

《网络营销与策划》（课程代码：00909）实践考核大纲

华南理工大学自学考试

I 课程性质与目标

一、课程性质、实验目的与基本要求

1. 课程性质：

以现代电商网络营销的运作为基础，以网络技术为载体，整合了电子商务、市场营销等多学科知识，涵盖多种网络营销模式，其核心在于帮助考生掌握和理解现代网络营销的多种途径和手段。

2. 实验目的：

使考生掌握电商网络营销工具与平台，结合实际情况实现营销目标分析，受众定位，内容策划等流程，数据整理与分析，突破营销瓶颈的能力。

3. 基本要求：

- (1) 培养考生对网络营销基础知识的掌握。
- (2) 培养考生设计营销方案的能力；
- (3) 培养考生结合案例进行网络营销环境的分析；
- (4) 培养考生结合实际情况进行网络营销战略的确定的能力。
- (5) 培养考生利用网络资源开展网络营销的能力。
- (6) 培养考生针对具体情况对网络消费者分析的能力。

II 课程内容与考核要求

一、课程内容与考核范围

1. 网络营销的概念和范畴；
2. 网络营销环境的分析；
3. 网络营销战略；
4. 网络市场调查；
5. 消费者网络购买行为分析；
6. 网络营销组合策略；
7. 网络营销工具的使用；
8. 网络环境下的客户关系的建立和维护；
9. 网络营销效果的评价；

二、运行环境

1. 硬件环境

CPU: x64 处理器, 1.4 GHz 以上

内存: 1G 以上

硬盘: 3G 以上可用空间

2. 软件环境

Windows 7 及以上版本, WPS

三、考核方式

1. 上机考核。
2. 在考核时间内完成考核内容当中的题目，上交考核内容中所有完成的作业。
3. 课程实验考核为开卷形式，考生可携带除电子资料以外的书本、笔记。
4. 考核时间：120 分钟。

四、实践考核的基本要求

1. 实践题目发布后，在规定时间内完成，以电子方式提交；
2. 作业必须按照题目的要求；
3. 作业采用的软件版本需与要求一致；

五、实践考核必读和参考书目

《网络营销与策划》，秦良娟，中国人民大学出版社，2018年版

六、评分标准

1. 评分标准：采用五级评分制即优秀、良好、中等、及格、不及格。
2. 优秀：90—100分；良好：80—89分；中等：70—79分；及格：60—69分；不及格：0—59分。