

# 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、中华民族优秀传统文化、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	互联网社交媒体营销		
授课日期		学时数	12
授课班级		授课地点	
教学内容	课程思政内容： 《广告法》对互联网营销中的违禁词和图片违规行为做出规定		
	本次课教学主要内容： 1.利用微博工具开展微博营销 2.利用微信工具开展微信营销 3.利用小红书工具开展小红书营销		
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、互联网搜索引擎营销以及互联网 EDM 营销的相关知识，具备了互联网营销的基础知识和基本运作理念。	
	能力水平	互联网时代，学生与互联网的联系紧密，具备对互联网上各类社交媒体了解的基础知识，同时也能熟练运用常见的互联网社交媒体 App。	
	行为特征	能够独立自主利用互联网社交媒体进行知识学习，并且能够熟练运用互联网社交媒体进行相关产品的推广和营销。	
	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. 了解微博与微博营销的内涵、特点以及策略； 2. 了解微信营销的内涵、渠道、特点以及策略； 3. 熟悉微信营销数据的分析技巧； 4. 认识小红书及小红书营销特点与策略； 5. 了解小红书营销数据的分析方法。	
	能力目标	1. 掌握微博日常内容发布、活动运营及商品转化的步骤与技巧； 2. 能够独立对微博营销数据进行分析。 3. 能够独立完成微信公众号日常内容的发送； 4. 掌握小红书日常内容发送的技巧与操作步骤。	
	素质目标	1. 培养学生的营销理念与销售洞察能力，提高学生的分析实践能力； 2. 培养学生遵守相关法律法规，合法进行社交媒体的营销活动。	
教学重难点	教学重点	1. 微博营销、微信营销和小红书营销的基础概念； 2. 微博创作者中心的相关内容； 3. 微信和小红书日常内容发送。	
	教学难点	1. 利用微博工具开展营销的步骤； 2. 微信营销的数据分析； 3. 小红书的数据看板分析。	

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. 微博营销、微信营销、小红书营销的概述； 2. 微博、微信、小红书日常内容发送流程。
	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 EDM 营销（10min）	学生跟随教师的复习节奏进入课堂，在教师的引导下完成对旧知识的回顾。	通过引导的方式，可以帮助学生有逻辑有顺序的复习上次课内容，逐步搭建知识框架。
导入环节	案例引入：《某某付宝锦鲤抽奖成功利用微博营销》（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，让学生初步了解利用微博工具开展微博营销的好处和策略。
讲授演示环节	一、知识讲解（45min） （一）微博概述 1. 微博与微博营销的内涵 2. 微博营销的特点 3. 微博营销策略 课堂小结 （二）微博日常内容发送步骤讲解 1. 搜集素材 2. 编写文案内容 3. 精选配图 4. 内容编辑 5. 内容发布	学生根据教师安排的课堂流程进行学习，教师通过直接讲授的方式向学生讲解微博和微博营销的相关知识，并以图文结合的方式向学生讲述微博日常内容发送的步骤，学生根据教师讲解做好笔记并提问，教师进行答疑。	以讲授法和提问法进行知识讲解，有助于学生直观了解新的知识点，同时以互动的方式，激发学生的学习积极性，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. 在你日常浏览微博中，最常见的微博营销活动有哪几种？ 2. 你认为微博营销的特点是什么？	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	搜集利用微博工具开展微博营销的经典案例，并对经典案例进行分析。	学生课后进行案例搜集，巩固本节课所学	培养学生的资料收集和总结能力，帮助学生理解利用微博工具开展微博营销的意义。
课堂反思与诊改			
课堂教学效果	1. 学生能够阐述出微博与微博营销的内涵以及微博营销的特点； 2. 学生能够熟练掌握微博营销策略的具体内容； 3. 学生能够结合具体案例独立利用微博工具进行微博日常内容发布。		
教学反思与改进	1. 学生缺少实践操作部分，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，学生独立自主思考时间较少。 改进：增加学生讨论的时间，并多对学生进行提问。		
板书设计			
知识回顾：互联网 EDM 营销 案例引入：《支付宝锦鲤抽奖成功利用微博营销》 知识讲解 一、微博的概述 （一）微博与微博营销的内涵 （二）微博营销的特点 （三）微博营销策略 二、微博日常日常内容发送步骤讲解（30min） 1. 搜集素材 2. 编写文案内容 3. 精选配图 4. 内容编辑			

5. 内容发布 三、课堂测评 1. 在你日常浏览微博中，最常见的微博营销活动有哪几种？ 2. 你认为微博营销的特点是什么？ 四、课堂小结 五、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	微博营销概述和微博日常内容发布步骤（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	教师提供一个知名微博账号，借助多媒体设备将其界面进行投放，进入“个人主页”进行分析（10min）	学生认真分析该微博账号“个人主页”的相关内容，分小组进行讨论。	通过分组讨论的方式，增加学生之间的互动，让学生能够初步了解微博创作者中心相关模块信息。

讲授演示环节	<p>一、知识讲解（25min）</p> <p>（一）微博创作者中心</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 数据中心</li> <li>2. 运营助手</li> <li>3. 营销转化</li> </ol> <p>二、任务演练（25min）</p> <p>利用微博工具开展微博营销过程：</p> <p>（一）微博营销前期准备</p> <p>（二）微博营销活动内容发布</p> <p>（三）微博营销数据分析</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微博日常内容发送的步骤，同时掌握微博创作者中心的相关内容，包括数据中心、运营助手和营销转化三个方面，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，激发学生对于微博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（5min）：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 除了以上内容所介绍的三种微博创作者中心模块外，你能否介绍其他几种模块呢？</li> <li>2. 互联网微博营销的意义和好处是什么？</li> </ol>	<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	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 总结微博营销的特点和策略；</li> <li>2. 总结与梳理微博日常内容的发送流程；</li> <li>3. 通过自学与探究，对微博营销的数据、运营及转化进行分析。（5min）</li> </ol>	<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巩固本节课所学知识，有助于学生更好的理解新知。</p>



作业布置	教师提供一个微博推广营销账号，学生选择某一商品在该微博账号上完成对这一商品进行日常内容发布和营销的整个操作流程。	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，帮助学生掌握利用微博工具开展微博营销的流程。
课堂反思与诊改			
课堂教学效果	1. 学生能够阐述出微博创作者中心各大模块的具体内容； 2. 学生能够结合具体案例分析如何利用微博工具进行微博营销； 3. 学生能够独立完成利用微博工具进行微博营销的一整个流程。		
教学反思与改进	1. 学生课堂互动环节较少，课堂氛围不够活跃。 改进：增加对学生提问和回答问题的环节，多让学生进行自主讨论学习。 2. 讲课过程中，教师对于课堂内容的引导不够。 改进：增加引导环节，教师并有针对性的对某些内容进行引导。		
板书设计			
知识讲解 一、微博创作者中心 （一）数据中心 （二）运营助手 （三）营销转化 课堂小结（5min） 二、任务演练（30min） 利用微博工具开展微博营销过程： （一）微博营销前期准备 （二）微博营销活动内容发布 （三）微博营销数据分析 任务演练 一、演练目标 二、演练内容 （一）微博营销前期准备 （二）微博营销活动内容发布 （三）微博营销数据分析 三、演练评价 四、课堂测评 五、课堂小结 六、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	利用微博工具开展微博营销 (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，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：《澳贝玩具微信营销》(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，让学生初步了解微信营销优化的意义以及如何做好微信的内容营销。
讲授演示环节	<p>一、知识讲解 (25min)</p> <p>(一) 微信营销的概述</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 微信营销的内涵</li> <li>2. 微信营销的渠道               <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 朋友圈营销</li> <li>(2) 微信群营销</li> <li>(3) 公众号营销</li> <li>(4) 视频号营销</li> </ol> </li> </ol>  <p>3. 微信营销的特点</p> <p>4. 微信营销策略</p> <p>二、任务演练 (30min): 微信日常内容发送</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 登录微信公众号</li> <li>2. 内容编辑</li> <li>3. 内容创作</li> <li>4. 保存</li> <li>5. 修改优化图文信息</li> <li>6. 发布</li> </ol>	<p>学生根据教师上课流程进行学习，先通过知识讲解了解微信营销的概述和微信日常内容发送的步骤，同时，教师以图文结合的形式向学生详细讲解微信营销渠道的几大类型，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>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。同时图文相结合的授课形式，帮助学生能够更深入了解所学知识，加深对知识的理解和吸收。。</p>

课堂测评环节	教师提出问题（5min）：1. 总结微信营销的渠道和特点； 2. 如何作何微信内容的营销？	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	根据以上所学知识，学生注册 微信公众账号，编辑发送一条 图文消息，并总结记录其操作 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 掌握开展微信营销的步 骤。
课堂反思与诊改			
课堂教学效果	1. 学生能够准确阐述出微信营销内涵、渠道、特点和策略； 2. 学生能够结合具体案例分析微信营销的特点和策略； 3. 学生能够独立完成利用微信进行日常内容发送的一整个过程。		
教学 反思与改进	课堂授课过程中教师对学生的关注度不够高，课堂气氛不够活跃。 改进：课堂中增加教师与学生的互动环节，并对课堂上开小差的学生及时进行提问。		
板书设计			

知识讲解

一、微信营销概述

1. 微信营销的内涵
2. 微信营销的渠道
  - (1) 朋友圈营销
  - (2) 微信群营销
  - (3) 公众号营销
  - (4) 视频号营销
3. 微信营销的特点
4. 微信营销策略

二、微信日常内容发送

1. 登录微信公众号
2. 内容编辑
3. 内容创作
4. 保存
5. 修改优化图文信息
6. 发布

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	微信营销概述和微信日常内容发送步骤（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	复习巩固上节课所学知识，才能更好的进行知识框架的搭建，帮助学生梳理课程内容逻辑。
导入环节	教师随机点几个学生进行作业结果抽查，并组织学生进行分组讨论，然后提出问题：那么如何针对营销过程进行改进呢？（10min）	学生积极踊跃发言，并认真思考教师所提问题。	活跃课堂气氛，增加互动环节，让学生能够主动参与到课堂教学中来，激发学生的学习兴趣。

讲授演示环节	<p>一、知识讲解（20min）</p> <p>（一）微信营销的数据分析</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 内容分析</li> <li>2. 用户分析</li> <li>3. 菜单分析</li> <li>4. 消息分析（</li> </ol> <p>二、任务演练（20min）</p> <p>微信营销推广的实施过程</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>（一）微信营销前期准备</li> <li>（二）微信营销内容编辑</li> <li>（三）微信营销数据分析</li> </ol> <p>三、演练评价（5min）</p>	<p>学生根据教师课堂教学流程认真听讲，掌握并熟悉微信营销数据分析相关内容。教师以图文结合的方式向学生重点说明内容分析、用户分析、菜单分析和消息分析四个方面，学生根据教师讲解进行提问并做好笔记。</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>以直接讲授和图文结合的讲解方式让学生直观的了解和认识微信营销数据分析的相关内容。同时，以提问的方式检查学生的掌握成都，增加教师和学生之间的互动。第三，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（5min）：1. 微信营销的数据分析有什么意义？；</p> <p>2. 总结微信营销推广的具体步骤。</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（10min）</p>	<p>学生认真听讲并做好笔记</p>	<p>以自测、互测、他测三种方式帮助学生了解自己对本节课所学知识的吸收情况，及时查缺补漏。</p>
作业布置	<p>根据任务演练的完成过程，自主选择某一商品品牌探究其微信营销的整个过程，并进行数据分析，将探究过程进行记录。</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，帮助学生掌握微信营销的一整个实施流程。</p>
课堂反思与诊改			

课堂教学效果	1. 学生能够准确阐述出微信营销数据分析的主要内容； 2. 学生能够结合具体案例进行微信营销数据分析； 3. 学生能够独立完成利用微信进行营销推广的一整个流程。
教学反思与改进	课堂中，对于知识讲解部分的操作示例较少，缺少针对性。 改进：教师在讲解过程中可以尝试从头开始加入实例，将知识和实例相结合进行数据分析的讲解。
板书设计	
知识讲解 一、微信营销的数据分析 1. 内容分析 2. 用户分析 3. 菜单分析 4. 消息分析 二、任务演练 微信营销推广的实施过程 （一）微信营销前期准备 （二）微信营销内容编辑 （三）微信营销数据分析 三、演练评价 四、课堂测评 五、课堂小结 六、作业布置	

## 第 9-10 课时教案

教学环节	教 学 内 容	学生活动	设计意图
复习环节	利用微信工具开展微信营销（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	复习巩固微信营销知识，引入新知，逐步搭建知识框架体系，帮助学生理清知识逻辑。
导入环节	案例引入：《某护肤品牌成功利用小红书营销》（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。

讲授演示环节	<p>一、知识讲解（20min）</p> <p>（一）小红书营销概述</p> <p>1. 认识小红书</p> <p>2. 小红书营销特点</p> <p>3. 小红书的营销策略</p> <p>（1）明星推荐</p> <p>（2）KOL 扩散</p> <p>（3）红人种草</p> <p>（4）大数据分析</p> <p>（二）小红书日常内容发送步骤（20min）</p>	<p>学生根据教师安排的课堂流程进行学习，教师通过直接讲授的方式向学生讲解小红书和小红书营销的相关知识，并以图文结合的方式向学生讲述小红书日常内容发送的步骤，学生根据教师讲解做好笔记并提问，教师进行答疑。</p>	<p>以直接讲授和图文结合的讲解方式让学生直观的了解和认识小红书营销的相关内容。同时，以提问的方式检查学生的掌握程度，增加教师和学生之间的互动。</p>
课堂测评环节	<p>教师提出问题（10min）：1. 在日常生活中，小红书的营销策略有哪些？；</p> <p>2. 你是否进行过小红书营销，它有哪些营销形式？</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（10min）</p>	<p>学生认真听讲并做好笔记</p>	<p>以测评方式帮助学生了解自己对本节课所学知识的吸收情况，及时查缺补漏。</p>
作业布置	<p>根据以上所学知识，学生利用小红书编辑并发送一条图文笔记，最后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。</p>
课堂反思与诊改			
课堂教学效果	<p>1. 学生能够准确阐述出小红书营销特点、策略的相关内容；</p> <p>2. 学生能够结合具体案例分析小红书营销的特点和策略；</p> <p>3. 学生能够独立完成利用小红书进行日常内容发送的一整个流程。</p>		
教学反思与改进	<p>课堂中，实践操作部分较少，欠缺对学生动手能力的培养。</p> <p>改进：教师在讲解过程中可以适当增加实例的实践操作环节，培养学生的动手操作能力。</p>		

板书设计
知识讲解 一、小红书营销概述 (一) 认识小红书 (二) 小红书营销特点 (三) 小红书的营销策略 1. 明星推荐 2. KOL 扩散 3. 红人种草 4. 大数据分析 二、小红书日常内容发送步骤 步骤 1: 进入小红书 APP 步骤 2: 上传视频 步骤 3: 视频编辑 步骤 4: 发布信息设置 步骤 5: 发布视频 三、课堂测评 四、课堂小结 五、作业布置

## 第 11-12 课时教案

教学环节	教 学 内 容	学生活动	设计意图
复习环节	小红书营销概述和小红书日常内容发送步骤（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	复习巩固上节课所学知识，才能更好的进行知识框架的搭建，帮助学生梳理课程内容逻辑。
导入环节	教师提供小红书账号若干个，学生进行分组，将账号分给各个小组，教师引导学生进入小红书数据看板模块进行分析（5min）	学生认真听讲，根据教师引导进行实际操作并分析。	增加互动环节，让学生能够主动参与到课堂教学中来，激发学生的学习兴趣。



讲授演示环节	<p>一、知识讲解（25min）</p> <p>（一）小红书的数据看板</p> <p>1. 笔记数据</p> <p>2. 粉丝数据</p> <p>课堂小结</p> <p>二、任务演练（25min）</p> <p>小红书营销推广的实施过程</p> <p>（一）小红书营销前期准备</p> <p>（二）小红书营销内容编辑</p> <p>（三）小红书营销数据分析</p> <p>三、演练评价（5min）</p>	<p>学生根据教师课堂教学流程认真听讲，掌握并熟悉小红书数据看板的相关内容。教师以图文结合的方式向学生重点说明笔记数据和粉丝数据的相关知识，学生根据教师讲解进行提问并做好笔记。</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>以图文结合的讲解方式让学生直观的了解和认识小红书数据看板的相关内容。同时，以提问的方式检查学生的掌握成都，增加教师和学生之间的互动，活跃课堂气氛。</p> <p>第三，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. 小红书营销的数据看板有什么作用？；</p> <p>2. 总结小红书营销推广的具体步骤。</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>以自测、互测、他测三种方式帮助学生了解自己对本节课所学知识的吸收情况，及时查缺补漏。</p>
作业布置	<p>根据任务演练的完成过程，以某一商品品牌为营销推广对象，将小红书作为营销平台，记录整个营销过程，并进行数据分析。</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，帮助学生掌握小红书营销的完整实施流程。</p>
课堂反思与诊改			

<p><b>课堂教学效果</b></p>	<p>1. 学生能够准确阐述出微信营销数据分析的主要内容；</p> <p>2. 学生能够结合具体案例进行微信营销数据分析；</p> <p>3. 学生能够独立完成利用微信进行营销推广的一整个流程。</p>
<p><b>教学反思与改进</b></p>	<p>课堂中，教师在知识点讲解的过程中，与学生的互动环节较少，课堂气氛不够活跃。</p> <p>改进：教师在授课过程中，对于枯燥的知识点应多加入具体实例结合进行讲解，激发学生的兴趣。</p>
<p><b>板书设计</b></p>	
<p>知识讲解</p> <p>一、小红书的数据看板</p> <p>（一）笔记数据</p> <p>（二）粉丝数据</p> <p>小结：通过自学与探究，对小红书营销效果进行监控与分析。</p> <p>二、任务演练</p> <p>小红书营销推广的实施过程</p> <p>（一）小红书营销前期准备</p> <p>（二）小红书营销内容编辑</p> <p>（三）小红书营销数据分析</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>	