

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 EDM 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： 《互联网电子邮件服务管理办法》		
	本次课教学主要内容： 1.认识互联网 EDM 营销 2.利用常见工具开展 EDM 营销 3.监控互联网 EDM 营销效果		
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、互联网营销市场的调研以及互联网搜索引擎营销的相关知识，具备了互联网营销的基本理念和意识。	
	能力水平	当下时代的学生，由于处于互联网时代，熟悉互联网营销的呈现方式和意义，但是缺乏实战经验，并且对互联网较为专业的知识不够熟悉。	
	行为特征	能够独立自主进行网上购物以及利用互联网进行知识学习、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. 了解互联网 EDM 营销的定义、特点与分类； 2. 认识常见的互联网 EDM 营销工具； 3. 了解互联网 EDM 营销效果分析相关指标； 4. 明确互联网 EDM 营销效果优化的内容。	
	能力目标	1. 能够针对营销目标进行互联网 EDM 营销分析； 2. 能够利用常见工具开展互联网 EDM 营销； 3. 掌握互联网 EDM 营销效果分析方法； 4. 能够完成互联网 EDM 营销效果优化。	
	素质目标	1. 培养和提升学生的产品销售能力，初步建立系统的营销理念； 2. 提高学生的市场分析能力，对未来市场做出准确预判； 3. 培养学生严谨认真，勇于创新的能力； 4. 使学生具备公共关系应急处理和协调的能力。	
教学重难点	教学重点	1. 互联网 EDM 营销分析； 2. 利用常见工具开展 EDM 营销。	
	教学难点	1. 互联网 EDM 营销效果分析； 2. 互联网 EDM 营销效果优化。	
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
教学准备	学生课前预习内容	1. 互联网 EDM 营销的概念 2. 常见的互联网 EDM 营销工具 3. 互联网 EDM 营销效果
	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

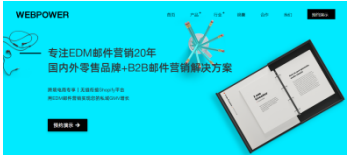


教学环节	教 学 内 容	学生活动	设计意图
复习环节	互联网搜索引擎营销（5min）	学生根据教师的提问进行作答，复习并巩固上节课所学知识	以提问的方式，不仅可以活跃课堂气氛，而且可以调动学生的积极性，帮助学生在愉快的氛围下进行知识的学习。
导入环节	案例引入：《“双十一”来临之际，电商品牌的邮件引流》（5min）	学生认真分析案例，并结合案例思考并回答问题	通过教学案例分析，让学生初步了解互联网 EDM 营销。

讲授演示环节	<p>一、知识讲解（30min）</p> <p>（一）互联网 EDM 营销概述</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. EDM 营销概念 2. EDM 营销特点 3. EDM 营销分类 <p>（二）互联网 EDM 营销分析</p> <p>互联网 EDM 营销分析的主要内容包括：明确 EDM 营销的目的；分析自身产品及品牌，挖掘目标用户需求；策划营销内容，包括确定营销产品类别、活动方案等。</p> <p>二、任务演练（30min）</p> <p>互联网 EDM 营销分析的实施步骤：</p> <p>（一）探究互联网 EDM 营销目标</p> <p>（二）探究互联网 EDM 营销目标用户</p> <p>（三）互联网 EDM 营销内容策划</p>	<p>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 EDM 营销的概述和互联网 EDM 营销分析的内容和流程，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。</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>以学生分组分享学习心得和收获，激发学生对于互联网 EDM 营销知识的学习兴趣，同时进行互动反馈，方便学生及时进行检查补漏。</p>
课堂测评环节	<p>教师提出问题（5min）：1. 在日常生活中，你最容易在哪类互联网 EDM 营销所吸引？</p> <p>2. 你认为互联网 EDM 营销相比其他网络营销方式，具有哪些优势？</p>	<p>学生根据教师提出的问题回答，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>在淘宝或天猫平台上搜索一个售卖当地特产的网店，并对其主营产品或网店活动进行互联网 EDM 营销分析，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，帮助学生理解互联网 EDM 营销的意义。</p>
课堂反思与诊改			

课堂教学效果	1. 学生能够阐述出互联网 EDM 营销的概念、特点及分类; 2. 学生能够结合具体案例独立分析互联网 EDM 营销效果; 3. 学生能够独立完成互联网 EDM 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, 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	
知识讲解 一、互联网 EDM 营销概述 (一) EDM 营销概念 (二) EDM 营销特点 (三) EDM 营销分类 提问: 1. 日常生活中, 你最容易被哪类互联网 EDM 营销所吸引? 2. 你认为互联网 EDM 营销相比其他网络营销方式, 具有哪些优势? 二、互联网 EDM 营销分析 (一) 明确营销目标 (二) 分析目标用户 (三) 策划营销内容 任务演练 一、演练目标 二、演练内容 (一) 探究互联网 EDM 营销目标 (二) 探究互联网 EDM 营销目标用户 (三) 互联网 EDM 营销内容策划 三、演练评价 四、课堂测评 五、课堂小结 六、作业布置	

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 EDM 营销概述 (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	<p>案例引入：《亚马逊互联网 EDM 营销成功案例》（10min）</p>	<p>学生认真分析案例，并结合案例思考并回答问题</p>	<p>通过教学案例分析，让学生初步了解如何利用工具开展互联网 EDM 营销。</p>
讲授演示环节	<p>一、知识讲解（50min）</p> <p>（一）常见的互联网 EDM 营销工具 1. Webpower</p>  <p>2. 爱发信</p>  <p>3. Mailpanda</p>  <p>（二）互联网 EDM 营销工具操作指导</p> <p>1. Webpower</p> <p>学生通过查找和搜集资料，了解 Webpower 的特点和使用方法，同时在教师的指导下根据操作步骤进行实际操作。</p> <p>2. 爱发信</p> <p>学生通过查找和搜集资料，了解爱发信的特点和使用方法，同时在教师的指导下根据操作步骤进行实际操作。</p> <p>3. Mailpanda</p> <p>学生通过查找和搜集资料，了解 Mailpanda 的特点和使用方法，同时在教师的指导下根据操作步骤进行实际操作。</p>	<p>学生根据教师上课流程进行学习，先通过教师的知识讲解了解常见的互联网 EDM 营销工具，同时教师组织学生进行资料搜集，了解互联网 EDM 营销工具的使用方法，并指导学生根据操作步骤进行实际操作。</p>	<p>通过直接讲授的传统方式让学生直接的接受新知识，同时组织学生进行营销工具的实际操作应用，培养学生的动手能力。</p>

课堂测评环节	教师提出问题（7min）： 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 营销工具都适用哪些场景呢？	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（8min）	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	搜索一个售卖当地特产的网店，选择一种常见的互联网 EDM 营销工具，完成邮件列表的获取、邮件设计与编辑，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，帮助学生掌握利用工具开展EDM营销的流程。
课堂反思与诊改			
课堂教学效果	1. 学生能够阐述出常见的互联网 EDM 营销工具的特点； 2. 学生能够结合具体案例分析如何利用常见工具进行互联网 EDM 营销； 3. 学生能够独立完成利用常见工具进行互联网 EDM 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，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			

<p>知识讲解</p> <p>一、常见的互联网 EDM 营销工具</p> <p>（一）Wepower</p> <p>（二）爱发信</p> <p>（三）Mailpanda</p> <p>提问：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？</p> <p>二、互联网 EDM 营销工具操作指导</p> <p>（一）Webpower</p> <p>在教师的指导下根据 Webpower 操作步骤进行实际操作。</p> <p>（二）爱发信</p> <p>在教师的指导下根据爱发信操作步骤进行实际操作。</p> <p>（三）Mailpanda</p> <p>在教师的指导下根据 Mailpanda 操作步骤进行实际操作。</p> <p>提问：互联网 EDM 营销工具都适用哪些场景呢？</p> <p>课堂总结（5min）</p> <p>三、演练评价</p> <p>四、课堂测评</p> <p>五、课堂小结</p> <p>六、作业布置</p>

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	常见的互联网 EDM 营销工具（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	教师提出问题：请同学们结合所学知识，谈谈在不同的场景中如何合理利用互联网 EDM 营销工具呢？（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，让学生初步了解如何利用工具开展互联网 EDM 营销。

讲授演示环节	<p>一、知识讲解（25min）</p> <p>（一）利用常见工具开展互联网 EDM 营销</p> <p>1. 邮件列表获取</p> <p>（1）邮件列表获取的途径</p> <p>（2）邮件列表获取的添加的步骤</p> <p>2. 邮件设计</p> <p>邮件设计步骤</p> <p>3. 邮件编辑</p> <p>邮件编辑步骤</p> <p>4. 邮件发送（</p> <p>课堂小结</p> <p>二、任务演练（25min）</p> <p>利用互联网 EDM 营销工具实施互联网 EDM 营销的过程：</p> <p>（一）探究邮件列表获取方式</p> <p>（二）邮件设计与编辑过程实施</p> <p>（三）探究邮件发送技巧</p> <p>三、演练评价(5min)</p>	<p>学生根据教师上课流程进行学习，先通过知识讲解利用常见工具开展互联网 EDM 营销的内容和流程，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。</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。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>通过直接讲授的传统方式让学生直接接受新知识，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 EDM 营销知识的学习兴趣，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（10min）：</p> <p>1. 互联网 EDM 营销的技巧有哪些？</p> <p>2. 互联网 EDM 营销的流程是怎样的？</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。</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>搜索一个售卖当地特产的网店，选择一种常见的互联网 EDM 营销工具，完成邮件列表的获取、邮件设计与编辑，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，帮助学生掌握利用工具开展 EDM 营销的流程。</p>
课堂反思与诊改			

课堂教学效果	1. 学生能够结合具体案例分析如何利用常见工具进行互联网 EDM 营销； 2. 学生能够独立完成利用常见工具进行互联网 EDM 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，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	
知识讲解 一、利用常见工具开展互联网 EDM 营销 （一）邮件列表获取 （二）邮件设计 （三）邮件编辑 （四）邮件发送 二、任务演练 （一）演练目标 （二）演练内容 1. 探究邮件列表获取方式 2. 邮件设计与编辑过程实施 3. 探究邮件发送技巧 三、演练评价 四、课堂测评 五、课堂小结 六、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	利用常见工具开展互联网 EDM 营销（4min）	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：《ASICS 天猫网店互联网 EDM 营销优化》（6min）	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 EDM 营销优化的意义和关键点。

讲授演示环节	<p>一、知识讲解（25min）</p> <p>（一）互联网 EDM 营销效果分析指标</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 到达率 2. 打开率 3. 点击率 4. 转化率 <p>（二）互联网 EDM 营销效果监控步骤</p> <p>（三）互联网 EDM 营销效果优化</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 营销效果优化目的 2. 互联网 EDM 营销优化内容 <p>二、任务演练（25min）</p> <p>互联网 EDM 营销分析的实施步骤：</p> <p>（一）探究互联网 EDM 营销效果分析的实施流程</p> <p>（二）探究互联网 EDM 营销效果优化的实施流程</p> <p>（三）演练评价（5min）</p>	<p>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 EDM 营销的概述和互联网 EDM 营销分析的内容和流程，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。</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>
课堂测评环节	<p>教师提出问题（10min）：1. 完成根据任务二“做一做”栏目的邮件发送，并进行互联网 EDM 营销效果分析，总结记录操作流程。</p> <p>2. 你认为互联网 EDM 营销效果分析指标有哪些？</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	在淘宝平台上搜索一个网店，对其主营产品或网店活动实施的互联网 EDM 营销分析效果进行优化。	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. 学生能够准确阐述出互联网 EDM 营销效果分析指标； 2. 学生能够结合具体案例总结出互联网 EDM 营销效果监控步骤； 3. 学生能够独立完成互联网 EDM 营销效果监控的一整个流程。		
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			
知识讲解 一、互联网 EDM 营销效果分析 （一）互联网 EDM 营销效果分析指标 （二）互联网 EDM 营销效果监控步骤 做一做：完成根据任务二“做一做”栏目的邮件发送，并进行互联网 EDM 营销效果分析，总结记录操作流程。 二、互联网 EDM 营销效果优化 （一）邮件标题优化 提问：除了以上邮件标题撰写技巧外，在撰写邮件营销标题的过程中还可以运用哪些技巧？ （二）邮件内容优化 （三）邮件发送时间优化 任务演练 一、演练目标 二、演练内容 （一）探究互联网 EDM 营销效果分析的实施流程 （二）探究互联网 EDM 营销效果优化的实施流程 三、演练评价 四、课堂测评 五、课堂小结 六、作业布置			