

教学日志

时间： 2022 年 9 月 2 日	第 12、34 节	班级： 20 物流 12、3 班
课堂总结	通过介绍本门课程的主要内容让学生了解基本的学习任务和学习要求掌握所学问题的基本思路和方法。存在问题是人数较多，学生管理难度加大。	
时间： 2022 年 9 月 5 日	第 12 34 节	班级： 20 物流 12、3 班
课堂总结	通过介绍移动商务的基本发展历程来了解移动商务的基本特点，学生的主动性和创造力相对较差	
时间： 2022 年 9 月 9 日	第 56 节	班级： 20 物流 12、3 班
课堂总结	让学生通过分享电商购物，找出移动商务与传统电子商务的差别，再引导学生找出还有那些新媒体移动商务手段。存在问题是学生的分享不够好。	
时间： 2022 年 9 月 12 日	第 12、56 节	班级： 20 物流 12、3 班
课堂总结	让学生通过分享社交类和商务 APP 的基本功能，找出这类 APP 的营销价值，再引导学生找出还有那些新媒体手段可以解决此类问题。存在问题是学生的分享不够积极主动，导致时间有些浪费太多！	
时间： 2022 年 9 月 16 日	第 12、34 节	班级： 20 物流 12、3 班

		班
课堂总结	分析讨论移动商务涉及的一些关键技术，学生参与度较高，学习热情不错，1班的学生比着三班学生的学习要求和热情高一些，容易调动课堂学习讨论的气氛	
时间： 2022 年 9 月 19 日	第 12 节	班级： 20 物流 12、3 班
课堂总结	与学生分析讨论他们的 B2C 商业模式时学生参与度较高，学习热情不错，不过 3 班的学生学习气氛调动不如 12 班好一些。	
时间： 2022 年 9 月 26 日	第 56 节	班级 20 物流 12、3 班
课堂总结	与学生分析讨论他们的 O2O 商业模式时学生的学习积极性和参与度较高，学习热情不错，不过 3 班的学生学习气氛调动不如 12 班好一些。	
时间： 2022 年 9 月 27 日	第 12、56 节	班级：20 物流 12、3 班
课堂总结	个人微信号的昵称、头像的设置原则采用讨论的形式进行，感觉不是很理想，学生的自己的微信不是很愿意与大家分享。	
时间： 2022 年 9 月 30 日	第 12、34 节	班级：20 物流 12、3 班
课堂总结	二维码营销策略学生相对有一点兴趣，但是对制作不是太感兴趣。课堂内容不够充实。	

时间： 2022 年 10 月 7 日	第 12 节	班级： 20 物流 12、3 班
课堂总结	微信及其公众号运营级基本知识点学习相对较为简单，但是学生对公众号的图文消息的发布不是很感兴趣。	
时间： 2022 年 10 月 10 日	第 56 节	班级： 20 物流 12、3 班
课堂总结	引导学生使用微信公众号进行农产品推广文写作时学生的标题写的不错，但是进行内容写作时相对有些困难。分享时间耽误较多	
时间： 2022 年 10 月 14 日	第 12、56 节	班级： 20 物流 12、3 班
课堂总结	用户内容运营的知识点学生学习起来相对较难，感觉应该结合微信和 QQ 这两个部分内容进行。	
时间： 2022 年 10 月 17 日	第 12、34 节	班级： 20 物流 12、3 班
课堂总结	活动运营部分感觉学生对常见的活动类型有一定的认识，不过学生对于用户的心理因素考虑的不是很全面，让学生组织一场农产品（日照红富士苹果或者映霜红桃子）活动的组织不是很到位。	
时间： 2022 年 10 月 21 日	第 12 节	班级： 20 物流 12、3 班

课堂总结	对企业一定商务活动的基本流程学习掌握难度加大，学生不太习惯这部分内容进行分享和讨论的方法。	
时间： 2022 年 10 月 24 日	第 56 节	班级： 20 物流 12、3 班
课堂总结	学生对于社群的基本定义和社群的创建有基本的了解对于社群特点理解需要注意课堂的引导。	
时间： 2022 年 10 月 28 日	第 12、56 节	班级： 20 物流 12、3 班
课堂总结	如何进行社群的活跃度分析学生认知不是很高，需要再课堂进行积极引导。	
时间： 2022 年 10 月 31 日	第 12、34 节	班级： 20 物流 12、3 班
课堂总结	短视频的基本特点以及近几年火出圈的直播营销学生的认知不是很到位，学生对其感觉不是很想去实践。注意好好引导。	
时间： 2022 年 11 月 4 日	第 12 34 节	班级： 20 物流 1 班
课堂总结	什么是移动广告，如何进行移动广告营销？广告营销的基本类型学生基本可以用分组讨论形式完成，可试一下反转课堂方式进行。	
时间： 2022 年 11 月 7 日	第 1234 节	班级： 20 物流 12、3 班
课堂总结	打算将今晚的进博会的视频让学生试着去做一下剪辑。并引导学生进行短视频和	

	公众号消息创作。	
时间： 2022 年 月 日	第 12、56 节	班级： 20 物流 12、3 班
课堂总结		
时间： 2022 年 月 日	第 12、34 节	班级： 20 物流 12、3 班
课堂总结		
时间： 2022 年 月 日	第 12 节	班级： 20 物流 12、3 班
课堂总结		
时间： 2022 年 9 月 30 日	第 56 节	班级： 20 物流 12、3 班
课堂总结		
时间： 2022 年 10 月 2 日	第 12、56 节	班级： 20 电商 2、1 班
课堂总结	个人公众号的名称和头像的设置，可以与个人帐号的使用想对照。	
时间： 2022 年 10 月 5 日	第 12、34 节	班级： 20 电商 3、1 班
课堂总结	微信公众号的名称命名原则在课堂设置，在设置微信公众号的功能设置为可以在	

	课堂进行。	
时间： 2022 年 月 日	第 12、56 节	班级： 20 电商 2、1 班
课堂总结		
时间： 2022 年 10 月 12 日	第 12、34 节	班级： 20 电商 3、1 班
课堂总结	微信公众号的文本信息的编辑与转发，	
时间： 2022 年 10 月 14 日	第 12 节	班级： 20 电商 1 班
课堂总结	公众号的图文信息的编辑与信息的转发。学生的分享过程相对时间长。可以给学生一点时间研究问题。	
时间： 2022 年 10 月 16 日	第 56 节	班级： 20 电商 3 班
课堂总结	公众号的图文信息的编辑与信息的转发。学生的分享过程相对时间长。可以给学生一点时间研究问题。	
时间： 2022 年 10 月 19 日	第 12、56 节	班级： 20 电商 2、1 班
课堂总结	使用 135 图文编辑器的使用，学生自己练习使用熟练。同时注意自己公众号运营，知道学生自己的传播。	
时间： 2022 年 10 月 21 日	第 12、34 节	班级： 20 电商 3、1 班

			班
课堂总结	使用 135 图文编辑器的使用，学生自己练习使用熟练。同时注意自己公众号运营，知道学生自己的传播。		
时间： 2022 年 10 月 21 日		第 12 节	班级： 20 电商 1 班
课堂总结	分小组讨论微信运营号的使用过程中应该注意哪些问题，有学生分组讨论并课堂分享。		
时间： 2022 年 10 月 23 日		第 56 节	班级： 20 电商 3 班
课堂总结	分小组讨论微信运营号的使用过程中应该注意哪些问题，有学生分组讨论并课堂分享。		
时间： 2022 年 10 月 24 日		第 12、56 节	班级： 20 电商 2、1 班
课堂总结	分小组讨论微信运营号的使用过程中应该注意哪些问题，有学生分组讨论并课堂分享。		
时间： 2022 年 10 月 25 日		第 12、34 节	班级： 20 电商 3、1 班
课堂总结	微信排版技巧使用，学生的展示的作品不多，电脑使用不是很好		
时间： 2022 年 10 月 27 日		第 12 节	班级： 20 电商 1 班

课堂总结	微信秀米排版技巧使用，学生的展示的作品不多，电脑使用不是很好	
时间： 2022 年 10 月 27 日	第 56 节	班级： 20 电商 3 班
课堂总结	学生使用 135 排版训练，使用图文混排技巧，学生不是很擅长总结，让学生观察各类公众号文章总结不出很有用的东西	
时间： 2022 年 10 月 29 日	第 12、56 节	班级： 20 电商 2、1 班
课堂总结	学生使用 135 排版训练，使用图文混排技巧，学生不是很擅长总结，让学生观察各类公众号文章总结不出很有用的东西	
时间： 2022 年 10 月 30 日	第 12、34 节	班级： 20 电商 3、1 班
课堂总结	总结微信公众号的行为规范努力让学生总结，三班同学的积极主动性不如一班同学的好	
时间： 2022 年 11 月 2 日	第 12 节	班级： 20 电商 1 班
课堂总结	总结微信公众号的行为规范努力让学生总结，2 班同学的积极主动性相对于其他连个班同学的要好一些	
时间： 2022 年 11 月 2 日	第 56 节	班级： 20 电商 3 班

课堂总结	微信公众号的对用户画像分析较难，学生做起来不是很容易，学生不习惯通过用户画像进行微信公众号定位。	
时间： 2022 年 11 月 4 日	第 12、56 节	班级： 20 电商 2、1 班
课堂总结		
时间： 2022 年 11 月 7 日	第 12、34 节	班级： 20 电商 3、1 班
课堂总结		
时间： 2022 年 11 月 9 日	第 12 节	班级： 20 电商 1 班
课堂总结	微信公众号的品牌定位策略能从视觉化表情包方面进行着手相对能够完成，基本完成相应问题的使用，但是系列化问题并不是很好的完成。	
时间： 2022 年 11 月 9 日	第 56 节	班级： 20 电商 3 班
课堂总结	微信公众的推送策略能从微信的推送层面进行对比学习相对效果要好一些。但是学生对于公众号的框架策略的建立并不是很好的完成。	
时间： 2022 年 11 月 11 日	第 12、56 节	班级： 20 电商 2、1 班
课堂总结	微信公众的推送策略能从微信的推送层面进行对比学习相对效果要好一些。但是学生对于公众号的框架策略的建立并不是很好的完成。	
时间： 2022 年 11 月 14 日	第 12、34 节	班级： 20 电商 3、1 班

			班
课堂总结	微信公众的如何打造爆标题能从微信的推送层面进行对比学习相对效果要好一些。但是学生对于公众号的框架策略的建立并不是很好的完成。		
时间： 2022 年 11 月 16 日		第 12 节	班级： 20 电商 1 班
课堂总结	如何从内容层次方面进行吸粉策略感觉学生开始慢慢入门，但也有一部分学生不是很喜欢进行作业		
时间： 2022 年 11 月 16 日		第 56 节	班级： 20 电商 3 班
课堂总结	如何从内容层次方面进行吸粉策略感觉学生开始慢慢入门，但也有一部分学生不是很喜欢进行		
时间： 2022 年 11 月 18 日		第 12、56 节	班级： 20 电商 2、1 班
课堂总结	讲解增加用户关注度的技巧时由于运营经验较少，实例运用不是很得当，需要本人注意加强学习训练		
时间： 2022 年 11 月 21 日		第 1234 节	班级： 20 电商 3、1 班
课堂总结			
时间： 2022 年 11 月 23 日		第 节	班级： 20 电商 2 班

课堂总结			
时间： 2022 年 11 月 23 日	第 节	班级： 20 电商 3 班	
课堂总结			
时间： 2022 年 11 月 25 日	第 12 56 节	班级： 20 电商 2、1 班	
课堂总结			
时间： 2022 年 11 月 28 日	第 节	班级： 20 电商 3、1 班	
课堂总结			
时间： 2022 年 12 月 日	第 节	班级： 20 电商 2 班	
课堂总结			
时间： 2022 年 12 月 日	第 节	班级： 20 电商 3 班	
课堂总结			
时间： 年 月 日	第 节	班级：	

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

时间： 年 月 日			第 节		班级：	
课堂总结						