

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 \_\_\_\_\_

XXXXXXXXX 学校教务科制

# 《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	互联网营销市场调研		
授课日期		学时数	8
授课班级		授课地点	
教学内容	课程思政内容： 市场调查的原则和基本要求		
	本次课教学主要内容： 1. 理解互联网市场调研步骤 2. 认识常见的线上市场调研工具 3. 制作与实施线上市场调研问卷		
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市场调研、市场调研方法、互联网市场调研步骤等相关知识，具备了互联网营销市场调研的基本理念和意识。	
	能力水平	当代学生，在互联网营销的背景下，对互联网市场调研有一些基础认知，但是缺乏一定的市场调研实战经验，并且对互联网市场调研的知识认知也不够专业。	
	行为特征	能够独立利用互联网进行市场调研目标的确定、调研方案的设计、信息的收集与分析、调研报告的撰写、调研工具的选择、调研问卷的制作等一系列的相关活动。	
	思政基础	具备收集、整理与分析信息的基本能力，以及严谨、认真、独立和创新的能力，并且能够遵纪守法，按照国家法律完成教学任务。	
教学目标	知识目标	1. 理解互联网市场调研的步骤； 2. 认识常见的线上市场调研工具； 3. 了解互联网市场调研问卷的基本内容； 4. 明确市场调研问卷制作的注意事项。	
	能力目标	1. 能够完成互联网市场调研方案的设计； 2. 能够收集与分析互联网信息； 3. 能够撰写互联网市场调研报告； 4. 能够制作与实施线上市场调研问卷。	
	素质目标	1. 培养学生收集、整理与分析信息的基本能力； 2. 锻炼与培养学生团队协作的能力； 3. 培养学生的语言和文字表达能力； 4. 提升学生的思维能力与创新意识。	

教学重难点	教学重点	1.互联网市场调研步骤; 2.常见的线上市场调研工具认知。
	教学难点	1.撰写互联网市场调研报告; 2.利用线上市场调研工具制作与实施线上市场调研问卷。
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.互联网市场调研的步骤 2.常见的线上市场调研工具 3.制作与实施线上市场调研问卷的基本操作
	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	走进互联网营销 (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:《XX 基:北京首家店的诞生》(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市场调研有一个初步的认知。

讲授演示环节	<p>一、知识讲解（40min）</p> <p>（一）明确市场调研目标</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 了解行业现状及发展趋势；</li> <li>2. 了解网店用户对产品的购买偏好、满意度等；</li> <li>3. 进行用户洞察并挖掘新的需求。</li> </ol> <p>（二）设计市场调研方案</p> <p>市场调研方案内容包括：确定调研对象、确定调研时间、确定调研内容、确定调研方法、确定人员需求和经费等。</p> <p>（三）收集市场调研信息</p> <p>（四）分析市场调研信息</p> <p>（五）撰写市场调研报告</p> <p>二、任务演练（20min）</p> <p>互联网市场调研步骤的实施：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 探究市场调研方案的设计流程</li> <li>2. 探究市场调研信息的收集、分析方法</li> <li>3. 探究市场调研报告的撰写流程</li> </ol>	<p>学生根据教师上课流程进行学习：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 学生通过教师引入的案例及知识讲解了解了解互联网营销市场调研的步骤，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。</li> <li>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。</li> </ol>	<p>通过教师讲授与案例引入相结合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，激发学生对于互联网市场调研步骤的学习与兴趣，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> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 互联网市场调研方案包括哪些要素？</li> <li>2. 撰写互联网市场调研报告的注意事项有哪些？其步骤及要点是什么？</li> </ol>	<p>学生根据教师提出的问题进行了回答，并做好笔记</p>	<p>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。</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>请同学们结合本任务的知识学习，梳理出互联网市场调研步骤，并总结记录其操作流程。</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，帮助学生理解互联网营销市场调研的步骤。</p>
课堂反思与诊改			

<p><b>课堂教学效果</b></p>	<p>1. 学生能够阐述互联网营销市场调研的步骤；</p> <p>2. 学生能够结合本任务的知识学习，总结市场调研方案的设计要点；</p> <p>3. 学生能结合自学探究的结论，总结市场调研信息收集与分析的方法；</p> <p>4. 了解撰写互联网市场调研报告的步骤及要点。</p>
<p><b>教学反思与改进</b></p>	<p>1. 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。</p> <p>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。</p>
<p><b>板书设计</b></p>	
<p style="text-align: center;"><b>任务一 理解互联网市场调研步骤</b></p> <p>一、明确市场调研目标</p> <p>市场调研的目标包括：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 了解行业现状及发展趋势；</li> <li>2. 了解网店用户对产品的购买偏好、满意度等；</li> <li>3. 进行用户洞察并挖掘新的需求。</li> </ol> <p>二、设计市场调研方案</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>（一）确定调研对象</li> <li>（二）确定调研时间</li> <li>（三）确定调研内容</li> <li>（四）确定调研方法</li> <li>（五）确定人员需求和经费</li> </ol> <p>想一想：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 除了以上内容，互联网市场调研方案还应该包括哪些要素？</li> <li>2. 除了网络问卷调查，小孙还可以采用哪些调研方法进行市场调研？</li> </ol> <p>三、收集市场调研信息</p> <p>四、分析市场调研信息</p> <p>五、撰写市场调研报告</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>（一）市场调研报告的结构</li> </ol> <p>市场调研报告没有固定的格式，一般包括封面、目录、摘要、正文、附录五个部分。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>（二）市场调研报告的撰写</li> </ol> <p>步骤 1：确定标题。</p> <p>步骤 2：确定开头并撰写。</p> <p>步骤 3：确定论述方法，并撰写论述部分</p> <p>步骤 4：确定结尾方式，并撰写结尾部分</p> <p>想一想：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 互联网市场调研报告撰写的注意事项有哪些？</li> <li>2. 撰写互联网市场调研报告的步骤及要点是什么？</li> </ol>	

## 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	理解互联网市场调研步骤（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：《新能源汽车消费者市场调研》（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，让学生初步认识常见的线上市场调研工具。
讲授演示环节	<p>一、知识讲解（40min）</p> <p>（一）腾讯问卷</p> <p>1. 了解腾讯问卷</p> <p>2. 腾讯问卷的特点</p> <p>（二）麦客</p> <p>1. 了解麦客</p> <p>2. 麦客的特点</p> <p>（三）问卷星</p> <p>1. 了解问卷星</p> <p>2. 问卷星的特点</p> <p>（四）调查派</p> <p>1. 了解调查派</p> <p>2. 调查派的特点</p> <p>二、任务演练（20min）</p> <p>常见的线上市场调研工具的实施过程：</p> <p>（一）探究市场调研的内容与方法</p> <p>（二）探究常见的线上市场调研工具</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腾讯问卷、麦客、问卷星及调查派等常见线上市场调研工具的特点及应用，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>	以分组讨论的方式让学生进行学习心得的分享，激发学生对于新知识的学习兴趣，教师根据学生自主学习结果进行答疑和补充，实现课堂上“以学生为主体”的教育理念。同时小组以及学生自己针对本次课内容进行自评和互评，帮助学生了解自己学习结果，加深对知识的理解和吸收。



课堂测评环节	教师提出问题（5min）： 1. 除了本任务中介绍的几款线上市场调研工具，你还知道哪些？ 2. 线上市场调研工具的主要应用场景有哪些？	学生根据教师提出的问题进行搜索，并做好笔记	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。
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	结合常见的线上市场调研工具各自的特点和应用，根据实际需要，选择合适的线上市场调研工具展开调研工作，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，帮助学生掌握常见线上市场调研工具的特点及应用。
课堂反思与诊改			
课堂教学效果	1. 学生能够结合自学探究，总结出线上市场调研工具； 2. 学生能够了解常见的线上市场调研工具各自的特点和应用； 3. 学生能够根据实际需要，选择合适的线上市场调研工具展开调研工作。		
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			

## 任务二 认识常见的线上市场调研工具

### 一、腾讯问卷

#### （一）了解腾讯问卷

腾讯问卷是腾讯公司推出的完全免费、专业的在线问卷调查平台。

#### （二）腾讯问卷的特点

1. 完全免费使用，无任何限制
2. 界面简洁轻量，容易上手
3. 模板丰富专业，创建方式灵活
4. 多终端自适应，问卷投放灵活
5. 数据实时在线统计，专业快速

### 二、麦客

#### （一）了解麦客

一款帮助用户进行信息收集、市场开拓、客户挖掘并展开持续营销活动的管理平台。

#### （二）麦客的特点

1. 用“表单”重新定义信息收集方式
2. 打造以“用户行为轨迹”为核心的联系人管理方式
3. 让用户自定义的专属邮件营销（EDM）平台
4. 通过短信及时传达消息

### 三、问卷星

#### （一）了解问卷星

问卷星是一个专业的在线问卷调查、考试、测评、投票平台。

#### （二）问卷星的特点

1. 应用广泛，功能多样化
2. 自助服务
3. 样本服务
4. 质量控制

### 四、调查派

#### （一）了解调查派

调查派是一款拥有数据分析功能的免费在线调查问卷设计和发布系统。

#### （二）调查派的特点

1. 问卷制作简单高效
2. 数据收集渠道多样化
3. 统计报告与数据分析
4. 问卷的风格、品牌可自定义

想一想：

1. 除了本任务中介绍的几款线上市场调研工具，你还知道哪些？
2. 线上市场调研工具的主要应用场景有哪些？

## 第 5-6 课时教案

教学环节	教 学 内 容	学生活动	设计意图
复习环节	认识常见的线上市场调研工具 (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：《XXX 哈：成功就在市场一线》(10min)	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，让学生对实施市场调研问卷有一个初步的认知。
讲授演示环节	一、知识讲解 (50min) (一) 市场调研问卷的基本内容 1. 标题 2. 前言 3. 正文 4. 结语 (二) 市场调研问卷制作的注意事项 1. 问题顺序合理 2. 问题设置具体 3. 选项设置全面 4. 问题之间彼此独立 5. 避免诱导选择 6. 禁止侵犯隐私	学生根据教师上课流程进行学习： 1. 学生通过教师引入的案例及知识讲解了解市场调研问卷的基本内容、制作的注意事项及制作与实施线上市场调研问卷的过程等内容，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。	学生分组分享学习心得和收获，激发学生对制作与实施线上市场调研问卷的兴趣，同时进行互动反馈，方便学生及时进行查缺补漏。

课堂测评环节	教师提出问题（10min）：1. 结合以上所学内容，你能总结出市场调研问卷的基本内容吗？ 2. 制作与实施市场调研问卷的注意事项有哪些？其步骤是什么？	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识。
作业布置	根据市场调研问卷的制作与实施步骤，请同学们选择一款熟悉的产品，就学生对该产品的了解程度和购买欲望展开线上问卷调研，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，帮助学生掌握制作与实施线上市场调研问卷的步骤。
课堂反思与诊改			
课堂教学效果	1. 学生能够总结出市场调研问卷的基本内容； 2. 学生能够结合本任务的知识学习，总结市场调研问卷制作的注意事项； 3. 学生能够利用线上市场调研工具完成调研问卷的制作与实施。		
教学反思与改进	1. 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。 2. 讲课过程中，学生讨论环节时间较少，讨论内容的引导不够。 改进：增加学生讨论的时间，并有针对性的引导讨论内容。		
板书设计			

### 任务三 制作与实施线上市场调研问卷

#### 一、市场调研问卷的基本内容

##### (一) 标题

标题用来概括说明调研主题，应简明扼要，一般不超过 15 个字。

##### (二) 前言

前言又称说明、导语等，是写在调研问卷开头的一段话，是调查者向被调查者说明的调查目的、意义以及注意事项等。

##### (三) 正文

正文是调研问卷的主体和核心部分，是市场调研问卷需要了解和掌握的主要信息资料。

##### (四) 结语

问卷的结尾可设置开放性问题的，征询被调研者的意见或建议，或是记录调研情况、感谢语和其他补充说明内容、问卷编号等。

#### 二、市场调研问卷制作的注意事项

##### (一) 问题顺序合理

##### (二) 问题设置具体

##### (三) 选项设置全面

##### (四) 问题之间彼此独立

##### (五) 避免诱导选择

##### (六) 禁止侵犯隐私

想一想：

在制作市场调研问卷的过程中，还有哪些需要注意的地方？

## 第 7-8 课时

教学环节	教 学 内 容	学生活动	设计意图
复习环节	认识常见的线上市场调研工具 (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：《娃哈哈：成功就在市场一线》(10min)	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，让学生对实施市场调研问卷有一个初步的认知。

讲授演示环节	<p>一、知识讲解（20min）</p> <p>（一）制作与实施线上市场调研问卷</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 创建调研问卷</li> <li>2. 编辑调研问卷</li> <li>3. 问卷实施</li> <li>4. 问卷分析</li> </ol> <p>二、任务演练（30min）</p> <p>制作与实施线上市场调研问卷的过程：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 探究市场调研问卷的基本内容</li> <li>2. 制作线上市场调研问卷</li> <li>3. 实施线上市场调研问卷</li> </ol>	<p>学生根据教师上课流程进行学习：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 学生通过教师引入的案例及知识讲解了解市场调研问卷的基本内容、制作的注意事项及制作与实施线上市场调研问卷的过程等内容，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。</li> <li>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。</li> </ol>	<p>学生分组分享学习心得和收获，激发学生对制作与实施线上市场调研问卷的兴趣，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	<p>教师提出问题（10min）：1. 结合以上所学内容，你能总结出市场调研问卷的基本内容吗？</p> <p>2. 制作与实施市场调研问卷的注意事项有哪些？其步骤是什么？</p>	<p>学生根据教师提出的问题进行了回答，并做好笔记</p>	<p>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。</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识。</p>

作业布置	根据市场调研问卷的制作与实施步骤，请同学们选择一款熟悉的产品，就学生对该产品的了解程度和购买欲望展开线上问卷调研，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，帮助学生掌握制作与实施线上市场调研问卷的步骤。
课堂反思与诊改			
课堂教学效果	1. 学生能够总结出市场调研问卷的基本内容； 2. 学生能够结合本任务的知识学习，总结市场调研问卷制作的注意事项； 3. 学生能够利用线上市场调研工具完成调研问卷的制作与实施。		
教学反思与改进	1. 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。 2. 讲课过程中，学生讨论环节时间较少，讨论内容的引导不够。 改进：增加学生讨论的时间，并有针对性的引导讨论内容。		
板书设计			
任务三 制作与实施线上市场调研问卷			
一、制作与实施线上市场调研问卷			
（一）创建调研问卷			
（二）编辑调研问卷			
（三）问卷实施			
（四）问卷分析			