

# 《网络营销》实验教学大纲

## 一、课程的性质和任务

本课程为非独立性实验课程，主要是在《网络营销》课堂教学当中，做为一个重要的、必不可少的教学环节而设立。

《网络营销》是一个实践性较强的、基于网络平台的专业新课程，学生只在课堂进行理论学习是无法完全理解和掌握电子商务的理论和一些实际操作的技术，当然更无法进行实际的操作。因此，本实验课的设立，就是要使学生在理论学习的同时，能够熟练地运用网络营销的理论和进行网络营销的实际运作，加深对理论的理解。

## 二、教学要求与教学方法

理论教学全部运用多媒体、视频展示台，各类摄影机等形象手段来进行，提高教学效率和教学质量。

每次课内实验之前，教师重点讲授实验原理与操作要领，提出实验的目标，由学生按照实验要求，通过理论联系实践，自己动手来完成实验目标，老师做现场指导，解决学生的疑难问题。

课外实验则由老师提出要求，学生按照老师的要求自觉分组独立完成。疑难问题在下次实验课堂予以解决。

全部内容包括网络营销网站的建设、网上市场调查与分析、网上定价实验、网络营销促销策划，都要与课堂理论教学有机地结合起来，穿插进行。

## 三、教学学时分配和安排

周次	实验内容	学时数	
		课内	课外
4-5	实验一：网络营销网站的建设	6	6
8	实验二：网络营销市场调查与分析	3	3
11	实验三：网络营销定价实验	3	3
17-18	实验四：网络营销促销策划	6	3

## 四、教学内容和要求

### 实验一 网络营销网站的建设

#### 1. 实验目的

- (1) 熟悉网络营销网站的功能
- (2) 掌握网络营销网站建设的流程
- (3) 掌握网络营销网站建设的方式
- (4) 掌握网络营销网站建设的重点

#### 2. 实验工具

- (1) 网络设备

- (2) 计算机
- (3) 网页设计软件

### 3. 实验步骤

- (1) 明确网络营销网站建设的目标
- (2) 规划网络营销网站的功能
- (3) 设计网站的页面（首页与二级页面）
- (4) 填充网站内容与上线测试
- (5) 正式发布网站

### 4. 实验结果

发布一个网站（静态）

## 实验二 网上市场调查与分析

### 1. 实验目的

- (1) 熟悉网上市场调查方法
- (2) 掌握网上调查问卷的设计
- (3) 掌握网上获取资料的方法

### 2. 实验工具

- (1) 搜索引擎网站
- (2) 综合门户网站
- (3) 网页设计软件
- (4) 计算机
- (5) 网络设备

### 3. 实验步骤

- (1) 确定网上调查任务
- (2) 规划网上资料调查方法
- (3) 设计网上调查问卷
- (4) 执行网上调查与资料收集
- (5) 分析网上调查资料
- (6) 形成调查分析报告

### 4. 实验结果

完成一份调查分析报告

## 实验三 网上定价实验

### 1. 实验目的

- (1) 熟悉不同网站的定价策略
- (2) 比较不同方式定价策略的优、劣势

### 2. 实验工具

- (1) 网上商店网站如当当
- (2) 网上拍卖网站如淘宝
- (3) 网上电子商务中介如阿里巴巴

### 3. 实验步骤

- (1) 选择购物网站
- (2) 尝试购买相关物品，了解定价方式
- (3) 比较不同定价方式

(4) 形成比较报告

#### **4. 实验结果**

不同定价方式的比较报告

### **实验四 网络营销促销策划**

#### **1. 实验目的**

- (1) 了解网络营销促销的方法
- (2) 比较不同网络营销促销方法的优、劣势

#### **2. 实验工具**

- (1) 搜索型网站如百度
- (2) 信息型网站如新浪
- (3) 电子商务交易型网站如阿里巴巴
- (4) 计算机
- (5) 网络设备

#### **3. 实验步骤**

- (1) 学习了解网络促销的方法
- (2) 选择不同类型网站的网站
- (3) 收集网站提供的促销方案和报价
- (4) 为一个企业设计出促销组合，符合预算要求
- (5) 完成网络营销促销策划执行书

#### **4. 实验结果**

网络营销促销策划执行书