

任务 6.1 分析网络营销与消费者心理			
任务描述	以案例-益达借力网络新媒体演绎“酸甜苦辣”，分析 1. 益达采用了哪些新媒体作为主要的传播策略？其营销策略的选择与整合具体体现在那几个方面？ 2. 你任务未来网络营销创新应以什么为导向？		
显示成果	分析报告		
教学准备	【学生知识能力准备】 1. 具备互联网思维 2. 具备分析总结的方法和能力		
	【教师教学素材准备】 1. 准备教学案例、企业案例、思政资源		
教学目标	知识技能目标	职业素养目标	情感态度目标
	1. 了解网络营销的含义、特点、网络营销的心理优势和不利心理反应 2. 理解网络营销的职能和营销市场要素的变化 3. 掌握顾客网上购买决策和厂商网络营销心理策略 4. 运用网络营销知识分析顾客网上购买决策心理 5. 能够在网络营销活动中运用网络营销心理策略	1. 具备良好的审美观 2. 具备创新思维	1. 培养学生具备创新意识和工匠精神 2. 培养学生理解国家新发展阶段和发展理念
教学重点	能够在网络营销活动中运用网络营销心理策略		
教学难点	能够在网络营销活动中运用网络营销心理策略		
教法与学法	教学方法	案例法、分组实践法、讨论法	
	学习方法	实地观察法	
教学资源	知识点视频： 6.1.1 网络营销的特点； 6.1.2 网络消费者心理特征； 6.1.3 网络用户购买决策过程； 6.1.4 网络用户购买决策影响因素； 6.1.5 网络营销的心理优势； 6.1.6 网络营销的心理劣势 6.1.7 网上购买决策心理因素； 6.1.8 购买决策心理策略 6.1.9 厂商网络营销心理策略	文本资源： 1. 教案 2. ppt 3. 任务工单 4. 学生实训记录单	
教学内容与过程			
教学环节	教学内容		
课前准备	【教师活动】 1. 编制并发放任务单 2. 提前发布课前自测 3. 查看并分析作业完成情况和课前自测反馈的问题		

	【学生活动】 1. 登陆平台领取任务单、明确任务 2. 登陆平台观看情景创设、查看学习资料 3. 登陆平台查看教学课件、单元设计等参考资料 4. 完成并提交课前自测	
课堂 教学	知识 回顾 (2')	商品价格与消费者心理
	任务 导入 (2')	以案例-益达借力网络新媒体演绎“酸甜苦辣”，分析
	明确 任务 (1')	1. 益达采用了哪些新媒体作为主要的传播策略？其营销策略的选择与整合具体体现在那几个方面？2. 你任务未来网络营销创新应以什么为导向？
	任务 探求 1 (15')网 络营销的 心理特点 与基础	【教师活动】 导入案例：麦包包之所以能够破茧成蝶，运用了哪些网络营销心理优势？采取了怎样的网络营销心理策略？ 【学生活动】 思考并讨论、回答 【教师活动】 教师讲授：网络营销的心理特点与基础 【学生活动】 案例分析：绿盛联姻天畅——网上网下都可吃到“QQ 能量枣” 【教师活动】 教师讲授： 1. 网络营销的职能 2. 营销市场要素的变化 师生共同讨论：网络营销的心理优势
	任务 探求 2 (30')网 络营 销的心 理分析 与心理 策略	【学生活动】 师生共同讨论：网络营销的心理优势 【教师活动】 总结归纳网络营销的心理优势和和不利心理反应 【教师活动】 教师讲授：顾客网上购买决策的心理策略
课后 拓展	【能力拓展】 案例分析 1. 截至 2014 年 8 月 31 日，韩寒导演的处女作《后会无期》票房超 6 亿。如此不俗票房，国民岳父韩寒团队的微博营销功不可没。《后会无期》在微信平台进行了长达半年的预热、煽情，将电影的宣传周期大幅度提前。从韩寒在微博上发布小野（韩寒女儿）的照片开始，国民岳父韩寒就成了微博的大事件，这个话题成为后台电影宣传中持续不下的话题热点。电影与微博商业资源矩阵合力爆发，让《后会无期》无处不在。	

问题：试用网络营销与消费心理学的知识分析《后会无期》网络传播的成功之处。

课后自测



电子挂图：



预习
任务
与课
后作
业

1. 知识点预习：课前自测
2. 能力准备：查看实训任务指导书：6.2 新媒体营销与策划分析

考核
评价

考评人		被考评人	
考评地点			
考评内容	任务 6.1 分析网络营销与消费者心理		
考评标准	内容	分值	得分
	课前自测题成绩 、课前讨论	15	
	课前观看视频、查找资料	15	
	课堂讨论、发言	15	
	作品质量、演示及答辩的流畅性	20	
	对其他小组提出改进意见的主动性、科学性	5	
	出勤情况及课堂纪律	5	
	课后自测成绩	10	
	团队协作的协调性	10	

		作品完善程度	5	
	合计		100	