

湖南农业大学高等教育自学考试 实践环节课程考核大纲

网络营销与策划（实践）

（课程代码：00909）

湖南农业大学组编
2026 年 03 月

湖南农业大学高等教育自学考试实践环节课程

考核大纲

课程名称：网络营销与策划（实践）

课程代码：00909

第一部分 课程性质与目标

一、课程性质与特点

《网络营销与策划（实践）》是一门融合网络营销理论与市场实操策划的专业核心实践课程，以网络营销全流程策划与落地项目为载体，通过标准化、过程化、场景化的实践训练，旨在培养学生整合网络营销理论知识、掌握核心策划与实操技能、树立数字化营销与市场运营意识，并初步形成解决网络营销实际运营问题之能力的实践课程，兼具实践性、策划性、数字化与行业应用性。

二、课程目标与基本要求

本课程要求学生从“理论学习者”转变为“实操策划者”，通过“做中学、学中策、策中践”的实践模式，掌握网络营销从市场调研、方案策划到渠道执行、效果复盘的全流程操作方法，能熟练运用各类网络营销平台、数据分析工具开展策划与实操工作，具备网络营销方案设计、渠道运营、数据复盘、问题优化的基础能力，构建起应对网络营销领域实际问题的综合能力体系，为未来从事网络营销策划、新媒体运营、电商推广、数字营销等职业或相关科学研究奠定坚实的实践基础。

三、与本专业其他课程的关系

《网络营销与策划（实践）》处于数字营销专业课程网络的核心节点，是理论课程落地应用的关键环节。它向上整合与应用《市场营销学》《电子商务概论》《消费者行为学》等课程的基础理论，横向协同与支撑《网络广告学》《新媒体运营》《电子商务与现代物流》等专业课程，向下为《电商平台运营》《直播电商策划》等实操课程提供核心技能支撑，同时衔接互联网营销行业实际岗位的运营要求，实现理论与实践的深度融合。

第二部分 考核内容与考核目标

一、学生应达到的实践能力和标准

1. 策划设计与执行能力。能理解网络营销综合性实践项目的，结合市场需求设计完整的网络营销策划方案框架。能合理规划网络营销各环节的实施步骤、时间节点、渠道选择与人员分工，并按行业标准和策划要求准确执行市场调研、内容制作、渠道投放、用户运营等实操工作。

2. 规范操作与工具使用能力。掌握网络市场调研、新媒体内容发布、广告投放、数据监测等基本操作的规范流程。能独立或协作操作主流新媒体平台、电商营销后台、搜索引擎推广系统、数据分析工具等常用网络营销工具，了解直播设备、剪辑软件等硬件与辅助工具的基本使用方法与维护要求。

3. 数据获取与信息处理能力。实时、真实、完整、规范地记录网络营销各环节的原始数据和实操现象，包括调研数据、投放数据、转化数据、用户数据等。能进行正确的营销数据统计、投入产出核算、效果分析，并能运用Excel、数据分析工具等制作规范的分析图表。熟练查阅并理解网络营销平台规则、行业运营标准，用于判定实践操作结果的合理性。

4. 分析诊断与解决问题能力。能结合网络营销理论对实操数据、运营现象进行合理解释，分析营销效果不佳、转化效率低、用户流失率高、投放成本过高等问题的来源。当实操出现异常结果时，能进行系统性排查（如方案设计、平台操作、渠道选择、内容制作、人员配合等环节），并提出合理的整改或优化方案。

二、考核知识点与考核目标

考核项目 1 网络市场调研与目标用户分析

（一）实践内容

选定具体行业或产品/服务，运用线上调研工具（如问卷星、大数据分析平台）、平台后台数据、行业报告等渠道开展网络市场调研，完成市场环境分析、竞品营销策略分析、目标用户画像构建，形成完整的网络市场调研与用户分析报告。

（二）考核知识点及考核要求

1. 熟悉网络市场调研的核心方法、流程及目标用户画像构建的基本原理。
2. 了解实践所需的调研工具、数据分析平台及操作环境。
3. 掌握网络调研问卷设计、数据采集、竞品分析、用户画像提炼的规范方法，能熟练使用调研工具完成数据收集与初步分析。
4. 根据实操结果，结合行业特点和产品定位，评价市场调研的全面性、数据的有效性 & 用户分析的精准性。

考核项目 2 网络营销方案策划与内容制作

（一）实践内容

基于市场调研与用户分析结果，针对指定产品/服务设计完整的网络营销策划方案（含营销目标设定、渠道组合选择、内容体系规划、推广节奏安排、预算初步分配），并完成对应渠道的核心营销内容制作（如新媒体图文、短视频脚本、广告文案等）。

（二）考核知识点及考核要求

1. 理解网络营销方案策划的核心原则、营销渠道的特点及内容制作的实操原理。
2. 了解各类网络营销渠道（新媒体、搜索引擎、电商平台等）的运营规则、内容制作所需的工具及耗材。
3. 掌握网络营销方案的框架设计、渠道组合搭配、内容主题策划与核心营销内容制作的规范方法，能结合产品特点和用户需求完成方案与内容创作。
4. 学会评估营销方案的可行性、渠道选择的合理性、内容的适配性，根据策划结果提出方案优化与内容打磨的建议。

考核项目 3 网络营销渠道投放与效果复盘优化

（一）实践内容

选择主流网络营销渠道（如抖音、小红书、微信公众号、淘宝直通车、百度推广等）进行模拟投放或小范围实操投放，完成投放计划制定、后台操作、数据实时监测，后期进行营销效果全面复盘（含流量、转化、投入产出等维度），并基于复盘结果制定营销优化方案。

（二）考核知识点及考核要求

1. 理解网络营销渠道投放的基本原理、数据监测的核心指标及效果复盘的逻辑方法。
2. 了解各营销渠道投放后台的操作模块、效果监测的核心指标及复盘优化的基础数据要求。

3. 掌握网络营销渠道投放计划制订、后台操作、数据统计、效果分析的步骤与方法，能熟练运用数据分析工具完成投放数据的复盘整理。

4. 根据投放结果和复盘数据，分析渠道投放的有效性、投入产出比的合理性，制定针对性的营销优化策略，评价优化方案对提升营销效果的支撑作用。

第三部分 有关说明与实施要求

一、考核的能力层次表述

该课程考核的能力层次包括认知与记忆、应用与操作、综合与设计三个方面。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。

1. 认知与记忆。再现与理解网络营销理论知识和行业操作规程。能准确说出网络营销常用工具/平台名称、核心操作环节的流程、行业标准与平台规则的关键要求。能描述网络营销各环节的基本原理，解释标准操作程序背后的原因。能快速查阅并正确理解网络营销平台运营规则、行业运营标准中的核心内容。

2. 应用与操作能力。熟练与规范地将网络营销知识和操作程序应用于实际动手操作。能独立、规范、高效地完成网络市场调研、内容制作、渠道投放、数据监测等系列动作。能根据实操数据进行正确的营销效果计算、投入产出核算、数据统计。能正确使用各类网络营销工具/平台获取原始数据，并按规范格式进行记录。

3. 综合与设计能力。整合与创造网络营销知识、技能以解决新的、复杂的综合性问题。针对一个给定的产品/服务营销场景，能设计出基本合理、可行的网络营销整体策划与运营方案。能综合市场调研、内容制作、渠道投放、数据转化等多方面数据，对网络营销运营状况做出整体性评价，并提出结论性意见。能基于实操结果和数据分析，提出网络营销方案优化、渠道调整、内容升级、成本控制的具体建议或进一步的实践研究方向。

二、教材

1. 指定教材：无。

2. 参考教材：

杨路明，巫宁主编. 网络营销与策划[M]. 高等教育出版社，最新版。

池永明主编. 网络营销实操教程[M]. 机械工业出版社，最新版。

行业主流网络营销平台（抖音、小红书、淘宝、百度等）、头部数字营销企业官方发布的运营实操手册与规范。

三、实施指导与要求

1. 选取任一考核项目，制定详实可行的实践执行方案，前往具备实操条件的数字营销企业、新媒体公司、电商企业、互联网产业园等单位开展实践实习，实习单位可自主联系或由学校教师推荐。实习完成后，撰写1000-2000字的规范实践报告。

2. 精准把握各知识点对应的考核能力层次，深刻领会各项考核目标要求，夯实实践操作理论基础，提前系统回顾网络营销、市场营销、消费者行为等相关理论知识。

3. 充分依托校内外实践资源，熟练掌握方案设计、数据统计、实操记录、实践报告撰写等核心方法。实践报告需突出调研思路、策划逻辑、实操过程、数据分析和问题解决能力，杜绝单纯知识罗列与流程照搬。

4. 严格恪守学校及实习单位各项规章制度、保密守则，对实习期间接触的企业运营数据、商业机密、营销策划方案、平台操作细则等涉密信息，严禁私自复印、摘抄、传播与泄漏。

5. 实践全程做好原始记录，妥善留存实操数据、平台操作截图、内容制作成果、调研报告、投放复盘表等佐证材料，确保实践过程可追溯、内容真实有效，支撑实践报告撰写。