

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
	拓展模块	互联网直播营销	10	讲授法、案例教学法、自主探究法
		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	互联网视频营销		
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： 抖音短视频对当代大学生的影响		
	本次课教学主要内容： 1.认识互联网视频营销工具 2.利用剪映工具剪辑营销视频 3.利用剪映工具包装营销视频		
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的相关知识，包括互联网搜索引擎营销、互联网 EDM 营销和互联网社交媒体营销，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，学生在日常生活中可以经常看到或使用互联网视频软件，具备对互联网视频软件的基础认识，同时也能熟练运用常见的互联网视频 App。	
	行为特征	能够独立自主利用互联网视频软件进行探究，并且能够熟练运用互联网视频软件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. 认识互联网视频营销的基础概念； 2. 了解互联网视频营销工具的分类和特点； 3. 掌握剪映工具剪辑和包装营销视频的步骤。	
	能力目标	1. 能够熟练使用互联网视频营销工具，并能在实际工作中灵活运用； 2. 能够熟练掌握剪映工具剪辑视频的相关操作； 3. 能够熟练运用剪映对营销视频进行包装。	
	素质目标	1. 培养学生学习、理解问题以及创造性思维的基本素质； 2. 培养学生团队合作的基本素质、健康的人格； 3. 培养学生分析、判断、应变、控制事件的基本素质； 4. 培养学生交往、沟通方面的基本素质。	
教学重难点	教学重点	1. 互联网视频营销的基础概念； 2. 互联网视频营销工具介绍； 3. 剪映功能介绍； 4. 剪映特效应用介绍。	
	教学难点	1. 利用剪映工具剪辑营销视频的流程； 2. 利用剪映工具包装营销视频的流程。	
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. 互联网视频营销的基础概念； 2. 常见的互联网视频营销工具 3. 利用剪映工具剪辑和包装营销视频的步骤。
	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	互联网社交媒体营销（6min）	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，方便学生在学习过程中自主搭建知识框架。
导入环节	案例引入：《某某方甄选的爆火之路》（9min）	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视频营销的好处和开展互联网视频营销的思路。
讲授演示环节	一、知识讲解（25min） （一）互联网视频营销的基础概念 1. 互联网视频营销的优势 2. 互联网视频营销的类型 课堂小结 （二）互联网视频营销工具介绍 1. 视频拍摄工具 2. 视频剪辑工具 3. 视频包装工具 4. 视频推广引流工具 二、任务演练：视频制作（30min）	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互联网视频营销的基础概念和互联网视频营销工具的相关知识，并以图文结合的方式向学生讲述常见的互联网视频营销工具，学生根据教师讲解做好笔记并提问，教师进行答疑。学生分组进行讨论，总结利用快剪辑进行视频包装的流程。同时，将讨论结果进行总结汇	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，同时以小组讨论的方式，让学生自主进行探究学习，以此激发学生的学习积极性，方便学生及时进行检查补漏。 采取自评、教师测评的方式对学生进行检测，及时掌握学生的学习情况并进行纠正。

		报，教师根据学生汇报结果进行补充说明和答疑。	
课堂测评环节	教师提出问题(5min): 1. 在你平时的使用中，最经常使用的视频营销工具是哪些呢？ 2. 不同互联网视频营销工具分别适合哪些产品的推广？	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	搜集利用互联网视频营销工具进行营销的经典案例，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，帮助学生理解利用互联网视频营销工具开展营销的意义。
课堂反思与诊改			
课堂教学效果	1. 学生能够阐述出互联网视频营销的优势、类型和常见的互联网视频营销工具； 2. 学生能够熟练掌握互联网视频营销的基本思路； 3. 学生能够结合具体案例独立分析并总结互联网视频营销的思路和意义。		
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			

<p>知识回顾：互联网社交媒体营销</p> <p>案例引入：《东方甄选的爆火之路》</p> <p>知识讲解</p> <p>一、互联网视频营销的基础概念</p> <p>（一）互联网视频营销的优势</p> <p>（二）互联网视频营销的类型</p> <p>二、互联网视频营销工具介绍</p> <p>（一）视频拍摄工具</p> <p>（二）视频剪辑工具</p> <p>（三）视频包装工具</p> <p>（四）视频推广引流工具</p> <p>三、演练评价</p> <p>四、课堂测评</p> <p>1. 在你平时的使用中，最经常使用的视频营销工具是哪些呢？</p> <p>2. 不同互联网视频营销工具分别适合哪些产品的推广</p> <p>五、课堂小结</p> <p>六、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	互联网视频营销工具（5min）	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，方便学生在学习过程中自主搭建知识框架。
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视频营销工具呢？（5min）	学生认真分析案例，并结合案例思考并回答问题	通过提问，让学生能够主动进行知识的回顾，同时激发学生的好奇心和学习兴趣。
讲授演示环节	<p>一、任务演练①（30min）</p> <p>利用互联网视频营销工具开展视频营销过程：</p> <p>（一）探究该品牌利用互联网视频营销工具进行推广的实施流程</p> <p>（二）收集利用互联网视频营销工具推广后的产品数据</p> <p>（三）归纳总结利用互联网视频营销工具推广的意义</p> <p>二、演练评价(5min)</p>	学生根据教师安排的课堂流程进行学习，教师通过互动的方式帮助学生掌握和回顾常见的互联网视频营销案例，学生根据教师讲解做好笔记并提问，教师进行答疑。学生根据教师安排的任务演练流程分	<p>以小组讨论和实战演练的方式，让学生自主进行探究学习，以此激发学生的学习积极性，方便学生及时进行查缺补漏。</p> <p>采取自评、教师测评的方式对学生进行检测，及时掌握学生的学习情况并进行纠正。</p>

	<p>三、任务演练②（20min）</p> <p>利用互联网视频营销工具开展视频营销过程：</p> <p>（一）探究该品牌利用互联网视频营销工具进行推广的实施流程</p> <p>（二）收集利用互联网视频营销工具推广后的产品数据</p> <p>（三）归纳总结利用互联网视频营销工具推广的意义</p> <p>四、演练评价</p> <p>课堂小结（5min）</p>	<p>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>	
课堂测评环节	<p>教师提出问题（5min）：在互联网视频营销中，需要注意哪些方面？有哪些营销技巧呢？</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>搜集利用互联网视频营销工具进行营销的经典案例，并对经典案例进行分析。</p>	<p>学生课后进行案例搜集，巩固本节课所学</p>	<p>培养学生的资料收集和总结能力，帮助学生掌握利用互联网视频营销的实施过程。</p>
课堂反思与诊改			
课堂教学效果	<p>1. 学生能够熟练掌握互联网视频营销的基本流程；</p> <p>2. 学生能够结合具体案例独立分析并总结互联网视频营销的思路和意义。</p>		
教学反思与改进	<p>学生缺少独立思考时间，对于学生学习能力的培养时间不够。</p> <p>改进：增加教师提问和学生发言环节，多让学生自主进行讨论和总结。</p>		
板书设计			

<p>知识回顾：互联网视频营销工具</p> <p>教师提问</p> <p>一、任务演练①</p> <p>利用互联网视频营销工具开展视频营销过程：</p> <p>（一）探究该品牌利用互联网视频营销工具进行推广的实施流程</p> <p>（二）收集利用互联网视频营销工具推广后的产品数据</p> <p>（三）归纳总结利用互联网视频营销工具推广的意义</p> <p>二、演练评价</p> <p>三、任务演练②</p> <p>利用互联网视频营销工具开展视频营销过程：</p> <p>（一）探究该品牌利用互联网视频营销工具进行推广的实施流程</p> <p>（二）收集利用互联网视频营销工具推广后的产品数据</p> <p>（三）归纳总结利用互联网视频营销工具推广的意义</p> <p>四、演练评价</p> <p>五、课堂测评</p> <p>在互联网视频营销中，需要注意哪些方面？有哪些营销技巧呢？</p> <p>六、课堂小结</p> <p>七、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	认识互联网视频营销工具 (5min)	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，方便学生在学习过程中自主搭建知识框架。
导入环节	案例引入 (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，让学生初步了解剪辑视频的好处和意义。

讲授演示环节	<p>一、知识讲解（30min）</p> <p>（一）剪映功能介绍</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 剪辑功能 2. 音频功能 3. 文本功能 4. 背景功能 <p>课堂小结</p> <p>（二）利用剪映工具剪辑营销视频的流程</p> <p>二、任务演练（20min）</p> <p>利用剪映工具剪辑营销视频的 实施过程：</p> <p>（一）探究利用剪映工具剪辑营销视频的步骤</p> <p>（二）梳理不同类型经典视频的特点</p> <p>（三）利用剪映 APP 剪辑视频的具体流程</p> <p>三、演练评价（10min）</p>	<p>教师直接向学生讲授剪映的基础功能，同时以图文结合的方式向学生展现剪映的各个基础功能，学生根据教师讲解做好笔记并提问，教师进行答疑。</p> <p>学生分组进行讨论，总结利用剪映进行视频剪辑的流程。同时，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>以讲授法和提问法进行知识讲解，有助于学生了解新的知识点，同时以小组讨论的方式，让学生自主进行探究学习，以此激发学生的学习积极性，方便学生及时进行查缺补漏。</p> <p>采取自评、教师测评的方式对学生进行检测，及时掌握学生的学习情况并进行纠正。</p>
课堂测评环节	<p>教师提出问题（5min）：1. 在你平时的观看中，最容易被哪类视频所吸引？</p> <p>2. 在你平时自己使用剪映的时候，是如何进行视频剪辑创作的？</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	在剪映 APP 上创建一个属于自己的账号，然后拍摄一段美食推广的视频，利用剪映 APP 对该段视频进行剪辑并发布，总结记录操作流程。	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，帮助学生掌握利用剪映剪辑营销视频的流程。
课堂反思与诊改			
课堂教学效果	1. 学生能够阐述出剪映的基础功能； 2. 学生能够熟练掌握利用剪映进行视频剪辑的流程； 3. 学生能够结合具体案例独立利用剪映工具进行视频剪辑。		
教学反思与改进	1. 授课过程中，教师与学生的互动较少，课堂氛围不够活跃。 改进：教师在流程讲解的过程中可以增加小游戏的互动环节，以此活跃课堂气氛。 2. 讲课过程中，学生独立自主思考时间较少。 改进：教师应多进行提问，让学生多进行自主思考并回答问题。		
板书设计			
知识回顾：认识互联网视频营销工具 案例引入： 知识讲解 一、剪映功能介绍 （一）剪辑功能 （二）音频功能 （三）文本功能 （四）背景功能 二、利用剪映工具剪辑营销视频的流程 三、任务演练 利用剪映工具剪辑营销视频的实施过程： （一）探究利用剪映工具剪辑营销视频的步骤 （二）梳理不同类型经典视频的特点 （三）利用剪映 APP 剪辑视频的具体流程 四、演练评价 五、课堂测评 六、课堂小结 七、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	利用剪映工具剪辑营销（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。	复习巩固上节课所学知识，构建知识框架，梳理课堂内容逻辑。
导入环节	案例导入：《海底捞营销视频的包装之路》（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，让学生初步了解包装视频的意义和好处。
讲授演示环节	一、知识讲解（25min） （一）剪映特效应用介绍 1. 画面特效 2. 人物特效 （二）利用剪映工具包装营销视频的流程 二、任务演练（20min） 利用剪映工具包装营销视频的 实施过程 （一）探究利用剪映工具包装营销视频的 步骤 （二）经典视频特点 （三）利用剪映 APP 包装视频 的具体流程 三、演练评价（10min）	学生根据教师课堂教学流程认真听讲，掌握并熟悉剪映特效应用的相关知识以及利用剪映工具包装营销视频的流程。教师以图文结合的方式向学生重点说明剪映特效应用，学生根据教师讲解进行提问并做好笔记。 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。 学生根据演练结果小组之间进行自评和互评。	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利用剪映工具包装营销视频的相关知识。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。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。
课堂测评环节	教师提出问题（5min）：1. 利用剪映工具包装营销视频有什么意义？ 2. 总结利用剪映工具包装视频的具体步骤。	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（10min）	学生认真听讲并做好笔记	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。
作业布置	利用剪映 APP 对任务二已经剪辑好的美食推广视频进行包装，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，帮助学生掌握利用剪映包装营销视频的实施流程。
课堂反思与诊改			
课堂教学效果	1. 学生能够准确阐述出剪映特效应用的相关内容； 2. 学生能够熟练掌握利用剪映进行视频包装的流程； 3. 学生能够独立完成结合具体案例利用剪映工具进行视频包装的一整个流程。		
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、剪映特效应用介绍 （一）画面特效 （二）人物特效 二、利用剪映工具包装营销视频的流程 三、任务演练 利用剪映工具包装营销视频的实施过程 （一）探究利用剪映工具包装营销视频的步骤 （二）经典视频特点 （三）利用剪映 APP 包装视频的具体流程 四、演练评价 五、课堂测评 六、课堂小结 七、作业布置			