

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> <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。</p>			
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	<p>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。</p>			
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	<p>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。</p>			
信息技术应用	<p>信息化教学平台 数字媒体</p>			

《互联网营销理论与工具运用》课程教案

授课课题	互联网搜索引擎营销		
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： 《互联网信息服务服务管理规定》三大亮点与落实建议		
	本次课教学主要内容： 1.认识互联网搜索引擎营销原理 2.实施百度搜索引擎营销推广 3.开展 ChinaZ 搜索引擎优化		
学情分析	知识基础	在开始该课程之前,学生已经了解了互联网营销基础概念以及互联网营销市场的调研的相关知识,具备了互联网营销的基本理念和意识。	
	能力水平	由于学生在日常生活中对互联网引擎有所接触,所以对互联网引擎有初步的了解,但是缺乏对专业的搜索引擎知识的认识,同时在推广流程操作方面也不熟悉。	
	行为特征	能够独立自主进行利用互联网引擎进行知识学习、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.了解搜索引擎营销的概念及特点; 2.了解国内外常见的搜索引擎; 3.熟悉搜索引擎营销的原理; 4.知道百度搜索推广的展现形式与优势; 5.了解借助 ChinaZ 开展搜索引擎优化的技巧与方法。	
	能力目标	1.掌握百度搜索引擎营销的技巧,能够使用百度推广后台展开营销操作; 2.掌握搜索引擎优化的方法,能够完成关键词优化、标题优化和链接优化的操作; 3.能够对搜索引擎优化效果进行监控与评估。	
	素质目标	1.培养学生遵守相关法律法规,合法进行搜索引擎营销活动;	
教学重难点	教学重点	1.实施百度搜索推广的流程; 2.搜索引擎优化实施。	
	教学难点	1.搜索引擎营销的原理; 2.搜索引擎优化效果监控与评估。	
教学策略	教学组织	联系实际生活,并结合案例,创设教学情境,激发学生的学习热情,激活知识沉淀,促进自主探究,提高课堂教学质量和教学效果。	

	教学方法	讲授法、演示法、启发法、提问法、分组讨论法
教学准备	学生课前预习内容	1. 互联网搜索引擎营销原理 2. 百度搜索引擎推广的流程 3. 搜索引擎优化内容
	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	互联网营销市场调研（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：《雅诗兰黛借助百度开创虚拟试妆，让用户消费决策更轻松》（5min）	学生认真分析案例，并结合案例思考并回答问题	通过教学案例分析，让学生初步了解互联网搜索引擎营销。
讲授演示环节	一、知识讲解（55min） （一）搜索引擎营销的概述（15min） 1. 搜索引擎与搜索引擎营销的概念 2. 搜索引擎营销的特点 （二）常见的搜索引擎（20min） 1. 国内常见的搜索引擎 2. 国外常见的搜索引擎 （三）搜索引擎营销的原理（20min） 主要以三个阶段进行讲解 1. 爬行与抓取 2. 预处理 3. 排名	学生根据教师上课流程进行学习，先通过知识讲解了解互联网搜索引擎营销的概述、常见的搜索引擎以及搜索引擎营销的原理，并分小组进行讨论。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。	以学生分组分享学习心得和收获，激发学生对于互联网搜索引擎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。

课堂测评环节	教师提出问题（10min）：1. 结合日常经验，你能概括出搜索引擎营销的概念吗？ 2. 你认为搜索引擎营销的特点是什么？	学生根据教师提出的问题进行回答，并做好笔记	以提问的方式检测学生上课知识点是否完全掌握，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	结合所学知识，完成对互联网搜索引擎原理的分析训练。	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，帮助学生深刻理解互联网搜索引擎原理。
课堂反思与诊改			
课堂教学效果	1. 学生能够了解搜索引擎营销的概念及特点； 2. 学生能够区分不同的搜索引擎； 3. 学生能够阐述搜索引擎营销的原理。		
教学反思与改进	1. 学生的课堂学习状态不佳。 改进：把学生课堂学习状态以及记笔记、回答问题、完成作业等情况纳入评价体系，激发学生养成良好习惯的积极性。 2. 课堂不够活跃，缺乏趣味性。 改进：应围绕教学内容多设计一些活动吸引学生的注意力，增加课堂的趣味性。。		
板书设计			

<p>一、知识讲解</p> <p>（一）搜索引擎营销的概述</p> <p>1. 概念</p> <p>2. 特点</p> <p>提问：1. 结合日常经验，你能概括出搜索引擎营销的概念吗？</p> <p>2. 你认为搜索引擎营销的特点是什么？</p> <p>（二）常见的搜索引擎</p> <p>1. 国内常见的搜索引擎</p> <p>百度搜索、360 搜索、搜狗搜索、神马搜索等</p> <p>2. 国内常见的搜索引擎</p> <p>Google、雅虎、必应</p> <p>二、课堂测评</p> <p>三、课堂小结</p> <p>四、作业布置</p>

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	演练汇报：互联网搜索引擎原理的分析训练（5min）	学生根据针对上节课的实践作业进行分组演练，教师进行点评总结	以演练汇报的方式，不仅可以巩固上节课所学的知识点，还可以调动学生的学习积极性。
导入环节	案例引入：《雅诗兰黛借助百度开创虚拟试妆，让用户消费决策更轻松》（5min）	学生认真分析案例，并结合案例思考并回答问题	通过教学案例分析，让学生联系生活实际，初步了解如何利用百度搜索开展互联网引擎营销。

讲授演示环节	<p>一、知识讲解(15min)</p> <p>百度搜索推广的展现形式</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 搜索广告 2. 信息流广告 3. 品牌广告 4. 开屏广告 5. 聚屏广告 <p>二、百度搜索引擎推广的优势 (25min)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 全球最大中文网络营销平台，覆盖面广 2. 目标精准，针对性强，直接为企业带来客户 3. 按效果付费，获得新客户平均成本低 4. 专业的推广管理系统，功能丰富，管理灵活 5. 全程专业服务 <p>三、任务演练 (20 min)</p>	<p>教师在大屏幕上向学生展示百度搜索推广的几种展现形式的图片或视频，引导学生自由讨论，之后教师对百度搜索推广的展现形式进行总结。</p> <p>教师让学生分组讨论并总结出百度搜索引擎推广的优势，随后教师进行补充说明，以加深学生对百度搜索引擎推广的了解。</p>	<p>通过启发法和分组讨论法的运用，引导学生独立思考，激发学生对于互联网搜索引擎营销知识的学习兴趣，同时，教师的重点补充总结加深学生对知识点的理解。</p>
课堂测评环节	<p>教师提出问题 (5min):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 除了以上内容所介绍的几种互联网 EDM 营销工具外，你还知道哪些？ 2. 互联网 EDM 营销的技巧有哪些？ 	<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上课知识点是否完全掌握，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>选择一种百度搜索推广的展现形式，进行优势分析。</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，帮助学生掌握利用工具开展EDM营销的流程。</p>
课堂反思与诊改			
课堂教学效果	<ol style="list-style-type: none"> 1. 学生能够区分百度搜索引擎推广的不同展现形式； 2. 学生能够阐述出百度搜索引擎推广的优势。 		

教学 反思与改进	1. 学生的学习热情不足。 改进：优化教学内容，引导学生“乐学”、“善学”。 2. 学生的学习动机不强。 改进：引导学生确定奋斗目标，激发学习动机。
板书设计	
一、知识讲解 （一）百度搜索推广的展现形式 1. 搜索广告 2. 信息流广告 3. 品牌广告 4. 开屏广告 5. 聚屏广告 （二）百度搜索引擎推广的优势 1. 全球最大中文网络营销平台，覆盖面广 2. 目标精准，针对性强，直接为企业带来客户 3. 按效果付费，获得新客户平均成本低 4. 专业的推广管理系统，功能丰富，管理灵活 5. 全程专业服务 二、课堂测评 三、课堂小结 四、作业布置	

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	百度搜索引擎营销推广的展现形式与优势（10min）	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，增强师生之间的互动性，帮助学生在愉快的氛围下进行知识的复习。

讲授演示环节	<p>一、知识讲解（30min）</p> <p>（一）实施百度搜索推广的流程</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 创建百度账户 2. 登录百度推广账户 3. 账户充值 4. 创建推广 <ol style="list-style-type: none"> （1）选择推广 （2）新建推广计划 （3）新建推广单元 （4）新建推广创意 <p>二、任务演练（30min）</p> <p>（一）演练步骤</p> <p>百度搜索引擎营销推广实施的实施步骤：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 创建百度账户。 2 登录百度推广账号； 3. 账户充值； 4. 创建推广。 <p>（二）演练评价</p>	<p>教师在大屏幕上展示百度推广页面，提问学生该进入哪一个模块设置，接着教师进行相关操作，最后让学生自己总结出操作步骤。</p> <p>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。</p> <p>学生根据演练结果小组之间进行自评和互评。</p>	<p>以演示法和练习法让学生熟悉百度搜索推广的流程操作，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”的教育理念。加深对知识的理解和吸收。。</p>
课堂测评环节	<p>教师提出问题（5min）：实施百度搜索推广的流程分为哪几步？</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上课知识点是否完全掌握，提高学生自主学习的主观能动性。同时，以实践操作的方式检测学生是否掌握实战演练部分的核心内容。</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>学生注册一个百度营销账号，按照后台操作流程创建一个推广计划，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，帮助学生掌握如何实施百度搜索引擎营销推广。</p>
课堂反思与诊改			

课堂教学效果	1. 学生能够掌握百度搜索引擎营销的技巧； 2. 学生能够使用百度推广后台展开营销操作。
教学反思与改进	1. 教学设计与设计形式较为单一。 改进：增加教学设计与设计形式，形成多元化的教学。 2. 讲课过程中，学生自主学习内容的深度不够。 改进：重视学法指导，帮助学生养成良好的学习习惯。
板书设计	
一、知识讲解 （一）实施百度搜索推广的流程 1. 创建百度账户； 2. 登录百度推广账号； 3. 账户充值； 4. 创建推广。 二、任务演练 三、课堂测评 四、课堂小结 五、作业布置	

第 7-8 课时教案

教学环节	教 学 内 容	学生活动	设计意图
复习环节	实施百度搜索推广的流程 (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，增强师生之间的互动性，帮助学生在愉快的氛围下进行知识的复习。
导入环节	案例引入 (10min)	学生认真分析案例，并结合案例思考并回答问题	通过教学案例分析，让学生初步了解如何开展ChinaZ 搜索引擎优化。

<p>讲授演示环节</p>	<p>一、知识讲解（20min）</p> <p>（一）认识 chinaz</p> <p>（二）搜索引擎优化实施</p> <p>1. 搜索引擎优化的内涵</p> <p>2. 搜索引擎优化内容</p> <p>（三）搜索引擎优化效果监控与评估</p> <p>1. 实时关注优化后的网站排名情况</p> <p>2. 实时统计网站 PR 值</p> <p>3. 查看收录/反链结果，收集数据</p> <p>4. 实时监控网站访问量</p> <p>二、任务演练（25min）</p> <p>（一）演练步骤</p> <p>1. 学生借助关键词分析工具，分别列出 3-5 个核心推广关键词，并按照步骤完成关键词的优化后，最后再进行关键词的部署。</p> <p>2. 根据实训背景，从标题的长度与位置排序两个方面出发，列出 3 个优化后的网站标题，进行标题的部署。</p> <p>（二）演练评价</p> <p>三、思政+拓展知识（10min）</p>	<p>教师通过在大屏幕上展示 chinaz 的界面，向学生介绍 chinaz，接下来以广西机电职业技术学院官方网站 (www.gxcme.edu.cn) 为例，引导学生对搜索引擎优化的内涵、内容以及搜索引擎优化效果监控与评估进行发言，教师根据学生汇报结果进行补充说明和答疑。</p> <p>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。</p> <p>学生根据演练结果小组之间进行自评和互评。</p> <p>学生根据教师讲解的有关互联网 EDM 营销的思政知识和拓展知识进行讨论，并提出问题，教师进行答疑解惑，学生做好笔记。</p>	<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”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。。</p>
<p>课堂测评环节</p>	<p>教师以某网站为操作对象，让学生从关键词优化、标题优化、网站链接优化三个部分进行优化（5min）：</p>	<p>学生根据教师的测评内容进行相关操作</p>	<p>以实践操作的方式检测学生上课知识点是否完全掌握，检测学生是否掌握实战演练部分的核心内容。</p>

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	学生利用 ChinaZ 对自己学校官网进行关键词优化、标题优化以及网站链接优化，最后总结记录其操作流程。	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，帮助学生掌握如何监控互联网 EDM 营销效果。
课堂反思与诊改			
课堂教学效果	1. 学生能够了解借助 ChinaZ 开展搜索引擎优化的技巧与方法； 2. 学生掌握搜索引擎优化的方法，能够完成关键词优化、标题优化和链接优化的操作； 3. 学生能够对搜索引擎优化效果进行监控与评估。		
教学反思与改进	1. 在教学中，缺乏对学生的个性化培养。 改进：更新教学方法，做到因材施教、循序渐进。 2. 讲课过程中，学生学习积极性不足。 改进：教师应围绕教学内容多设计一些活动吸引学生的注意力，增加课堂的趣味性。		
板书设计			
<div>一、知识讲解</div> <div>（一）认识 chinaz</div> <div>（二）搜索引擎优化实施</div> <div>1. 搜索引擎优化的内涵(长尾理论)</div> <div>2. 搜索引擎优化内容</div> <div>（三）搜索引擎优化效果监控与评估</div> <div>1. 实时关注优化后的网站排名情况</div> <div>2. 实时统计网站 PR 值</div> <div>3. 查看收录/反链结果，收集数据</div> <div>4. 实时监控网站访问量</div> <div>二、任务演练</div> <div>三、课堂测评</div> <div>四、课堂小结</div> <div>五、作业布置</div>			