

# 湖南省高等教育自学考试

## 课程考试大纲

### 网络营销案例分析与实践

(课程代码: 12567)

湖南省教育考试院组编  
2016 年 12 月

# 高等教育自学考试课程考试大纲

课程名称：网络营销案例分析与实践

课程代码：12567

## 第一部分 课程性质与目标

### 一、课程性质与特点

网络营销案例分析与实践是高等教育自学考试市场营销（本科）专业的专业核心课程，是网络营销与管理（本科）专业的选考课程，在电子商务实践中并适应实践的需要出现的一门新兴学科，是一门应用性的经济学科。该学科以经济学、电子商务、营销学为基础，同时也涉及电子技术学科、特别是网络系统，是一门理论联系实际、应用性较强的综合性课程。

企业网络营销，推广以互联网络为媒体，以新的方式、方法和理念开展的营销活动。它是企业整体营销活动的组成部分，目的为发现、满足和创造顾客。网络营销作为一种借助网络的企业营销活动，也因此与传统营销有了很大的不同。网络营销的特点有两个方面：一方面是基于互联网，以互联网为营销介质；另一方面它属于营销范畴，是营销的一种表现形式。

### 二、课程目标与基本要求

设立本课程的目的旨在通过对网络营销的理论和实践的学习、研究和分析，掌握网络营销的现状和发展趋势，它的基本知识和基本原理，使考生能对网络营销专业各门专业课程基本理论知识的综合应用，提高考生从事电子商务实践的理論素养和营销工作的能力，掌握网络营销综合应用的系统方法。

通过本课程的学习，使考生掌握网络营销的有关理论，熟悉网络营销的主要内容和方法，要求考生掌握网络营销的理论内容和方法的综合应用。通过学习、完成具体实战的典型工作任务，掌握网络营销实用策略和技巧，掌握理论联系实际方法，能够将网络营销的有关理论运用到实践中去，解决实际问题，提高分析问题和解决问题的能力。具体来说，通过本课程学习应该达到如下要求：

1. 掌握网络营销的基本理论和基本方法。
2. 能够正确运用网络营销的理论分析和解决实际问题。
3. 为其他相关课程学习奠定基础。

### 三、与本专业其他课程的关系

本课程开设在专业课程教学的最后环节，本专业的专业课及专业基础课是该课程的先行课程。本课程的先修课程主要有市场营销、电子商务概论、电子商务网站建设与维护 and 计算机网络。

## 第二部分 课程内容与考核目标

### 第一章 网络营销基本概念

#### 一、学习目的与要求

网络已经成为人们生活中不可缺少的一部分。当人们需要查询信息、结识朋友、购买物品、游戏娱乐、办理其他事情（如网上报名、网上招聘等）的时候，总是需要用到网络。对很多人来说，网络已经成为他们不可或缺的工作环境。事实上，各行各业均对提升网络营销能力方面有强烈而迫切的需求。接下来，我们一起来了解什么是网络营销，以及怎样才能做好网络营销。通过本章学习，掌握网络营销的基础知识，了解网络营销的实战方法。

#### 二、考核知识点与考核目标

##### （一）什么是网络营销（重点）

识记：网络营销的概念

理解：网络营销中的定位，包括产品特点的定位、产品人群定位、产品市场的定位、网络营销方法的定位

##### （二）为什么要学习网络营销（次重点）

识记：网络营销的优势

##### （三）哪些人需要学习网络营销（一般）

理解：全员营销意识，不同群体对于网络营销需求的分析

##### （四）网络推广就是网络营销吗（次重点）

识记：网络推广方法定义

理解：网络推广方法分类

##### （四）网络营销的实战方法（一般）

理解：网络营销的实战方法

### 第二章 搜索营销

#### 一、学习目的与要求

搜索营销又称为 SEM，即 Search Engine Marketing，译为“搜索引擎营销”，是网络营销的一种重要模式，主要是通过搜索引擎返回的结果来获得更好的销售或推广渠道，从而促进营销。在实际使用中，搜索营销一般包括 SEO（搜索引擎优化）与 PPC（点击付费广告）两大部分，本章将对搜索营销进行详细了解。通过本章学习，掌握 SEO 的概念、规则与误区，关键词优化方法，PPC 的概念和特点，了解搜索营销成本的计算方式。

#### 二、考核知识点与考核目标

##### （一）SEO 的规则与误区（重点）

识记：SEO 的概念

理解：SEO 的规则与误区

(二) 怎样提炼关键词(次重点)

识记: 有效的提炼与优化关键词的方法分类

理解: 有效的提炼与优化关键词的方法

(三) PPC 营销(重点)

识记: PPC 的概念

理解: PPC 的三大特点, SEO 与 PPC 的联系与区别

(四) 控制营销成本(一般)

识记: 不同搜索营销的成本计算方法

理解: 对搜索营销的成本计算方式的分析

(五) 搜索营销典型案例(一般)

理解: 搜索引擎的工作原理的三个步骤

应用: 模仿利用 SEM(搜索引擎营销)获得惊人效益的案例

### 第三章 网络营销

#### 一、学习目的与要求

除在前面所述的搜索引擎营销,另外,网络链接、实体广告及名片上的网址信息等也可以提供网站信息,顾客均可以根据这些信息登录网站。能否运用网站进行有效地营销,会对营销结果产生重要影响。本章中,我们一起来了解网络营销。通过本章学习,了解营销性网站的特点,学会快速提升网站访问量、提升转化率、提升客户的回头率,熟悉营销网站的合理建设方法。

#### 二、考核知识点与考核目标

(一) 营销性网站(一般)

识记: 营销性网站的特点

(二) 快速提升网站访问量(重点)

识记: 网站访问量的概念

理解: 快速提升网站访问量的方法

(三) 网站访问量转化为产品销量(一般)

理解: 积极促成转化率提升的方法

(四) 提升客户的回头率(一般)

理解: 提升客户回头率的方法

(五) 营销网站的合理建设(次重点)

应用: 如何建立一个出色的营销型网站

### 第四章 软文营销

#### 一、学习目的与要求

本章将从软文营销的本质和概念出发,阐述软文营销的传播载体,如何使得消费者认同并达到企业品牌宣传和产品营销的目的。通过本章学习,了解软文营

销模式，熟悉软文营销的特点，掌握做好软文营销的方法和技巧。

## 二、考核知识点与考核目标

### （一）软文与硬广的比较（一般）

识记：硬性广告和软文的概念

理解：软文与硬广的优缺点

### （二）怎样写好软文（重点）

理解：从标题、内容、故事、营销力、原创这几个方面来写好软文

应用：怎样写出一篇受关注的软文

### （三）淘宝店铺的软文攻略（次重点）

识记：淘宝网站外软文营销策略，6大问题

理解：淘宝站内软文营销策略

### （四）软文营销的常见误区（一般）

识记：软文营销的常见误区

理解：软文营销的根本出发点

### （五）软文营销典型案例（一般）

理解：成功的软文营销案例点评

## 第五章 论坛营销

### 一、学习目的与要求

如何充分利用论坛营销这种网络交流的平台，并以各种载体达到发布企业产品和服务信息的目的，最终达到宣传企业品牌、加深市场认知度的一种网络营销活动。通过本章学习，掌握论坛营销的特点、步骤，熟悉论坛中的口碑营销方式，学习论坛营销的经验。

## 二、考核知识点与考核目标

### （一）论坛营销的特点（一般）

识记：论坛营销的概念，分类

理解：论坛营销的特点

### （二）论坛营销的步骤（重点）

识记：论坛的营销方式

理解：依据一定的原则进行论坛营销

### （三）论坛中的口碑营销（次重点）

识记：口碑营销的概念

理解：口碑营销的营销方法

### （四）论坛不火的原因（一般）

理解：论坛营销的经验和教训

### （五）论坛营销典型案例（次重点）

应用：怎样通过论坛营销提升品牌形象以及知名度

## 第六章 博客与微博营销

### 一、学习目的与要求

博客和微博具有极大的营销价值，考生在为企业为网络营销中显然需要考虑这两大平台。通过本章学习，了解博客的特点和分类、博客营销的优势和步骤、博客与微博的关系，学会如何快速增加微博粉丝，通过博客和微博营销提升业绩。

### 二、考核知识点与考核目标

- (一) 你对博客了解多少（一般）
  - 识记：博客的基础知识，博客的分类方式
  - 理解：博客的用途
- (二) 怎样进行博客营销（重点）
  - 识记：博客营销的优势和步骤
  - 理解：博客营销技巧
- (三) 微博和博客的关系（一般）
  - 识记：博客和微博的联系和区别
- (四) 如何快速增加微博粉丝（次重点）
  - 识记：微博营销的技巧
  - 理解：如何快速增加粉丝数量和质量
- (五) 博客和微博营销的典型案例分析（一般）
  - 应用：怎样通过博客和微博营销提升业绩

## 第七章 QQ 与微信营销

### 一、学习目的与要求

QQ 和微信已成为我国目前使用最广泛的两大聊天软件，使得两者具有很大的营销价值。通过本章学习，掌握 QQ 营销攻略，了解微信与 QQ 的异同，学会使用 QQ 与微信营销实现营销效益，熟悉 QQ 与微信的支付功能。

### 二、考核知识点与考核目标

- (一) QQ 营销攻略（次重点）
  - 识记：QQ 营销的具体方式
  - 理解：QQ 营销技巧
- (二) 微信与 QQ 的异同（一般）
  - 识记：QQ 与微信的异同
  - 理解：根据 QQ 与微信的相应特点进行营销推广
- (三) 怎样从 QQ 与微信里赚钱（重点）
  - 识记：QQ 营销步骤与方法
  - 理解：微信营销步骤
- (四) 探讨 QQ 与微信的支付功能（一般）
  - 理解：QQ 与微信支付的具体应用

(五) QQ 与微信营销的典型案例分析 (一般)

应用: 怎样成功使用 QQ 与微信进行营销

## 第八章 数据库营销

### 一、学习目的与要求

数据库是一个比价为人知的概念。通过本章学习, 了解数据库营销的特点、企业采取数据库营销的原因, 掌握数据库营销的实施步骤和发展趋势。希望考生知道数据库营销的操作模式, 会利用各种载体进行客户深度挖掘与关系维护; 同时实现加强数据库营销这种一对一的互动沟通理念的目标。

### 二、考核知识点与考核目标

(一) 数据库营销的特点 (次重点)

识记: 数据库营销的概念

理解: 数据库营销的特点

(二) 为什么要用数据库营销 (一般)

理解: 企业必须采取数据库营销的原因

(三) 数据库营销的实施步骤 (重点)

识记: 数据库营销的步骤

理解: 怎样获取客户信息

(四) 数据库营销的发展趋势 (一般)

识记: 数据库营销的核心

理解: 数据库营销的发展趋势

(五) 数据库营销典型案例 (一般)

应用: 怎样成功使用数据库营销

## 第九章 其他网络营销方法

### 一、学习目的与要求

通过本章学习, 了解活动营销、百科营销、图片与电子营销、问答营销、电子邮件营销、APP、视频与游戏植入营销、友情链接、SNS 营销、分类信息营销、RSS 营销等营销方法。目的是希望同学们以一个营销人员的角度, 通过这些营销方法的阐述, 开阔营销视野。

### 二、考核知识点与考核目标

(一) 活动营销 (重点)

识记: 活动营销的概念、活动营销的步骤

理解: 活动营销产生的积极影响

(二) 百科营销 (次重点)

识记: 百科营销的概念、优势、主要形式

理解: 企业怎样进行百科营销

- (三) 图片与电子营销 (次重点)
  - 识记: 图片与电子营销的概念
  - 理解: 电子书营销具备的优势
- (四) 问答营销 (一般)
  - 识记: 问答营销的概念、特点及操作方式
  - 理解: 问答营销的具体操作方法
- (五) 电子邮件营销 (一般)
  - 识记: 电子邮件营销的概念、优劣势、目标
  - 理解: 电子邮件营销的禁忌
- (六) APP、视频与游戏植入营销 (一般)
  - 识记: APP、视频与游戏植入营销的概念、特点、模式
  - 理解: APP、视频与游戏植入营销技巧
- (七) 友情链接 (一般)
  - 识记: 友情链接的概念、作用
  - 理解: 进行友情链接时的技巧
- (八) SNS 营销 (一般)
  - 识记: SNS 营销的概念、优势
  - 理解: SNS 营销的主要营销形式
- (九) 分类信息营销 (一般)
  - 识记: 分类信息营销的概念
  - 理解: 分类信息营销的技巧
- (十) RSS 营销 (一般)
  - 识记: RSS 营销的概念、特点
  - 理解: RSS 营销的技巧

## 第十章 网络营销综合策略

### 一、学习目的与要求

通过本章学习,了解网络营销策略常见的事件营销、饥饿营销、病毒式营销、免费策略营销、小众营销、整合营销以及网络危机公关等,学会对网络营销方式进行组合,从而构成以互联网为主要手段,来达到营销目的。

### 二、考核知识点与考核目标

- (一) 事件营销 (一般)
  - 识记: 事件营销的概念、要素
  - 理解: 事件营销的运作策略及操作要点
- (二) 饥饿营销 (一般)
  - 识记: 饥饿营销的概念、饥饿营销的步骤
  - 理解: 饥饿营销时的技巧、饥饿营销的负面影响



(三) 病毒式营销（一般）

识记：病毒式营销的概念、要素

理解：病毒式营销的参考规则

(四) 免费策略营销（一般）

识记：免费策略营销的概念

理解：免费策略营销范围

(五) 小众营销（一般）

理解：小众营销的概念

(六) 整合营销（重点）

识记：整合营销概念、特点

理解：整合营销的相关技巧

(七) 网络危机公关（次重点）

识记：网络危机公关的概念

应用：当企业面临网络危机事件时，应该采取什么处理方针

### 第三部分 有关说明与实施要求

#### 一、考核的能力层次表述

本大纲在考核目标中，按照“识记”、“理解”、“应用”三个能力层次规定其应达到的能力层次要求。各能力层次为递进等级关系，后者必须建立在前者的基础上，其含义是：

识记：能知道有关的名词、概念、知识的含义，并能正确认识和表述，是低层次的要求。

理解：在识记的基础上，能全面把握基本概念、基本原理、基本方法，能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系，是较高层次的要求。

应用：在理解的基础上，能运用基本概念、基本原理、基本方法联系学过的多个知识点分析和解决有关的理论问题和实际问题，是最高层次的要求。

#### 二、教材

1. 指定教材：

企业网络营销实战宝典及决胜攻略，王浩，北京时代华文书局，2015年2月第1版

2. 参考教材：

网络营销基础与实践（第五版），冯英建，清华大学出版社，2016年版

#### 三、自学方法指导

1. 在开始阅读指定教材某一章之前，先翻阅大纲中有关这一章的考核知识点及对知识点的能力层次要求和考核目标，以便在阅读教材时做到心中有数，有的放矢。
2. 阅读教材时，要逐段细读，逐句推敲，集中精力，吃透每一个知识点，对

基本概念必须深刻理解，对基本理论必须彻底弄清，对基本方法必须牢固掌握。

3. 在自学过程中，既要思考问题，也要做好阅读笔记，把教材中的基本概念、原理、方法等加以整理，这可从中加深对问题的认知、理解和记忆，以利于突出重点，并涵盖整个内容，可以不断提高自学能力。
4. 完成书后作业和适当的辅导练习是理解、消化和巩固所学知识，培养分析问题、解决问题及提高能力的重要环节，在做练习之前，应认真阅读教材，按考核目标所要求的不同层次，掌握教材内容，在练习过程中对所学知识进行合理的回顾与发挥，注重理论联系实际和具体问题具体分析，解题时应注意培养逻辑性，针对问题围绕相关知识点进行层次（步骤）分明的论述或推导，明确各层次（步骤）间的逻辑关系。

#### 四、对社会助学的要求

1. 应熟知考试大纲对课程提出的总要求和各章的知识点。
2. 应掌握各知识点要求达到的能力层次，并深刻理解对各知识点的考核目标。
3. 辅导时，应以考试大纲为依据，指定的教材为基础，不要随意增删内容，以免与大纲脱节。
4. 辅导时，应对学习方法进行指导，宜提倡“认真阅读教材，刻苦钻研教材，主动争取帮助，依靠自己学通”的方法。
5. 辅导时，要注意突出重点，对考生提出的问题，不要有问即答，要积极启发引导。
6. 注意对考生能力的培养，特别是自学能力的培养，要引导考生逐步学会独立学习，在自学过程中善于提出问题，分析问题，做出判断，解决问题。
7. 要使考生了解试题的难易与能力层次高低两者不完全是一回事，在各个能力层次中会存在着不同难度的试题。
8. 助学学时：本课程共 6 学分，建议总课时 108 学时，其中助学课时分配如下：

章 次	内 容	学 时
1	网络营销基本概念	10
2	搜索营销	10
3	网络营销	10
4	软文营销	10
5	论坛营销	10
6	博客与微薄营销	10
7	QQ 与微信营销	10
8	数据库营销	10
9	其他网络营销方法	14
10	网络营销综合策略	14
合 计		108

## 五、关于命题考试的若干规定

1. 本大纲各章所提到的内容和考核目标都是考试内容。试题覆盖到章，适当突出重点。
2. 试卷中对不同能力层次的试题比例大致是：“识记”为 10 %、“理解”为 30%、“应用”为 60%。
3. 试题难易程度应合理：易、较易、较难、难比例为 2：3：3：2。
4. 每份试卷中，各类考核点所占比例约为：重点占 60%，次重点占 30%，一般占 10%。
5. 试题类型一般分为：单项选择题、多项选择题、填空题、名词解释、简答题、论述题、案例分析题等。
6. 考试采用闭卷笔试，考试时间 150 分钟，采用百分制评分，60 分合格。

## 六、题型示例（样题）

### 一、单项选择题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

在每小题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的，请将其选出并将“答题卡”上的相应字母涂黑。错涂、多涂或未涂均无分。

1. 搜索引擎营销是目前最主要的网站推广营销手段之一。搜索引擎营销主要方法包括

A. SEO、PPC      B. SEM、PPC      C. SEO      D. SEM

### 二、多项选择题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

在每小题列出的五个备选项中至少有两个是符合题目要求的，请将其选出并将“答题卡”上的相应字母涂黑。错涂、多涂、少涂或未涂均无分。

1. 写好软文应把握的几个方面包括

A. 标题      B. 内容      C. 故事  
D. 营销力      E. 注重原创

### 三、填空题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 网络营销工具中，最基本、最重要的是\_\_\_\_\_。

### 四、名词解释（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. SEO 网络营销

### 五、简答题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 简述 SEO 的规则和误区。

### 六、论述题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 试述网上促销的实施过程。

### 七、案例分析题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 2010 年 1 月，一封封 E-mail 被发送到“7 天会”会员的邮箱，其主题是“新年新气象，好礼连环送”，邮件正文中更是有着“新店体验价 88 元”、“77 元大床房”的诱人字眼。

7 天酒店目前拥有 300 多家连锁店。“7 天会”为 7 天酒店的会员俱乐部，它推出了多项会员专享服务、丰富多彩的会员积分奖励计划，拥有行业内最庞大的会员体系。

7 天酒店重点推广 E-mail 营销，利用会员的邮件反馈提高服务质量，利用促销活动吸引网友注册，直接发展会员，以确保享受低价，同时，会员制也是 7 天酒店品牌推广的主要方式。E-mail 营销对 7 天酒店的品牌塑造有着更持久的影响力，当然成本也更低。

根据上述案例背景：分析 7 天酒店 E-mail 营销的优势效果；怎样的邮件才能吸引收件人阅读。