

课程教学进度计划表

一、基本信息

课程名称	网络营销				
课程代码	2060564	课程序号	1593	课程学分/学时	2/32
授课教师	胡元元	教师工号	23563	专/兼职	专职
上课班级	工商 B22-1、2	班级人数	32	上课教室	一教 305
答疑安排	周二下午 7-10 节 地点 8416				
课程号/课程网站	云班课/5054848				
选用教材	《网络营销》 华迎 高等教育出版 2024 年第 3 版				
参考教材与资料	《网络营销学》王永东、荆浩、安玉新著 清华大学出版社 《网络营销基础与实践》冯英健著 清华大学出版社				

二、课程教学进度安排

课次	课时	教学内容	教学方式	作业
1	2	1.1-1.4 网络营销概述	讲课\讨论	
2	2	2.1-2.4 网络市场调概述、研过程及方法	讲课\练习	教材课后习题
3	2	2.5-2.7 网络调研问卷、大数据分析	讲课\讨论	
4	2	3.1-3.2 网络市场和网络消费者分析	讲课\讨论	教材课后习题
5	2	4.1 网络营销战略	讲课\讨论	
6	2	4.2-4.4 网络市场细分、目标市场选择、网络市场定位	讲课\讨论	小组演说作业
7	2	5.1-5.4 网络客户体验	实验	
8	2	6.1-6.2 网络界面设计要素	讲课\讨论	
9	2	7.1-7.5 客户关系管理相关理论、最大化客户终身价值	讲课\讨论	教材课后习题

10	2	8.1-8.3 网络营销产品策略、价格策略	讲课\讨论	教材课后习题
11	2	8.4-8.5 网络促销策略、网络社区策略	讲课\讨论	
12	2	9.1-9.2 网络品牌构建	讲课\讨论	
13	2	9.3-9.4 网络品牌推广与品牌资产	讲课\讨论	教材课后习题
14	2	10.1-10.2 网络营销效果评价指标体系	讲课\讨论	
15	2	11.1-11.2 移动网络营销	讲课\讨论	教材课后习题
16	2	11.3-11.4 大数据营销、口碑营销	讲课\讨论	

注：教学内容序号来自教材章节序号

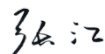
三、考核方式

总评构成	占比	考核方式
X1	50%	个人策划项目报告
X2	30%	小组策划案 PPT 演说
X3	20%	平时表现

任课教师：



系主任审核：



(签名)

日期：2025.3