略
	基础模块	走进互联网营销	4	案例教学法、合作探究法
		互联网营销市场调研	8	案例教学法、操作演示法
		互联网搜索引擎营销	8	任务驱动法、自主体验法
		互联网 EDM 营销	8	讲授法、操作演示法
		互联网社交媒体营销	12	任务驱动法、操作演示法 情景教学法
		互联网视频营销	8	讲授法、操作演示法、自主探究法
		互联网直播营销	10	讲授法、案例教学法、自主探究法
	拓展模块	互联网营销方案策划	10	讲授法、案例教学法
课程思政内容与设计	企业项目、任务案例自然融入思政元素，引导学生参加社会实践、关注专业、行业法律法规及新模式，培养学生经世济民，诚信经营，诚信宣传、诚信服务的职业精神，体现人文精神，法治精神、诚信精神、爱国情怀、乡村振兴、中华优秀传统文化、民族自信、创新开拓精神等思政元素。			
信息技术应用	信息化教学平台 数字媒体			

《互联网营销理论与工具运用》课程教案

授课课题	走进互联网营销		
授课日期		学时数	4
授课班级		授课地点	
教学内容	课程思政内容： “互联网+”让传统文化“活”起来		
	本次课教学主要内容： 1. 认识互联网营销 2. 梳理互联网营销人才岗位技能 3. 整理互联网营销主流工具清单		
学情分析	知识基础	在开始该课程之前，学生已经在课前自学探究中了解了互联网营销基础概念、特点等相关知识，具备了互联网营销的基本理念和意识。	
	能力水平	当代学生，由于处于互联网时代，熟悉互联网营销的现状、人材岗位技能、营销方式和意义等，但是缺乏一定的实战经验，并且对互联网营销的知识认知不够专业。	
	行为特征	能够独立利用互联网进行网上购物以及知识搜索、社交、推广、宣传等一系列的相关活动。	
	思政基础	具备严谨、认真、独立和创新的能力，并且能够遵纪守法，严格按照国家法律完成教学任务。	
教学目标	知识目标	1. 认识互联网营销的概念及特点； 2. 了解互联网营销的现状与发展趋势； 3. 熟悉互联网营销的人才岗位及对应的岗位技能； 4. 清楚互联网营销的主流工具。	
	能力目标	1. 能够梳理出互联网营销的所涉及的人才岗位，并整理出所应具备的技能； 2. 能够整理出互联网营销的主流工具，并掌握不同营销工具的使用场景及特点。	
	素质目标	1. 具备互联网营销思维，能够通过互联网营销渠道宣传中国传统文化，建立起民族文化自信心。	

教学重难点	教学重点	1. 互联网营销分析； 2. 互联网营销岗位与岗位职责认知； 3. 利用主流工具开展互联网营销。
	教学难点	1. 互联网营销的现状与发展趋势分析； 2. 利用互联网营销工具开展营销。
教学策略	教学组织	课堂上“以学生为主体”，通过教学课件、教学案例、微课视频等资源，在教师引导下，以情境教学为重点，初步实现教学目标。
	教学方法	案例法、讨论法、讲授法、引导法、演示法
教学准备	学生课前预习内容	1. 互联网营销的概念、特点 2. 互联网营销的主流工具 3. 互联网营销的人才岗位与具备技能
	教学环境准备	多媒体教室
	教学资源准备	微课视频、教学案例、教学课件

第 1-2 课时教案

教学环节	教 学 内 容	学生活动	设计意图
复习环节	自学检查（5min）	学生以小组为单位对课前自学情况进行讨论，教师抽查 2-3 个小组代表对自学情况进行阐述，从而引出本节课所要学习的知识	讨论的教学方式，不仅可以活跃课堂气氛，而且可以调动学生的积极性，帮助学生在愉快的氛围下进行知识的学习。
导入环节	案例引入：《茉莉花营销》（5min）	学生认真分析案例，并结合案例思考回答问题	通过教学案例分析，让学生对互联网营销有一个初步的认知。

<p>讲授演示环节</p>	<p>一、认识互联网营销知识讲解（20min）</p> <p>（一）互联网营销认知</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 互联网营销的概念 2. 互联网营销的特点 <p>（二）互联网营销的现状与发展趋势</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 互联网营销的现状 2. 互联网营销的发展趋势 <p>二、梳理互联网营销人才岗位技能知识讲解（15min）</p> <p>（一）互联网营销相关岗位介绍</p> <p>互联网营销所涉及职业有：市场营销专员、网络编辑、数据分析人员、选品员、直播销售员、视频创推员及平台管理员等。</p> <p>（二）互联网营销岗位职责</p> <p>该部分主要介绍选品员、直播销售员、视频创推员及平台管理员所对应的工作内容与岗位能力要求。</p> <p>三、任务演练（25min）</p> <p>（一）互联网营销探索的任务演练</p> <p>实施步骤为：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 探究互联网营销的特点 2. 探究互联网营销的现状与发展趋势 <p>（二）互联网营销岗位人才技能探究的任务演练</p> <p>实施步骤为：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 探究互联网营销的常见岗位 2. 探究不同互联网营销岗位的人才技能要求 3. 总结提炼企业互联网营销团队中核心岗位构成 	<p>学生根据教师上课流程进行学习：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 学生先通过教师的知识讲解了解互联网营销的概念、特点以及现状与发展趋势，接下来再梳理互联网营销人才岗位技能的内容。并分小组讨论课中思考题，将讨论结果进行总结汇报，教师根据学生汇报结果进行补充说明和答疑。 2. 随后引导学生进行任务演练，学生根据教师安排的任务演练流程分组进行实际操作，并做好笔记。教师根据学生演练结果进行评价打分，各小组之间进行互评，最后再进行自我评价。 	<p>学生可自由分成两大组，分别进行任务1和任务2的演练，最后分享心得和收获，激发学生对于互联网营销知识的学习兴趣，同时进行互动反馈，方便学生及时进行查缺补漏。</p>
---------------	--	---	--

课堂测评环节	教师提出问题（5min）：1. 根据你身边的互联网营销场景，想一想互联网营销给你的生活带来了哪些便利？ 2. 根据个人的互联网购物体验，你觉得未来的互联网营销发展如何？	学生根据教师提出的问题进行回答，并做好笔记	以提问的方式来检测学生在课中对知识点的掌握程度，提高学生自主学习的主观能动性。
课堂小结环节	教师根据学生测评结果进行答疑和总结（5min）	学生认真听讲并做好笔记	以答疑解惑的方式帮助学生温习本节课所学知识，有助于学生更好的理解新知。
作业布置	结合自身身边熟悉的互联网营销岗位，并通过网络搜索的方式，梳理出互联网营销人才的岗位技能，总结记录操作流程。	学生课后进行实践操作，并将实践结果进行记录	培养学生的动手能力和社会实践能力，帮助学生理解互联网营销的人才岗位技能。
课堂反思与诊改			
课堂教学效果	1. 学生能够阐述出互联网营销的概念、特点及分类； 2. 学生能够结合当前互联网的发展情况，进行互联网营销的现状与发展趋势分析； 3. 学生能够概况出身边熟悉的互联网营销岗位，并能清楚的阐述各岗位的工作内容及技能要求。		
教学反思与改进	1. 学生实践操作的部分较少，对于学生动手能力的培养时间不够。 改进：增加学生实践操作环节，并多让学生自主进行探索。 2. 讲课过程中，教师的教学方式不够多样化，主要是以讲授为主。 改进：提高教师教学多样化，活跃课堂气氛并调动学生的积极性。		
板书设计			

<div>任务一 认识互联网营销</div> <div>一、互联网营销认知</div> <div>(一) 互联网营销的概念</div> <div>(二) 互联网营销的特点</div> <div>想一想:</div> <div>1. 根据你身边的互联网营销场景,想一想互联网营销给你的生活带来了哪些益处?</div> <div>二、互联网营销的现状与发展趋势</div> <div>(一) 互联网营销的现状</div> <div>(二) 互联网营销的发展趋势</div> <div>想一想:</div> <div>1. 结合自身的实际情况,谈谈你遇到的互联网营销所存在的一些问题?</div> <div>2. 根据个人的互联网购物体验,你觉得未来的互联网营销发展如何?</div> <div>任务二 梳理互联网营销人才岗位技能</div> <div>一、互联网营销相关岗位介绍</div> <div>(一) 选品员 (二) 直播销售员</div> <div>(三) 视频创推员</div> <div>(四) 平台管理员</div> <div>想一想:</div> <div>1. 结合身边的所遇到的互联网营销方式,想一想你熟悉的互联网营销岗位都有哪些?</div> <div>二、互联网营销岗位职责</div> <table><tr><td>岗位名称</td><td>工作内容</td><td>岗位能力要求</td></tr><tr><td>选品员</td><td></td><td></td></tr><tr><td>直播销售员</td><td></td><td></td></tr><tr><td>视频创推员</td><td></td><td></td></tr><tr><td>平台管理员</td><td></td><td></td></tr></table>			岗位名称	工作内容	岗位能力要求	选品员			直播销售员			视频创推员			平台管理员		
岗位名称	工作内容	岗位能力要求															
选品员																	
直播销售员																	
视频创推员																	
平台管理员																	

第 3-4 课时教案

教学环节	教 学 内 容	学生活动	设计意图
复习环节	互联网营销与互联网营销人才岗位技能（5min）	学生根据教师的提问进行作答，复习并巩固上节课所学知识	以提问的方式，不仅可以活跃课堂气氛，而且可以调动学生的积极性，帮助学生在愉快的氛围下进行知识的学习。
导入环节	案例引入：《某某旺多渠道互联网营销》（5min）	学生认真分析案例，并结合案例思考回答问题	通过教学案例分析，让学生初步了解互联网营销的主流工具。

讲授演示环节	<p>一、知识讲解（30min）</p> <p>（一）搜索引擎营销</p> <p>（二）电子邮件营销</p> <p>（三）IM 营销</p> <p>（四）社会化媒体营销</p> <p>根据营销内容形式的不同可以将社会化媒体营销分为图文营销工具和音视频营销工具。</p> <p>（五）互联网广告营销</p> <p>互联网广告营销工具包括 H5 营销工具与广告投放营销工具。</p> <p>二、任务演练（30min）</p> <p>互联网营销方式及主流工具探索的实操训练过程：</p> <p>1. 探究互联网营销的方式</p> <p>2. 搜索互联网营销的主流工具</p>	<p>学生根据教师上课流程进行学习：</p> <p>1. 先通过知识讲解了解互联网营销方式及主流工具的内容，并分小组讨论课中思考题。将讨论结果进行总结汇报，教师根据学生汇报结果进行补充说明和答疑。</p> <p>2. 学生根据教师安排的任务演练流程分组进行实际操作，并做好笔记。教师根据学生演练结果进行评价打分，各小组之间进行互评，最后再进行自我评价。</p>	<p>通过教师案例展示的教学方式让学生直观地接受新知识，同时组织学生分组讨论并分享学习心得和收获，激发学生对互联网营销方式及主流工具知识的认知与兴趣，第三进行互动反馈，方便学生及时进行查缺补漏。</p>
课堂测评环节	<p>教师提出问题（5min）：</p> <p>1. 除了以上内容所介绍的几种互联网营销工具外，你还知道哪些主流工具？</p> <p>2. 你能整理出各个互联网营销工具的使用场景和特点吗？</p>	<p>学生根据教师提出的问题进行回答，并做好笔记</p>	<p>以提问的方式检测学生对课中知识点的掌握程度，提高学生自主学习的主观能动性。</p>
课堂小结环节	<p>教师根据学生测评结果进行答疑和总结（5min）</p>	<p>学生认真听讲并做好笔记</p>	<p>以答疑解惑的方式帮助学生温习本节课所学知识，有助于学生更好的理解新知。</p>
作业布置	<p>结合营销目的，选择自己比较熟悉的互联网营销方式，再确定一种合适的互联网营销工具，完成互联网营销的操作，总结记录操作流程。</p>	<p>学生课后进行实践操作，并将实践结果进行记录</p>	<p>培养学生的动手能力和社会实践能力，帮助学生掌握利用互联网营销工具开展互联网营销的流程。</p>
课堂反思与诊改			

课堂教学效果	1. 学生能够阐述出常用的互联网营销方式及工具； 2. 学生能够结合具体案例确定营销方式与营销工具； 3. 学生能够独立完成利用主流互联网营销工具进行互联网营销的一整个流程。
教学反思与改进	1. 学生实践操作的部分较少，对于学生动手能力的培养时间不够。 改进：增加学生实践操作环节，并多让学生自主进行探索。 2. 讲课过程中，教师答疑解惑环节时间较少，学生自主学习内容的深度不够。 改进：增加教师答疑的时间，并有针对性的引导课堂内容。
板书设计	
<p style="text-align: center;">任务三 整理互联网营销主流工具清单</p> <p>一、搜索引擎营销</p> <p>二、电子邮件营销</p> <p>三、IM 营销</p> <p>四、社会化媒体营销</p> <p>（一）图文营销工具</p> <p>1. 新媒体营销工具</p> <p>2. 自媒体营销工具</p> <p>（二）音视频营销工具</p> <p>1. 视频营销</p> <p>（1）短视频营销</p> <p>（2）直播营销</p> <p>想一想：</p> <p>1. 搜集身边的视频营销工具，除了上述视频营销工具外，你还知道哪些视频营销工具？</p> <p>2. 结合自身的实际生活，想一想还可以通过哪些渠道进行直播营销？</p> <p>2. 音频营销</p> <p>五、互联网广告营销</p> <p>（一）H5 营销</p> <p>（二）广告投放营销</p>	