**江苏省中等职业学校商务营销类电子商务专业**

**《网络推广》课程标准（试行）**

**一、课程性质**

本课程是江苏省中等职业学校商务营销类电子商务专业必修的一门专业核心课程，是在《现代营销基础》《电子商务技术》等课程基础上，开设的一门理论与实践相结合的专业课程，其任务是让学生掌握网络推广和网络营销所必需的基础知识和基本技能，为后续《网店运营》等课程的学习奠定基础。

**二、学时与学分**

72学时，4学分。

**三、课程设计思路**

本课程按照立德树人根本任务要求，突出核心素养、必备品格和关键能力，兼顾中高职课程衔接，高度融合网络推广与网络营销的知识技能学习与职业精神培养。

1.依据《江苏省中等职业学校商务营销类电子商务专业指导性人才培养方案》中确定的培养目标、综合素质和职业能力，按照知识与技能、过程与方法、情感态度与价值观三个维度，突出网络推广与网络营销等能力的培养，结合本课程的性质和职业教育课程教学的最新理念，确定本课程目标。

2.根据“江苏省中等职业学校电子商务专业‘工作任务与职业能力’分析表”，依据课程目标和网络推广运营专员等岗位需求，围绕网络推广的关键能力，反映网络推广运营专员工作的实际，体现科学性、适用性原则，确定本课程内容。

3.以“网络推广岗位的认识、网络推广方案的制订、网络推广方法的选择”为主线，设置模块和教学单元，将网络推广的基础知识、基本技能和职业素养有机融入，遵循学生认知规律，结合学生的生活经验，序化教学内容。

**四、课程目标**

学生通过学习本课程，掌握网络推广的基础知识和基本技能，能利用各种方案进行网络推广，能进行基本的搜索引擎、微信、微博、网络直播等推广，形成良好的职业道德和正确的职业观念。

1.熟悉常用的网络推广的方法及平台，能在各个平台进行网络推广。

2.熟悉网络推广方案的内容，掌握各种网络推广工具的使用方法和技巧，能根据企业实际需求合理选择推广工具，制订网络推广方案，并能通过社交媒体进行网络推广。

3.了解网络诊断的基本方法，以及各大搜索引擎竞价广告的规则，会进行网络结构与页面优化。

4.具备热爱科学、实事求是的学风，形成稳定的专业思想和创新意识，有掌握时代风向标、对热点敏感、紧跟热门、走在潮流前沿的意识。

5.具有规范操作的职业素养和良好的职业道德，具有职业责任感和团队精神。

**五、课程内容与要求**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **模块** | **教学单元** | **内容及要求** | **参考学时** |
| 网络推广认知 | 网络推广概述 | 1.了解网络推广的概念及其分类，能描述网络推广发展的新趋势；  2.能说出网络营销和网络推广的区别与联系；  3.掌握网络推广的新思维，能理性看待网络推广 | 4 |
| 网络推广职业岗位 | 1.了解网络推广的岗位及从业者的职业成长历程，能说出网络推广岗位职责；  2.理解网络推广各岗位的基本职业素质，能树立关于网络推广岗位的职业规划意识；  3.掌握网络推广各种职业岗位的岗位要求，能根据自身特点和网络推广岗位的要求规划自己的职业发展；  4.能整合线上各种渠道推广企业的产品和服务 |
| 网络推广方案 | 网络推广方案认知 | 1.了解网络推广方案的概念，能列出网络推广方案分类；  2.了解网络推广的新趋势，能分别从流量红利时期、精细化运营时期的网络推广来理解未来发展趋势；  3.理解网络推广方案中的工作内容，会运用网络推广的新技术 | 6 |
| 网络推广方案规划 | 1.了解网络推广方案规划的步骤，能描述网络推广执行方案；  2.能根据企业网络推广目标，制订并实施推广方案；  3.了解5G、物联网、云计算、大数据、人工智能、VR虚拟现实、区块链等网络推广方案实施平台 |
| 搜索引擎推广 | SEO基础知识和工具 | 1.了解SEO基础知识和工具，能描述SEO的作用和原理；  2.掌握搜索排名的影响因素，能说出常见关键词挖掘策略和方法 | 16 |
| SEO优化 | 1.了解网络诊断的基本方法，会进行网站结构与页面优化；  2.掌握商品标题的制作与优化方法，能进行商品标题的制作与优化，会进行网页标题的优化；  3.掌握详情页的制作与优化，会商品属性的优化，能进行详情页文案、视频、商品描述的优化，会网站链接的优化；  4.掌握搜索排名的影响因素，能理解相关性、服务质量、权重的概念；  5.掌握关键词排名的数据分析方法，能对竞争对手的网络数据进行分析，会关键词的挖掘预分析 |
| SEM推广 | 1.了解各大搜索引擎竞价广告，能描述常见的搜索广告系统；  2.掌握搜索广告的账号结构与商品形态，能进行SEM推广账户的搭建；  3.掌握关键词的添加与出价方式和技巧，会SEM人群定向选择设置；  4.了解SEM推广的投放原理与扣费机制，能描述SEM关键词、创意、人群定向、地域、时段以及SEM的推广策略 |
| 微信推广 | 微信推广认知 | 1.了解微信推广的定义，能描述微信推广的特点；  2.了解微信个人号和公众号营销的操作流程及营销技巧，能进行微信推广；  3.能用微信公众号进行微信营销推广 | 12 |
| 微信推广策划 | 1.了解微信推广策划的内容，能说出微信推广的策略，以及整体的运营思路；  2.能利用好友申请、好友备注与分组、私聊、巧用朋友圈、朋友圈互动等方法进行微信推广；  3.掌握微信推广内容的撰写技巧，会利用微信推广及进行效果评估 |
| 微博推广 | 微博推广认知 | 1.了解微博推广的内涵、特点及模式，能列出微博营销的策略；  2.了解微博的操作步骤，能完成微博推广的基础操作 | 6 |
| 微博推广策划 | 1.能说出微博运营策略的内容；  2.掌握微博推广的方法及技巧，能参与热门话题、创建话题；  3.掌握企业微博的作用，能根据企业网络推广目标，策划微博推广活动；  4.能撰写较高质量的微博内容，了解其推广注意事项 |
| 网络直播推广 | 网络直播认知 | 1.了解网络直播推广的概念，掌握网络直播推广的分类，能描述网络直播推广的趋势；  2.熟悉主流网络直播平台，能在各网络直播平台创建自己的账号；  3.了解网络时代网络直播的审核机制，以及网络直播的各项准则 | 16 |
| 网络直播推广方法 | 1.掌握实施网络直播推广的策划内容，能在进行直播推广前进行精准的市场调研，分析产品优缺点，选择合适的直播平台；  2.能使用各种直播工具进行网络推广；  3.能进行网络直播，将销售的商品完美推广；  4.能在直播后期做有效的反馈 |
| 其他推广渠道 | 信息流推广 | 1.掌握信息流推广的特点与推广账户的结构；  2.掌握信息流广告竞价机制，能根据信息流推广目标制订合理的信息流推广策略；  3.能根据信息流推广效果合理优化推广账户 | 12 |
| 其他推广渠道认知 | 1.了解邮件推广、SNS推广及软文推广、视频网站推广等其他网络推广工具的推广方法；  2.能通过社交媒体进行产品推广 |

**六、实施建议**

**（一）教学建议**

1.充分挖掘本课程思政元素，积极组织课程思政教育活动，将立德树人贯穿于课程实施全过程。

2.贯彻以学生为中心的教学理念，发挥教师的主导作用，突出学生的主体地位，增强学生的自主学习能力。教师与学生互动式教学，注重课堂讲授与参观学习相结合，网络推广理论和网上实际操作相结合，突出网络推广的重要性。

3.教学过程中，课堂教学和网络实践教学相结合，注重理实一体教学方法的运用，实行做中学、做中教。根据本专业人才培养的需要和电子商务行业发展的特点，充分发挥校外实习基地作用，通过组织学生到电子商务企业实地参观或邀请业内人士来校讲座等形式，把课堂教学运用到实践中。

4.充分利用现代化教学手段，提高教学效率。教师根据实际需要可以采用演示文稿、多媒体联机演示、网络教学等各种先进的教学手段，结合典型网络推广案例，让学生做中学，增强学生的学习获得感，激发学生的学习兴趣和积极性。

5.在教学过程中要有机融入规范操作、严谨求实、务实创新的职业意识，培养良好的职业道德、职业素养。

**（二）评价建议**

1.树立正确的教学质量观，充分关注学生的个性差异，发挥评价的教育功能、激励作用。既要关注学生网络推广专业知识、职业技能的掌握，更要关注学生的学习过程，将学生的自主学习能力等纳入评价范围，实行教师、学生及企业人员多员参与的评价方式。

2.建立科学的评价体系，增加实践技能考核比重，教师现场给出成绩，真实评定学生的专业实践能力。对学生的创新思维与实践要充分肯定、有效引导，保护学生的自尊心，激发学生的自信心。

3.注重将评价结果及时、客观地反馈给学生，鼓励学生创新思维、发散思维，教师要给出合理化的建议和改进的方法，注重评价与反馈的及时性与客观性，真正实现评价的教育功能和激励作用。

**（三）教材编写和选用建议**

1.教材编写和选用必须依据本标准。

2.吸纳行业企业专家共同参与教材编写，教材内容应体现工作过程导向、任务引领，突出职业能力的培养，以增强教材的科学性、时代性与实用性。

3.教材各教学模块和单元的设计，要考虑到学生发展的差异，满足学生的不同需求，贴近学生的实际。以网络推广实践案例等为载体设计教学活动，教材内容的选取要具有典型性、实用性，符合网络推广工作实际需要。

4.教材呈现方式应新颖，图文并茂，符合中职学生的学习特点，增强教材的可读性，提高学生学习兴趣，便于自主学习。

**（四）课程资源开发与利用建议**

1.配全本专业常规必备的工具书和电子读物，充分向学生开放；实验实训场所配齐必备的教学设备和实验、实训器材，充分提高设备利用率。

2.充分利用智慧职教平台有关商务营销类专业国家教学资源库中相关数字化资源。建设并配备与电子商务专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例、虚拟仿真软件、数字教材等数字资源，做到种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新，能满足教学要求。

3.充分发挥现代信息技术优势，在电子商务专业实训教学场所建设虚拟仿真实训室，并建有与实训内容相配套的信息化教学资源，能够组织开展信息化实训教学活动。

**七、说明**

本标准依据《江苏省中等职业学校商务营销类电子商务专业指导性人才培养方案》编制，适用于江苏省中等职业学校商务营销类电子商务专业（三年制）学生。

（开发人员及单位：顾婕，江苏省启东中等专业学校；万军，江苏省南通中等专业学校；许丹青，南京商业学校；谢怡文，无锡旅游商贸高等职业技术学校；吴越，江苏省苏州丝绸中等专业学校；居长志，江苏经贸职业技术学院；成强，南通暖馨网络科技有限公司）