

21世纪高职高专

市场营销实训教程

方成民 李玉清 编著

网络营销 实训

Wangluo Yingxiao Shixun

 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press

21世纪高职高专
市场营销实训教程

方成民 李玉清 编著

网络营销 实训

Wangluo Yingxiao Shixun

FE 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press
大连

© 方成民 李玉清 2009

图书在版编目 (CIP) 数据

网络营销实训 / 方成民, 李玉清编著. —大连: 东北财经大学出版社, 2009. 4

(21 世纪高职高专市场营销实训教程)

ISBN 978 - 7 - 81122 - 613 - 3

I. 网… II. ①方… ②李… III. 电子商务 - 市场营销学 - 高等学校: 技术学校 - 教材 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 050202 号

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

总编室: (0411) 84710523

营销部: (0411) 84710711

网 址: <http://www.dufep.cn>

读者信箱: dufep@dufe.edu.cn

大连图腾彩色印刷有限公司印刷 东北财经大学出版社发行

幅面尺寸: 186mm × 230mm 字数: 189 千字 印张: 9 1/4

2009 年 4 月第 1 版

2009 年 4 月第 1 次印刷

责任编辑: 张旭凤

责任校对: 王 娟

封面设计: 冀贵收

版式设计: 钟福建

ISBN 978 - 7 - 81122 - 613 - 3

定价: 20.00 元

“21 世纪高职高专市场营销实训教程” 编委会

☆ 编委会主任

卢昌崇

☆ 编委会副主任

赵 宁 窦志铭

☆ 编委会成员（以拼音为序）

操 阳	居长志	李海琼	李文国	李小红	李玉清
邵安兆	余伯明	孙虹乔	孙玮琳	田梦飞	王 方
王 妙	吴 玮	谢红霞	徐汉文	徐盈群	阎文谦
杨群祥	邹笑言				

编写说明

职业教育从它开始大力发展的那一天起，就无时无刻地不与改革联系在一起。无论是教学改革，还是人才培养模式的改革，一次比一次彻底，需要解决的问题一次比一次关键而重大，而高等职业教育的改革更是首当其冲。

就目前正在探索的技能型创新人才培养模式的改革来说，一个有效的高等职业教育人才培养模式应该包括两个方面：其一是有利于技能型创新人才培养的办学模式，其二是有利于技能型创新人才培养的教学模式。办学模式的完善，需要政府、学校和企业三方联动，而教学模式的完善，离不开教材的建设与创新。教材是教师表达教育理念、传播专业知识、指导实践活动的主要窗口，是学生了解和掌握专业知识及技能与能力的最重要的平台。

教育部高等教育司高职与高专教育处处长范唯博士曾经强调，高职首先要强调职业化，这是第一位的。职业化是高职真正的生命力所在，没有“职”就没有高职，所以首先是“职”的特色落实和职责所在。高职是要有设计、有目标、有理性地去实现职业化，而不仅仅是经验的重复，这正是高职的“高”。高职教育的职业化主要通过实践教学环节来确立和提升。教育部在2006年11月16日发布了《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》，其中明确提出“校企合作，加强实训、实习基地建设”和“大力推行工学结合，突出实践能力培养，改革人才培养模式”，九项行动指南中有两项就是和实训相关的。在此之前，教育部也多次在不同的文件中提到“加大实训的力度，增加实训环节占整体教学的比例”。因此，高等职业教育的实训教学的开展是紧迫的。

市场营销专业开设历史较长，专业性强，涉及面广，与企业的关联较大，其所培养的人才跨行业的、复合性的应用型人才，适合采用灵活多样的教学方法与手段。对市场营销专业人才培养教学模式的探索，成为开设市场营销专业的高职院校教学改革的重要内容。而锻炼和提升学生的实际操作能力和综合职业能力，实践性教学是关键，更是其他环节所无法替代的，因此强化实训成为该专业教学改革的重中之重。

作为高等职业教育教材领域的内容创新者和服务提供者，东北财经大学出版社在已有成果的基础上，继续加大教材的开发力度，探索全新的编写模式，勇于接受挑战，组织并编写了本套“21世纪高职高专市场营销实训教程”。我们力求本系列教材能够较深刻地理解和把握高等职业教育内涵特征、贴近实际工作、满足教学需求、助推市场营销专业课程体系的改革和教学方式的转变，从而为市场营销专业建设和教学改革的全面展开贡献一己之力。正是基于这样一种前提，本系列教材在保留了科学性、先进性等基本特征的基础上，还具有以下三大特色：品种齐全，内容丰富；体例创新，训练到位；贴近实际，普遍适用。

1. 品种齐全, 内容丰富

市场营销专业在逐步的积累和完善过程中, 无论是在该专业对应的职业岗位对技能和能力的要求方面, 还是在实训与现有课程的有机结合方面, 都已经形成了比较统一的认识。因此, 本系列教材包含了市场调查与分析实训、推销实训、营销策划实训、公关实训、连锁经营实训、分销渠道设计与管理实训、网络营销实训、商务谈判实训、商务礼仪实训、市场营销综合实训等品种, 门类齐全, 内容翔实。

2. 体例创新, 训练到位

为了方便实训指导教师开展实训教学, 我们将每本教材的内容分为两部分, 即实训概述部分和实训任务指南部分。实训概述部分主要对实训的意义、目的、任务、考核以及课时安排和教学方法等一一作以介绍和说明, 方便实训指导老师使用; 实训任务指南部分则以模块为框架, 逐项列明每个模块下具体包含的实训任务。每本教材的模块都是本着锻炼和提高与该课程对应的职业岗位要求的技能和能力而设置, 打破传统的以理论为线索的章节模式, 在每个模块下设置具体的实训任务, 一个模块由多项实训任务来支撑, 而每一项实训任务以仿真或模拟的工作环境为背景, 以明确的工作任务为导向, 引导和帮助学生演练工作内容, 从而锻炼和提高其实践操作能力和综合职业能力。当然, 工作内容的背后有理论知识作支撑。实训任务中具体包括实训目的和要求、场景设计、相关知识、训练步骤(含注意事项)、效果评价、知识拓展等栏目。

3. 贴近实际, 普遍适用

2 高职教育是在教育大众化背景下应运而生的新型教育形式, 教育成分复杂, 办学体制多元, 具有多样性。每所院校的实际情况各不相同, 表现在教育资源多寡、历史渊源有别、发展机会不等或者办学环境不同等方面, 总之, 在同一种人才培养目标下的具体操作存在一定的差异。我们在组织编写本系列教材的时候也考虑到了这些差异, 抓住相关职业技能和能力的共性要求和内涵特征, 尽量做到求大同存小异, 使其具有普遍适用性。在实际的使用过程中, 各院校也可按照自身的教学特点和课时安排灵活取舍。

值得欣慰的是, 当前, 全社会对高等职业教育的认识正日益提高, 基本上形成了全社会关心、重视和支持高等职业教育发展的良好氛围。本系列教材的编写也是希望在推动各院校的营销专业建设与改革方面发挥一定的作用, 尤其希望对营销专业的实训方面起到一定的促进作用, 得到广大师生的认可和欢迎。

“21 世纪高职高专市场营销实训教程” 编委会

作者简介

方成民，系统分析师，管理工程硕士，现执教于嘉兴职业技术学院。现任全国管理信息系统（MIS）研究会常务理事，浙江省省级精品课程《网络营销》副主持人。自主研发的网络营销教学软件于2007年获浙江省普通高校教学成果奖二等奖。发表省级以上学术论文二十多篇，编著、主编、副主编教材多部。研究方向为网络营销、信息管理。

李玉清，教授，电子商务师，管理学硕士，现任嘉兴职业技术学院信息与管理分院副院长。教育部高职高专工商管理类教指委电子商务与物流分委会常务理事，浙江省学科专业带头人，浙江省省级精品课程《网络营销》主持人。近五年来，主持教育部“十一五”规划课题、浙江省新世纪教改课题等八项，发表国家级、省级学术论文数十篇，编著、主编、副主编教材十几部。曾获得国家优秀教练、个人技术进步奖、浙江省普通高校教学成果奖等荣誉45项。研究方向为网络营销、电子商务、物流管理。

前言

随着网民和企业上网数量的急剧增加,网络市场变得越来越大,企业不得不将传统市场营销和现代网络营销整合起来,以一种全新的思维、全新的理念、全新的方法在网络市场中开展营销活动。

网络营销是企业整体营销战略的一个组成部分,是以互联网为基本手段,营造网上经营环境,实施各种营销策略的一种活动。随着网络、通信、信息处理技术的发展和人们观念上的转变,整合营销理念、搜索引擎营销等营销方法层出不穷,被越来越多的企业应用。

就高等职业教育而言,网络营销是一门技术性、实践性很强的课程,因此,我们在编撰过程中力争体现高职高专教育特色,突出实训强调的操作流程与应用技巧,“以就业为导向”,“以满足学生职业生涯发展为依据”组织实训内容,加强学生动手操作能力的训练,注重综合职业素质的培养,注重团队合作能力、人际沟通能力、分析和解决问题能力的培养。

本书主要特色是:

1. 在编写手法方面,打破了传统学科体系框架,整合核心内容,结合职业岗位要求采用模块化教学模式编写。

本着锻炼和提高与该课程对应的职业岗位要求的技能和能力,本书打破传统的以理论为线索的章节模式,而采用模块化教学模式,在每个模块下设置具体的实训任务,一个模块由多项实训任务来支撑,而每一项实训任务以仿真或模拟的工作环境为背景,以明确的工作任务为导向,引导和帮助学生演练工作内容,从而锻炼和提高其实践操作能力和综合职业能力。当然,工作内容的背后有理论知识作支撑。

2. 在实训内容方面,紧密结合实际发展,素材新颖,应用灵活,同时融职业能力训练与效果评价于一体,较好地体现了实战性,而且可操作性强。

本书本着“适用、够用、综合”的教学原则,突出职业能力素质培养,将企业工作任务与知识内容训练紧密结合,每个实训任务都包括实训目的与要求、场景设计、相关知识、实训步骤、拓展训练、学生天地和效果评价七个栏目,具有可操作性和互动性,并将能力训练与效果评价融合为一体。

本书由嘉兴职业技术学院方成民、李玉清编著,李玉清教授对全书进行了总纂。其中,方成民编写了模块一(网上商店实训)和模块三(网络广告策划实训),李玉清编写了模块二(网络市场调研实训)、模块四(网络推广实训)、模块五(网络公关与管理实训),嘉兴职业技术学院余再东老师参与了邮件列表营销、网络会员制营销、网络营销顾客服务、网络营销管理实训任务的编写。

本书既可供高职高专市场营销专业实训使用,也可供电子商务专业等财经大类相关专业学习使用,还可以作为从事网络营销实践的广大工作者的参考书。如果结合浙江省网络营销精品课教学网站——<http://jpk.jxvtc.net/ec2006/C107/Course/index.htm> 一起学习,效果更好。

在本书的撰写过程中,参考了大量国内外专家学者的研究成果和相关文献,也得到了嘉兴职业技术学院信息与管理分院黄雪峰院长的大力支持,东北财经大学出版社张旭凤女士为本书的策划与编写多次提供了宝贵的意见,在此一并表示衷心的感谢!

由于编著水平有限,书中尚有疏漏和不足之处,恳请专家学者和广大师生批评指正,以便完善与提高。如果您对本书有建设性意见,欢迎与我们联系,联系方式为 lyq19640408@163.com,愿我们一起携手畅游网络营销世界!

方成民 李玉清
2009年3月于嘉兴

目 录

第一部分 网络营销实训概述	一、网络营销实训的意义	2
	二、网络营销实训的目的	2
	三、网络营销实训的训练目标与训练内容	2
	四、网络营销实训学时安排表	3
	五、网络营销实训成绩考核办法	4
	六、网络营销实训方法简介	5
第二部分 网络营销实训任务指南	模块一 网上商店实训	8
	实训任务1 网上商店的选择与开设	8
	实训任务2 网上商店的管理	19
	模块二 网络市场调研实训	26
	实训任务1 网络市场调研方案与问卷设计	26
	实训任务2 网络商务信息整理与发布	34
	模块三 网络广告实训	47
	实训任务1 网络广告文案策划	47
	实训任务2 网络广告发布	56
	模块四 网络推广实训	67
	实训任务1 制订网站推广计划	67
	实训任务2 邮件列表营销	70
	实训任务3 搜索引擎营销	82
	实训任务4 网络会员制营销	91
	实训任务5 博客营销	98
	实训任务6 RSS 营销	103
	模块五 网络公关与管理	111
	实训任务1 网络公关与品牌提升	111
	实训任务2 网络营销顾客服务	117
	实训任务3 网络营销管理	128
主要参考文献和网站		134

网络 营销 实训 概述

第一部分

一、网络营销实训的意义

迅速发展的互联网使中国进入网商时代，中国互联网信息中心数据显示：截至 2008 年 6 月底中国网民达到 2.53 亿，网商的交易规模持续上升。2008 年第一季度中国 B2C 在线交易额为 12.82 亿元人民币，比 2007 年第四季度减少了 1.2%，但是比 2007 年同期增长了 25.7%。2008 年第一季度中国 B2B 电子商务市场交易额为 10.58 亿元人民币，比 2007 年第四季度减少了 4.4%，但是，比 2007 年同期增长了 19.0%。

教育部教高〔2006〕16 号文件，突出强调了高职教育人才培养模式改革的“实践性、开放性和职业性”，提出加大课程建设与改革力度，增强学生的职业能力。因此，“以就业为导向和以满足学生职业生涯发展为依据”组织网络营销课程实训内容，使企业工作任务与课程训练知识紧密结合，让学生在职业实践活动的基础上掌握理论知识，增强对网络营销的感性认识，强化其实际动手能力，并注重其综合素质的培养，提高其就业能力等就成为网络营销实训的意义所在。

二、网络营销实训的目的

网络营销是伴随网络虚拟市场而诞生的一门新兴学科，是市场营销专业的主干课程之一，具有很强的操作技能，因此，网络营销实训也就成为市场营销专业学生必修的一个重要的实践教学环节。通过网络营销实训，学生能系统学习网上商店策划与经营、网络调研与网络广告、E-mail 营销和搜索引擎营销（SEM）等网络推广方面的实用本领，熟练掌握网络营销各种工具和方法的运用，强化自身的实际动手能力，培养运用营销与经济管理理论分析和解决企业网络营销实际问题的能力。同时，网络营销实训有利于提高学生的团队合作能力、人际沟通能力、创新和可持续发展的能力。

三、网络营销实训的训练目标与训练内容

通过网络营销实践技能操作的训练，学生应对网络营销全过程有更深入的认识和掌握，熟悉网络营销的运作过程和运作内容，掌握基本的网络营销内容与方法，提高学生网络营销策划和网络营销综合运用能力，尤其是在中小企业开展网络营销工作的实际能力。

（一）训练目标

1. 思想目标

忠于所服务的组织，忠于公众，严守行业准则，遵纪守法，诚实守信，待人真诚，符合职业道德规范。

2. 知识目标

掌握网络营销的基本应用，如邮件列表、搜索引擎、网络广告等网络营销常用工具与方法的使用，熟悉网络营销框架体系和运作流程。

3. 技能目标

本实训旨在锻炼学生在网络营销、邮件列表营销、搜索引擎营销、网络广告等方面的操作技巧；提高学生在网络营销策划及组织、网络市场调研、在线沟通与服务、信息收集和发布、网站推广、网络营销团队合作、职业生涯设计等方面的能力；提升其敏锐的市场观察力、判断力和灵活应变能力。

（二）训练内容

本实训是以就业能力培养为导向，以学生职业生涯发展为依据，以企业网络营销工作流程为序选取和设计教学内容。选取的实训内容既先进又实用，体现出了“必需、够用、综合”的教学原则。教学过程通过 5 个模块 15 个任务的实训内容来最大限度体现“教、学、做”一体化。

四、网络营销实训学时安排表

根据网络营销课程性质和企业营销实践，建议本实训配合网络营销课程一起进行，在理论教学的基础上，强化学生的实践能力。一般情况下，学校可以安排在大二下学期或大三上学期来完成，按照实际业务流程科学、合理地安排时间训练，也可安排集中性实训，从而连续强化学生的职业技能，为就业打下坚实的基础。学时安排如下表所示：

网络营销实训学时安排表

模块	实训任务	学时数
模块一 网上商店实训	1. 网上商店的选择与开设	4
	2. 网上商店的管理	2
模块二 网络市场调研实训	1. 网络市场调研方案与问卷设计	4
	2. 网络商务信息整理与发布	4
模块三 网络广告实训	1. 网络广告文案策划	2
	2. 网络广告发布	2
模块四 网络推广实训	1. 制订网站推广计划	2
	2. 邮件列表营销	2
	3. 搜索引擎营销	2
	4. 网络会员制营销	1
	5. 博客营销	2
	6. RSS 营销	1
模块五 网络公关与管理实训	1. 网络公关与品牌提升	1
	2. 网络顾客服务	2
	3. 网络营销管理	1
合 计		32

五、网络营销实训成绩考核办法

（一）考核办法

1. 按照企业管理模式建立工作体制，营造企业工作氛围（上下班记考勤、不规定课间休息时间、严格的请假制度等）。

2. 要求学生在规定的工期内完成分配的任务，每天汇报进度，未完成当天作业者必须加班。

3. 以学生完成项目的情况来评价其学习效果，即采用形成性考核方式。为使学生重视平时知识的学习和积累，培养学生网络营销意识与网络营销策划分析的能力，形成良好的学习习惯，本课程采用形成性考核方式，即课程的总成绩由平时考勤成绩、技能操作考试成绩、实训报告成绩和学生自评成绩四部分组成。

（二）成绩分布

1. 平时考勤：实训表现与态度（10%）。
2. 技能点考查：实训操作过程和实训内容掌握程度（50%）。
3. 实训报告的内容与文字表达（30%）。
4. 学生自评（10%）。

总成绩为以上四项成绩之和。

（三）级别设置

实训考核分为优、良、及格、不及格四个等级。81~100分为优，即完全达到实训的要求，质量好且有一定的创意；71~80分为良，即完全达到实训的要求，质量较好；60~70分为及格，即完成了实训的基本要求，质量一般；0~59分为不合格，即未达到实训基本要求。

（四）考核规则

1. 实训表现与态度的考核主要是实训指导教师对学生平常实训中的出勤情况，实训时的态度、积极性，实训过程中的合作意识以及对实训教学内容的理解、掌握水平和程度等进行评价。考核与课程同步。

优的考核标准为：

- （1）无迟到；
- （2）无早退；
- （3）无旷课；
- （4）实训认真，能按规定要求完成实训内容。

不符合优等标准任意一项为良；

不符合优等标准任意两项为及格；

不符合优等标准任意三项及以上为不及格。

2. 实训操作过程和实训内容掌握程度的考核主要是综合考察学生运用网络营销技能解决实际问题的能力。根据学生在实训过程中的操作能力与水平等进行评价。

优的考核标准为：

- (1) 实训过程组织得法，控制严密周全；
- (2) 操作规范、认真，安排科学；
- (3) 掌握操作流程，认真记录操作过程；
- (4) 积极思考，有独到的创新性见解；
- (5) 圆满完成所有实训内容。

不符合优等标准任意一项为良；

不符合优等标准任意两项为及格；

不符合优等标准任意三项及以上为不及格；

规定时间内实训内容没有完成，评为“不及格”。

3. 实训报告的内容与文字表达主要是考察实训报告的水平和质量。根据学生对实训教学的基本知识的掌握情况、综合运用所学理论解决实际问题的能力、实训的感受以及意见或建议等所撰写的实训报告或小结进行评价。

优的考核标准为：

- (1) 按规定时间上交；
- (2) 报告格式规范；
- (3) 字迹清楚；
- (4) 内容详尽、完整；
- (5) 实训分析总结正确；
- (6) 能提出合理化建议或有创新见解；
- (7) 无抄袭现象。

不符合优等标准任意一项为良；

不符合优等标准任意两项为及格；

不符合优等标准任意三项及以上为不及格；

两份报告雷同部分超过 80%，评为“不及格”。

六、网络营销实训方法简介

1. 项目实战训练法。项目实战训练法强调以就业为导向，突出学生职业技能和能力的培养，体现基于工作任务分析的“项目驱动式”教学法。所谓“项目驱动式”教学法，是师生通过共同实施一个完整的“项目”工作而进行教学活动的方法。它既是一种教学方法，又是一种课程模式。网络营销实训比较适合采用“项目驱动式”教学法，即设计一个尽量真实的工作环境（同时也是学习环境），在这个工作（学习）环境中设定一个具

体的工作任务，然后取得一个特定的工作成果。通过“教、学、做”的融合，掌握网络营销基本概念、原理、方法与策略，掌握企业网络营销操作过程，并培养学生分析和解决实际问题的能力。

2. “双三边”教学法。“双三边”教学法即实训中“指导教师边讲、边展、边指导；学生边学、边做、边练习”。“双三边”教学法可以强化实训教学的实效性，充分发挥学生的主体作用，提高学生学习的趣味性和感知性，同时辅以讨论、答疑，注重学生学习方法的培养，使学生熟练而准确地掌握网络营销知识点和技能点，增强学生自我学习和自我提高的能力。

3. 仿真模拟教学法。仿真模拟教学法即模拟实际工作情景，让学生从实训中了解所学所训内容的应用环境和重要性，做到学中练、练中学，强化学生的学习能力和动手操作能力，培养学生独立解决问题的能力 and 相应的职业素质。

4. 案例分析法。案例分析法即根据实训任务要求，在教师的指导下，由学生对选定的具有代表性的典型案例，进行有针对性的分析和讨论，作出自己的判断和评价。该法既可以拓宽学生的思维空间，又可以增加其学习兴趣，提高其综合职业能力。

指南

第二部分