大数据营销学本科课程教学大纲

编制人：陈耀庭

审定人：巫月娥

开课部门：商学院

编制时间：2019年6月15日

一、课程基本信息

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程名称 | 中文 | 大数据分析 | | |
| 英文 | Big Data Analytics | | |
| 课程代码 | 18201040300 | | 课程性质 | 专业选修课 |
| 课程学分 | 2 | | 课程学时 | 32 |
| 适用专业 | 市场营销 | | 课程组负责人 | 陈耀庭 |
| 课程组成员 | 陈耀庭 | | | |
| 先修课程 | 市场营销 | | | |
| 选用教材 | 于勇毅.大数据营销：如何利用数据精准定位客户及重构商业模式.[电子工业出版社](https://book.jd.com/publish/%E7%94%B5%E5%AD%90%E5%B7%A5%E4%B8%9A%E5%87%BA%E7%89%88%E7%A4%BE_1.html" \o "电子工业出版社" \t "https://item.jd.com/_blank)，2018. | | | |
| 参考书目 | 1.吴元轼 著.淘宝网店大数据营销：数据分析、挖掘、高效转化.北京：人民邮电出版社，2015.  2.[美]] 麦德奇（Dimitri Maex），保罗B.布朗（Paul B.Brown） 著.大数据营销 定位客户.王维丹 译.北京:机械工业出版社，2014. | | | |
| 推荐教材 | 于勇毅.大数据营销：如何利用数据精准定位客户及重构商业模式.[电子工业出版社](https://book.jd.com/publish/%E7%94%B5%E5%AD%90%E5%B7%A5%E4%B8%9A%E5%87%BA%E7%89%88%E7%A4%BE_1.html" \o "电子工业出版社" \t "https://item.jd.com/_blank)，2018. | | | |

二、课程目标

**（一）课程具体目标**

|  |  |
| --- | --- |
| **序 号** | **课程具体目标** |
| 课程目标1 | 掌握大数据营销学的基本内容和方法 |
| 课程目标2 | 具备将大数据营销学基本原理和方法应用于实践的能力 |
| 课程目标3 | 具有大数据营销学创新意识和道德准则，践行社会主义核心价值观 |
| 课程目标4 | 了解大数据营销学前沿理论和实践，形成服务营销学科思维 |

**（二）课程目标与毕业要求的关系**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **课程目标** | **支撑的毕业要求** | **支撑的毕业要求指标点** |
| 课程目标1 | 毕业要求1:知识获取能力 | 1.2专业性知识。本专业学生须系统地掌握管理学、组织行为学、会计学、财务管理学、市场营销学、创业学、服务营销学等工商管理类专业理论知识与方法，重点掌握大数据学学的理论前沿及发展动态。 |
| 课程目标2 | 毕业要求2:知识应用能力 | 2.1 专业知识应用能力。具有国际视野，系统掌握市场营销专业基础知识。具备市场调查与预测、营销策划、销售管理等组织管理问题的敏锐性和判断力，并能够运用大数据营销学理论和方法，系统分析、解决企业的营销问题。  2.3 互利网技术应用。熟练运用网络技术和数字营销工具分析解决企业大数据营销中的问题。 |
| 毕业要求5：科学研究能力 | 5.1掌握文献检索、资料查询的基本方法，具有一定的科学研究能力  5.3掌握管理、服务营销的定性和定量的研究分析方法 |
| 课程目标3 | 毕业要求3：思想道德素质 | 3.2 拥护党的领导和社会主义制度，具有较强的形势分析和判断能力。 |
| 毕业要求4：创新创业能力 | 4.3 具有创新意识，通过参与课外科研训练、学科竞赛、文化活动、学科技能训练，具备创新创业等实践活动能力。 |
| 课程目标4 | 毕业要求5：科学研究能力 | 5.2了解本学科的理论前沿和发展动态，具有较强的科研创新能力。 |

三、课程教学要求与重难点

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程内容框架** | **教学要求** | **教学重点** | **教学难点** |
| 1 | 第1章 数据营销概论 | 1.理解数据营销的发展历史  2.了解数据营销的架构  3.了解数据营销的理论基础  4.认识数据营销的主要职责  5.了解数据营销的知识领域  6.了解数据营销的基础设施  7.了解数据营销的人员配置  8.认识大数据给数据营销带来的变化 | 1.了解数据营销的架构  2.了解数据营销的理论基础  3.认识数据营销的主要职责  4.了解数据营销的知识领域  5.了解数据营销的基础设施  6.了解数据营销的人员配置 | 1.数据营销的知识领域  2.数据营销的基础设施  3.数据营销的人员配置 |
| 2 | 第二章 B2C领域的数据营销应用场景 | 1.了解用户忠诚度平台  2.了解个性化营销  3.认识第三方商用WiFi  4.认识O2O：零售业中的客户体验最优化  5.了解舆情监测与情感分析  6.了解以客户数据作为核心资产的联合营销  7.了解适合小型企业的数据营销  8.卖点提炼 | 1.了解个性化营销  2.了解联合营销  3.了解数据营销 | 1.区分各个应用场景的营销区别 |
| 3 | 第三章 B2B领域的数据营销应用场景 | 1.理解 B2B与B2C的区别  2.了解数据营销对一线销售直接支撑  3.理解开放数据营销模式  4.理解客户细分策略  5.了解角色营销 | 1.商机挖掘  2.开放数据  3.客户细分策略  4.角色营销 | 1.理解B2B与B2C在数据营销、数据类型、数据来源等方面的区别 |
| 4 | 第四章 数据驱动的业务模式重构 | 1.理解业务模式重构的方法论  2.了解从策略到执行的城市策略  3.了解商业地产中的数据驱动决策  4.掌握阿米巴管理中的数据化运营 | 1.从策略到执行的城市策略  2.数据驱动决策  3..阿米巴管理中的数据化运营 | 1.商业地产中的数据驱动决策 |
| 5 | 第五章 数据营销未来的思考 | 1.了解数据营销局限性和重要性  2.掌握数字营销与数据营销的区别和整合方式  3.掌握基于场景的SoLoMoPa数据营销  4.了解自媒体和数据营销的结合 | 1.数据营销局限性和重要性  2.数字营销与数据营销的区别和整合方式  3.基于场景的SoLoMoPa数据营销  4.自媒体和数据营销的结合 | 基于场景的SoLoMoPa数据营销 |
| 6 | 第六章 如何保护个人信息 | 1.认识数据诈骗  2.掌握诈骗防范策略 | 防范诈骗，保护个人信息 | 数据诈骗 |

四、课程教学内容、教学方式、学时分配

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程内容框架** | **教学内容** | **教学方式** | **学时** |
| 1 | 第一章 数据营销概论 | 第一节 数据营销的架构和理论基础 | 讲授、课堂讨论 | 1 |
| 第二节 数据营销的主要职责和知识领域 | 讲授、课堂讨论 | 1 |
| 第三节 数据营销的基础设施和人员配置 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 1 |
| 第四节 大数据给数据营销带来的变化 | 讲授、课堂讨论 | 1 |
| 2 | 第二章 B2C领域的数据营销应用场景 | 第一节 用户忠诚度平台和个性化营销 | 讲授、课堂讨论 | 2 |
| 第二节 O2O：零售业中的客户体验最优化 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 2 |
| 第三节 舆情监测与情感分析 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 1 |
| 第四节 联合营销和数据营销 | 讲授、课堂讨论、案例分析 |  |
| 3 | 第三章 B2B领域的数据营销应用场景 | 第一节 B2B与B2C的区别 | 讲授、课堂讨论 | 1 |
| 第二节 开放数据营销模式 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 2 |
| 第三节 客户细分策略 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 2 |
| 第四节 角色营销 | 讲授、课堂讨论 | 1 |
| 4 | 第四章 数据驱动的业务模式重构 | 第一节 业务模式重构的方法论 | 讲授 | 1 |
| 第二节 从策略到执行的城市策略 | 讲授 | 1 |
| 第三节 商业地产中的数据驱动决策 | 讲授 | 1 |
| 第四节 阿米巴管理中的数据化运营 | 讲授、案例分析 | 1 |
| 5 | 第五章 数据营销未来的思考 | 第一节 数据营销局限性和重要性 | 讲授 | 1 |
| 第二节 数字营销与数据营销的区别和整合方式 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 1 |
| 第三节 掌握基于场景的SoLoMoPa数据营销 | 讲授、课堂讨论 | 1 |
| 第四节 自媒体和数据营销的结合 | 讲授、课堂讨论 | 1 |
| 6 | 第六章如何保护个人信息 | 第一节 认识数据诈骗 | 讲授、课堂讨论 | 1 |
| 第二节 诈骗防范策略 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 1 |

五、课程目标与考核内容

|  |  |
| --- | --- |
| **课程目标** | **考核内容** |
| 课程目标1 | 有关大数据营销学理论知识和方法的理解和掌握情况 |
| 课程目标2 | 应用大数据学理论知识和方法解决营销问题的能力 |
| 课程目标3 | 解决大数据营销问题时具有创新性思维 |
| 课程目标4 | 有关大数据营销学前沿问题及相关实践的了解情况 |

六、考核方式与评价细则

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **考核方式** | **比例** | **考核/评价细则** |
| 课堂表现 | 15% | 考勤记录和课堂表现情况加分、扣分记录 |
| 平时作业 | 15% | 教师批改的课程作业 |
| 期末考试 | 70% | 笔试，包含选择、名词解释、判断、简答、案例分析等题型，考核基本知识的掌握和运用情况 |