附件2-1

**广东理工职业学院**

**大数据营销课程教案**

|  |
| --- |
| **课程授课信息** |
| 授课教师 |  | 开课部门 |  |
| 课程学分 | 2（建议） | 课程总学时 | 36（建议） |
| 所属专业：大数据技术、计算机应用技术（互联网营销方向）、市场营销等 |
| 课程性质 | 专业基础课  |
| 课程类型 | □A类纯理论课 ☑B1理论+实践课 □B2理实一体化课□C1技能实训课 □C2顶岗实习 □C3其他纯实践课 |
| 课程考核类型  | 考查课：20%（课堂表现）+30%（理论概念）+50%（实操） |
| 教材名称（包括出版信息） | 《大数据营销》，丁慧洁等  |
| 参考资料（参考书、文献等） | 1. 大数据营销. 陈志轩[M]. 北京：电子工业出版社，2019.2. 赵占波.智慧营销:4D营销理论及实践.电子工业出版社, 2020.093.Python深度学习，弗朗索瓦·肖莱（Francois Chollet） 著，人民邮电出版社，2018-08-01；4. 麦德奇, 保罗B.布朗, 麦德奇,等. 大数据营销:定位客户[M]. 机械工业出版社, 2014.5. 大数据营销. 阳翼[M]. 北京：中国人民大学出版社，2021. |
| 课程教学项目 | 课程教学项目名称 | 课 时 | 授课形式 |
| 项目1 | 大数据概论：教案一 教案二 教案三 | 6 | 面授+线上 |
| 项目2 | 大数据与营销：教案三 教案四  | 4 | 面授+线上 |
| 项目3 | 大数据营销策略及应用：教案五 教案六 | 4 | 面授+线上 |
| 项目4 | 大数据营销全流程：教案七 教案八 | 8 | 面授+线上 |
| 项目5 | 大数据处理实战：教案九 教案十 | 8 | 面授+线上 |
| 项目6 | 大数据与跨境电商：教案十一 | 2 | 面授+线上 |
| 项目7 | 大数据营销人才能力素质; 教案十二 | 2 | 面授+线上 |
| 项目8 | 大数据营销伦理：教案十三 | 2 | 面授+线上 |

## 教 案 一

|  |
| --- |
| **一、教学分析** |
| **1.1授课信息** |
| 授课教师 |  | 授课学时 | 2 | 授课形式 | 面授+线上 |
| 教学项目 | 大数据概论 | 教学任务 | 大数据时代，人们的生活与工作中，大数据无处不在。在商业领域中，大数据会为营销带来怎样改变？大数据，顾名思义就是大量的数据，但这种纯粹的认知无法使我们在商业领域中的营销活动里充分施展大数据的魅力。要做好大数据营销，首先要对大数据有一个较为全面的认识。本项目的教学任务是认识大数据，理解与掌握大数据的基本概念与理论。 |
| **1.2教学内容** | **主 要 内 容** | **融入思政元素** |
| 1.本章导学：知识结构，知识逻辑2.大数据基础概述 | **让学生感受大数据技术的发展，为我们的生活带来了创新，带来了便利，带来了变革，但无论技术如何日新月异，科技生活如何智能发达，我们都要始终保持初心，坚持健康活泼的生活姿态、注重科技与人文齐发展。** |
| **1.3学情分析** | （包括学生现有与本课程相关的知识技能基础的分析、学生普遍性的学习和认知能力分析等）现今社会，很多学员都听闻过、接触过，使用过大数据，学生对大数据并不陌生。但是，要想完成本课程的学习，首先应对大数据有一个系统的认识。 |
| **1.4教学目标** | （包括知识目标、能力目标、素质目标）**知识目标：**1.了解本章所要学习的内容；2.认识大数据的概念； 3.认识大数据的分类；4.认识大数据的应用**能力目标：**1.知道大数据是一种规模庞大的、可以实现对数据进行获取、存储以及管理等功能的集合，可以对特定行为人的消费方式、生活习惯、兴趣爱好以及交往关系等完整的展现出来； 2.掌握大数据的特点；3.能对大数据进行分类；4.能分辨大数据的价值属性；5.知道大数据的应用范畴。**素质目标：**1.能判别大数据带来的便利；2.积极讨论、分析大数据发展带来的改变；3.能在技术变革和社会变革中保持初心，树立积极健康的生活目标。 |
| **1.5教学重点** | 大数据的分类、特点、价值与应用场景。 |
| **1.6教学难点** | 大数据的应用 |
| **1.7教学条件** | 1.课件PPT2.教材；3.互联网；4.线上教学资源地址：教材二维码 |
| **二、教学策略** |
| **2.1教学理念** | 教学过程中涉及感知、认识、理解、掌握（操作）四个层面。课前发布学习预习任务，课中或课后对学生完成的学习任务进行点评与展示。对讨论中提出的新、热、独特视角和观点表示鼓励。以此通过多维互动方式激发学生学习热情和兴趣，并鼓励学生自主学习、不断创新、克服难关，培养学生“工匠精神”。 |
| **2.2教法学法** | 由于本次教学主要涉及的是概念性的知识，所以采用案例导入的讲授法。案例的导入可参考生动有趣的文字例子或者短片开展，引导学生回忆和讨论对大数据的认识。 |
| **2.3教学手段与资源** | “线上+线下”教学形式。线下主要是面授，线上利用教学资源在教材中获取，如扫二维码等。本项目的教学任务主要是理解掌握知识性、理论性的概念，为增加趣味性，除了教材提供的教学资源之外，还可以搜索相关视频。 |
| **2.4教学流程** | （包括课前准备、课中实施、课后拓展的总体教学流程，可用流程图的形式表现） |
| **三、教学过程** |
| **3.1课前准备** |
| 教学环节 | 教学内容及任务 | 教师活动设计 | 学生活动设计 | 时长 |
| 环节1 | 发布课前预习任务 | 思考：什么是大数据？你身边有哪些大数据的痕迹？ | 回答思考题 | 10分钟 |
| **3.2课中实施** |
| 教学环节 | 教学内容及任务 | 教师活动设计 | 学生活动设计 | 时长 |
| 环节1 | 短片中的大数据 | 引导学生回忆对大数据的认识 | 学生讨论大数据 | 20分钟 |
| 环节2 | 本章学习内容，架构和内在的逻辑关系 | 教师讲授/视频学习 | 观看视频 | 30分钟 |
| 环节3 | 大数据的概念、分类、价值；传统样本与大数据之间的区别与练习；大数据处理应用与分析 | 教师讲授/视频学习 | 学生参与讨论并发表自己观点 | 30分钟 |
| **3.3课后拓展** |
| 教学环节 | 教学内容及任务 | 教师活动设计 | 学生活动设计 | 时长 |
| 环节1 | 练习题 | 作业布置 | 主动学习 | 10分钟 |
| **四、反思与改进** |
| **4.1教学效果** | （包括教师教学育人情况、定性定量描述学生掌握情况，教学目标达成情况） |
| **4.2教学不足** |  |
| **4.3改进措施** |  |
| **五、其他** |
| **……** |  |

注：每份教案的教学安排建议不超过2学时，有实践性教学环节的教学不超过4学时。

## 教 案 二

|  |
| --- |
| **一、教学分析** |
| **1.1授课信息** |
| 授课教师 |  | 授课学时 | 2 | 授课形式 | 面授+线上 |
| 教学项目 | 大数据概论 | 教学任务 | 不管是大数据还是一项新的科学技术，本质上都是解决问题的工具。这个章节，主要带大家去认识数据思维。通过本节内容，我们要知道是谁来解决问题？如果是人来解决问题，那人是靠什么来解决问题？在市场营销中如何利用数据克敌制胜？同时，要学生认识到传统样本研究与大数据研究仍然是一对互补的研究方法。 |
| **1.2教学内容** | **主 要 内 容** | **融入思政元素** |
| 1. 数据思维解读2. 传统样本与大数据 | **科学的理性的思维不仅是我们在工作中需要具备，也是十分有助于我们在日常生活中解决困难的逻辑思维。数据思维实质是科学的逻辑思维。本次教学还涉及辩证思维，具体问题具体分析，透过现象看本质。** |
| **1.3学情分析** | 关于大数据营销这门课程的核心，是我们在解决问题时，尤其是解决市场营销时要有数据思维。也就是说，通过大数据概论的学习，学生已对大数据有一个基本认识后，认识及酝酿数据思维应从本次学习内容开始。 |
| **1.4教学目标** | （包括知识目标、能力目标、素质目标）**知识目标：**1. 认识数据思维的概念与观点；2. 认识商业数据思维并或用商业数据； 3.传统样本与大数据研究的比较与处理；4.数据质量与数据校正**能力目标：**1.知道数据思维是包括分析与运用两个层面； 2.知道数据思维的最终目的是洞察，能透过现象看本质；3. 在营销领域中，善于将各项因素转化成数据，并运用数据来辅助工作计划制定和执行；4.知道传统样本研究和大数据研究各自特点和差异性；5.传统样本研究与大数据研究仍然是一对互补的研究方法。**素质目标：**1.具备数据思维；2.具备逻辑思维；3.不偏不倚，具体问题具体分析（传统样本研究和大数据研究）；4.现象与本质的辩证思维 |
| **1.5教学重点** | 数据思维 |
| **1.6教学难点** | 数据思维引申的辩证思维、逻辑思维 |
| **1.7教学条件** | 1.课件PPT2.教材；3.互联网；4.线上教学资源地址：教材二维码 |
| **二、教学策略** |
| **2.1教学理念** | 教学过程中涉及认知、思维、理解三个层面。课前发布学习预习任务，课中或课后对学生完成的学习任务进行点评与展示。对讨论中提出的新、热、独特视角和观点表示鼓励。通过多维互动方式激发学生学习热情和兴趣，并鼓励学生自主学习、培养数据思维、逻辑思维、辩证思维，懂得运用科学的思维去解决困难。 |
| **2.2教法学法** | 由于本次教学主要涉及的是概念性的知识，且重点是培养学生具备数据思维，所以采用讲授法及案例教学法。 |
| **2.3教学手段与资源** | “线上+线下”教学形式。线下主要是面授，线上利用教学资源在教材中获取，如扫二维码等。 |
| **2.4教学流程** | （包括课前准备、课中实施、课后拓展的总体教学流程，可用流程图的形式表现） |
| **三、教学过程** |
| **3.1课前准备** |
| 教学环节 | 教学内容及任务 | 教师活动设计 | 学生活动设计 | 时长 |
| 环节1 | 发布课前预习任务 | 思考：什么是思维？你认为数据思维是怎样的？ | 回答思考题 | 10分钟 |
| **3.2课中实施** |
| 教学环节 | 教学内容及任务 | 教师活动设计 | 学生活动设计 | 时长 |
| 环节1 | 导入案例 | 引导学生思考 | 组织学生讨论数据思维的概念与观点 | 20分钟 |
| 环节2 | 1. 认识数据思维的概念与观点；2. 认识商业数据思维并或用商业数据； | 教师讲授/视频学习 | 观看视频 | 30分钟 |
| 环节3 | 3.传统样本与大数据研究的比较与处理；4.数据质量与数据校正 | 教师讲授/视频学习 | 学生参与讨论并发表自己观点 | 20分钟 |
| **3.3课后拓展** |
| 教学环节 | 教学内容及任务 | 教师活动设计 | 学生活动设计 | 时长 |
| 环节1 | 练习题 | 作业布置 | 主动学习 | 10分钟 |
| **四、反思与改进** |
| **4.1教学效果** | （包括教师教学育人情况、定性定量描述学生掌握情况，教学目标达成情况） |
| **4.2教学不足** |  |
| **4.3改进措施** |  |
| **五、其他** |
| **……** |  |

注：每份教案的教学安排建议不超过2学时，有实践性教学环节的教学不超过4学时。

## 教 案 三

|  |
| --- |
| **一、教学分析** |
| **1.1授课信息** |
| 授课教师 |  | 授课学时 | 2 | 授课形式 | 面授+线上 |
| 教学项目 | 大数据概论 | 教学任务 | 本次授课主要教学任务是讲授大数据处理应用与分析，共分为四个部分进行学习。第一部分是关于大数据的处理与应用，第二部分关于大数据的学习方式；第三部分是关于大数据的分析技术；第四部分是大数据的建模及其算法。 |
| **1.2教学内容** | **主 要 内 容** | **融入思政元素** |
| 1. 大数据处理应用2. 大数据处理分析3.本章小结 | **要想成为一名大数据营销分析专家，能充分了解和运用分析手段还不够，还需要对这个行业，也就是对商业有充分的认识，可以从市场的整体业绩趋势，专业人士的见解，行业实践，实地调研等方面去积累认知。所以，我们要坚持“从实践中来，到实践中去”。** |
| **1.3学情分析** | 经过前面关于大数据概论的理论性与思维性的讲解后，学生此时一般能接受理论结合实践的程度。 |
| **1.4教学目标** | （包括知识目标、能力目标、素质目标）**知识目标：**1. 大数据的处理与应用；2. 大数据的学习方式； 3.大数据分析技术；4. 大数据建模及算法**能力目标：**1.了解大数据的处理步骤；2.了解大数据的学习方式，认识到“机器学习”；3.知道大数据分析技术的算法，能较为熟练地认知并基本操作一种大数据分析技术；4. 能判别在不同的场景下应使用哪种大数据的处理方法与分析。**素质目标：**培养自主学习习惯，动手解决问题的执行力，不断探索创新的能力 |
| **1.5教学重点** | 大数据分析技术及应用 |
| **1.6教学难点** | 大数据建模及算法 |
| **1.7教学条件** | 1.课件PPT2.教材；3.互联网；4.线上教学资源地址：教材二维码 |
| **二、教学策略** |
| **2.1教学理念** | 教学过程中涉及认知、理解、操作三个层面。课前发布学习预习任务，课中或课后对学生完成的学习任务进行点评与展示。对讨论中提出的新、热、独特视角和观点表示鼓励。通过多维互动方式激发学生学习热情和兴趣，并鼓励学生自主学习、培养数据思维、逻辑思维、辩证思维，懂得运用科学的思维去解决困难。 |
| **2.2教法学法** | 由于本次教学主要涉及的是应用层面的知识，重点培养学生应用思维，所以主要采用讲授+演示的教学法。 |
| **2.3教学手段与资源** | “线上+线下”教学形式。线下主要是面授，线上利用教学资源在教材中获取，如扫二维码等。 |
| **2.4教学流程** | （包括课前准备、课中实施、课后拓展的总体教学流程，可用流程图的形式表现） |
| **三、教学过程** |
| **3.1课前准备** |
| 教学环节 | 教学内容及任务 | 教师活动设计 | 学生活动设计 | 时长 |
| 环节1 | 发布课前预习任务 | 预习大数据分析技术及应用 | 记下不明白的地方 | 10分钟 |
| **3.2课中实施** |
| 教学环节 | 教学内容及任务 | 教师活动设计 | 学生活动设计 | 时长 |
| 环节1 | 导入案例 | 引导学生思考 | 组织学生讨论数据思维的概念与观点 | 20分钟 |
| 环节2 | 1.了解大数据的处理步骤；2.了解大数据的学习方式，认识到“机器学习”； | 教师讲授 |  | 30分钟 |
| 环节3 | 3.知道大数据分析技术的算法，能较为熟练地认知并基本操作一种大数据分析技术；4. 能判别在不同的场景下应使用哪种大数据的处理方法与分析。 | 教师讲授 | 学生参与讨论并发表自己观点 | 30分钟 |
| **3.3课后拓展** |
| 教学环节 | 教学内容及任务 | 教师活动设计 | 学生活动设计 | 时长 |
| 环节1 | 练习题 | 作业布置 | 主动学习 | 10分钟 |
| **四、反思与改进** |
| **4.1教学效果** | （包括教师教学育人情况、定性定量描述学生掌握情况，教学目标达成情况） |
| **4.2教学不足** |  |
| **4.3改进措施** |  |
| **五、其他** |
| **……** |  |

注：每份教案的教学安排建议不超过2学时，有实践性教学环节的教学不超过4学时。

## 教 案 四

|  |
| --- |
| **一、教学分析** |
| **1.1授课信息** |
| 授课教师 |  | 授课学时 | 2 | 授课形式 | 面授+线上 |
| 教学项目 | 传统营销与大数据营销 | 教学任务 | 随着数字生活空间的逐渐普及，全球的信息总量正在快速增长。大数据、云计算、人工智能等新概念和新范式广泛兴起，无疑正引领新一轮的互联网风潮。市场营销在大数据的作用下也逐渐转变出新形态，一种全新的营销环境正在被营造，产品、服务、客户洞察正在向精细化、个性化转变，这就是大数据营销。大数据营销衍生于互联网行业，又作用于互联网行业，但是底层架构始终离不开市场营销。为了让大家能全面地认识和理解大数据营销，本节课将先从底层逻辑开始，先介绍传统市场营销的相关概念与理论作为导入，再具体介绍大数据营销。 |
| **1.2教学内容** | **主 要 内 容** | **融入思政元素** |
| 1.本章导学：知识结构，知识逻辑2.传统市场营销3. 大数据营销概述 | **所有新技术的发展都有其发展递进的过程，上层建筑要建得好，底层地基一定要牢固。** |
| **1.3学情分析** | （包括学生现有与本课程相关的知识技能基础的分析、学生普遍性的学习和认知能力分析等）学员已经对大数据有较为深入的了解，此时可搭建大数据与营销之间的桥梁。 |
| **1.4教学目标** | （包括知识目标、能力目标、素质目标）**知识目标：**1. 认识市场营销内容及战略；2.认识市场营销流程及策略组合；3.大数据营销的概况与发展；4. 营销数据的类型与价值；5. 大数据营销策略组合与运营方式；6.大数据营销契机**能力目标：**掌握传统市场营销的内容、战略、流程以及营销策略组合；知道大数据营销的概况与发展；掌握营销数据的类型与价值；掌握大数据营销策略组合与运营方式**素质目标：**增强学生对概念、理论的理解能力 |
| **1.5教学重点** | 市场营销流程、大数据营销策略组合 |
| **1.6教学难点** | 营销数据的类型与价值 |
| **1.7教学条件** | 1.课件PPT2.教材；3.互联网；4.线上教学资源地址：教材二维码 |
| **二、教学策略** |
| **2.1教学理念** | 教学过程中涉及感知、认识、理解四个层面。课前发布学习预习任务，课中或课后对学生完成的学习任务进行点评与展示。对讨论中提出的新、热、独特视角和观点表示鼓励。以此通过多维互动方式激发学生学习热情和兴趣，并鼓励学生自主学习、不断创新、克服难关，培养学生不断创新的精神。 |
| **2.2教法学法** | 由于本次教学主要涉及的是概念性的知识，以教学视频为主，讲授为辅，课后辅导为补充。 |
| **2.3教学手段与资源** | “线上+线下”教学形式。线下主要是面授，线上利用教学资源在教材中获取，如扫二维码等。 |
| **2.4教学流程** | （包括课前准备、课中实施、课后拓展的总体教学流程，可用流程图的形式表现） |
| **三、教学过程** |
| **3.1课前准备** |
| 教学环节 | 教学内容及任务 | 教师活动设计 | 学生活动设计 | 时长 |
| 环节1 | 发布课前预习任务 | 思考：关于市场营销，你知道多少？ | 回答思考题 | 10分钟 |
| **3.2课中实施** |
| 教学环节 | 教学内容及任务 | 教师活动设计 | 学生活动设计 | 时长 |
| 环节1 | 本章学习内容，架构和内在的逻辑关系 | 教师讲授，构建思维导图 | 参与思维导图构建 | 20分钟 |
| 环节2 | 传统市场营销的内容、战略、流程以及营销策略组合 | 教师讲授 |  | 30分钟 |
| 环节3 | 大数据营销的概况与发展；营销数据的类型与价值；大数据营销策略组合与运营方式 | 教师讲授  | 学生参与讨论并发表自己观点 | 30分钟 |
| **3.3课后拓展** |
| 教学环节 | 教学内容及任务 | 教师活动设计 | 学生活动设计 | 时长 |
| 环节1 | 练习题 | 作业布置 | 主动学习 | 10分钟 |
| **四、反思与改进** |
| **4.1教学效果** | （包括教师教学育人情况、定性定量描述学生掌握情况，教学目标达成情况） |
| **4.2教学不足** |  |
| **4.3改进措施** |  |
| **五、其他** |
| **……** |  |

注：每份教案的教学安排建议不超过2学时，有实践性教学环节的教学不超过4学时。

## 教 案 五

|  |
| --- |
| **一、教学分析** |
| **1.1授课信息** |
| 授课教师 |  | 授课学时 | 4 | 授课形式 | 面授+线上 |
| 教学项目 | 大数据营销应用与商业智能 | 教学任务 | 本节课学习一些大数据营销分析的术语解释，归纳大数据营销的应用方向和注意事项，为后面的学习内容作铺垫，学会下载运行Power BI。 |
| **1.2教学内容** | **主 要 内 容** | **融入思政元素** |
| 1.大数据营销的基本应用2.认识Power BI数据分析 | 培养了学生不断进步、精益求精的“工匠精神” |
| **1.3学情分析** | （包括学生现有与本课程相关的知识技能基础的分析、学生普遍性的学习和认知能力分析等）通过上节课的学习，学生对大数据在商业和社会中应用的价值有较深的理解，本节课引入大数据营销分析与使用Power BI，可起到比较理论联系实践的作用。 |
| **1.4教学目标** | （包括知识目标、能力目标、素质目标）知识目标：1.掌握营销数据分析及其术语；2.知道大数据营销的应用方向及其误区；3.认识Power BI。能力目标：1.能理解大数据营销的的应用；2.能简单使用Power BI。素质目标：1.理解大数据的社会价值和商业价值；2.热爱祖国，提高学习的积极性和主动性。 |
| **1.5教学重点** | 大数据营销的的应用 |
| **1.6教学难点** | 简单使用Power BI |
| **1.7教学条件** | 1.课件PPT2.教材；3.互联网；4.线上教学资源地址：教材二维码 |
| **二、教学策略** |
| **2.1教学理念** | 教学过程中涉及感知、认识、理解四个层面。课前发布学习预习任务，课中或课后对学生完成的学习任务进行点评与展示。对讨论中提出的新、热、独特视角和观点表示鼓励。以此通过多维互动方式激发学生学习热情和兴趣，并鼓励学生自主学习、不断创新、克服难关，培养学生不断创新的精神。 |
| **2.2教法学法** | 由于本次教学主要涉及操作层面，以操作演示为主，引导学生动手操作，课后辅导为补充。 |
| **2.3教学手段与资源** | “线上+线下”教学形式。线下主要是面授，线上利用教学资源在教材中获取，如扫二维码等。 |
| **2.4教学流程** | （包括课前准备、课中实施、课后拓展的总体教学流程，可用流程图的形式表现） |
| **三、教学过程** |
| **3.1课前准备** |
| 教学环节 | 教学内容及任务 | 教师活动设计 | 学生活动设计 | 时长 |
| 环节1 | 发布Power Bi的网址，让学生提前感知https://powerbi.microsoft.com/zh-cn/ | 上传教学PPT及资料到线上，通知学生学习 | 登录线上平台学习 | 30分钟 |
| **3.2课中实施** |
| 教学环节 | 教学内容及任务 | 教师活动设计 | 学生活动设计 | 时长 |
| 环节1 | 大数据营销应用 | 讲授分析与应用 | 学生听讲、小组讨论 | 20分钟 |
| 环节2 | 商业数据分析任务 | 讲解演示，指导学生动手；点评学生完成情况。 | 学生听讲、动手操作完成案例，小组交流。 | 40分钟 |
| 环节3 | 大数据与商业智能应用场景及未来发展 | 教师点评与小结 | 学生配合与交流 | 20分钟 |
| **3.3课后拓展** |
| 教学环节 | 教学内容及任务 | 教师活动设计 | 学生活动设计 | 时长 |
| 环节1 | 线上平台的视频、文字学习及测试 | 作业布置 | 主动学习 | 30分钟 |
| **四、反思与改进** |
| **4.1教学效果** | （包括教师教学育人情况、定性定量描述学生掌握情况，教学目标达成情况） |
| **4.2教学不足** |  |
| **4.3改进措施** |  |
| **五、其他** |
| **……** |  |

注：每份教案的教学安排建议不超过2学时，有实践性教学环节的教学不超过4学时。

## 教 案 六

|  |
| --- |
| **一、教学分析** |
| **1.1授课信息** |
| 授课教师 |  | 授课学时 | 4 | 授课形式 | 面授+线上 |
| 教学项目 | 大数据营销策略及应用 | 教学任务 | 大数据营销是基于多平台的大量数据，依托大数据技术的基础上，应用于互联网广告行业的营销方式。大数据营销的核心在于让网络广告在合适的时间，通过合适的载体，以合适的方式，投向合适的用户。本次教学主要阐述大数据营销策略的两个典型，分别为精准营销和个性化营销，并就两种典型的大数据营销策略介绍相关的测量应用，分别是基于人的精准测量方法和基于空间的测量方法。本教学引入小组协作，鼓励学生以小组形式提交大数据营销策略课堂作业。 |
| **1.2教学内容** | **主 要 内 容** | **融入思政元素** |
| 1.本章导学：知识结构，知识逻辑2.精准营销3.个性化营销4.大数据营销策略的实际应用5.大数据营销策略的策划实践A该策划书只涉及商品的精准营销及个性化营销的大方向应用，关于细节方面的策略制定，留待下一章节的学习中逐步完善，如市场分析、产品定价、促销推广等方面。 | **理论联系实践，从实践中来到实践中去。基于乡村振兴的背景，要求学生制作一份运用大数据营销策略的商品策划书A。** |
| **1.3学情分析** | （包括学生现有与本课程相关的知识技能基础的分析、学生普遍性的学习和认知能力分析等）学员已经对大数据和大数据营销有深入的了解，现正式进入到大数据营销的理论及实践学习。 |
| **1.4教学目标** | （包括知识目标、能力目标、素质目标）**知识目标：**1. 理解精准营销定义、核心思想、工具与实施；2.个性化营销概念、核心、实施；3.精准营销与传统营销的关系，个性化营销与精准营销的关系；4.认识关于基于人的精准测量应用方面，有消费者画像、会员制和网络广告投放；关于基于空间的测量应用方面，有大数据选址和消费者位置分析。**能力目标：**能为某商品营销制定精准营销策略和个性化营销策略**素质目标：**培养学生选择策略的能力，制作策划书的实践能力，培养学生宏观思维与微观思维 |
| **1.5教学重点** | 精准营销与个性化营销 |
| **1.6教学难点** | 运用营销策略的策划书制定 |
| **1.7教学条件** | 1.课件PPT2.教材；3.互联网；4.线上教学资源地址：教材二维码 |
| **二、教学策略** |
| **2.1教学理念** | 教学过程中涉及认识、理解和操作三个层面。课前发布学习预习任务，课中或课后对学生完成的学习任务进行点评与展示。对讨论中提出的新、热、独特视角和观点表示鼓励。以此通过多维互动方式激发学生学习热情和兴趣，并鼓励学生自主学习、不断创新、克服难关，培养学生不断创新的精神。 |
| **2.2教法学法** | 由于本次教学主要涉及实践层面，引导学生动手制作策划为主，讲授为辅，课后辅导为补充。 |
| **2.3教学手段与资源** | “线上+线下”教学形式。线下主要是面授，线上利用教学资源在教材中获取，如扫二维码等。 |
| **2.4教学流程** | （包括课前准备、课中实施、课后拓展的总体教学流程，可用流程图的形式表现） |
| **三、教学过程** |
| **3.1课前准备** |
| 教学环节 | 教学内容及任务 | 教师活动设计 | 学生活动设计 | 时长 |
| 环节1 | 发布课前预习任务 | 思考：什么是精准营销，什么是个性化营销？ | 回答思考题 | 30分钟 |
| **3.2课中实施** |
| 教学环节 | 教学内容及任务 | 教师活动设计 | 学生活动设计 | 时长 |
| 环节1 | 本章学习内容，架构和内在的逻辑关系 | 教师讲授 |  | 20分钟 |
| 环节2 | 精准营销 | 教师讲授，发布课堂思考题精准营销的工具有哪些？ | 回答思考题 | 40分钟 |
| 环节3 | 个性化营销 | 教师讲授，发布课堂思考题个性化营销与精准营销的关系。 | 回答思考题 | 40分钟 |
| 环节3 | 大数据营销策略的实际应用 | 教师讲授 | 思考 | 20分钟 |
| 环节4 | 大数据营销策略的策划实践 | 讲解策略制定的细节，策划书的格式要求，鼓励学生以小组为单位，为某农产品走出乡村提交一份运用大数据营销策略的策划书A | 提交策划书A | 40分钟及课后一周内 |
| **3.3课后拓展** |
| 教学环节 | 教学内容及任务 | 教师活动设计 | 学生活动设计 | 时长 |
| 环节1 | 练习题 | 点评策划书 | 主动协作学习 | 30分钟 |
| **四、反思与改进** |
| **4.1教学效果** | （包括教师教学育人情况、定性定量描述学生掌握情况，教学目标达成情况） |
| **4.2教学不足** |  |
| **4.3改进措施** |  |
| **五、其他** |
| **……** |  |

注：每份教案的教学安排建议不超过2学时，有实践性教学环节的教学不超过4学时。

## 教 案 七

|  |
| --- |
| **一、教学分析** |
| **1.1授课信息** |
| 授课教师 |  | 授课学时 | 4 | 授课形式 | 面授+线上 |
| 教学项目 | 大数据营销全流程——市场分析产品管理营销渠道 | 教学任务 | 本次课程作为本教材的重点部分，基于市场营销的理论，结合案例系统地介绍大数据营销的全流程，包括市场分析、产品管理、营销渠道。市场分析是产品管理（开发、定价、优化）的前提，有了市场及消费者的分析才能为产品开发等一系列的工作提供指导依据，然后当产品上市后就会进入营销渠道。 |
| **1.2教学内容** | **主 要 内 容** | **融入思政元素** |
| 1.本章导学：知识结构，知识逻辑2.市场分析3.产品管理4.营销渠道5.大数据营销策略的策划实践B在营销策划书A的基础上，增加关于市场分析、产品定价、销售渠道方面的策略。 | **理论联系实践，从实践中来到实践中去。基于乡村振兴的背景，在营销策划书A的基础上，要求学生制作一份含产品管理、市场分析、营销渠道方面的商品策划书B。** |
| **1.3学情分析** | （包括学生现有与本课程相关的知识技能基础的分析、学生普遍性的学习和认知能力分析等）学员已经对大数据和大数据营销有深入的了解，现正式进入到大数据营销的理论及实践学习。 |
| **1.4教学目标** | （包括知识目标、能力目标、素质目标）**知识目标：**1. 理解市场分析的内涵、理论基础；2. 认识大数据的市场分析方法、市场定位；3.认识产品开发、定价与优化；4.认识大数据营销渠道创新思维、创新表现、策略建议。**能力目标：**能为某商品营销进行基于大数据的市场分析、产品管理和渠道管理。**素质目标：**培养学生制作策划书的实践能力和创新思维。 |
| **1.5教学重点** | 产品管理、市场分析、营销渠道 |
| **1.6教学难点** | 为某商品大数据营销进行基于乡村振兴的背景下，在策划书A的基础上，制定市场分析、产品管理和渠道管理的营销，形成策划书B |
| **1.7教学条件** | 1.课件PPT2.教材；3.互联网；4.线上教学资源地址：教材二维码 |
| **二、教学策略** |
| **2.1教学理念** | 教学过程中涉及认识、理解和操作三个层面。课前发布学习预习任务，课中或课后对学生完成的学习任务进行点评与展示。对讨论中提出的新、热、独特视角和观点表示鼓励。以此通过多维互动方式激发学生学习热情和兴趣，并鼓励学生自主学习、不断创新、克服难关，培养学生不断创新的精神。 |
| **2.2教法学法** | 由于本次教学主要涉及实践层面，引导学生动手制作策划为主，讲授为辅，课后辅导为补充。 |
| **2.3教学手段与资源** | “线上+线下”教学形式。线下主要是面授，线上利用教学资源在教材中获取，如扫二维码等。 |
| **2.4教学流程** | （包括课前准备、课中实施、课后拓展的总体教学流程，可用流程图的形式表现） |
| **三、教学过程** |
| **3.1课前准备** |
| 教学环节 | 教学内容及任务 | 教师活动设计 | 学生活动设计 | 时长 |
| 环节1 | 发布课前预习任务 | 思考：市场分析、产品管理与营销渠道与大数据可以进行怎样的结合？ | 回答思考题 | 30分钟 |
| **3.2课中实施** |
| 教学环节 | 教学内容及任务 | 教师活动设计 | 学生活动设计 | 时长 |
| 环节1 | 市场分析 | 教师讲授，发布课堂思考题如何进行大数据市场细分？ | 回答思考题 | 40分钟 |
| 环节2 | 产品管理 | 教师讲授，发布课堂思考题如何利用大数据进行产品定价？ | 回答思考题 | 40分钟 |
| 环节3 | 营销渠道 | 教师讲授，发布课堂思考题大数据营销渠道创新思维和创新表现有哪些？ | 回答思考题 | 40分钟 |
| 环节4 | 为某商品大数据营销进行基于乡村振兴的背景下，在策划书A的基础上，制定市场分析、产品管理和渠道管理的营销，形成策划书B | 延续上次课制作的策划书A，向学生讲解如何结合本次课的内容为某农产品走出乡村制定大数据营销策略的策划书B | 提交策划书B | 40分钟及课后一周内 |
| **3.3课后拓展** |
| 教学环节 | 教学内容及任务 | 教师活动设计 | 学生活动设计 | 时长 |
| 环节1 | 练习题 | 点评策划书 | 主动协作学习 | 30分钟 |
| **四、反思与改进** |
| **4.1教学效果** | （包括教师教学育人情况、定性定量描述学生掌握情况，教学目标达成情况） |
| **4.2教学不足** |  |
| **4.3改进措施** |  |
| **五、其他** |
| **……** |  |

注：每份教案的教学安排建议不超过2学时，有实践性教学环节的教学不超过4学时。

## 教 案 八

|  |
| --- |
| **一、教学分析** |
| **1.1授课信息** |
| 授课教师 |  | 授课学时 | 4 | 授课形式 | 面授+线上 |
| 教学项目 | 大数据营销全流程——大数据推广大数据促销客户管理 | 教学任务 | 本次课程作为本教材的重点部分，基于市场营销的理论，结合案例系统地介绍大数据营销的全流程，包括大数据推广、产大数据促销、客户关系管理。 |
| **1.2教学内容** | **主 要 内 容** | **融入思政元素** |
| 1.大数据推广2.大数据促销3.客户关系管理4.数据营销策略的策划实践C在营销策划书B的基础上，增加关于推广、促销、客户管理方面的策略。 | **理论联系实践，从实践中来到实践中去。基于乡村振兴的背景，在营销策划书B的基础上，要求学生制作一份含产品管理、市场分析、营销渠道方面的商品策划书C。** |
| **1.3学情分析** | （包括学生现有与本课程相关的知识技能基础的分析、学生普遍性的学习和认知能力分析等）学员已经对大数据和大数据营销有深入的了解，现正式进入到大数据营销的理论及实践学习。 |
| **1.4教学目标** | （包括知识目标、能力目标、素质目标）**知识目标：**1. 理解大数据与产品推广，大数据与品牌推广和大数据重构广告营销；2.大数据与促销组合及案例；3. 客户关系管理的概念，客类管理和实施；4.客户度量指标和改进客户体验**能力目标：**能为某商品营销进行基于大数据的推广、促销和客户关系管理。**素质目标：**培养学生制作策划书的实践能力和创新思维。 |
| **1.5教学重点** | 大数据的推广、促销和客户关系管理 |
| **1.6教学难点** | 为某商品大数据营销进行基于乡村振兴的背景下，在策划书B的基础上，制定数据的推广、促销和客户关系管理的策略，形成策划书C |
| **1.7教学条件** | 1.课件PPT2.教材；3.互联网；4.线上教学资源地址：教材二维码 |
| **二、教学策略** |
| **2.1教学理念** | 教学过程中涉及认识、理解和操作三个层面。课前发布学习预习任务，课中或课后对学生完成的学习任务进行点评与展示。对讨论中提出的新、热、独特视角和观点表示鼓励。以此通过多维互动方式激发学生学习热情和兴趣，并鼓励学生自主学习、不断创新、克服难关，培养学生不断创新的精神。 |
| **2.2教法学法** | 由于本次教学主要涉及实践层面，引导学生动手制作策划为主，讲授为辅，课后辅导为补充。 |
| **2.3教学手段与资源** | “线上+线下”教学形式。线下主要是面授，线上利用教学资源在教材中获取，如扫二维码等。 |
| **2.4教学流程** | （包括课前准备、课中实施、课后拓展的总体教学流程，可用流程图的形式表现） |
| **三、教学过程** |
| **3.1课前准备** |
| 教学环节 | 教学内容及任务 | 教师活动设计 | 学生活动设计 | 时长 |
| 环节1 | 发布课前预习任务 | 思考：数据的推广、促销和客户关系管理？ | 回答思考题 | 30分钟 |
| **3.2课中实施** |
| 教学环节 | 教学内容及任务 | 教师活动设计 | 学生活动设计 | 时长 |
| 环节1 | 大数据推广 | 教师讲授/视频学习，发布课堂思考题大数据推广有哪些策略？ | 观看视频及回答思考题 | 40分钟 |
| 环节2 | 大数据促销 | 教师讲授/视频学习，发布课堂思考题大数据促销有哪些策略？ | 观看视频及回答思考题 | 40分钟 |
| 环节3 | 客户关系管理 | 教师讲授/视频学习，发布课堂思考题客户度量指标有哪些？ | 观看视频及回答思考题 | 40分钟 |
| 环节4 | 为某商品大数据营销进行基于乡村振兴的背景下，在策划书B的基础上，制定市场分析、产品管理和渠道管理的营销，形成策划书C | 延续上次课制作的策划书B，向学生讲解如何结合本次课的内容为某农产品走出乡村制定大数据营销策略的策划书B | 提交策划书C | 40分钟 |
| **3.3课后拓展** |
| 教学环节 | 教学内容及任务 | 教师活动设计 | 学生活动设计 | 时长 |
| 环节1 | 练习题 | 点评策划书 | 主动协作学习 | 30分钟 |
| **四、反思与改进** |
| **4.1教学效果** | （包括教师教学育人情况、定性定量描述学生掌握情况，教学目标达成情况） |
| **4.2教学不足** |  |
| **4.3改进措施** |  |
| **五、其他** |
| **……** |  |

注：每份教案的教学安排建议不超过2学时，有实践性教学环节的教学不超过4学时。

## 教 案 九

|  |
| --- |
| **一、教学分析** |
| **1.1授课信息** |
| 授课教师 |  | 授课学时 | 4 | 授课形式 | 面授+线上 |
| 教学项目 | 大数据处理实战——Excel数据分析 | 教学任务 | 各类数据分析工具和方法很多，大平台可以开发自己的数据分析系统，对于中小型企业而言，可以选择从简单的方法和工具入门，譬如从人人都会用的Excel，简单易学的Python。在Excel部分，通过学习并操作回归分析、相关分析与方差分析，可为未来的指标预测（如销售额预测）、两变量之间的关系（如收入与消费的关系），某指标对整体的贡献（如销售渠道对销售额的贡献）奠定基础。 |
| **1.2教学内容** | **主 要 内 容** | **融入思政元素** |
| 1.本章导学：知识结构，知识逻辑2. 加载“分析工具库”3. 回归分析——预测销售额4. 相关分析——收入与消费的关系5. 方差分析——销售渠道对销售额的贡献在营销策划书A的基础上，增加关于市场分析、产品定价、销售渠道方面的策略。 | **培养了学生不断进步、精益求精的“工匠精神”** |
| **1.3学情分析** | （包括学生现有与本课程相关的知识技能基础的分析、学生普遍性的学习和认知能力分析等）学员已经对大数据和大数据营销流程有深入的了解，现可进入到大数据营销数据的分析。 |
| **1.4教学目标** | （包括知识目标、能力目标、素质目标）**知识目标：**1. Excel可做结构化的营销数据分析，Python可做非结构化的数据分析；2.认识Excel。**能力目标：**能使用Excel做简单的营销数据分析。**素质目标：**培养学生的营销数据分析实践能力和创新思维。 |
| **1.5教学重点** | Excel做简单的营销数据分析 |
| **1.6教学难点** | 手把手演示数据分析 |
| **1.7教学条件** | 1.课件PPT2.教材；3.互联网；4.线上教学资源地址：教材二维码 |
| **二、教学策略** |
| **2.1教学理念** | 教学过程中涉及认识和操作两个层面。课前发布学习预习任务，课中或课后对学生完成的学习任务进行点评与展示。对讨论中提出的新、热、独特视角和观点表示鼓励。以此通过多维互动方式激发学生学习热情和兴趣，并鼓励学生自主学习、不断创新、克服难关，培养学生不断创新的精神。 |
| **2.2教法学法** | 由于本次教学主要涉及实践层面，以演示为主，讲授为辅，观看视频为补充。强调学生的实操。 |
| **2.3教学手段与资源** | “线上+线下”教学形式。线下主要是面授，线上利用教学资源在教材中获取，如扫二维码等。 |
| **2.4教学流程** | （包括课前准备、课中实施、课后拓展的总体教学流程，可用流程图的形式表现） |
| **三、教学过程** |
| **3.1课前准备** |
| 教学环节 | 教学内容及任务 | 教师活动设计 | 学生活动设计 | 时长 |
| 环节1 | 发布课前预习任务 | 思考：市场分析、产品管理与营销渠道与大数据可以进行怎样的结合？ | 回答思考题 | 30分钟 |
| **3.2课中实施** |
| 教学环节 | 教学内容及任务 | 教师活动设计 | 学生活动设计 | 时长 |
| 环节1 | 加载“分析工具库” | 教师演示/视频学习 | 动手操作 | 20分钟 |
| 环节2 | 回归分析——预测销售额 | 教师演示/视频学习 | 动手操作 | 20分钟 |
| 环节3 | 相关分析——收入与消费的关系 | 教师演示/视频学习 | 动手操作 | 20分钟 |
| 环节4 | 方差分析——销售渠道对销售额的贡献 | 教师演示/视频学习 | 动手操作 | 20分钟  |
| 环节5 | 使用Excel做销售额与直播次数的回归分析 | 布置练习题、演示及总结 | 动手操作 | 40分众 |
| **3.3课后拓展** |
| 教学环节 | 教学内容及任务 | 教师活动设计 | 学生活动设计 | 时长 |
| 环节1 | 练习题 | 布置及点评 | 动手操作，交作业 | 30分钟 |
| **四、反思与改进** |
| **4.1教学效果** | （包括教师教学育人情况、定性定量描述学生掌握情况，教学目标达成情况） |
| **4.2教学不足** |  |
| **4.3改进措施** |  |
| **五、其他** |
| **……** |  |

注：每份教案的教学安排建议不超过2学时，有实践性教学环节的教学不超过4学时。

## 教 案 十

|  |
| --- |
| **一、教学分析** |
| **1.1授课信息** |
| 授课教师 |  | 授课学时 | 4 | 授课形式 | 面授+线上 |
| 教学项目 | 数据管理平台——Python入门 | 教学任务 | Python 是一门推崇“极简主义”的脚本编程语言，不仅开源免费，简单易用，而且功能强大，阅读优秀的 Python 程序就像阅读一段英文，非专业人士也可以使用 Python。本章主要介绍Python 的基本概况、安装使用和编程相关的基础知识。 |
| **1.2教学内容** | **主 要 内 容** | **融入思政元素** |
| 1. Python简介 2. 开始使用Python 3.简单的Python程序 4. Python应用与案例  | **培养了学生不断进步、精益求精的“工匠精神”** |
| **1.3学情分析** | （包括学生现有与本课程相关的知识技能基础的分析、学生普遍性的学习和认知能力分析等）学员已经对大数据和大数据营销流程有深入的了解，现可进入到大数据营销数据的分析。 |
| **1.4教学目标** | （包括知识目标、能力目标、素质目标）**知识目标：**1. Python的发展、特点；2.开始使用Python：下载、安装与运行；3.简单的Python程序；4. Python应用与案例**能力目标：**能使用Python做简单的营销数据分析，Python搭建用户画像系统，Python商品销量分析**素质目标：**培养学生的营销数据分析实践能力和创新思维。 |
| **1.5教学重点** | Python做简单的营销数据分析 |
| **1.6教学难点** | 手把手演示数据分析 |
| **1.7教学条件** | 1.课件PPT2.教材；3.互联网；4.线上教学资源地址：教材二维码 |
| **二、教学策略** |
| **2.1教学理念** | 教学过程中涉及认识和操作两个层面。课前发布学习预习任务，课中或课后对学生完成的学习任务进行点评与展示。对讨论中提出的新、热、独特视角和观点表示鼓励。以此通过多维互动方式激发学生学习热情和兴趣，并鼓励学生自主学习、不断创新、克服难关，培养学生不断创新的精神。 |
| **2.2教法学法** | 由于本次教学主要涉及实践层面，以演示为主，讲授为辅，课后辅导为补充。 |
| **2.3教学手段与资源** | “线上+线下”教学形式。线下主要是面授，线上利用教学资源在教材中获取，如扫二维码等。 |
| **2.4教学流程** | （包括课前准备、课中实施、课后拓展的总体教学流程，可用流程图的形式表现） |
| **三、教学过程** |
| **3.1课前准备** |
| 教学环节 | 教学内容及任务 | 教师活动设计 | 学生活动设计 | 时长 |
| 环节1 | 发布课前预习任务 | 思考：你对Python有什么认识呢？ | 回答思考题 | 30分钟 |
| **3.2课中实施** |
| 教学环节 | 教学内容及任务 | 教师活动设计 | 学生活动设计 | 时长 |
| 环节1 | 认识Python | 讲授 | 观看视频及提问 | 20分钟 |
| 环节2 | 下载、安装与运行Python | 教师演示 | 动手操作 | 20分钟 |
| 环节3 | 学习简单的Python程序 | 教师演示 | 动手操作 | 20分钟 |
| 环节4 | Python应用与案例 | 教师讲授 | 观看视频及提问 | 20分钟  |
| 环节5 | Python实践 | 教师演示 | 动手操作 | 40分众 |
| **3.3课后拓展** |
| 教学环节 | 教学内容及任务 | 教师活动设计 | 学生活动设计 | 时长 |
| 环节1 | 练习题 | 布置及点评 | 动手操作，交作业 | 30分钟 |
| **四、反思与改进** |
| **4.1教学效果** | （包括教师教学育人情况、定性定量描述学生掌握情况，教学目标达成情况） |
| **4.2教学不足** |  |
| **4.3改进措施** |  |
| **五、其他** |
| **……** |  |

注：每份教案的教学安排建议不超过2学时，有实践性教学环节的教学不超过4学时。

## 教 案 十一

|  |
| --- |
| **一、教学分析** |
| **1.1授课信息** |
| 授课教师 |  | 授课学时 | 2 | 授课形式 | 面授+线上 |
| 教学项目 | 大数据与跨境电商 | 教学任务 | 本次课，让我们将眼光放向国外，聚焦跨境营销。考虑到跨境营销领域中跨境电商贴近我们的生活，所以本章的主题选择了跨境电商，认识大数据为跨境电商带来的新机遇，认识大数据解决跨境电商“痛点”及大数据在跨境电商中的应用等内容。 |
| **1.2教学内容** | **主 要 内 容** | **融入思政元素** |
| 1.本章导学：知识结构，知识逻辑2. 大数据跨境营销的新未来3. 跨境电商物流4. 大数据跨境电商其他应用 | **在互联网时代，电商的发展一日千里。据海关统计，2021年，我国跨境电商出口同比增长24.5%，市场采购出口增长32.1%，外贸新业态新模式的政策效应持续显现。****中国是全球最大的制造工厂，各类3C产品(计算机 Computer、通信Communication和消费类电子产品Consumer Electronics的统称，也称“信息家电”)，以及服装、鞋帽、玩具等物美价廉的商品广受各国消费者欢迎。****结合我国的“一带一路”，2021年我国对“一带一路”沿线国家进出口11.6万亿元，增长23.6%，较同期我国外贸整体增速高出2.2个百分点。使学生具备全局观，全球观。** |
| **1.3学情分析** | （包括学生现有与本课程相关的知识技能基础的分析、学生普遍性的学习和认知能力分析等）当我们在讨论大数据营销时，除了在国内进行大数据营销，我们还有更广阔的天空，更广袤的地域去发掘市场。所以本次课应该聚焦国外，计算机的新技术与营销的结合。 |
| **1.4教学目标** | （包括知识目标、能力目标、素质目标）**知识目标：**跨境电商的机遇，大数据助力市场开拓，短视频、直播是风口，关注计算机应用新技；跨境电商物流概述，跨境物流与物联网，大数据驱动物流新变革，跨境物流的选择和风险规避；跨境支付方式，大数据与跨境收付款，跨境支付与区块链；大数据简化贸易流程，大数据助力智慧生产，大数据挖掘选品，大数据锁定海外消费者。**能力目标：**掌握大数据跨境营销的方式方法，新技术的运用**素质目标：**培养学生的全局观、全球观和创新思维 |
| **1.5教学重点** | 大数据背景下跨境电商的机遇（❖一带一路），跨境电商物流，跨境支付 |
| **1.6教学难点** | 跨境物流与物联网，跨境支付与区块链 |
| **1.7教学条件** | 1.课件PPT2.教材；3.互联网；4.线上教学资源地址：教材二维码 |
| **二、教学策略** |
| **2.1教学理念** | 教学过程中涉及感知、认识、理解四个层面。课前发布学习预习任务，课中或课后对学生完成的学习任务进行点评与展示。对讨论中提出的新、热、独特视角和观点表示鼓励。以此通过多维互动方式激发学生学习热情和兴趣，并鼓励学生自主学习、不断创新、克服难关，培养学生不断创新的精神。 |
| **2.2教法学法** | 由于本次教学主要涉及的是概念性的知识，以讲授为主，引导学生参与课堂活动，课后辅导为补充。 |
| **2.3教学手段与资源** | “线上+线下”教学形式。线下主要是面授，线上利用教学资源在教材中获取，如扫二维码等。 |
| **2.4教学流程** | （包括课前准备、课中实施、课后拓展的总体教学流程，可用流程图的形式表现） |
| **三、教学过程** |
| **3.1课前准备** |
| 教学环节 | 教学内容及任务 | 教师活动设计 | 学生活动设计 | 时长 |
| 环节1 | 发布课前预习任务 | 思考：你所知道跨境电商是怎样的？ | 回答思考题 | 10分钟 |
| **3.2课中实施** |
| 教学环节 | 教学内容及任务 | 教师活动设计 | 学生活动设计 | 时长 |
| 环节1 | 本章学习内容，架构和内在的逻辑关系 | 讲授/思维导图构建 |  | 20分钟 |
| 环节2 | 大数据跨境营销的新未来 | 讲授/发散性提问活动：一带一路带来的机遇 | 参与活动，回答问题 | 20分钟 |
| 环节3 |  跨境电商物流 | 讲授/案例导入 | 参与案例分析 | 20分钟 |
| 环节 4 | 大数据跨境电商其他应用 | 讲授/案例导入 | 参与案例分析 | 20分钟 |
| **3.3课后拓展** |
| 教学环节 | 教学内容及任务 | 教师活动设计 | 学生活动设计 | 时长 |
| 环节1 | 练习题 | 作业布置 | 主动学习 | 10分钟 |
| **四、反思与改进** |
| **4.1教学效果** | （包括教师教学育人情况、定性定量描述学生掌握情况，教学目标达成情况） |
| **4.2教学不足** |  |
| **4.3改进措施** |  |
| **五、其他** |
| **……** |  |

注：每份教案的教学安排建议不超过2学时，有实践性教学环节的教学不超过4学时。

## 教 案 十二

|  |
| --- |
| **一、教学分析** |
| **1.1授课信息** |
| 授课教师 |  | 授课学时 | 2 | 授课形式 | 面授+线上 |
| 教学项目 | 大数据营销人才能力素质 | 教学任务 | 随着互联网、大数据、云计算的迅速发展，社会经济由 IT 时代向 DT 时代过渡，传统营销人才培养模式下培养的学生已然不能充分满足现代企业对营销人才的需求，如果无法顺应潮流，培养对应的人才，将制约大数据营销的发展。本章将认识市场营销人才现状，人才培养问题及难点等背景知识，学习大数据背景下要求的营销能力构成、人才培养策略，了解大数据行业人才的发展。 |
| **1.2教学内容** | **主 要 内 容** | **融入思政元素** |
| 1.本章导学：知识结构，知识逻辑2.大数据营销人才现状3.大数据营销能力的内涵4.大数据营销复合型人才5.大数据行业人才的发展 | **大数据时代的人才观，人才的培养与社会发展相适配** |
| **1.3学情分析** | （包括学生现有与本课程相关的知识技能基础的分析、学生普遍性的学习和认知能力分析等）了解自身的能力情况，与大数据营销人才现状之间的差异，完善自身的能力结构，更好地与社会发展相适配。 |
| **1.4教学目标** | （包括知识目标、能力目标、素质目标）**知识目标：**认识大数据营销人才现状，能力内涵；认识大数据营销复合人才知识能力体系；认识大数据行业人才的发展**能力目标：**掌握大数据营销能力的内涵**素质目标：**培养学生能力观、人才观 |
| **1.5教学重点** | 大数据营销能力的内涵（❖重点讲解） |
| **1.6教学难点** | 大数据营销复合人才知识能力体系（❖重点理解） |
| **1.7教学条件** | 1.课件PPT2.教材；3.互联网；4.线上教学资源地址：教材二维码 |
| **二、教学策略** |
| **2.1教学理念** | 教学过程中涉及感知、认识、理解四个层面。课前发布学习预习任务，课中或课后对学生完成的学习任务进行点评与展示。对讨论中提出的新、热、独特视角和观点表示鼓励。以此通过多维互动方式激发学生学习热情和兴趣，并鼓励学生自主学习、不断创新、克服难关，培养学生不断创新的精神。 |
| **2.2教法学法** | 由于本次教学主要涉及的是概念性的知识，以讲授为主，引导学生参与课堂活动，课后辅导为补充。 |
| **2.3教学手段与资源** | “线上+线下”教学形式。线下主要是面授，线上利用教学资源在教材中获取，如扫二维码等。 |
| **2.4教学流程** | （包括课前准备、课中实施、课后拓展的总体教学流程，可用流程图的形式表现） |
| **三、教学过程** |
| **3.1课前准备** |
| 教学环节 | 教学内容及任务 | 教师活动设计 | 学生活动设计 | 时长 |
| 环节1 | 发布课前预习任务 | 思考：你认为大数据营销人才应该具备哪些能力？ | 回答思考题 | 10分钟 |
| **3.2课中实施** |
| 教学环节 | 教学内容及任务 | 教师活动设计 | 学生活动设计 | 时长 |
| 环节1 | 本章学习内容，架构和内在的逻辑关系 | 讲授 |  | 20分钟 |
| 环节2 | 大数据营销人才现状大数据营销能力的内涵 | 讲授/课堂作业 | 完成课堂作业 | 20分钟 |
| 环节3 | 大数据营销复合型人才大数据行业人才的发展 | 讲授/发起小活动：你想成为哪个类型的人才 | 参与活动 | 40分钟 |
| **3.3课后拓展** |
| 教学环节 | 教学内容及任务 | 教师活动设计 | 学生活动设计 | 时长 |
| 环节1 | 练习题 | 作业布置 | 主动学习，完成作业 | 10分钟 |
| **四、反思与改进** |
| **4.1教学效果** | （包括教师教学育人情况、定性定量描述学生掌握情况，教学目标达成情况） |
| **4.2教学不足** |  |
| **4.3改进措施** |  |
| **五、其他** |
| **……** |  |

注：每份教案的教学安排建议不超过2学时，有实践性教学环节的教学不超过4学时。

## 教 案 十三

|  |
| --- |
| **一、教学分析** |
| **1.1授课信息** |
| 授课教师 |  | 授课学时 | 2 | 授课形式 | 面授+线上 |
| 教学项目 | 大数据营销伦理 | 教学任务 | 随着互联网、大数据、云计算的迅速发展，社会经济由 IT 时代向 DT 时代过渡，传统营销人才培养模式下培养的学生已然不能充分满足现代企业对营销人才的需求，如果无法顺应潮流，培养对应的人才，将制约大数据营销的发展。本章将认识市场营销人才现状，人才培养问题及难点等背景知识，学习大数据背景下要求的营销能力构成、人才培养策略，了解大数据行业人才的发展。 |
| **1.2教学内容** | **主 要 内 容** | **融入思政元素** |
| 1.本章导学：知识结构，知识逻辑2.大数据营销伦理问题与风险3.大数据营销伦理的必要性 4.大数据营销伦理体系的构建5.大数据营销的相关法律法规 | **由于营销领域涉及到人、技术和企业逐利，所面临的大数据营销伦理问题更为突出，主要表现在隐私、信任等方面。对此，本章将围绕大数据营销的伦理问题、风险、治理机制等方面进展开，希望通过本章的学习，能为大家带来思考和启示，任何一项科技的运用始终应“以人为本”，营销活动基于大数据背景下，必须始终在伦理道德、法律法规的框架中，并赋予更多隐私的保护和建立彼此的信任。** |
| **1.3学情分析** | （包括学生现有与本课程相关的知识技能基础的分析、学生普遍性的学习和认知能力分析等）学生具备大数据思维、大数据营销思维，拥有营销数据分析能力，也拥有全球观的思维，但作为一位合格的大数据营销人才，最重要的是理解并践行大数据营销伦理，也就是具备职业素养。本次课是本课程的重中之重。 |
| **1.4教学目标** | （包括知识目标、能力目标、素质目标）**知识目标：**认识大数据营销伦理问题与风险；认识大数据营销伦理的必要性；认识大数据营销伦理体系的构建**能力目标：**掌握大数据营销的相关法律法规**素质目标：**培养学生大数据营销的职业素养 |
| **1.5教学重点** | 大数据营销伦理体系的构建 |
| **1.6教学难点** | 掌握大数据营销的相关法律法规 |
| **1.7教学条件** | 1.课件PPT2.教材；3.互联网；4.线上教学资源地址：教材二维码 |
| **二、教学策略** |
| **2.1教学理念** | 教学过程中涉及感知、认识、理解四个层面。课前发布学习预习任务，课中或课后对学生完成的学习任务进行点评与展示。对讨论中提出的新、热、独特视角和观点表示鼓励。以此通过多维互动方式激发学生学习热情和兴趣，并鼓励学生自主学习、不断创新、克服难关，培养学生不断创新的精神。 |
| **2.2教法学法** | 由于本次教学主要涉及的是概念性的知识，以教学视频为主，讲授为辅，课后辅导为补充。 |
| **2.3教学手段与资源** | “线上+线下”教学形式。线下主要是面授，线上利用教学资源在教材中获取，如扫二维码等。 |
| **2.4教学流程** | （包括课前准备、课中实施、课后拓展的总体教学流程，可用流程图的形式表现） |
| **三、教学过程** |
| **3.1课前准备** |
| 教学环节 | 教学内容及任务 | 教师活动设计 | 学生活动设计 | 时长 |
| 环节1 | 发布课前预习任务 | 思考：什么是大数据营销伦理？ | 回答思考题 | 10分钟 |
| **3.2课中实施** |
| 教学环节 | 教学内容及任务 | 教师活动设计 | 学生活动设计 | 时长 |
| 环节1 | 本章学习内容，架构和内在的逻辑关系 | 讲授/提问/思维导图 | 回答问题/帮助描绘思维导图 | 20分钟 |
| 环节2 | 大数据营销伦理问题与风险大数据营销伦理的必要性  | 讲授/案例导入 | 案例分析 | 20分钟 |
| 环节3 | 大数据营销伦理体系的构建大数据营销的相关法律法规 | 讲授/视频/课堂练习 | 观看视频/完成课堂练习 | 40分钟 |
| **3.3课后拓展** |
| 教学环节 | 教学内容及任务 | 教师活动设计 | 学生活动设计 | 时长 |
| 环节1 | 练习题 | 课后作业布置 | 主动学习，完成作业 | 20分钟 |
| **四、反思与改进** |
| **4.1教学效果** | （包括教师教学育人情况、定性定量描述学生掌握情况，教学目标达成情况） |
| **4.2教学不足** |  |
| **4.3改进措施** |  |
| **五、其他** |
| **……** |  |

注：每份教案的教学安排建议不超过2学时，有实践性教学环节的教学不超过4学时。