网络与大数据营销实践

编制人：陈耀庭

审定人：巫月娥

开课部门：商学院

编制时间：2019.6

一、课程基本信息

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 课程名称 | 中文 | 网络与大数据营销实践 |
| 英文 | Network And Big Data Marketing Practic  |
| 课程代码 | 18058040200 | 课程性质 | 实践课程 |
| 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 | 网络营销、大数据营销 |
| 选用教材 |  |
| 参考书目 | 《网络营销基础与实践》第5版（冯英健 著，清华大学出版社，书号：9787302447696），2016年出版 |
| 推荐教材 |  |

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 | 使学生掌握开展网络与大数据营销活动所需要的基本知识。认知网络与大数据营销的基本内涵和网络与大数据营销活动的特殊性，辨证地认识和分析网络与大数据营销者、网络与大数据营销机会、网络与大数据营销资源、网络与大数据营销计划和网络与大数据营销项目 |
| 课程目标2 | 使学生具备必要的网络与大数据营销能力。掌握网络与大数据营销资源整合与网络与大数据营销计划撰写的方法,熟悉新企业的开办流程与管理，提高创办和管理企业的综合素质和能力，掌握线上大数据营销的技巧与操作流程 |
| 课程目标3 | 使学生树立科学价值观念，主动适应国家经济社会发展和人的全面发展需求，正确理解网络与大数据营销与职业生涯发展的关系，自觉遵循网络和大数据营销规律，积极投身大数据营销实践 |

**（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 | 1：知识获取能力。能够运用科学的方法，通过课堂、文献、网络、实习实践等渠道获取知识；善于学习和吸收知识并构建自己的知识体系。 | 1.2 专业性知识。本专业学生须系统地掌握管理学、网络营销、大数据营销学、市场营销学、大数据营销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。能够应用管理理论和方法，发现、分析并解决企业营销实践问题； | 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。 |
| 课程目标3 | 毕业要求4：分析网络与大数据营销能力 | 4.3 具有网络营销意识，通过参与课外科研训练、学科竞赛、文化活动、学科技能训练，具备参与网络与大数据营销等实践活动能力。 |

三、课程教学要求与重难点

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程内容框架** | **教学要求** | **教学重点和难点** |
| 1 | 网络与大数据营销概述 | 通过本章教学，使学生了解网络营销、大数据营销的基本概念，以及网络营销与大数据营销的关系，正确理解网络与大数据营销在当下时代背景的重要性 | 网络与大数据营销相关概念和运作规则 |
| 2 | 网络与大数据营销者与网络与大数据营销团队 | 让学生从自身出发来思考网络与大数据营销者的能力和素质，便于理解。网络与大数据营销团队可以考虑以小组讨论的形式进行 | 网络与大数据营销者应具备的基本素质和网络与大数据营销团队的组成 |
| 3 | 网络与大数据营销机会与网络与大数据营销风险 | 使学生了解网络与大数据营销机会及其识别要素，了解大数据营销风险类型以及如何防范风险，了解由大数据营销机会开发商业模式的过程，掌握商业模式设计策略和技巧 | 网络与大数据营销机会识别和评价的方法和大数据营销机会评估的客观性 |
| 4 | 网络与大数据营销计划 | 使学生了解网络与大数据营销计划的基本内容及其重要性，认识网络与大数据营销者在大数据营销过程中准备大数据营销计划的原因，了解做好商业计划所需要开展的准备工作。  | 网络与大数据营销计划的内容和结构以及撰写与展示大数据营销计划 |

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 | 网络与大数据营销概述 | 1、网络营销的概念及其特征 | 讲授 | 1 | 课程目标1 |
| 2、大数据营销的概念及其特征 | 讲授 | 1 | 课程目标1 |
| 3、网络营销与大数据营销的关系 | 讲授 | 1 | 课程目标1 |
| 2 | 网络与大数据营销者与网络与大数据营销团队 | 1、网络与大数据营销者 | 讲授 | 1 | 课程目标1 |
| 2、网络与大数据营销团队 | 讲授 | 1 | 课程目标1 |
| 3 | 网络与大数据营销机会与网络与大数据营销风险 | 1、大数据营销机会识别 | 讲授 | 2 | 课程目标1、课程目标2 |
| 2、大数据营销机会评估 | 讲授 | 1 | 课程目标1、课程目标2 |
| 3、大数据营销风险 | 讲授 | 2 | 课程目标1 |
| 4 | 网络与大数据营销分析计划 | 1、网络与大数据营销分析计划 | 讲授 | 2 | 课程目标2、课程目标3 |
| 2、撰写与展示网络与大数据营销分析计划 | 引导启发下的课堂训练 | 4 | 课程目标2、课程目标3 |

五、课程目标与考核内容

|  |  |
| --- | --- |
| **课程目标** | **考核内容** |
| 对网络与大数据营销的基本流程以及实践理念有全面的了解 | 撰写与展示网络与大数据营销分析计划 |
| 进一步巩固课堂所学的营销、企业运营等知识，运用到实践当中 | 撰写与展示网络与大数据营销分析计划 |
| 体验团队协作精神，打造复合型人才，全面提高学生实践管理的实践能力 | 实践最终排名，实践总结 |

六、考核方式与评价细则

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **考核方式** | **比例** | **考核/评价细则** |
| 平时成绩 | 40 | 考勤记录，实践记录表 |
| 期末成绩 | 60 | 实训总结，整体实践方案的制定 |