

《网络营销实践》课程实验指导书

(2012年4月修订)

课程编号： 1300640
实用专业： 电子商务
学时数： 72
学分： 2
编写者： 陈远

实验一：网络信息的搜索查询与处理（8个学时）

【实验目的】

(1) 学会常用的搜索引擎使用方法； (2) 了解门户网站的信息查询； (3)

阅读了解与专业有关的最新和权威信息。

【实验内容】

使用百度、Google、阿里巴巴、中国电子商务研究中心等网站，浏览专业信息；在这些网站上搜索某种信息，比较检索的结果，分析它们的优缺点；比较同一检索命题用不同关键词检索的效果。

【实验步骤】

1. 确定检索课题；
2. 列出关键词，相关、同义、近义的等等；
3. 在不同的搜索引擎或门户网站上检索；
4. 比较、分析不同搜索引擎或门户网站的检全率、检准率；
5. 总结，完成报告。

【实验准备知识】

结合专业课程所学，以及本课程课堂讲授内容。

实验二：网络市场调研技能训练（12 学时）

【实验目的】

- (1) 了解发布市场调研信息的网站；
- (2) 了解一手数据收集方法；
- (3) 掌握二手数据收集方法；
- (4) 了解网络在线问卷和调研服务平台和工具。

【实验内容】

针对具体营销问题使用不同的调研方法和技能；练习网络在线调查问卷的设计与发布；掌握收集一手数据和二手数据的方法；熟悉相关数据分析手段与工具。

【实验步骤】

1. 确定一个需要调查研究的问题；
2. 制作顾客对企业及其产品的意见征询单，或者调查问卷；
3. 找适合投放这些调查问卷的网站；
4. 投放问卷，或寻求网络上提供服务的网站的帮助；
5. 分析所得的数据或建议，给出结论。

【实验准备知识】

结合专业课程所学，以及本课程课堂讲授内容。

实验三：网络营销计划（16 学时）

【实验目的】

- (1) 了解网络营销计划内容与流程；
- (2) 了解网络营销的产品类型与设计；
- (3) 了解网络营销产品的价格策略；
- (4) 了解网络营销产品的渠道选择策略。

【实验内容】

结合兴趣爱好，利用头脑风暴法确定创业项目，完成SWOT分析，项目可行性分析，制定网络营销战略计划，包括具体的行动步骤。

【实验步骤】

1. 组成实验小组，讨论网络营销项目选题；
2. 分析行业、竞争对手，以及自身实力；
3. 制定初步的网络营销战略计划；
4. 对计划进行可行性研究；
5. 修改、完善网络营销战略计划书。

【实验准备知识】

结合专业课程所学，以及本课程课堂讲授内容。

实验四：网络广告分析、策划与制作(16 学时)

【实验目的】

- (1) 归纳、熟悉网络广告类型；
- (2) 分析网络广告成功案例；
- (3) 分析网络广告失败案例；
- (4) 策划或制作一个网络广告。 3

【实验内容】

识别不同类型的网络广告，感受他们的优缺点；选择典型企业，观察他们投放的广告，比较同类企业广告模式的差异，分析这些广告的效果；学习广告效果的评价指标和评价的工具。

【实验步骤】

1. 上网浏览各种类型的广告；
2. 比较归纳各类广告的优缺点；
3. 观察知名企业的网络广告；
4. 对比他们的竞争对手广告；
5. 分析评价这些企业的广告效应。

【实验准备知识】

结合专业课程所学，以及本课程课堂讲授内容。

实验五：网络营销技能训练（24 学时）

【实验目的】

- (1) 掌握搜索引擎营销的基本技能；
- (2) 了解论坛营销的基本方法；

- (3) 了解博客营销的基本方法;
- (4) 了解微博营销的基本方法;
- (5) 了解病毒营销的基本方法;
- (6) 了解许可Email营销的基本方法;
- (7) 熟悉常用的网站流量统计等工具

【实验内容】

掌握利用搜索引擎进行网站推广的常用方法，了解论坛营销、博客、微博、许可Email、视频、手机、病毒营销等手段的基本方法；熟悉常用的网站流量统计等站长工具。

【实验步骤】

1. 选择百度等搜索引擎，了解免费和付费的网站推广方法；
2. 选择新浪、腾讯等，观察企业在它们的论坛、博客、微博上所做的推广； 3. 比较不同推广手段的适应性；
4. 学习使用免费测试网络营销效果的工具；
5. 总结整理实验笔记和心得。

【实验准备知识】

结合专业课程所学，以及本课程课堂讲授内容。