

湖南省高等教育自学考试  
课程考试大纲

网络营销创新管理  
(课程代码: 12570)

湖南省教育考试院组编  
2019年1月

# 高等教育自学考试课程考试大纲

课程名称：网络营销创新管理

课程代码：12570

## 第一部分 课程性质与设置目的

### 一、课程性质与特点

网络营销创新管理是高等教育自学考试网络营销与管理(本科)专业的选考课程。以现代营销学和创新管理理论为指导,利用因特网的技术和功能,最大限度地满足客户需求,是以达到开拓市场,增加盈利为目标。网络营销管理课程是基于管理创新理念,全面、系统阐述网络营销创新管理方法与技巧的专业课程。本课程旨在培养考生对网络营销创新重要性的认识,了解网络营销创新的基本概念,理解网络营销创新的现实基础及在企业营销实际中的各种应用,掌握网络营销创新的基本策略,应用网络营销创新的基本原理对企业网络营销创新进行分析与策划。

### 二、课程目标与基本要求

通过对网络营销创新的基本理论和具体策略方法等的学习,使考生掌握网络营销创新的技术和方法及其应用,提高网络营销创新素质,培养用网络营销创新方法分析和解决现代市场营销实际问题的能力。

本课程的基本要求:

1. 了解网络营销创新管理的基本概念。
2. 掌握网络营销创新在企业中的应用。
3. 理解企业网络营销创新的基本策略。

### 三、与本专业其他课程的关系

网络营销创新管理是一门对理解能力要求很强的课程。本课程的前期课程为市场营销学和网络营销学,通过本课程的学习,为后续课程的学习奠定了基础。

## 第二部分 课程内容与考核目标

### 第一章 网络营销基础

#### 一、学习目的与要求

学习目的:掌握网络营销策略和方法、网络营销基本理论。

本章要求:识记电子商务网络营销的基础知识、网络营销的概念、进行有效市场调研的方法和步骤、网络营销的策略、网络营销系统的组成、有效的网络营销方法。

#### 二、考核知识点与考核目标

(一) 电子商务(重点)

- 识记：电子商务的概念特点
- 理解：电子商务的火爆市场
- (二) 网络营销的概念与现状 (重点):
  - 识记：网络营销的内容
  - 理解：网络营销模式特点
- (三) 进行有效的市场调研 (重点)
  - 识记：网络市场调研方法和步骤
  - 应用：网络市场调研方法和步骤
- (四) 网络营销策略组合 (次重点)
  - 识记：网络营销的策略
- (五) 有效的网络营销方法 (重点)
  - 识记：常用的网络营销方法

## 第二章 营销型网站的搭建与策划

### 一、学习目的与要求

学习目的：掌握营销型网站建设和评判的标准。

本章要求：了解营销型网站的策划准备工作、网站策划和设计的重点、网站制作的注意事项、优势的技术解决方案、掌握网页的标准基础。

### 二、考核知识点与考核目标

- (一) 网站的策划准备工作 (一般)
  - 理解：营销型网站评判的标准；网站制作的注意事项；最佳建站方式的选择；营销网站的制作流程
- (二) 网站建设整体设计策划 (重点)
  - 理解：网络营销主题的选择；拟定网站访问的群体；网站栏目的创意设计；网页形象包装和设计；框架和模块功能规划
- (三) 网站全程技术解决方案 (一般)
  - 理解：如何选择合适的网站的域名；根据网站的功能确定网站技术解决方案
- (四) 网页的标准化 (次重点)
  - 理解：网站建设标准化的目的；现阶段使用的 WEB 标准；WEB 标准改善现有网站

## 第三章 SEM——搜索引擎营销

### 一、学习目的与要求

学习目的：掌握 SEO 和 PPC 相关知识。

本章要求：识记竞价排名的营销知识、搜索引擎的基础知识；了解关键字营销的策略、网站内链和外链的优化、网站优化营销的方案。

## 二、考核知识点与考核目标

### (一) PPC (一般)

识记：搜索引擎的分类、工作原理、对网站网页收录

理解：竞价排名的解决方案

### (二) SEO (一般)

识记：SEO 的优缺点、工作阶段

### (三) 优质关键字的筛选 (重点)

识记：关键字基础知识、选择核心关键字常识

理解：最佳关键字密度、关键字合理分布和有效评估

### (四) 链接策略 (重点)

识记：增加外部链接的办法

理解：站内链接的优化方法；内部链接的优化；外部链接的优化。

### (五) 网站优化营销方案 (次重点)

识记：站内链接优化策略

理解：网页的外围优化；内部细节优化

## 第四章 博客和微博营销

### 一、学习目的与要求

学习目的：掌握企业利用博客和微博宣传企业、推广品牌的方法。

本章要求：识记博客和微博营销的基础知识；学会打造高质量的博客；了解推广企业博客的方法并加以应用；实例了解品牌博客和微博策划与操作。

### 二、考核知识点与考核目标

#### (一) 博文营销 (一般)

识记：博客和微博基础知识，包括优势、模式和原则

#### (二) 打造高质量的博客 (重点)

识记：企业博文的撰写和推广策略

应用：如何建立高质量的博客

#### (三) Jade Wen 品牌博客营销实例 (次重点)

识记：博客文章的撰写；个性微博创建；微博获得粉丝的策略和方法

理解：成功使用博客和微博营销打造品牌

## 第五章 概念营销

### 一、学习目的与要求

学习目的：掌握概念营销的基本策划方法和运营的思路。

本章要求：识记概念营销的定义、特点和运作方法；通过实例了解手机旺铺概念的策划与运营；了解概念营销市场转化的常用方法。

### 二、考核知识点与考核目标

- (一) 概念营销的内涵（一般）
  - 识记：概念营销基础知识；概念营销产生的背景
  - 理解：概念营销的鲜明特点
- (二) 概念营销操作有章可循（次重点）
  - 识记：概念营销运作的四个阶段和注意事项
  - 理解：概念营销运作的思路
- (三) 手机旺铺概念营销实例（重点）
  - 理解：手机旺铺项目概念定位、市场竞争分析、产品、市场运营模式、启动资金预算、资金风险与防范、渠道风险控制与规避
- (四) 手机旺铺项目的市场语言转化（次重点）
  - 应用：如何给项目的概念包装转化和实地办公包装

## 第六章 电子杂志营销

### 一、学习目的与要求

学习目的：掌握如何使用 Flash 电子杂志技术，让制作的网站脱颖而出；掌握电子杂志的推广方法。

本章要求：识记营销形象展示系统的基础知识、电子杂志的营销基础；了解杂志的设计方法、电子杂志的营销推广方法。

### 二、考核知识点与考核目标

- (一) 营销形象电子化展示（一般）
  - 识记：展示应注意的原则
  - 理解：形象的电子化展示基础知识
- (二) 有效的电子杂志营销（一般）
  - 识记：电子杂志的概念
  - 理解：电子杂志的优势和成功应用
- (三) 玉坛国际电子杂志的制作实例（重点）
  - 识记：电子杂志制作软件介绍
  - 理解：玉坛国际电子杂志制作过程
- (四) 电子杂志的另类推广（次重点）
  - 识记：电子杂志的主要推广渠道
  - 理解：电子杂志的营销推广目标、增加发行量策略和发行渠道的规划

## 第七章 网络会员制营销

### 一、学习目的与要求

学习目的：掌握网络会员制营销的策划和实现方法。

本章要求：识记网络会员制度的营销基础、会员制营销流程与要点；了解建立会员服务意识以及会员制销售管理系统的设计与实现。

## 二、考核知识点与考核目标

### (一) 共赢的网络会员制营销（一般）

识记：网络会员制营销的基础知识，包括模式、网络会员支营销系统构成、共同价值的利益体现

理解：网络会员制营销的基础知识，包括模式、网络会员支营销系统构成、共同价值的利益体现

### (二) 会员制营销流程与要点（一般）

识记：网络会员制营销流程

理解：网络会员制实施要点

### (三) 服务意识（次重点）

识记：掌握会员满意度

理解：处理会员抱怨方法、建立客户忠诚计划

应用：如何处理会员抱怨；如何建立客户忠诚计划

### (四) 会员制销售管理系统实例（重点）

识记：会员制销售管理系统基础知识

理解：“荒漠甘泉”产品的网络会员制销售管理系统策划与实现

## 第八章 网络软文营销

### 一、学习目的与要求

学习目的：掌握网络软文营销方案的策划和实施。

本章要求：识记软文营销的基础知识、软文撰写方法和步骤、软文标题的重要性、网络媒体的选择方法，通过实例掌握网络软文营销的策划和实施。

### 二、考核知识点与考核目标

#### (一) 软文营销（一般）

识记：软文营销的基础知识，包括软文营销的内涵、撰写软文的类型、软文的注意事项

理解：软文营销的基础知识，包括软文营销的内涵、撰写软文的类型、软文的注意事项

#### (二) 软文撰写的营销策略（重点）

识记：软文营销的详细步骤；具有销售力的标题；网络媒体的选择

应用：软文撰写的策略和方法

#### (三) 2012 成都毕加索中国大展实例（次重点）

理解：毕加索项目软文营销实施策略和方法

应用：毕加索项目软文营销实施策略和方法

## 第九章 SNS 营销

### 一、学习目的与要求

学习目的：掌握 SNS 营销的基础知识和实现方法。

本章要求：识记 SNS 营销的概念、SNS 网站的推广策略、SNS 网上的营销手段、SNS 营销阶段过程，通过案例掌握 SNS 营销的实现方法。

## 二、考核知识点与考核目标

### （一）SNS 营销（一般）

识记：SNS 六度关系理论；SNS 营销的基础知识；SNS 用户现状特点

理解：SNS 六度关系理论；SNS 营销的基础知识；SNS 用户现状特点

### （二）SNS 营销的推广方法及策略（重点）

识记：SNS 营销推广手段和阶段过程

理解：SNS 营销推广策略分析

### （三）123 宠物网的 SNS 营销（次重点）

理解：123 宠物网的 SNS 营销实现方法

应用：SNS 网站的运营、营销推广和盈利模式

## 第十章 整合营销

### 一、学习目的与要求

学习目的：掌握营销整合策划方法。

本章要求：识记网络整合营销的概念、原则与实施；了解 123 宠物网盈利分析、项目整合营销的方法、营销效果分析。

## 二、考核知识点与考核目标

### （一）整合网络营销（一般）

识记：整合网络营销概念

理解：整合营销的趋势

### （二）整合营销的原则与实施（一般）

识记：网络整合营销的步骤。

理解：网络整合营销的原则

### （三）项目盈利分析（重点）

理解：项目市场定位；项目管理运营团队

应用：定位公司的盈利模式

### （四）123 宠物网整合营销实例（次重点）

理解：123 宠物网的整合营销推广方案

应用：123 宠物网的网络营销方式

## 第十一章 微信营销

### 一、学习目的与要求

学习目的：掌握微信营销方法。

本章要求：了解微信的一些常用功能、微信的营销功能工具；掌握个人微信

的互动营销方法、朋友圈的推广策略与实战。

## 二、考核知识点与考核目标

### （一）不可不知的微信（重点）

识记：微信的常用功能

理解：微信营销功能

应用：公众账号订阅号营销

### （二）基于微信的微店营销（重点）

理解：个人微信的互动营销、公众平台朋友圈营销

### （三）“橙妾来了”微店微信营销（一般）

理解：“橙妾来了”微信营销策略

应用：全程微信营销软文

## 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

指定教材：

赢在电子商务——网络营销创意与实战， 陈益材等，机械工业出版社 2016年

### 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 4 学分，建议总课时 72 学时，其中助学课时分配如下：

章次	内容	学时
一	网络营销基础	6
二	营销型网站的搭建与策划	8
三	搜索引擎营销	8
四	博客和微博营销	6
五	概念营销	7
六	电子杂志营销	6
七	网络会员制营销	6
八	网络软文营销	6
九	SNS 营销	6
十	整合营销	7
十一	微信营销	6
合计		72

#### 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. 下面不符合网络整合营销理论的是
  - A. 营销的产品策略要以顾客为中心，企业辅助顾客设计和开发新产品，以满足顾客的需求。
  - B. 网络营销产品的策略应是“生产和消费的合成”的策略。
  - C. 产品应满足顾客的需求，因而以核心利益或服务、有形产品和延伸产品三个层次来满足顾客不同层面的需要。
  - D. 网络整合营销的策略就是事先以消费者为中心的传播统一性和双向沟通。

### 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. 网络营销策略组合包括
  - A. 网页策略
  - B. 产品策略
  - C. 价格策略
  - D. 直销渠道策略
  - E. 间接渠道策略

### 三、填空题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 网络营销就是指通过互联网，利用\_\_\_\_\_手段进行的商业营销活动。

### 四、名词解释（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. SEO

### 五、简答题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 电子商务作为一种行业模式，具有哪些特点？

### 六、论述题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 网络营销方法有哪些？