编制人：巫月娥

审定人：林晓伟

开课部门：商学院

编制时间：2019年6月25日

数字营销本科课程教学大纲

一、课程基本信息

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 课程名称 | 中文 | 数字营销 |
| 英文 | Digital Marketing  |
| 课程代码 | 18841350200 | 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 | 无 |
| 课程组成员 | 无 |
| 先修课程 | 市场营销、网络营销、电子商务 |
| 选用教材 | 阳翼.数字营销（第二版）.北京： 中国人民大学出版社，2019 |
| 参考书目 | 1．[埃里克](http://search.dangdang.com/?key2=%B0%A3%C0%EF%BF%CB&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "http://product.dangdang.com/_blank) [格林伯格](http://search.dangdang.com/?key2=%B8%F1%C1%D6%B2%AE%B8%F1&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \t "http://product.dangdang.com/_blank). 数字营销战略. 北京：清华大学出版社.20162．[Damian](http://search.dangdang.com/?key2=Damian&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \o "（美）Damian Ryan（达米安 瑞安） 著，高兰凤 译) [Ryan](http://search.dangdang.com/?key2=Ryan&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00" \o "（美）Damian Ryan（达米安 瑞安） 著，高兰凤 译).理解数字营销.北京：电子工业出版社.2017 |
| 推荐教材 | 阳翼.数字营销（第二版）.北京： 中国人民大学出版社，2019 |

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 | 掌握数字营销的基本理论、方法，包括社会化媒体营销、移动营销、微电影营销、虚拟游戏营销、搜索引擎营销等方面的专业性知识。 |
| 课程目标2 | 运用数字营销知识解决企业实际营销问题。 |
| 课程目标3 | 利用数字营销知识进行创新创业。 |
| 课程目标5 | 掌握数字营销前沿理论用于科学研究。 |

**（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、创业学等工商管理类专业理论知识与方法，重点掌握市场营销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，并能够运用市场营销学理论和方法，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现代营销中的问题。 |
| 课程目标3 | 毕业要求4：创新创业能力。 | 4.1 具有较强的组织沟通能力与探索性、批判性思维能力，不断尝试理论或实践创新。4.2 具有创业所具备的专业和人文素养。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5 | 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5.2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。5.3掌握管理、市场营销的定性和定量的研究分析方法。 |

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 | 第一章 数字营销概述 | 1. 理解数字营销的内涵
2. 掌握数字营销的发展历程
3. 熟练掌握数字营销的价值。
 | 1. 数字营销的内涵；
2. 数字营销的发展历程
3. 数字营销的价值
 | 1.数字营销的内涵2.数字营销的价值 |
| 2 | 第二章 社会化媒体营销 | 1.了解社会化媒体营销的概念2.熟练掌握微博营销的方法3.微信营销的分析方法4.理解SNS营销的传播手段和方法 | 1. 微博营销的方法

2.微信营销的分析方法3.SNS营销的传播手段和方法 | 1.微博营销的方法2.微信营销的分析方法 |
| 3 | 第三章 移动营销 | 1.了解移动营销的概念和作用2.掌握二维码营销的方法3.掌握LBS营销的方法4.明确移动广告的方法与程序5.了解APP营销、移动支付和短视频营销的营销手段。 | 1.二维码营销的方法2.LBS营销的方法3.移动广告的方法与程序4.APP营销、移动支付和短视频营销的营销手段 | 1.二维码营销的方法2.LBS营销的方法3.移动广告的方法与程序 |
| 4 | 第四章 微电影营销 | 1.了解微电影营销的概念2.掌握微电影营销的价值3.把握微电影营销的方式与策略4.理解微电影营销的发展趋势和展望 | 1.微电影营销的概念2.微电影营销的价值3.微电影营销的方式与策略。 | 1.微电影营销的价值2.微电影营销的方式与策略 |
| 5 | 第五章 虚拟游戏营销 | 1.了解虚拟游戏营销的内涵及其表现2.理解虚拟游戏营销的价值3.掌虚拟游戏营销的策略4.了解虚拟游戏营销的发展瓶颈 | 1.虚拟游戏营销的内涵2.虚拟游戏营销的价值3.虚拟游戏营销的策略 | 1.虚拟游戏营销的内涵2.虚拟游戏营销的策略 |

四、课程教学内容、教学方式、学时分配及对课程目标的支撑情况

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程内容框架** | **教学内容** | **教学方式** | **学时** | **支撑的****课程目标** |
| 1 | 第一章 数字营销概述 | 第一节 数字营销的内涵 | 讲授 | 1 | 课程目标1、2 |
| 第二节 数字营销的发展历程  | 讲授 | 2 | 课程目标1、2 |
| 第三节 数字营销的价值 | 讲授 | 1 | 课程目标1、2 |
| 2 | 第二章 社会化媒体营销 | 第一节 社会化媒体营销概述 | 讲授 | 1 | 课程目标1、2 |
| 第二节 微博营销 | 讲授、课堂讨论案例分析 | 2 | 课程目标1、2、3、5 |
| 第三节 微信营销 | 讲授、课堂讨论案例分析 | 2 | 课程目标1、2、3、5 |
| 第四节 SNS营销 | 讲授、课堂讨论案例分析 | 2 |

|  |
| --- |
| 课程目标1、2、3、5 |

 |
| 3 | 第三章 移动营销 | 第一节 移动营销概述 | 讲授 | 1 | 课程目标2、3 |
| 第二节 二维码营销 | 讲授、课堂讨论案例分析 | 2 | 课程目标2、3、5 |
| 第三节 LBS营销 | 讲授、课堂讨论案例分析 | 2 | 课程目标2、3、5 |
| 第四节 移动广告 | 讲授、案例分析 | 1 | 课程目标2、3、5 |
| 第五节 APP营销 | 讲授、案例分析 | 2 | 课程目标2、3、5 |
| 第六节 移动支付 | 讲授、案例分析 | 1 | 课程目标2、3、5 |
| 第七节 短视频营销 | 讲授、案例分析 | 2 |

|  |
| --- |
| 课程目标2、3 |

 |
| 4 | 第四章 微电影营销 | 第一节 微电影营销概述 | 讲授 | 1 | 课程目标1、2 |
| 第二节 微电影营销的价值 | 讲授 | 1 | 课程目标2、3 |
| 第三节 微电影营销的方式与策略 | 讲授、案例分析 | 2 | 课程目标2、3 |
| 第四节 微电影营销的发展趋势和展望 | 讲授 | 1 | 课程目标1、2、3 |
| 5 | 第五章 虚拟游戏营销 | 第一节 虚拟游戏营销概述 | 讲授 | 1 | 课程目标1 |
| 第二节 虚拟游戏营销的价值 | 讲授 | 1 | 课程目标2、3 |
| 第三节 虚拟游戏营销的策略 | 讲授、案例分析 | 2 | 课程目标2、3、5 |
| 第四节 虚拟游戏营销的发展瓶颈 | 讲授、案例分析 | 1 | 课程目标2、3 |

五、课程目标与考核内容

|  |  |
| --- | --- |
| **课程目标** | **考核内容** |
| 课程目标1 | 有关数字营销理论知识和方法的理解和掌握情况 |
| 课程目标2 | 应用数字营销理论知识和方法解决企业实际营销问题的能力 |
| 课程目标3 | 利用数字营销知识进行创新创业的能力和素养 |
| 课程目标4 | 掌握数字营销前沿研究理论进行科学研究 |

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 | 20% | 考勤记录和课堂讨论、案例分析表现情况加分、扣分记录 |
| 平时作业 | 20% | 教师批改的课程报告和作业 |
| 期末考察 | 60% | 提交考察论文，包含数字营销的选题论文，考核基本知识的掌握和运用及科学研究能力 |