

课程教学进度计划表

一、基本信息

课程名称	数字营销				
课程代码	1060159	课程序号	1698	课程学分/学时	2/32
授课教师	韩继坤	教师工号	23529	专/兼职	专职
上课班级	工商管理 B22-5 (专升本)	班级人数	26	上课教室	一教 408
答疑安排	周二第 3、4、5、6 节 地点: 8213				
课程号/课程网站					
选用教材	《数字营销——新时代市场营销学》作者:王永贵 项典典; ISBN: 978-7-04-060008-7; 出版社:高等教育出版社; 出版时间:2023 年 04 月				
参考教材与资料	《数字营销》, 彭英, 清华大学出版社				

二、课程教学进度安排

周次	教学内容	教学方式	作业
1、2	第一章 数字化与数字营销 数字化的定义与演变 数字营销的基本概念、特点与优势 传统营销与数字营销的对比	讲授教学法、 案例教学法	课后思考题
3	第二章 数字营销环境分析 数字营销的宏观环境分析 (政治、经济、社会、技术) 数字营销的中观环境分析 (行业结构、竞争态势) 数字营销的微观环境分析 (目标市场、消费者行为)	讲授教学法、 案例教学法	课后思考题
4	第三章 数字营销中的消费者旅程分析 数字化时代消费者的特征与行为模式 消费者旅程的概念、阶段与触点 消费者旅程图的绘制与应用	讲授教学法、 案例教学法	课后思考题

5	第四章 数字营销洞察系统 营销信息系统的概念与构成 数字营销洞察系统的特点与优势 数字营销洞察的工具与方法	讲授教学法、 案例教学法	课后思考题
6	第五章 数字营销组合策略 数字营销中的产品策略、定价策略、渠道策略、促销策略 数字营销组合策略的制定原则与方法 数字营销组合策略的评估与调整	讲授教学法、 案例教学法	课后思考题
7	第六章 大数据营销 大数据的定义与特点 大数据在营销中的应用场景 大数据营销的实施流程与注意事项	讲授教学法、 案例教学法	案例分析题
8	第七章 内容营销 内容营销的定义与类型 内容营销的实施流程与工具 内容营销中的关键问题与解决方案	讲授教学法、 案例教学法	案例分析题
9	第八章 社交媒体营销 社交媒体营销的定义与类型 社交媒体营销的实施流程与工具 社交媒体营销中的典型误区与应对策略	讲授教学法、 案例教学法	案例分析题
10	第九章 移动营销 移动营销的定义与特点 移动营销的实施流程与工具 移动营销中的关键问题与应对策略	讲授教学法、 案例教学法	案例分析题
11	第十章 视频营销 视频营销的定义与类型 视频营销的实施流程与工具 视频营销的效果评估与优化策略	讲授教学法、 案例教学法	案例分析题
12	第十一章 直播营销 直播营销的定义与类型 直播营销的实施流程与策略 直播营销中的问题与应对方案	讲授教学法、 案例教学法	案例分析题
13	第十二章 数字化顾客关系管理 数字化顾客关系管理的定义与特点 顾客获取、挽留与深度开发的策略 数字化顾客关系管理工具与平台	讲授教学法、 案例教学法	案例分析题

14	第十三章 数字化品牌管理 数字化时代的品牌塑造与传播策略 品牌危机管理与应对策略 数字化品牌管理工具与平台	讲授教学法、 案例教学法	案例分析题
15、 16	第十四章 人工智能营销 人工智能营销的定义与特点 人工智能在营销中的应用场景 人工智能营销的实施流程与关键技术	讲授教学法、 案例教学法	案例分析题
周次	教学内容	教学方式	作业

三、考核方式

总评构成	占比	考核方式	课程目标						合计
			1	2	3	4	5	6	
X1	40%	小论文：数字技术赋能下的营销策划方案	20	10	40	20	10		100
X2	20%	考勤					100		100
X3	10%	课堂表现					70	30	100
X4	30%	小组作业：数字营销案例分析	40	40				20	100

任课教师：



系主任审核：



日期：2025年2月21日