

 北京电子科技职业学院

国家示范性高职院校建设项目成果

——金融保险重点专业及专业群系列教材

网络营销业务

李志刚 主编 刘士忠 修晶 副主编



中国财政经济出版社

北京电子科技职业学院国家
示范性高职院校建设项目成果

——金融保险重点专业及专业群系列教材

网络营销业务

(教师用书)

李志刚 主 编
刘士忠 修 晶 副主编

中国财政经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

网络营销业务/李志刚主编. —北京: 中国财政经济出版社, 2010. 6

(金融保险重点专业及专业群系列教材)

北京电子科技职业学院国家示范性高职院校建设项目成果. 教师用书

ISBN 978 - 7 - 5095 - 2230 - 1

I. ①网… II. ①林… III. ①电子商务 - 市场营销学 - 高等学校: 技术学校 - 教学参考资料 IV. ①F713. 36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 082771 号

责任编辑: 孙聪宝

责任校对: 徐艳丽

封面设计: 邹海东

版式设计: 汤广才

中国财政经济出版社出版

URL: <http://www.cfeph.cn>

E-mail: cfeph@cfeph.cn

(版权所有 翻印必究)

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮政编码: 100142

发行处电话: 88190406 财经书店电话: 64033436

北京中兴印刷有限公司印刷 各地新华书店经销

787×1092 毫米 16 开 12.5 印张 298 000 字

2010 年 12 月第 1 版 2010 年 12 月北京第 1 次印刷

印数: 1—1 000 定价: 21.00 元

ISBN 978 - 7 - 5095 - 2230 - 1/F · 1775

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

本社质量投诉电话: 010 - 88190744

序 言

作为 1999 年教育部首批建设的高等职业院校之一，十年来我们始终不懈地在探索适合高等职业教育的模式。目前金融保险重点专业及专业群已形成以就业为导向、以岗位能力培养为核心、校企合作、学训一体的人才培养模式。

教学与实训是人才培养的重要内容，应用其中的教材起着关键的作用。我们认为高职教材应具有以下特色：

1. 体现社会对职业的要求。高职教材必须体现职业对从业人员的相关要求，教材编写要以提高学生职业素质为中心，明确每章教学应达到的素质目标、知识目标、技能目标和能力目标，并据此调整相应内容，以强化课程教学的针对性和应用性，使学生毕业后即能够适应企业工作的需要。

2. 体现岗位对技能的要求。由有实践经验的教师和行业中的专家，按照工作岗位的实际需要，对岗位要求层层加以分解，确定从事这一岗位工作所应具备的能力，从而明确培养目标。按照教学规律，将相同、相近的各项能力进行总结、归纳，构成各种不同的教学模块，制定教学大纲，依此来组织教材的结构和内容。教材强调以工作岗位所需职业能力的培养为核心，保证了职业能力培养目标的实现。

3. 适应高职学生的特点。教材编写要密切关注学生的特点，注重教材的适应性。目前高职学生的生源由中职生为主转向以高中生为主，学生的文化基础素质得以提高，根据这一变化，教材编写应跟随时代新技术的发展，摒弃过时陈旧的内容，将新方法、新规范、新标准编入教材，使学生毕业后具备从事专业技术工作和管理工作的能力。

4. 便于组织教学。在结构上，理论讲述、案例分析、综合实训相结合。充分运用表格、结构图、流程图和案例等形式表现教学内容。可以进行网络学习的电子化教材要与纸质教材配合使用。

在总结以上高职教材特点的基础上，我们组织了由教师和企业专家共同组成的教材编写委员会，经过了长时间的企业调研、课题研讨、样章试用、师生反馈等过程，编写出了本系列教材。

北京电子科技职业学院国家示范性高职院校金融保险重点专业及专业群建设项目由徐秀艺主持，张晖任系列教材建设负责人，设计了系列教材编写模式。本系列教材包括金融保险专业教材 30 种，专业群教材 16 种，教材配有相应的多媒体电子出版物。

教材编写的适用程度如何，需要通过教学实践的检验，使之不断地提高与完善。衷心希望聆听各方面的意见，以利改进我们的教材与教学，更以利于高职教育的发展。

前 言

本套丛书是针对高职高专院校的广大师生而编写的具有高等职业教育特点的教材，秉承了“以工作任务为导向”的职业教育理念，突出强调教学中学生的主体地位和教师的主导作用。

与市场上已有的《网络营销》教科书相比，本书具有如下特点：

第一，本套丛书分为学生用书和教师用书两本：学生用书主要根据网络营销中所需要的基本技能进行编写，突出强调实际操作能力和网络营销理论的应用能力，尽量避免长篇大论的理论探讨，图文并茂，可读性增强；教师用书给出了教学过程设计参考和必要的背景知识以及参考案例，方便教师备课、授课。

第二，本套丛书摒弃了传统教材的章节式结构，从体例上充分体现了以任务为导向的基于工作过程的设计思路。根据网络营销中涉及的常见工作内容设定了十一个“项目”，每个项目下设若干个“子项目”，学生可以在任务的引导下学习网络营销的知识，掌握网络营销的技能。

第三，本书配备了精致的电子教案，这给学生的学习和教师的授课带来很大的便利。

这套《网络营销业务》教材共分十一个“项目”。学生用书李志刚担任主编，刘士忠担任副主编，其中“项目十”和“项目十一”由刘士忠编写，其余的“项目”由李志刚编写。教师用书由李志刚担任主编，刘士忠、修晶担任副主编，王冬梅参编，其中“项目一”、“项目七”和“项目九”由李志刚编写，“项目六”、“项目十”和“项目十一”由刘士忠编写，“项目三”、“项目四”、“项目五”由修晶编写，“项目二”和“项目八”由王冬梅编写。

网络营销本身并不是一门成熟的学科，很多问题都处于研究、摸索阶段，再加上作者本身学识有限，因此疏漏和错误在所难免，恳请读者批评指正。感谢北京电子科技职业学院领导在本书出版过程中的大力支持，也感谢中国财政经济出版社的编辑在本书出版过程中的辛勤工作。

编 者

2009年6月

目 录

课程标准	(1)
项目一 E-mail 营销	(9)
子项目一 申请 E-mail 账号	(9)
子项目二 发送、接收 E-mail	(13)
子项目三 管理多个 E-mail 账号	(16)
子项目四 利用邮件群发系统发送营销 E-mail	(19)
子项目五 如何获取内部 E-mail 营销列表	(22)
子项目六 利用外部列表开展 E-mail 营销	(25)
项目二 搜索引擎营销	(33)
子项目一 搜索引擎的基础知识和应用知识	(33)
子项目二 专业化搜索引擎与网站推广	(39)
项目三 博客营销	(43)
子项目一 申请博客账号	(43)
子项目二 管理自己的博客	(45)
子项目三 美化博客	(49)
项目四 网络产品	(54)
子项目一 网络产品概念	(54)
子项目二 网络产品分类	(58)
子项目三 网络产品支持服务策略	(62)
项目五 网络产品定价	(73)
子项目一 明确定价目的	(73)
子项目二 掌握影响定价的因素	(75)
子项目三 了解定价策略	(77)
子项目四 学习定价程序	(84)
项目六 网络促销	(90)
子项目一 网络营销促销实施	(90)
子项目二 网站推广	(96)
子项目三 网络销售促进与公共关系	(103)

项目七 网络分销	(108)
子项目一 传统营销渠道与网络营销渠道的对比	(108)
子项目二 网络分销的作用、构成要素、影响因素	(112)
子项目三 网络分销实务	(115)
项目八 网络公关	(130)
子项目一 网络公关的基本理论与电子邮件公关的基本策略	(130)
子项目二 网络社区的公关策略	(136)
项目九 网络调研	(141)
子项目一 认识传统调研与网络调研的关系	(141)
子项目二 撰写调研问卷	(145)
子项目三 利用搜索引擎和 BBS 获取信息	(149)
项目十 网络广告	(157)
子项目一 网络广告分类	(157)
子项目二 网络广告策划	(163)
子项目三 网络广告制作	(167)
子项目四 网络广告效果分析	(170)
项目十一 网站建设	(175)
子项目一 网站建设	(175)
子项目二 网站运营	(185)
参考文献	(189)

课 程 标 准

网络营销业务

一、课程定位

网络营销是电子商务专业的核心课程。随着互联网的日益普及和电子商务的深入发展,网络营销越来越成为各种类型企业重要的营销手段,与其他的营销手段一起共同构成企业的整体营销方案。对于电子商务而言,网络营销是一个核心环节,是决定电子商务业务成败的重要影响因素。因此通过本门课程的学习,学生应该掌握网络营销与市场营销的基本理论,理解网络营销与传统网络营销手段的异同,掌握网络营销的基本方法与技巧,能够简单的设计并执行网络营销方案。

二、课程目标

通过本门课程的学习,学生应当树立营销观念;掌握市场营销的基本思维方式和营销方案的策划与实施过程;理解营销在企业经营管理中的地位与作用;掌握网络营销在设计与实施过程中的特殊规律;熟练应用常规的网络营销手段解决某些经营中的问题。

具体专业能力目标包括:熟练应用E-mail营销工具进行E-mail营销;应用搜索引擎营销手段进行企业和产品宣传与推广;熟练地利用博客进行营业推广;总结网络产品特点;归纳网络定价规律;设计网络分销渠道;利用网络广告和网络公关等手段进行网络促销;展开网络调研。

方法能力目标包括:利用互联网搜集信息能力,自我学习能力,客观评价他人工作成果的能力,项目策划、项目执行、项目监督能力。

社会能力目标包括:团队分工、合作能力;组织策划能力;语言表达能力;与人沟通和交流能力;爱岗敬业、努力完成本职工作能力等。

三、教学起点

本课程在高职第三学期开设,要求学生具有一定的语言表达能力、逻辑思维能力、组织策划能力和计算机及互联网应用能力。在学习本课程前,学生应该修完电子商务概论、计算机基础和网络基础、静态网页制作等内容。

四、课程内容与要求

学习内容概要	学习内容	学习标准	评价建议	教学建议	课时数
项目一 E-mail 营销	1. 申请 E-mail 账号 2. 发送、接收 E-mail 3. 管理多个 E-mail 账号 4. 利用邮件群发系统发送营销 E-mail 5. 如何获取内部 E-mail 营销列表 6. 利用外部列表开展 E-mail 营销	1. 熟练申请、收发 E-mail, 掌握 E-mail 营销邮件的技巧。 2. 熟练设置 E-mail 邮箱的客户端软件, 熟练利用某一 Outlook 等客户端管理软件管理 E-mail。 3. 熟练利用 E-mail 群发系统收发、统计营销性的 E-mail。 4. 掌握 E-mail 邮件服务器的配置。	1. 学生自评, 主要是查找自身的不足。 2. 组间提问, 组间评价, 在评价中相互学习。 3. 教师提问。	1. 保证课程要在实训室进行。 2. 学生每人使用一台计算机。 3. 保证互联网畅通。 4. 实训室安装“博星卓越”网络营销模拟平台。	6 课时
项目二 搜索引擎营销	1. 搜索引擎的基础知识和应用知识 2. 专业化搜索引擎与网站推广	1. 数量掌握常见搜索引擎使用技巧。 2. 熟悉不同类型搜索引擎功能。 3. 能够熟练地在搜索引擎上注册网站。 4. 了解搜索引擎的广告策略。 5. 通过比较, 了解不同搜索引擎的特点。	1. 学生自评。 2. 组间提问。 3. 教师提问。	1. 保证课程要在实训室进行。 2. 学生每人使用一台计算机。 3. 保证互联网畅通。 4. 实训室安装“博星卓越”网络营销模拟平台。	6 课时
项目三 博客营销	1. 申请博客账号 2. 管理自己的博客 3. 美化博客	1. 掌握博文撰写技巧。 2. 掌握通过美化博客加强营销效果的技巧。	1. 学生自评。 2. 组间提问。 3. 教师提问。	1. 保证课程要在实训室进行。 2. 学生每人使用一台计算机。 3. 保证互联网畅通。	6 课时
项目四 网络产品	1. 网络产品概念 2. 网络产品分类 3. 网络产品支持服务策略	1. 掌握网络产品概念的内涵和外延。 2. 了解网络产品分类与营销之间的关联。 3. 掌握不同类型的网络产品营销时应该注意的问题。	1. 学生自评。 2. 组间提问。 3. 教师提问。	1. 保证课程要在实训室进行。 2. 学生每人使用一台计算机。 3. 保证互联网畅通。 4. 实训室安装“博星卓越”网络营销模拟平台。	4 课时

续表

学习内容 概要	学习内容	学习标准	评价建议	教学建议	课时数
项目五 网络产品 定价	1. 明确定价目的 2. 掌握影响定价的因素 3. 了解定价策略 4. 学习定价程序	1. 认识定价的目的。 2. 掌握影响定价的因素。 3. 熟悉常用的网络产品定价策略。 4. 熟悉网络产品定价程序。	1. 学生自评。 2. 学生操作。 3. 教师提问。	1. 保证课程要在实训室进行。 2. 学生每人使用一台计算机。 3. 保证互联网畅通。 4. 实训室安装“博星卓越”网络营销模拟平台。	4 课时
项目六 网络促销	1. 网络营销促销实施 2. 网站推广 3. 网络销售促进与公共关系	1. 掌握网络促销的基本形式。 2. 根据网络促销形式进行网络促销活动。 3. 掌握网站推广技巧。 4. 掌握不同生命周期阶段促销策略选择的原则与技巧。 5. 在实训平台上熟练完成网络促销实验。	1. 学生自评, 主要目的是查找不足。 2. 组间互评, 主要目的是进行对比性学习。 3. 教师评价。	1. 保证课程要在实训室进行。 2. 学生每人使用一台计算机。 3. 保证互联网畅通。 4. 实训室安装“博星卓越”网络营销模拟平台。	8 课时

续表

学习内容概要	学习内容	学习标准	评价建议	教学建议	课时数
项目七 网络分销	1. 传统营销渠道与网络营销渠道的对比 2. 网络分销的作用、构成要素、影响因素 3. 网络分销实务	1. 了解传统营销渠道与网络营销渠道的区别。 2. 清楚网络分销的效用、构成要素及影响因素。 3. 掌握网络分销渠道特点。	1. 学生自评, 主要目的是查找不足。 2. 组间互评, 主要目的是进行对比性学习。 3. 教师评价。	1. 保证课程要在实训室进行。 2. 学生每人使用一台计算机。 3. 保证互联网畅通。 4. 实训室安装“博星卓越”网络营销模拟平台。	6 课时
项目八 网络公关	1. 网络公关的基本理论与电子邮件公关的基本策略 2. 网络社区的公关策略	1. 了解网络公共关系的基本知识。 2. 掌握电子邮件的公关策略。 3. 掌握网络社区的公关技巧。	1. 学生自评。 2. 组间互评。 3. 教师提问。	1. 保证课程要在实训室进行。 2. 学生每人使用一台计算机。 3. 保证互联网畅通。 4. 实训室安装“博星卓越”网络营销模拟平台。	4 课时
项目九 网络调研	1. 认识传统调研与网络调研的关系 2. 撰写调研问卷 3. 利用搜索引擎和 BBS 获取信息	1. 认识传统调研与网络调研的关系。 2. 能够撰写吸引读者的调研问卷。 3. 利用搜索引擎和 BBS 获取信息。 4. 能够设计、执行简单的调研项目。 5. 能够撰写调研报告和商业计划书或管理建议书。	1. 学生自评, 查找不足, 发现收获。 2. 组间互评, 在评价中学习。 3. 教师评价, 给予点评, 总结优点和缺点。	1. 设计切实可行的调研项目, 让学生结合网络调研和实地调研进行设计、操作。 2. 保留调研过程的资料。	4 课时
项目十 网络广告	1. 网络广告分类 2. 网络广告策划 3. 网络广告制作 4. 网络广告效果分析	1. 能够掌握目前网络广告的分类。 2. 能够掌握网络广告的制作流程。 3. 能够掌握网络广告文案制作技巧。	1. 学生自评。 2. 组间互评。 3. 教师提问。	1. 教师给出广告策划书样例, 指导学生模仿撰写。 2. 在撰写过程中及时指导学生修改。	4 课时

续表

学习内容概要	学习内容	学习标准	评价建议	教学建议	课时数
项目十一 网络建设	1. 网站建设 2. 网站运营	1. 建设一个主题明确、内容丰富的商业网站。 2. 采用综合性的网络营销手段去推广网站和产品。	1. 网站主题与风格要统一,这一点在评审中要非常注意。 2. 学生自评。 3. 小组汇报。 4. 组间互评。 5. 教师评价。	1. 教师可以让每组同学先汇报建设思路,在总体上进行指导。 2. 在学生从事项目过程,要给予实时指导。	8 课时
总课时数	60 课时				

五、教学方法与手段

(一) 教学方法

1. 任务导向法:学生在教学过程中要完成任务,为完成任务,学生必须规划设计实施方案和步骤,然后按规划实施操作,让学生通过学习、分析,在实践中总结并形成能力。

2. 范例教学法:在课程开始阶段,学生对操作平台都不太了解,这时应采用示范教学法,教师首先根据学习任务设置,给学生做出示范,引导学生入门。

3. 案例分析法:通过典型案例引导学生进行讨论、学习,既可以丰富学生的视野,也可以让学生从中总结经验和教训,为学生更好地从事项目运作打下基础。

4. 头脑风暴法:充分激发学生对思考的兴趣,让学生放松头脑,尽情想像,最后从众多的想法中总结出大家认可的模式。

5. 鼓励学生自我拓展,充分利用网络环境自我学习。

(二) 教学手段

应用现代教学技术手段辅助教学,对于提升进一步课程教学效果非常明显的。在本课程的教学过程中,我们主要采用以下几种手段辅助教学。

1. 利用多媒体课件辅助教学。在本课程的阶段,为提高教学效果和教学效率,应用了图片、视频、动画等多媒体技术制作了多媒体教学课件,直观地向学生展示较难以理解的教学内容,取得了良好的效果。

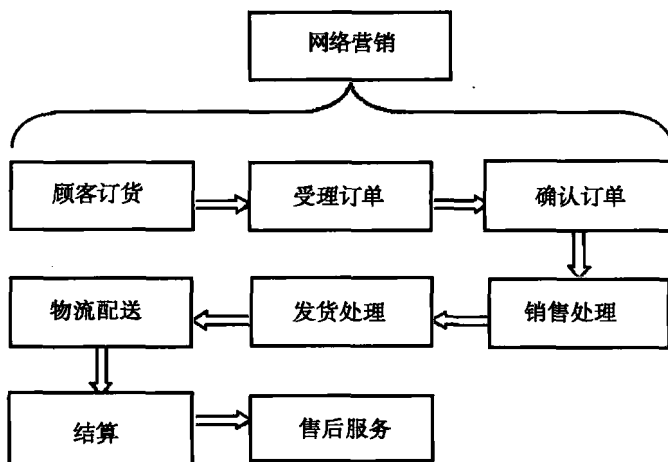
2. 利用互联网辅助教学。为了有效地促进学生课后的学习,我们依托学院网络,在课程中设计了大量的自学内容,为学生进行课后的自学创造了良好的条件,也为学生的素质拓展开辟了一条新的途径。

3. 对于实践项目教学,我们制作了完整网站的制作过程的全程录像,图、文、声并茂,展示真实工作过程,以辅助不同记忆类型、不同能力层次的学生进行项目实践训练,并培养学生自主学习能力。通过教学实践,学生普遍能找到适合自己的学习方法及配套教学内容、资料,独立完成课堂实训项目。

六、实践条件

电子商务综合实训室是进行全方位电子商务模拟的综合实训室，其内容涵盖了电子商务的基本内容，包括电子商城、B2B、C2C、物流、网上银行、CA 认证、网络营销、电子数据交换 EDI 等。

为了实现上述功能，本实训室安装了“博星卓越网络营销操作平台”、“国家职业资格电子商务师职业全国统一培训鉴定技术资源包”等，特别注重业务模块之间的横向联系，在业务流程上把 B2B、物流、CA 认证、电子银行贯穿其中，融信息流、资金流、物流于一体，充分体现了目前电子商务发展的特点和趋势。



电子商务实训室业务流程图

七、评价方法

（一）突出过程考核，考核成绩由三部分组成：

考核成绩比例构成

平时成绩	分项目成绩	综合项目成绩
10%	50%	40%

考核满分为 100 分：

1. 平时成绩占 10%，主要是考勤、课堂纪律、作业上交情况等，授课教师给出成绩；
2. 分项目成绩占 50%，即“项目一”至“项目十”每个项目占 5%，评判依据主要是项目完成情况，这部分成绩由组间互评和教师测评构成，权重各占 50%；
3. 综合项目成绩占 40%，评判依据主要是项目完成情况，这部分成绩由组间互评和教师测评构成，权重各占 50%。

（二）分项目成绩随堂考核，由任课教师和同学填写项目考核表，根据权重汇总出每组同学得分。

项目考核表

考核项目名称:			
考核内容		满分	考核得分
1	回答问题清晰准确、逻辑性强	20	
2	能够按照教师课堂布置内容完成任务	20	
3	项目完成有一定创造性	20	
4	组员间合作默契,有团队精神	20	
5	小组发言陈述逻辑性强,有一定感召力	20	
分数合计		100	
考核人签字:			

(三) 综合项目

综合项目最能反映该组同学综合运用网络营销能力,需要单独考核。由教师和学生分别填写项目考核表,根据权重计算最终分数。

综合项目考核表

考核项目名称:			
考核内容		满分	考核得分
1	网站结构清晰合理	10	
2	网站风格统一、协调	20	
3	产品分类清晰,有条理	10	
4	产品信息完善(图片清晰,语言准确)	10	
5	网站上的营销元素丰富	10	
6	网站上的营销元素运用得当	20	
7	非网站推广手段丰富	10	
8	非网站推广手段运用得当	10	
分数合计		100	
考核人签字:			

八、课程资源(名称、主要参考书目、实现功能等)

(一) 选用教材

李志刚、刘士忠:《网络营销业务》(学生用书),中国财政经济出版社2010年版。

(二) 参考教材

1. 咎辉:《网络营销实战密码:策略·技巧·案例》,电子工业出版社2009年版。

2. (美国)朱迪·斯特劳斯(Judy Strauss)、(美国)阿德尔·埃尔-安萨瑞(Adel El-Ansary)、(美国)雷蒙德·弗罗斯特(Raymond Frost),时启亮、金玲慧译:《网络营

销》（第4版）（工商管理经典译丛·市场营销系列），中国人民大学出版社2007年版。

（三）教学资料

“博星卓越”网络营销模拟系统，可以进行主要的网络营销业务模拟；“助理电子商务师”模拟系统，可以进行助理电子商务师主要前后台业务的操作；课程课件和课程教案；网络营销实验系统实验指导手册。

（四）网络资源

《网络营销》网络课程、精品课（学院网络课）。

（五）教学媒体

投影仪、电脑、局域网、因特网。

九、其他说明

由于对学生的日常考核工作量非常大，需要配备学生助教一名，学院考虑支付一定的勤工俭学费用。

项目一 E-mail 营销

子项目一 申请 E-mail 账号

教学设计

教 学 方 案

本次课标题	申请 E-mail 账号
课时安排	2 课时
教学对象分析	1. 授课对象为电子商务专业学生, 网络营销是电子商务专业的核心课程。 2. 学生应具备电子商务的基础知识, 并对网络营销实务有一定程度的了解。
学习目标	熟练申请各种类型的 E-mail 账户。
能力目标	能够申请 E-mail 账号。

教学过程设计

步骤	教 学 内 容	教学方法	教学手段	学生活动	时间分配
告知 (教学内容、目的)	本次课程的主要内容: E-mail 账号申请。 教学目的: 熟练掌握 E-mail 账号申请的基本步骤。	讲授	课件展示	个别提问	5 分钟
引入 (子项目一)	给定导入案例——玩转“E-mail”, 提出问题: 问: 如何成功申请 E-mail 账号?	教师演示 E-mail 账号的申请、收发并编辑各种类型的电子邮件	课件展示	要点问答	10 分钟

续表

步骤	教 学 内 容	教学方法	教学手段	学生活动	时间分配
操练 (掌握初步或基本能力)	答: 1. 登录“网易”主页面 (http://www.163.com), 或邮箱页面 (http://mail.163.com)。 2. 在网易邮箱的注册页面, 逐项填写带“*”号的信息, 不带“*”号的信息可以不填写, 全部填写完毕后点击“注册账号”按钮。 3. 完成“步骤二”后, 会进入提示页面, 系统提示该用户已注册成功, 左键单击“进入 3G 免费邮箱”按钮。	教师示范、 课件演示	课件展示、 图例展示、 案例分析	学生操作	15 分钟
深化 (加深对基本能力的体会)	训练项目: 在“搜狐”网站 (www.sohu.com) 上为自己注册一个 E-mail 账号。	任务驱动、 启发、 情景训练	课件展示、 样本展示、 案例分析	学生操作	20 分钟
归纳 (知识或能力)	1. 通行证用户名”是唯一的, 如果别人注册过, 你就不能再注册同样的用户名了, 邮件注册系统会自动检测你所注册的用户名是否被别人注册过, 只有显示“恭喜, 该用户名可以使用”字样, 才说明你可以注册该用户名。 2. 密码不要过于简单, 比如“123456”这样的密码会被邮箱注册系统拒绝, 原因是这样的密码容易被破解, 从而造成邮箱被盗。	讲授	课件展示		10 分钟
训练 (巩固、拓展、检验)	训练项目: 在“搜狐”网站 (www.sohu.com) 上为自己注册一个 E-mail 账号。	任务驱动	自我训练	个人操作	20 分钟
总结	重点: 申请免费 E-mail 账号的流程。	讲授		讨论	5 分钟
学生意见反馈	调查学生对课堂知识的掌握情况、教学效果的评价。			填写意见反馈表	5 分钟

知识积累

一、什么是 E-mail 营销

E-mail 营销是计算机信息技术、通信技术与以客户为中心的整合营销理念的一种综合