|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **单元名称：**  微营销 | | | | **单元教学学时** | | **2** |
| **在整体设计中的位置** | | **第9次** |
| **授课班级** |  | **上课**  **时间** | 周 月 日第 节至  周 月 日第 节 | **上课**  **地点** | | 电子商务实训室 |
| **教学**  **目标** | **能力目标** | | | **知识目标** | **素质目标** | |
| 能够初步微营销初识  通过任务练习了解微博与微信各自的特点，掌握个人微博营销基础，了解企业微博和微信营销的基本内容。  寻找知名网络自媒体人：龚文祥、秋叶、鬼脚七的2014、陕西魏延安等人  （1）你在网络上可以找到他们的微博、微信、微信公众账号吗？除了这几个，你还能找到他们在网络上的其他社交媒体账号吗？  （2）查看他们微博的主要作用是什么？他们的微博基本设置是什么？他们在微博上经常和哪些人互动？发送哪些微博博文类型？每天发送的频率和时机是什么？  （3）能否找到他们的个人微信？个人微信的主要功能是什么？个人微信设置是什么？个人微信定位是什么？ | | | 初步了解微营销初识  通过任务练习了解微博与微信各自的特点掌握个人微博营销基础，  了解企业微博和微信营销的基本内容。  寻找知名网络自媒体人：龚文祥、秋叶、鬼脚七的2014、陕西魏延安等人 | 1.沟通能力：不断提高自己的语言表达和沟通能力，能与有关方进行有效沟通；  2.学习能力：不断学习领域新知识、新案例、新法规等，通过不断学习，提升自己业务水平；  3.职业能力：具有良好的团队合作精神；具有市场竞争意识。 | |
| **本单元任务** | **情 境 描 述** | | | **引 出 任 务** | | |
| 小李家中的特产已经快到成熟季节，但是销售渠道还未找到，小李很是着急。小李看过秋叶的微博和微信营销之后，希望通过微博和微信等工具营销家乡特产。小李想要实现自己的目标，到底是选择在微博还是微信？怎么开展特产微博营销呢？怎么开展特产微信营销呢？ | | | （1）你在网络上可以找到他们的微博、微信、微信公众账号吗？除了这几个，你还能找到他们在网络上的其他社交媒体账号吗？  （2）查看他们微博的主要作用是什么？他们的微博基本设置是什么？他们在微博上经常和哪些人互动？发送哪些微博博文类型？每天发送的频率和时机是什么？  （3）能否找到他们的个人微信？个人微信的主要功能是什么？个人微信设置是什么？个人微信定位是什么？ | | |
| **单元教学资源** | | | | | | |
| 教材：网络营销.惠亚爱.人民邮电出版社2018  参考资料：  宋文官.网络营销实务.高等教育出版社，2014  钟子健. 网络营销与策划. 湖南师范大学出版社，2013  瞿彭志.搜索引擎优化.高等教育出版社，2016  讲义：  自编教学讲义  网络资源：  [http://www.alibaba.com.cn——](http://www.alibaba.com.cn——/)阿里巴巴  [http://www.baidu](http://www.baidu/) [.com](http://www.marketingman——/) ——百度  [http://www.cnnic.net.cn](http://www.marketingman——/)——中国互联网信息中心  [http://www.marketingman——](http://www.marketingman——/)网上营销新观察  <http://www.chinaz.com/——>站长之家  <http://zhanzhang.baidu.com/——->百度站长平台  其他网络资源：<http://weibo.com/——>新浪微博  <http://club.sohu.com/——>搜狐社区 | | | | | | |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **步骤** | **教学内容及能力/知识目标** | **教师活动** | **学生活动** | **时间（分钟）** |
| **1**  （课前） | 教学内容：寻找知名网络自媒体人：龚文祥、秋叶、鬼脚七的2014、陕西魏延安等人  能力目标：能够分析寻找知名网络自媒体人：龚文祥、秋叶、鬼脚七的2014、陕西魏延安等人  知识目标：掌握寻找知名网络自媒体人：龚文祥、秋叶、鬼脚七的2014、陕西魏延安等人 | 教师提问，引导学生分析寻找知名网络自媒体人：龚文祥、秋叶、鬼脚七的2014、陕西魏延安等人。 | 学生分组相互讨论寻找知名网络自媒体人：龚文祥、秋叶、鬼脚七的2014、陕西魏延安等人 | 5 |
| 2（导入） | 教学内容：你在网络上可以找到他们的微博、微信、微信公众账号吗？除了这几个，你还能找到他们在网络上的其他社交媒体账号吗？  能力目标：能够在网络上可以找到他们的微博、微信、微信公众账号吗？除了这几个，你还能找到他们在网络上的其他社交媒体账号吗？  知识目标：你在网络上可以找到他们的微博、微信、微信公众账号吗？除了这几个，你还能找到他们在网络上的其他社交媒体账号吗？ | 教师向学生介绍你在网络上可以找到他们的微博、微信、微信公众账号吗？除了这几个，你还能找到他们在网络上的其他社交媒体账号吗？ | 在网络上可以找到他们的微博、微信、微信公众账号？除了这几个，找到他们在网络上的其他社交媒体账号 | 10 |
| 3（任务1） | 教学内容：查看他们微博的主要作用是什么？他们的微博基本设置是什么？他们在微博上经常和哪些人互动？发送哪些微博博文类型？每天发送的频率和时机是什么？  能力目标：能够查看他们微博的主要作用是什么？他们的微博基本设置是什么？他们在微博上经常和哪些人互动？发送哪些微博博文类型？每天发送的频率和时机是什么？  知识目标：理解查看他们微博的主要作用是什么？他们的微博基本设置是什么？他们在微博上经常和哪些人互动？发送哪些微博博文类型？每天发送的频率和时机是什么？ | 教师指导学生查看他们微博的主要作用是什么？他们的微博基本设置是什么？他们在微博上经常和哪些人互动？发送哪些微博博文类型？每天发送的频率和时机是什么？ | 查看他们微博的主要作用是什么？他们的微博基本设置是什么？他们在微博上经常和哪些人互动？发送哪些微博博文类型？每天发送的频率和时机是什么？ | 30 |
| 4（任务2） | 教学内容：能否找到他们的个人微信？个人微信的主要功能是什么？个人微信设置是什么？个人微信定位是什么？  能力目标：能够能否找到他们的个人微信？个人微信的主要功能是什么？个人微信设置是什么？个人微信定位是什么？  知识目标：能否找到他们的个人微信？个人微信的主要功能是什么？个人微信设置是什么？个人微信定位是什么？ | 教师指导学生能否找到他们的个人微信？个人微信的主要功能是什么？个人微信设置是什么？个人微信定位是什么？ | 能否找到他们的个人微信？个人微信的主要功能是什么？个人微信设置是什么？个人微信定位是什么？ | 20 |
| 5（分析如何使用拼音命名）任务3 | 教学内容：微信公众平台是什么？有什么作用？有什么类型？  能力目标：能够分析微信公众平台是什么？有什么作用？有什么类型？  知识目标：微信公众平台是什么？有什么作用？有什么类型？ | 教师指导学生在网上分析微信公众平台是什么？有什么作用？有什么类型？ | 微信公众平台是什么？有什么作用？有什么类型？ | 15 |
| 考核 | 教学内容：上述提到的人中哪些人有微信公众平台？类型是什么？微信公众平台的基本设置和定位是什么？  能力目标：能够分析上述提到的人中哪些人有微信公众平台？类型是什么？微信公众平台的基本设置和定位是什么？  知识目标：掌握分析上述提到的人中哪些人有微信公众平台？类型是什么？微信公众平台的基本设置和定位是什么？ | 组织学生分组展示上述提到的人中哪些人有微信公众平台？类型是什么？微信公众平台的基本设置和定位是什么？ | 上述提到的人中哪些人有微信公众平台？类型是什么？微信公众平台的基本设置和定位是什么？ | 10 |
| 作业 | 企业该如何选择微信公众平台的类型？ | | | |
| 课后  拓展 | 申请一个个人微信公众账号，在微信公众平台上做一份个人简历并进行传播。。 | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **单元名称：**  **即时通信工具** | | | | **单元教学学时** | | **2** |
| **在整体设计中的位置** | | **第10次** |
| **授课班级** | 17电商 | **上课**  **时间** | 周 月 日第 节至  周 月 日第 节 | **上课**  **地点** | | 电子商务实训室 |
| **教学**  **目标** | **能力目标** | | | **知识目标** | **素质目标** | |
| QQ营销家乡特产。  通过任务练习了解即时通信工具的特点和适用范围，掌握即时通信营销的技巧，掌握通过QQ群营销的基本方法。  （1）分别下载QQ和阿里旺旺并安装。  （2）熟悉QQ和阿里旺旺等工具，设置基础个人资料，添加联系人，至少加一个特产群，并在群内互动并植入家乡特产软文，熟练使用聊天语言和表情。  （3）与至少10个同学之间模拟洽谈过程，并记录洽谈过程，总结与客户洽谈过程中容易出现的问题。 | | | 初步了解QQ营销家乡特产。  通过任务练习了解即时通信工具的特点和适用范围，  掌握即时通信营销的技巧，  掌握通过QQ群营销的基本方法。 | 1.沟通能力：不断提高自己的语言表达和沟通能力，能与有关方进行有效沟通；  2.学习能力：不断学习领域新知识、新案例、新法规等，通过不断学习，提升自己业务水平；  3.职业能力：具有良好的团队合作精神；具有市场竞争意识。 | |
| **本单元任务** | **情 境 描 述** | | | **引 出 任 务** | | |
| 小李家中的特产已经快到成熟季节，但是销售渠道还未找到，小李很是着急。在互联网状况统计报告中，小李看到在所有网络营销方式中企业使用聊天工具的比例最高。他也想通过聊天工具来推广家乡特产，那怎么通过聊天工具找到客户？如何通过聊天工具与客户沟通？如何通过聊天工具管理客户？如何通过QQ相关产品营销家乡特产？ | | | （1）分别下载QQ和阿里旺旺并安装。  （2）熟悉QQ和阿里旺旺等工具，设置基础个人资料，添加联系人，至少加一个特产群，并在群内互动并植入家乡特产软文，熟练使用聊天语言和表情。  （3）与至少10个同学之间模拟洽谈过程，并记录洽谈过程，总结与客户洽谈过程中容易出现的问题。 | | |
| **单元教学资源** | | | | | | |
| 教材：网络营销.惠亚爱.人民邮电出版社2018  参考资料：  宋文官.网络营销实务.高等教育出版社，2014  钟子健. 网络营销与策划. 湖南师范大学出版社，2013  瞿彭志.搜索引擎优化.高等教育出版社，2016  讲义：  自编教学讲义  网络资源：  [http://www.alibaba.com.cn——](http://www.alibaba.com.cn——/)阿里巴巴  [http://www.baidu](http://www.baidu/) [.com](http://www.marketingman——/) ——百度  [http://www.cnnic.net.cn](http://www.marketingman——/)——中国互联网信息中心  [http://www.marketingman——](http://www.marketingman——/)网上营销新观察  <http://www.chinaz.com/——>站长之家  <http://zhanzhang.baidu.com/——->百度站长平台  其他网络资源：<http://weibo.com/——>新浪微博  <http://club.sohu.com/——>搜狐社区 | | | | | | |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **步骤** | **教学内容及能力/知识目标** | **教师活动** | **学生活动** | **时间（分钟）** |
| **1**  （课前） | 教学内容：分析聊天工具基本设置  能力目标：能够分析聊天工具基本设置  知识目标：掌握分析聊天工具基本设置 | 教师提问，引导学生分析聊天工具基本设置。 | 学生分组相互讨论。后面以小组形式完成课堂仿真业务操作以及课后拓展业务的操作 | 5 |
| 2（导入） | 教学内容：分析QQ信息传递渠道  能力目标：能够分析QQ信息传递渠道  知识目标：掌握分析QQ信息传递渠道 | 教师提问，引导学生分析QQ信息传递渠道 | 分析QQ信息传递渠道 | 10 |
| 3（任务1） | 教学内容：分别下载QQ和阿里旺旺并安装  能力目标：能够分别下载QQ和阿里旺旺并安装  知识目标：掌握分别下载QQ和阿里旺旺并安装 | 分别下载QQ和阿里旺旺并安装 | 分别下载QQ和阿里旺旺并安装 | 30 |
| 4（任务2） | 教学内容：熟悉QQ和阿里旺旺等工具，设置基础个人资料，添加联系人，至少加一个特产群，并在群内互动并植入家乡特产软文，熟练使用聊天语言和表情。  能力目标：能够熟悉QQ和阿里旺旺等工具，设置基础个人资料，添加联系人，至少加一个特产群，并在群内互动并植入家乡特产软文，熟练使用聊天语言和表情。  知识目标：熟悉QQ和阿里旺旺等工具，设置基础个人资料，添加联系人，至少加一个特产群，并在群内互动并植入家乡特产软文，熟练使用聊天语言和表情。 | 教师指导学生在网上分析熟悉QQ和阿里旺旺等工具，设置基础个人资料，添加联系人，至少加一个特产群，并在群内互动并植入家乡特产软文，熟练使用聊天语言和表情。 | 熟悉QQ和阿里旺旺等工具，设置基础个人资料，添加联系人，至少加一个特产群，并在群内互动并植入家乡特产软文，熟练使用聊天语言和表情。 | 20 |
| 5（任务3） | 教学内容：与至少10个同学之间模拟洽谈过程，并记录洽谈过程，总结与客户洽谈过程中容易出现的问题。  能力目标：能够与至少10个同学之间模拟洽谈过程，并记录洽谈过程，总结与客户洽谈过程中容易出现的问题。  知识目标：与至少10个同学之间模拟洽谈过程，并记录洽谈过程，总结与客户洽谈过程中容易出现的问题。 | 教师指导学生与至少10个同学之间模拟洽谈过程，并记录洽谈过程，总结与客户洽谈过程中容易出现的问题。 | 与至少10个同学之间模拟洽谈过程，并记录洽谈过程，总结与客户洽谈过程中容易出现的问题。 | 15 |
| 考核 | 教学内容：自选日照的一家公司及其网站，分析QQ营销。  能力目标：能够自选日照的一家公司及其网站，分析QQ营销。  知识目标：掌握自选日照的一家公司及其网站，分析QQ营销。 | 组织学生分组展示，教师点评、小组互评。 | 针对自选日照的一家公司及其网站，分析其公司分析QQ营销。 | 10 |
| 作业 | 在使用即时通信工具添加联系人时如何使你更容易被接受？ | | | |
| 课后  拓展 | 总结与客户洽谈过程中常遇到的问题，设置自动回复。 | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **单元名称：**  问答营销 | | | | **单元教学学时** | | **2** |
| **在整体设计中的位置** | | **第11次** |
| **授课班级** | 17电商 | **上课**  **时间** | 周 月 日第 节至  周 月 日第 节 | **上课**  **地点** | | 电子商务实训室 |
| **教学**  **目标** | **能力目标** | | | **知识目标** | **素质目标** | |
| 问答营销初识。  通过任务练习了解不同问答营销平台、问答营销的表现形式，掌握问答营销的步骤，了解问答营销的技巧。  （1）查找当前的问答营销平台；  （2）分别在不同的问答营销搜索自己所在学校问答口碑情况并记录；  （3）分析讨论好评和差评的关键词和来源；  （4）思考在问答营销的哪些环节可以加入广告；  （5）如果你是学校的网络营销人员，你会如何策划学校的问答口碑营销？ | | | 问答营销初识。  通过任务练习了解不同问答营销平台、问答营销的表现形式，掌握问答营销的步骤，了解问答营销的技巧。 | 1.沟通能力：不断提高自己的语言表达和沟通能力，能与有关方进行有效沟通；  2.学习能力：不断学习领域新知识、新案例、新法规等，通过不断学习，提升自己业务水平；  3.职业能力：具有良好的团队合作精神；具有市场竞争意识。 | |
| **本单元任务** | **情 境 描 述** | | | **引 出 任 务** | | |
| “知道不知道，百度都知道”小李听到这句话后发现，社会化网络的出现，企业的口碑被加速。小李就想怎么能够通过问答营销平台告知消费者家乡的特产信息，进而促进家乡特产的销售呢？ | | | （1）查找当前的问答营销平台；  （2）分别在不同的问答营销搜索自己所在学校问答口碑情况并记录；  （3）分析讨论好评和差评的关键词和来源；  （4）思考在问答营销的哪些环节可以加入广告；  （5）如果你是学校的网络营销人员，你会如何策划学校的问答口碑营销？ | | |
| **单元教学资源** | | | | | | |
| 教材：网络营销.惠亚爱.人民邮电出版社2018  参考资料：  宋文官.网络营销实务.高等教育出版社，2014  钟子健. 网络营销与策划. 湖南师范大学出版社，2013  瞿彭志.搜索引擎优化.高等教育出版社，2016  讲义：  自编教学讲义  网络资源：  [http://www.alibaba.com.cn——](http://www.alibaba.com.cn——/)阿里巴巴  [http://www.baidu](http://www.baidu/) [.com](http://www.marketingman——/) ——百度  [http://www.cnnic.net.cn](http://www.marketingman——/)——中国互联网信息中心  [http://www.marketingman——](http://www.marketingman——/)网上营销新观察  <http://www.chinaz.com/——>站长之家  <http://zhanzhang.baidu.com/——->百度站长平台  其他网络资源：<http://weibo.com/——>新浪微博  <http://club.sohu.com/——>搜狐社区 | | | | | | |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **步骤** | **教学内容及能力/知识目标** | **教师活动** | **学生活动** | **时间（分钟）** |
| **1**  （课前） | 教学内容：查找当前的问答营销平台；  能力目标：能够分析查找当前的问答营销平台；  知识目标：掌握分析查找当前的问答营销平台； | 教师提问，引导学生分析查找当前的问答营销平台 | 学生分组相互讨论。后面以小组形式完成课堂仿真业务操作以及课后拓展业务的操作 | 5 |
| 2（导入） | 教学内容：分别在不同的问答营销搜索自己所在学校问答口碑情况并记录；  能力目标：能够分别在不同的问答营销搜索自己所在学校问答口碑情况并记录；  知识目标：掌握分别在不同的问答营销搜索自己所在学校问答口碑情况并记录； | 教师提问，引导学生分析分别在不同的问答营销搜索自己所在学校问答口碑情况并记录； | 分别在不同的问答营销搜索自己所在学校问答口碑情况并记录； | 10 |
| 3（任务1） | 教学内容：分析讨论好评和差评的关键词和来源；  能力目标：能够分析讨论好评和差评的关键词和来源；  知识目标：分析讨论好评和差评的关键词和来源； | 教师指导学生分析讨论好评和差评的关键词和来源； | 分析讨论好评和差评的关键词和来源； | 30 |
| 4（任务2） | 教学内容：思考在问答营销的哪些环节可以加入广告；  能力目标：能够思考在问答营销的哪些环节可以加入广告；  知识目标：思考在问答营销的哪些环节可以加入广告； | 教师指导学生思考在问答营销的哪些环节可以加入广告； | 思考在问答营销的哪些环节可以加入广告； | 20 |
| 5（任务3） | 教学内容：如果你是学校的网络营销人员，你会如何策划学校的问答口碑营销？  能力目标：能够分析如果你是学校的网络营销人员，你会如何策划学校的问答口碑营销？  知识目标：如果你是学校的网络营销人员，你会如何策划学校的问答口碑营销？ | 教师指导学生分析如果你是学校的网络营销人员，你会如何策划学校的问答口碑营销？ | 如果你是学校的网络营销人员，你会如何策划学校的问答口碑营销？ | 15 |
| 考核 | 教学内容：自选日照的一家绿茶公司，分析其问答营销。  能力目标：自选日照的一家绿茶公司，分析其问答营销。  知识目标：自选日照的一家绿茶公司，分析其问答营销。 | 组织学生分组展示，教师点评、小组互评。 | 针对自选日照的一家绿茶公司，分析其问答营销。 | 10 |
| 作业 | 针对日照海滨国家森林公园，分析其问答营销？ | | | |
| 课后  拓展 | 如果企业在问答平台中检索自己的名称时候出现以下几种情况：检索不到，或者检索信息过于简单，或者检索出的全是负面的消息，那对企业来说就会造成负面的影响，那样在问答营销中实现企业希望的结果？ | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **单元名称：**  百科营销 | | | | **单元教学学时** | | **2** |
| **在整体设计中的位置** | | **第12次** |
| **授课班级** |  | **上课**  **时间** | 周 月 日第 节至  周 月 日第 节 | **上课**  **地点** | | 电子商务实训室 |
| **教学**  **目标** | **能力目标** | | | **知识目标** | **素质目标** | |
| 百科营销初识。  通过任务练习了解主流百科平台，掌握百科词条建立的过程，了解词条中植入广告的方法。  （1）查找当前的百科营销平台，并在其中一个平台注册账号；  （2）熟悉其中一个平台，查找有关家乡或者家乡特产词条，尝试修改其中一个词条；  （3）尝试通过词条助手，创建一个词条；  （4）查看词条的基本构成元素，并讨论在词条的哪些位置可以植入广告信息；  （5）完成百度百科任务。 | | | 百科营销初识。  通过任务练习了解主流百科平台，  掌握百科词条建立的过程，  了解词条中植入广告的方法。 | 1.沟通能力：不断提高自己的语言表达和沟通能力，能与有关方进行有效沟通；  2.学习能力：不断学习领域新知识、新案例、新法规等，通过不断学习，提升自己业务水平；  3.职业能力：具有良好的团队合作精神；具有市场竞争意识。 | |
| **本单元任务** | **情 境 描 述** | | | **引 出 任 务** | | |
| 小李在百度搜索家乡特产时，发现在百度百科搜索结果中排名非常靠前。小李考虑是否可以在百科中建立自己家乡特产词条，用户通过搜索查到家乡及其特产，达到产品信息传递的效果。 | | | （1）查找当前的百科营销平台，并在其中一个平台注册账号；  （2）熟悉其中一个平台，查找有关家乡或者家乡特产词条，尝试修改其中一个词条；  （3）尝试通过词条助手，创建一个词条；  （4）查看词条的基本构成元素，并讨论在词条的哪些位置可以植入广告信息；  （5）完成百度百科任务。 | | |
| **单元教学资源** | | | | | | |
| 教材：网络营销.惠亚爱.人民邮电出版社2018  参考资料：  宋文官.网络营销实务.高等教育出版社，2014  钟子健. 网络营销与策划. 湖南师范大学出版社，2013  瞿彭志.搜索引擎优化.高等教育出版社，2016  讲义：  自编教学讲义  网络资源：  [http://www.alibaba.com.cn——](http://www.alibaba.com.cn——/)阿里巴巴  [http://www.baidu](http://www.baidu/) [.com](http://www.marketingman——/) ——百度  [http://www.cnnic.net.cn](http://www.marketingman——/)——中国互联网信息中心  [http://www.marketingman——](http://www.marketingman——/)网上营销新观察  <http://www.chinaz.com/——>站长之家  <http://zhanzhang.baidu.com/——->百度站长平台  其他网络资源：<http://weibo.com/——>新浪微博  <http://club.sohu.com/——>搜狐社区 | | | | | | |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **步骤** | **教学内容及能力/知识目标** | **教师活动** | **学生活动** | **时间（分钟）** |
| **1**  （课前） | 教学内容：查找当前的百科营销平台，并在其中一个平台注册账号；  能力目标：能够查找当前的百科营销平台，并在其中一个平台注册账号；  知识目标：掌握查找当前的百科营销平台，并在其中一个平台注册账号； | 教师提问，引导学生分析重定向的原因。 | 学生分组相互讨论。后面以小组形式完成课堂仿真业务操作以及课后拓展业务的操作 | 5 |
| 2（导入） | 教学内容：熟悉其中一个平台，查找有关家乡或者家乡特产词条，尝试修改其中一个词条；  能力目标：能够分析熟悉其中一个平台，查找有关家乡或者家乡特产词条，尝试修改其中一个词条；  知识目标：掌握分析熟悉其中一个平台，查找有关家乡或者家乡特产词条，尝试修改其中一个词条； | 教师提问，引导学生分析熟悉其中一个平台，查找有关家乡或者家乡特产词条，尝试修改其中一个词条； | 熟悉其中一个平台，查找有关家乡或者家乡特产词条，尝试修改其中一个词条； | 10 |
| 3（任务1） | 教学内容：尝试通过词条助手，创建一个词条；  能力目标：能够尝试通过词条助手，创建一个词条；  知识目标：理解如何尝试通过词条助手，创建一个词条； | 教师指导学生尝试通过词条助手，创建一个词条； | 尝试通过词条助手，创建一个词条； | 30 |
| 4（任务2） | 教学内容：查看词条的基本构成元素，并讨论在词条的哪些位置可以植入广告信息；  能力目标：能够查看词条的基本构成元素，并讨论在词条的哪些位置可以植入广告信息；  知识目标：查看词条的基本构成元素，并讨论在词条的哪些位置可以植入广告信息； | 教师指导学生在网上查看词条的基本构成元素，并讨论在词条的哪些位置可以植入广告信息； | 查看词条的基本构成元素，并讨论在词条的哪些位置可以植入广告信息； | 20 |
| 5（任务3） | 教学内容：完成百度百科任务。  能力目标：能够完成百度百科任务。  知识目标：完成百度百科任务。 | 教师指导学生完成百度百科任务。 | 完成百度百科任务。 | 15 |
| 考核 | 教学内容：百度账号等级会不会影响百科词条的通过呢？  能力目标：百度账号等级会不会影响百科词条的通过呢？  知识目标：百度账号等级会不会影响百科词条的通过呢？ | 组织学生分组展示，教师点评、小组互评。 | 百度账号等级会不会影响百科词条的通过呢？ | 10 |
| 作业 | 百科内容如何巧妙融入广告信息并能通过审核？ | | | |
| 课后  拓展 | 如何能顺利加入超链接？ | | | |