



网络营销 信息化教学报告

i 博导 · 信息化教学平台, 遇见更好的教与学

目 录

一、信息化教学与信息化教学设计	3
(一) 信息化教学的内涵	4
(二) 信息化教学的作用	4
(三) 信息化教学的核心是信息化教学设计	5
二、网络营销信息化教学存在的问题	5
三、基于 i 博导的网络营销信息化教学研究	10
(一) 院校使用 i 博导进行网络营销信息化教学的情况	10
(二) 针对网络营销理论型与实践型教学内容院校信息化教学的实现模型	17
四、网络营销信息化教学研究总结	24
(一) 信息化教学设计能力是网络营销信息化教学推进的关键要素	24
(二) 综合型在线教育平台为网络营销信息化教学提供了强大的支撑	24
(三) 网络营销信息化教学应是全教学过程的信息化	25
(四) 网络营销信息化教学大大提高了网络营销人才的培养效率	25
(五) 高度的网络营销信息化教学提高了教学管理质量	25
附：部分教师网络营销信息化教学设计案例	26
案例 1 《视频平台营销实训项目》实用教学设计	26
案例 2 《网络营销》之微信营销信息化教学方案设计	26
案例 3 《网络营销实务》教学单元剖析	27

引 言

如今信息技术飞速发展，在以计算机、多媒体、互联网为代表的信息技术的基础上，近年来以物联网、云计算、大数据、人工智能等为标志的新一代信息技术逐渐兴起并推广应用，社会整体信息化程度不断加深，信息技术带来的技术创新和变革在深刻影响，甚至改造着各行各业，教育行业也包含其中。信息技术的蓬勃发展改变了人们传统的学习方式，受信息多元化、碎片化、传播快速等特点的影响，学习的模式不再局限于传统的课堂讲授和课本，网络学习、网络资源、视频公开课、微课、慕课、翻转课堂正在以势不可挡的态势改变着人们的知识、技能获取方式。作为站在教育创新前沿的我国各层次院校，如何利用这些多元化的信息技术和学习途径，打造信息技术化的教学模式，提高我国教学适应信息化技术手段的能力，提高教育的信息化水平，成为了摆在每一个教育工作者以及教育主管部门面前的问题。

一、信息化教学与信息化教学设计

我国自 20 世纪 90 年代末开始，随着互联网技术的迅速普及，整个社会的发展与信息技术的关系越来越密切，人们越来越关注信息技术对社会发展的影响，“社会信息化”的提法开始出现，联系到教育改革和发展，“教育信息化”的提法也在当时普遍出现，政府的各种文件也已经开始正式使用“教育信息化”这一概念。

近几年，为适应信息化高速发展的新态势，提高我国教育的信息化水平，国家更是加大了对教育信息化的政策支持力度，积极推动着我国教育信息化的发展。如 2010 年，《国家中长期教育改革和发展规划纲要（2010-2020 年）》中，提出了“加快教育信息化进程”的发展战略；2012 年，《教育信息化十年发展规划（2011-2020 年）》强调“推进信息技术与教育教学深度融合”；2015 年 5 月 23 日，首届国际教育信息化大会开幕，国家主席习近平在贺词中指出：“建设‘人人皆学、处处能学、时时可学’的学习型社会，培养大批创新人才，积极推动信息技术与教育融合创新发展，是人类共同面临的重大课题。” 2015 年以来，“互联网+”更成为新一轮促进教育领域持续变革的启动机。各种新理念、新平台、新技术、新资源的持续应用，有力推动了信息化教学变革与创新，信息技术对教育的革命性影响日趋明显；2016 年，教育部提出《教育信息化“十三五”规划》；2017 年发布《关于进一步推进职业教育信息化发展的指导意见》，要求到 2020 年，基本建成“人人皆学、处处能学、时时可学”、与国家教育现代化发展目标相适应的教育信息化体系。政策引导与持续推动，为我

国教育信息化创造了良好的发展环境，我国教育信息化取得了显著成绩。

教育信息化一般是指在教育领域运用现代化信息技术，促进教育发展的过程，其结果是形成一种全新的教育形态——信息化教育。在教育信息化的进程中，教育学者们发现，教育信息化展现出不同于传统教育的信息化特征：从技术层面来看，教育信息化表现为各层次教育的数字化、多媒体化、网络化和智能化；从教育理论层面来看，教育信息化具有教材多媒体化、资源全球化、教学个性化、学习自主化、任务合作化、环境虚拟化和管理自动化等特点。

随着我国教育信息化研究向纵深发展，研究结果普遍显示：**信息化教育的核心内容其实是信息化教学**。教学是教育领域的中心工作、核心工作，信息化教学就是要使教学手段科技化、教学传播信息化、教学方式现代化。在教学条件信息化的基础上，唯有采用信息化教学方式信息化教育才能真正实现。

（一）信息化教学的内涵

信息化教学指的是在教学的过程当中，为达到一定的教学目标建立的信息支持及决策系统，同时使用多媒体技术来协调并控制教学过程当中各个成员关系。在教学的过程当中，将信息作为核心来创新教学模式。同传统教学比较而言，信息化教学可以发挥优势作用，推动教育院校在教学过程当中实现教、学、做融为一体的重要目标，强调理论教学和实践教学环节的开放性、自主性以及贯通性要求，同时使用信息化管理的方法以及理念来确保教育目标的实现。

（二）信息化教学的作用

第一，信息化教学能够推动教育的发展。教育的主要目标是将学生培养成面向社会、面向产业需要的复合型人才，既要确保学生能够具有一定的知识理论储备，又要确保学生在掌握理论知识的基础上能够熟练应用和实践，解决企业在发展过程中遇到的各种具体问题，教育特别是职业教育，核心的教学目标就是人才能力的培养、专业能力的培养。运用信息化教学有利于利用最先进的信息技术手段贯通、辅助教学全过程，提高教学效率，可以说，信息化教学是新时期信息技术高速发展背景下教育持续发展的基本要求。

第二，信息化教学是提高教育管理质量的有效途径。在教学的过程当中，管理人员相互之间的管理协作是提高教育管理质量的有效途径，多个管理人员能够通过信息技术实现有效沟通交流，利用网络信息技术方便快捷以及即时交互的特性，提高管理协作效率，提高教育

信息化管理水平，可追踪的信息数据增加了教学管理质量的监管途径，提高了教育管理的实施质量，充分保证了现代化的教育管理的实现。

第三，信息化教学能够提高院校教学的科学化水平。信息化教学能够提高院校教学资源的利用效率，实现课堂教学多媒体化以及理论与实践教学管理的动态化，同时规范监控教学质量，充分利用教学过程当中的各种资源，实现科学管理以及实时共享，改善教育的整体水平。

（三）信息化教学的核心是信息化教学设计

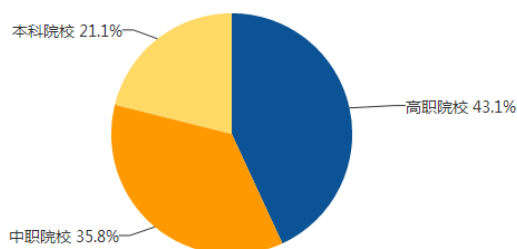
随着对信息化教学研究和实践的发展，在教学领域一线教师普遍意识到“信息化教学的核心是信息化教学设计”，它是保证信息化教学能否有效有序实施的保障。所谓信息化教学设计是在现代教学理念的指引下，分析教学问题和确定教学目标，在此基础上，充分利用信息技术手段和信息资源，使其有效地辅助教学，从而使教学过程的各个教学环节、信息化环节更加科学、合理、有效。信息化教学设计以“自主、探究、合作”为特征，设计的核心是教学过程，它强调以学生为中心，引导学生利用丰富的学习资源，充分发挥学生的主观能动性。

二、网络营销信息化教学存在的问题

为了了解清楚网络营销信息化教学中存在的问题，i博导基于自身庞大的院校用户，围绕网络营销信息化教学这一主题开展了一次网络抽样调研。调研以在i博导平台开展网络营销相关教学的院校为抽样基数，以i博导平台本科、高职、中职三个层次各层次院校数量占总院校数量的比例进行了230所部分院校样本的随机抽取，同时向这230所院校一线网络营销教师定向发放网络调研问卷，经过三天的网络调研，在调研结束后通过人工筛查的方式最终获得218份有效的网络调研问卷，问卷有效率为94.8%，有效率符合调研抽样要求。

218所样本院校中，本科院校46所，占比21.1%；高职院校94所，占比43.1%；中职院校78所，占比35.8%，其中高职院校占比最高，中职院校次之。

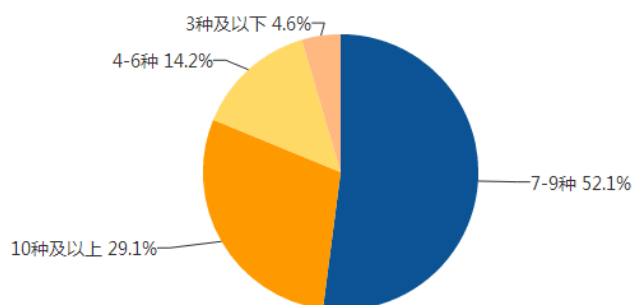
本科、高职、中职各层次院校占比



数据来源：i博导平台

在关于教师了解的信息化教学手段的数量问题上，有 9 位教师选择 3 种及以下，占比 4.1%；有 28 位教师选择 4-6 种，占比 12.8%；有 102 位教师选择 7-9 种，占比 46.8%；有 79 位教师选择 10 种及以上，占比 26.2%，充分说明教师了解的信息化教学手段十分丰富。

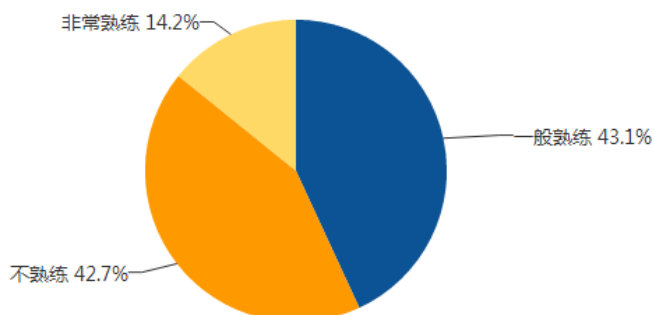
教师了解的信息化教学手段数量情况



数据来源：i博导平台

在关于教师对信息化教学手段使用熟练程度的问题上，有 31 位教师选择非常熟练，占比 14.2%；有 94 位教师选择一般熟练，占比 43.1%；有 93 位教师选择不熟练，占比 42.7%，说明教师使用信息化教学手段的熟练程度还整体偏低，有待提高。

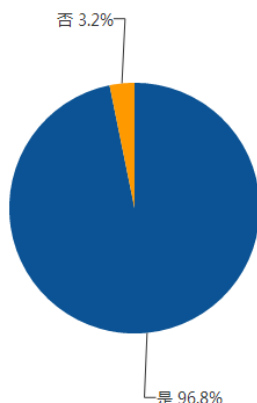
教师使用信息化教学手段的熟练程度



数据来源：i博导平台

在关于院校教师是否在网络营销日常教学中加入信息化教学手段的问题上，218 所院校中有 211 所院校选择了“是”，占比 96.8%，仅有 7 所院校选择“否”，占比仅为 3.2%，说明网络营销信息化教学在三个层次的院校中已经基本应用到日常教学活动中。

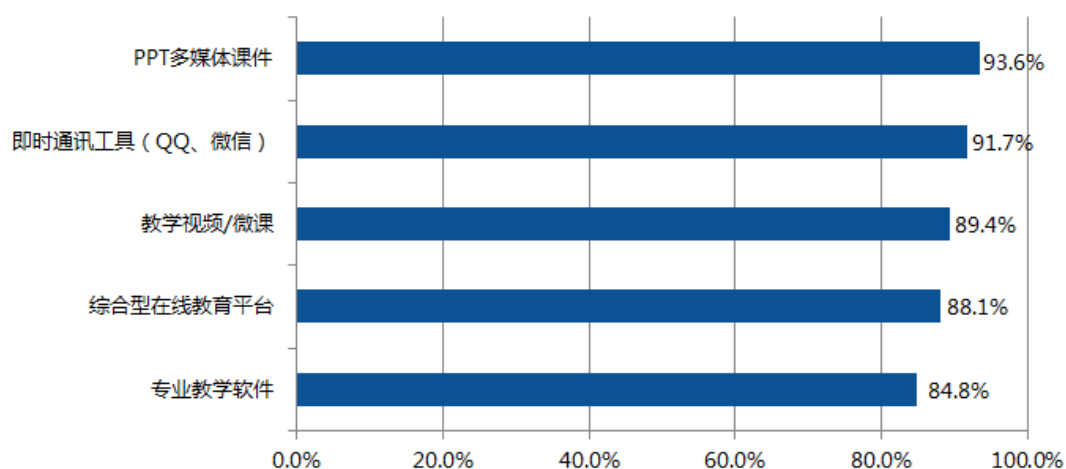
是否在网络营销日常教学中加入信息化教学手段



数据来源：i博导平台

在关于教师最喜爱的信息化教学手段的选择问题上(多选)，有 93.6%的教师选择了“PPT 多媒体课件”；有 91.7%的教师选择了“即使通讯工具（QQ、微信）”；有 89.4%的教师选择了“教学视频/微课”；有 88.1%的教师选择了“综合型在线教育平台”；有 84.8%的教师选择了“专业教学软件”，也成为了喜爱度排名前五的信息化教学手段，综合型在线教育平台排名靠前出人意料。

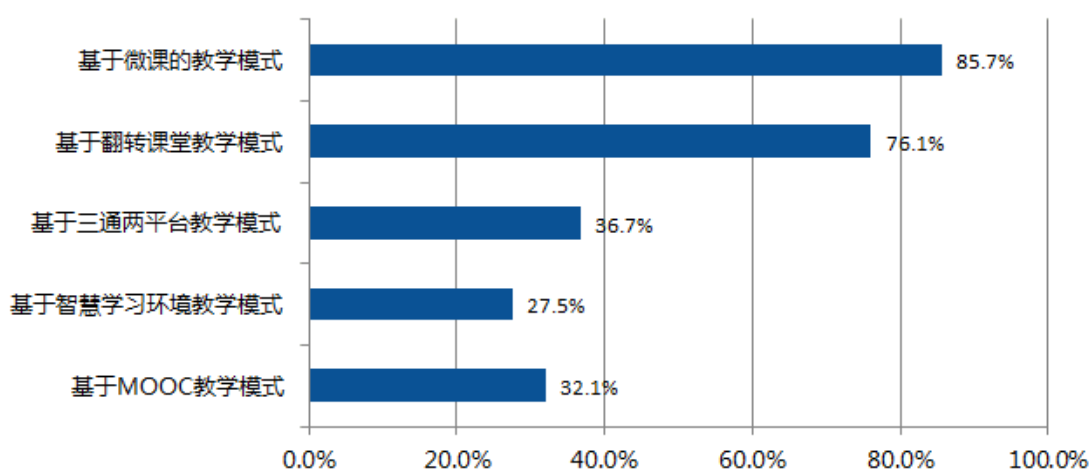
教师最喜爱的信息化教学手段



数据来源：i 博导平台

在常用的信息化教学模式方面,有 85.7%的教师选择了“基于微课的教学模式”,有 76.1%的教师选择了“基于翻转课堂教学模式”,这两种信息化教学模式排名靠前,说明教师关注信息化教学热点,能将教学与前沿理念、技术结合起来,应用于教学中,而选择“基于三通两平台教学模式”、“基于智慧学习环境教学模式”、“基于 MOOC 教学模式”教师比例相对较少。

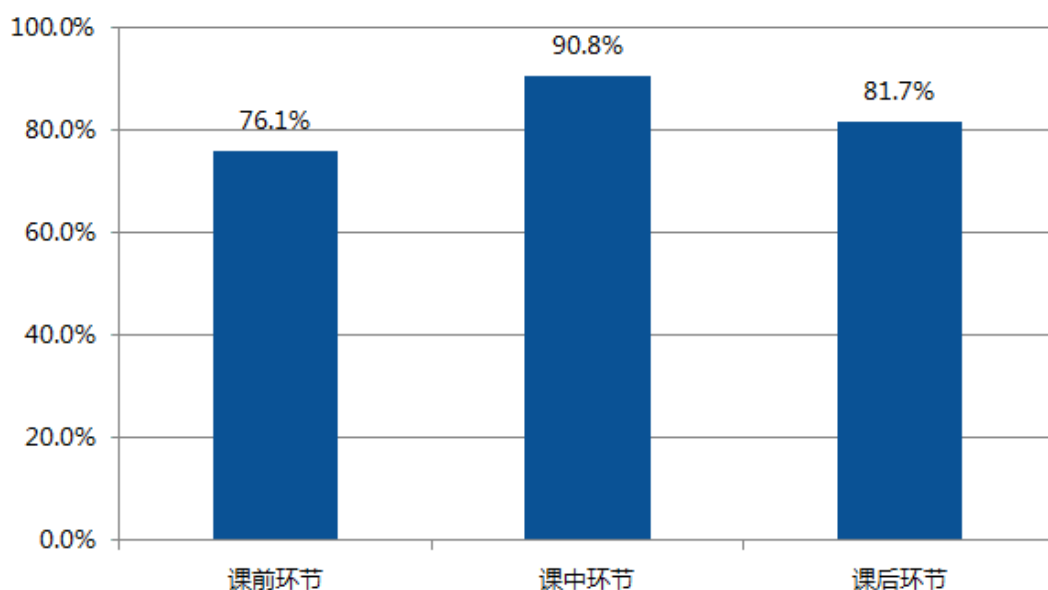
常用的信息化教学模式



数据来源：i 博导平台

在网络营销课程信息化教学应用环节方面,有 90.8%的教师选择了课中环节,有 81.7%的教师选择了课后环节,有 76.1%的教师选择了课前环节,明显信息化教学手段在网络营销教学中课中环节使用最为普遍。

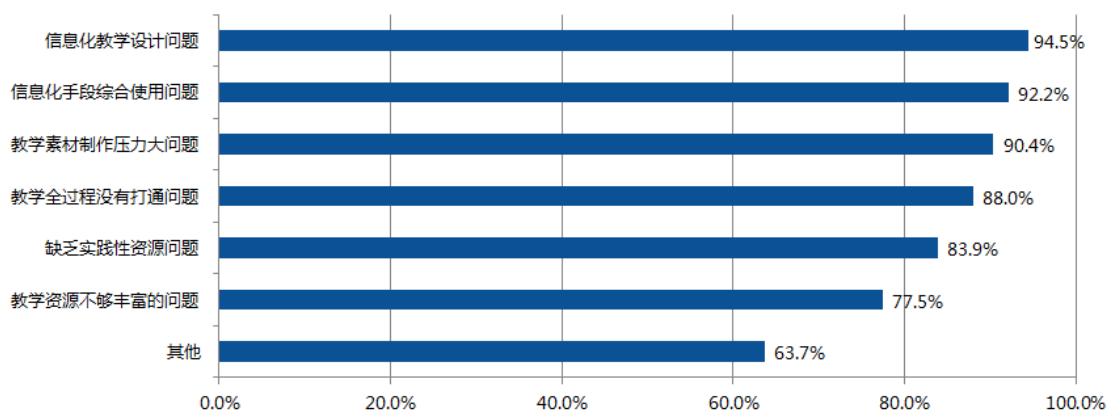
网络营销课程信息化教学应用环节占比



数据来源：i 博导平台

在网络营销信息化教学实施中遇到的问题方面，有 94.5%的教师选择了“信息化教学设计问题”，有 92.2%的教师选择了“信息化手段综合使用问题”，有 90.4%的教师选择了“教学素材制作压力大问题”，有 88.0%的教师选择了“教学全过程没有打通问题”，有 83.9%的教师选择了“缺乏实践性资源问题”，有 77.5%的教师选择了“教学资源不够丰富的问题”，还有 63.7%的教师选择了“其他”，由此看来“信息化教学设计问题”成为了摆在网络营销信息化教学中的首要问题。

网络营销信息化教学实施中遇到的问题



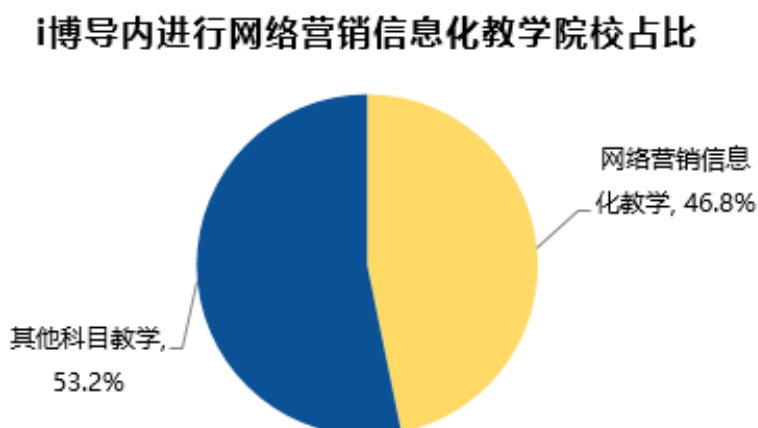
数据来源：i 博导平台

三、基于 i 博导的网络营销信息化教学研究

（一）院校使用 i 博导进行网络营销信息化教学的情况

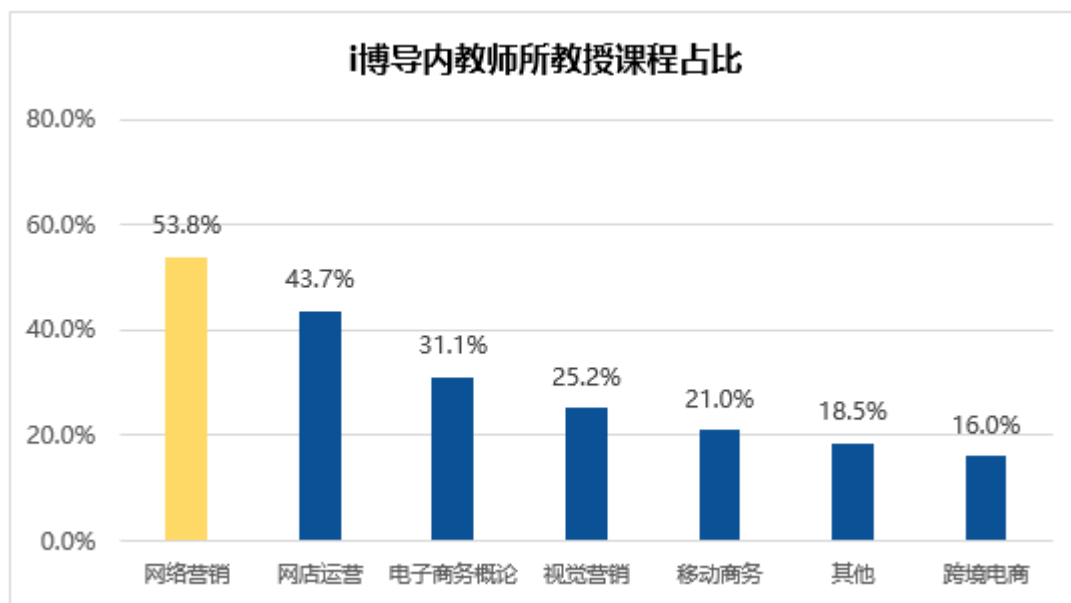
i 博导是一个专注于泛商科类专业的在线教育平台，平台专注为院校师生提供教学服务支撑和专项技能培育。i 博导结合不同的教学周期，设计了教学经验分享与行业技能公开课、综合技能竞赛、单项技能活动、线下实训课、企业实战等符合教学节奏的多样活动，方便教师引入自身教学，丰富教学内容。同时，通过平台，教师可跨平台、多终端教学组织与管理。相对于传统移动教学工具，i 博导提供了丰富的教学资源与教学活动，可以帮助教师更便捷地组织教学。

目前，i 博导已覆盖全国 2483 所院校，平台中开设班级 9980 个，使用教师 11729 名，使用学生 384860 名，拥有 8155 个视频课程、2489 份参考资料，已发布 33717 项任务。通过 i 博导 2483 所院校进行梳理，提取出在线上组织实施网络营销教学的院校和班级，发现在 i 博导中开展网络营销课程信息化教学的院校占比为 46.8%，见下表：



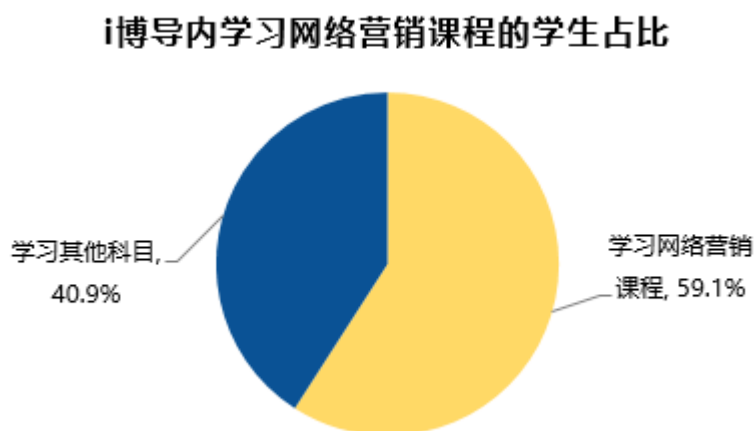
数据来源：i 博导平台

通过对 i 博导内教师所带课程进行分析，发现通过平台教授网络营销课程的教师最多，为 53.8%，见下表：



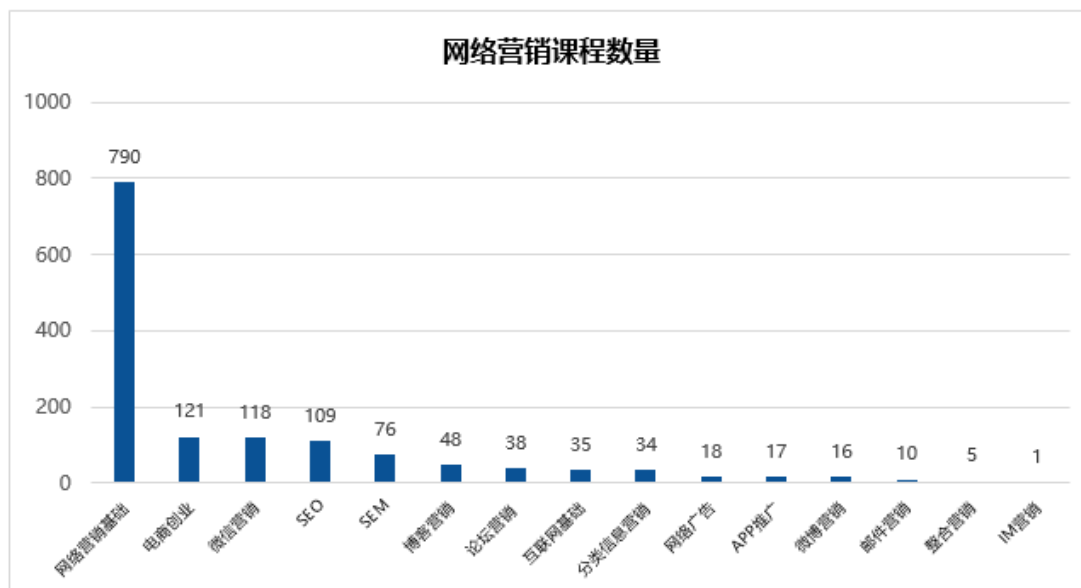
数据来源：i 博导平台

同时，平台信息显示，通过平台进行网络营销相关课程学习的学生占比为 59.1%，见下表：



数据来源：i 博导平台

通过以上数据可知，大部分院校、教师和学生均使用 i 博导平台进行网络营销教授和学习。目前，平台中网络营销知识共有 15 个模块、1436 节视频课程资源，其中网络营销基础课程最多为 790 节，其次为电商创业（121 节）和微信营销（118 节），详见下图：



数据来源：i博导平台

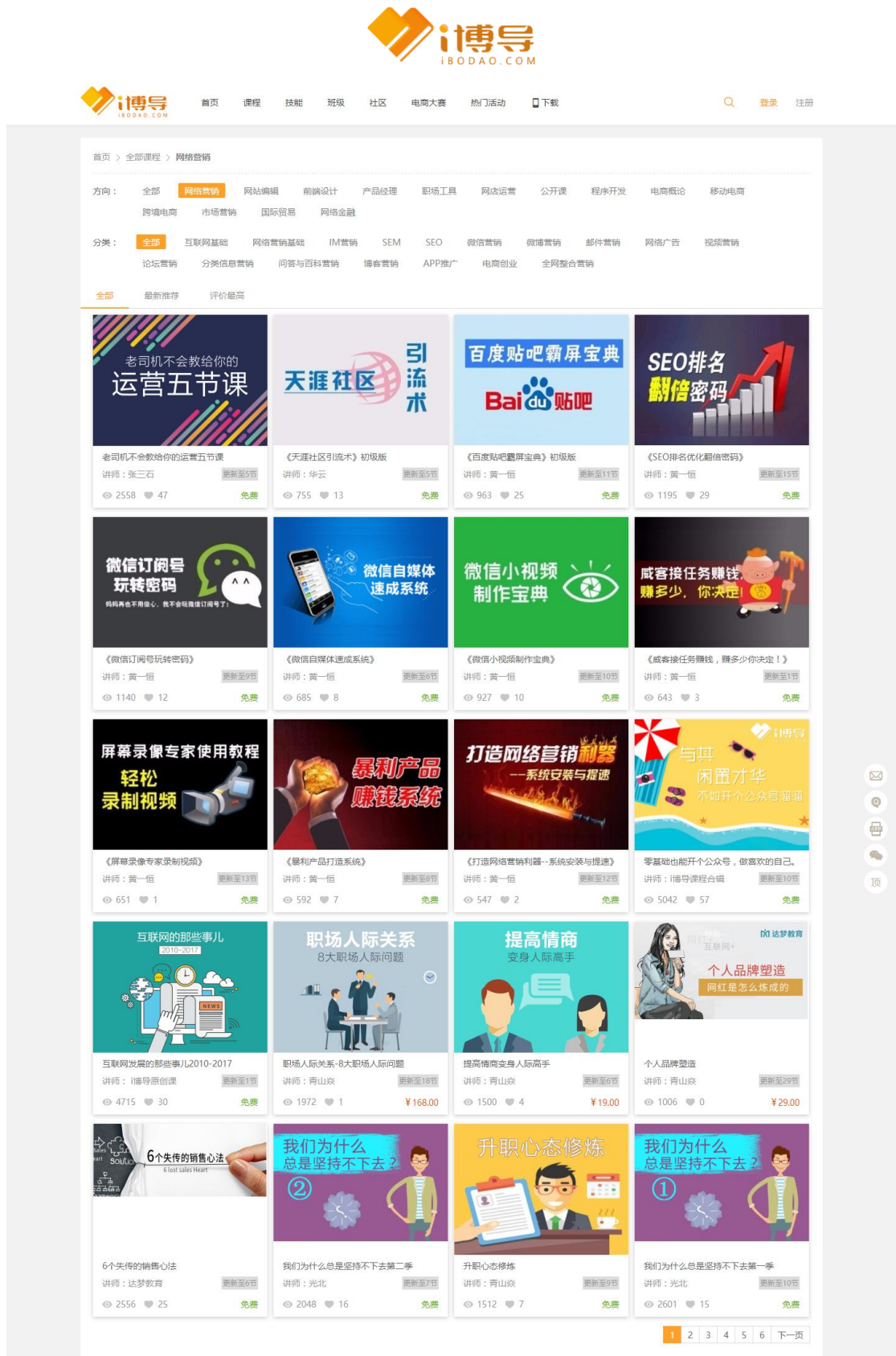


图 网络营销课程列表

实训部分共 394 项实训任务、699 份参考资料和 151 套测验，其中微信营销实训任务最多为 72 个，其次为微博营销（70 个），邮件营销（47 个），见下表：

表 网络营销实训部分任务数量

网络营销内容模块	实训	资料	测验
微信营销	72	96	18
微博营销	70	205	12
邮件营销	47	95	14
SEO	37	65	16
博客营销	32	56	8
论坛营销	22	29	12
分类信息营销	22	50	12
SEM	21	39	17
网络广告	20	21	3
网络营销基础	14	13	7
互联网基础	13	16	5
问答与百科营销	7	10	7
全网整合营销	7	0	7
IM 营销	6	0	7
视频营销	4	4	6
总计	394	699	151

数据来源：i 博导平台

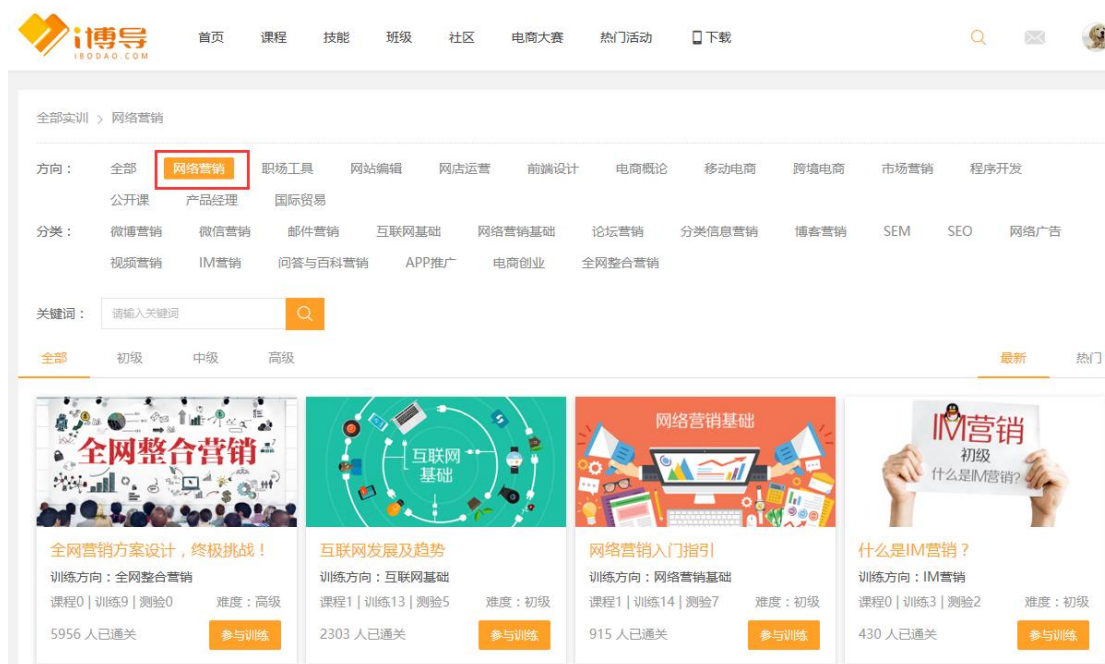
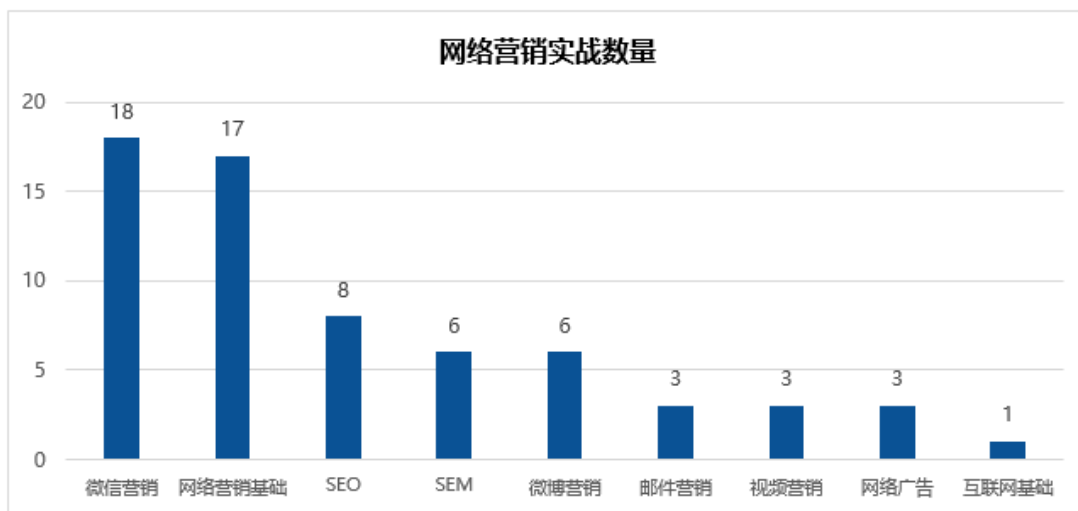


图 网络营销实训列表

网络营销企业实战项目共计 65 个，其中微信营销实战项目最多为 18 个，其次为网络营销基础为 17 个，见下图：

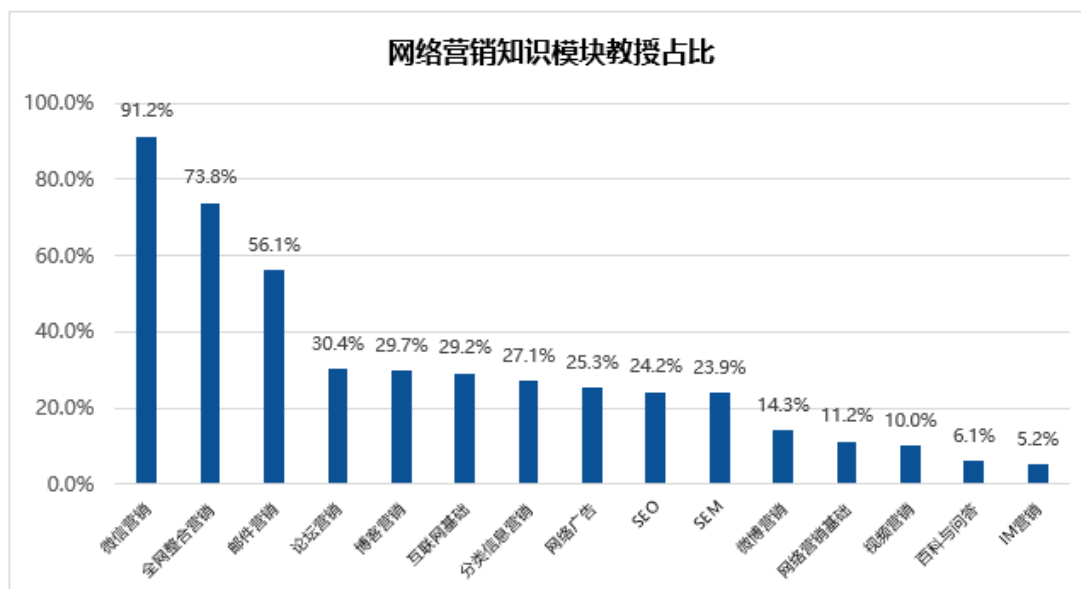


数据来源：i 博导平台



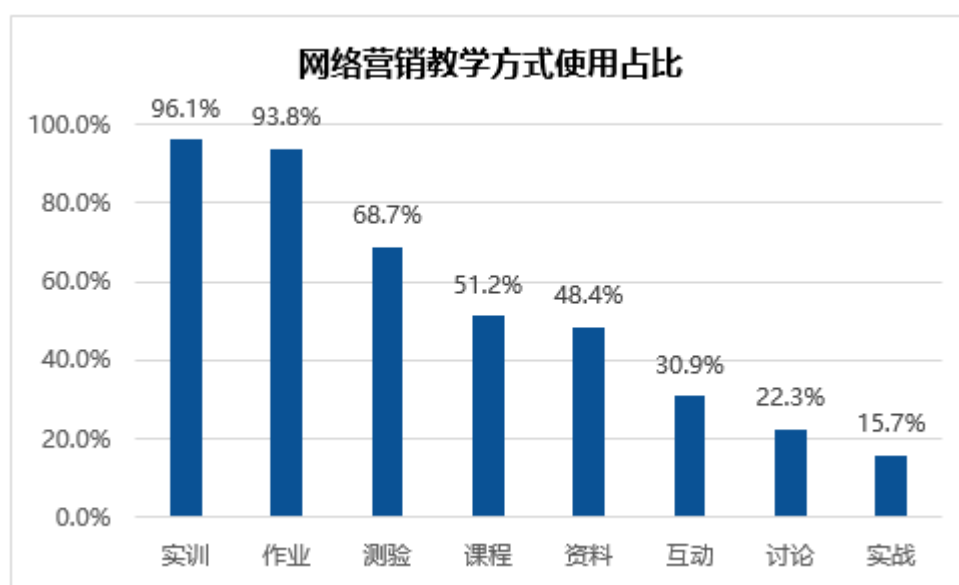
图 网络营销实战列表

i 博导平台中共有 1163 所院校开设 3823 个班级进行网络营销课程教学，各个班级教师通过课程、实训、作业、测验、实战等信息化教学，进一步巩固了网络营销知识，深入了解了网络营销企业实际岗位中的技能操作点。通过教师使用平台进行网络营销知识模块教授的占比来看，排名前三的为微信营销（91.2%）、全网整合营销（73.8%）和邮件营销（56.1%）；IM 营销（5.2%）、百科与问答（6.1%）、视频营销（10.0%）位列后三位，具体数据如下：



数据来源：i博导平台

在网络营销教学过程中，教师所使用的教学方式实训占比最高为 96.1%，其次为作业，占比 93.8%，测验占比也较高为 68.7%；使用实战教学方式的占比最低仅为 15.7%，具体数据如下：



数据来源：i博导平台

通过对平台中班级活跃度、对网络营销知识学习情况、实训任务完成情况、测验情况、实战完成情况等进行综合排名，对排名前 5% 的 192 个班级进行分析，发现其网络营销信息化教学方式呈现出以下特征：

序号	信息化教学特征类别	数量
1	平均课程部署	85.6 节
2	平均课程学习进度	82.1%
3	平均课程学习时长	50.6 小时
4	平均涵盖网络营销知识模块	8 个
5	平均作业部署	138 个
6	平均作业优良占比	89.1%
7	平均测验部署	26.5 套
8	平均实战部署	3.8 个
9	平均实战好评率	73.6%

数据来源：i 博导平台

在网络营销课程教学情况较好的班级中，每个班级的教学内容平均涵盖 8 个知识模块，能够看出教师和学生对于网络营销知识模块全面性、前瞻性的关注；从数据分析看出，在 i 博导上组织网络营销线上教学，课程学习的知识模块覆盖全，课程学习时长长，保证学生完成作业与测验的效果；紧贴行业的知识模块的学习，将影响学生对企业实战的参与度，并有效提升企业实战的完成效果与企业好评。

（二）针对网络营销理论型与实践型教学内容院校信息化教学的实现模型

网络营销相关教学内容按照传统教学理论划分，可以划分为“理论型教学内容”和“实践型教学内容”，目前 i 博导平台上共提供 15 个网络营销相关教学内容模块，这 15 个内容模块下依据阶段性教学节点或技能等级又细化有大量的教学内容专题，这些教学内容专题也呈现出“理论型教学内容”和“实践型教学内容”分布的特征。

此外，i 博导平台提供了 8 种信息化教学实现方式/功能，分别为：课程、实训、实战、资料、作业、测验、互动和讨论，其中课程指 i 博导提供给院校的视频课程；实训指围绕技能项的操作任务；实战指真实企业发布在 i 博导上供学生实践的任务；资料指用于课程学习的图文资料；作业指教师根据教学情况自主安排给学生任务以及试题；测验指在帮助教师检验学生阶段性学习效果的试题；互动指教师在教学互动过程中随机添加的随堂测验；讨论指 i 博导平台提供给教师以及学生进行讨论交流的贴吧社区，以上这 8 种信息化教学方式两项或者多项组合都能形成不同信息化教学实现路径。

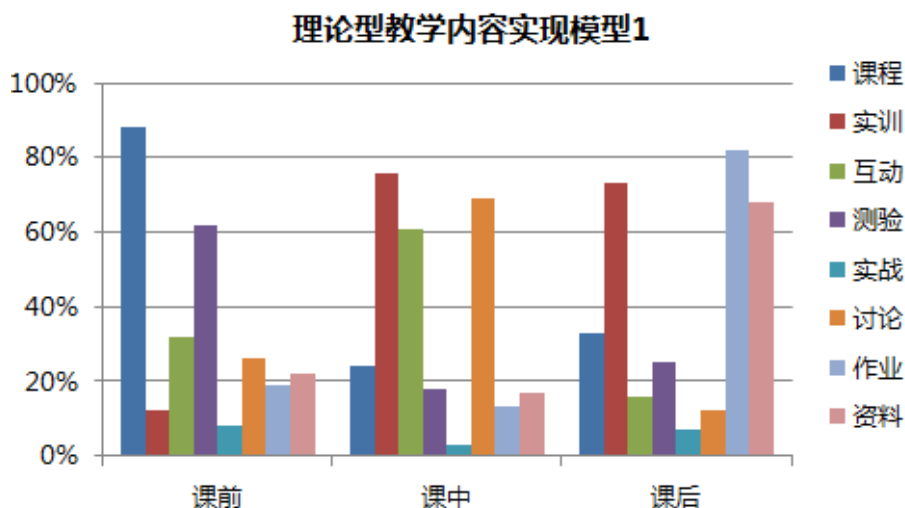
通过对使用 i 博导平台开展网络营销信息化教学的院校班级进行综合排名,并将综合排名靠前的 5%的院校班级界定为“网络营销信息化教学优秀班级”,此类班级数量共计 192 个,我们在较长的一段时间内追踪了此类优秀班级的平台行为数据,从行为数据的时间节点来看,我们发现同一班级在同一教学内容下在某一时间段会突然爆发学生集中进入 i 博导进行相关学习行为,学生覆盖率高达 82%~96%,我们该时间段是教学的爆发点,成为课中教学时间段;以爆发点为基准,在爆发点前同一班级在同一教学内容下会有一段时间学生散点式进入 i 博导平台进行学习行为,学生覆盖率大致在 34%~68%的区间内,我们认为爆发点前的这一时间段为课前教学时间段;在爆发点后同一班级在同一教学内容下也会有一段时间学生散点式进入 i 博导平台进行学习行为,学生覆盖率大致在 58%~72%的区间内,我们认为爆发点之后的这一时间段为课后教学时间段。这样我们围绕班级和内容,对学生学习行为有了课前、课中和课后三个阶段的教学过程划分,学生在每个阶段的学习行为也代表了对应的教学行为。

围绕“理论型”和“实践型”两大网络营销教学内容,立足 i 博导 8 种信息化教学方式,以课前、课中和课后作为教学过程阶段性划分,我们对 192 个网络营销信息化教学优秀班级所有的教学行为开展了深入的数据追踪和梳理分析,我们发现了 4 种具有模型化的网络营销信息化教学实现路径,这些路径也成为了这些班级之所以优秀的核心所在。

通过以下 4 个教学内容的例子,来帮助大家认识这些网络营销信息化教学实现模型。

1.理论型教学内容实现模型 1——以网络营销入门指引为例

我们对 192 个网络营销信息化教学优秀班级的理论型教学内容进行追踪,发现有 149 个班级采用了同一种网络营销信息化教学模型,占比高达 77.6%,我们将这个模型称为网络营销信息化教育“理论型教学内容实现模型 1”。



以“网络营销入门指引”这一网络营销基础理论型教育专题为例，“理论型教学内容实现模型 1”展现出如下特征：

- 课前：8 种信息化教学方式中，优秀班级主要采用了“课程+测验”的方式，课程以概貌性认知课程为主，同时配以自主学习检测型测验，检验概貌性认知学习的效果；
- 课中：8 种信息化教学方式中，优秀班级主要采用了“实训+互动+讨论”，课程教学首先以实训开始，让学生在概貌性学习的基础上直接进入实训训练，然后以“互动+讨论”相结合的方式检测实训掌握程度、解答学生在实训过程中遇到的问题；
- 课后：8 种信息化教学方式中，优秀班级主要采用了“资料+实训+测验”的方式，先通过资料的形式给出技能在企业中的真实实操案例，随后安排与企业背景相仿的课后练习型实训任务让学生完成，同时通过测验检验整个教学过程学习的掌握情况。

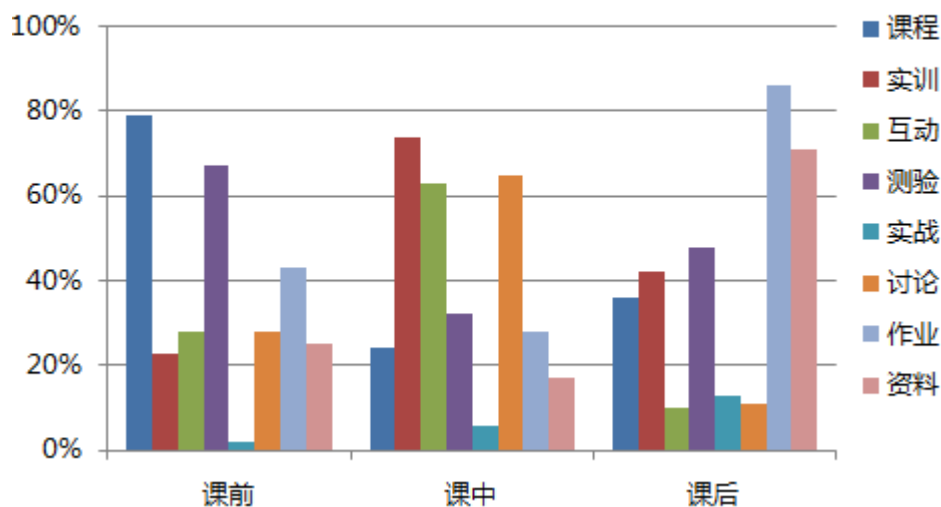


图 i博导《网络营销入门指引》专题截图

2.理论型教学内容实现模型 2——以微信营销新手入门为例

通过对 192 个网络营销信息化教学优秀班级的理论型教学内容进行追踪，有 132 个班级采用了同一种网络营销信息化教学模型，占比高达 73.8%，我们将这个模型称为网络营销信息化教育“理论型教学内容实现模型 2”。

理论型教学内容实现模型2



数据来源：i 博导平台

以“微信营销新手入门”这一网络营销基础理论型教育专题为例，“理论型教学内容实现模型2”展现出如下特征：

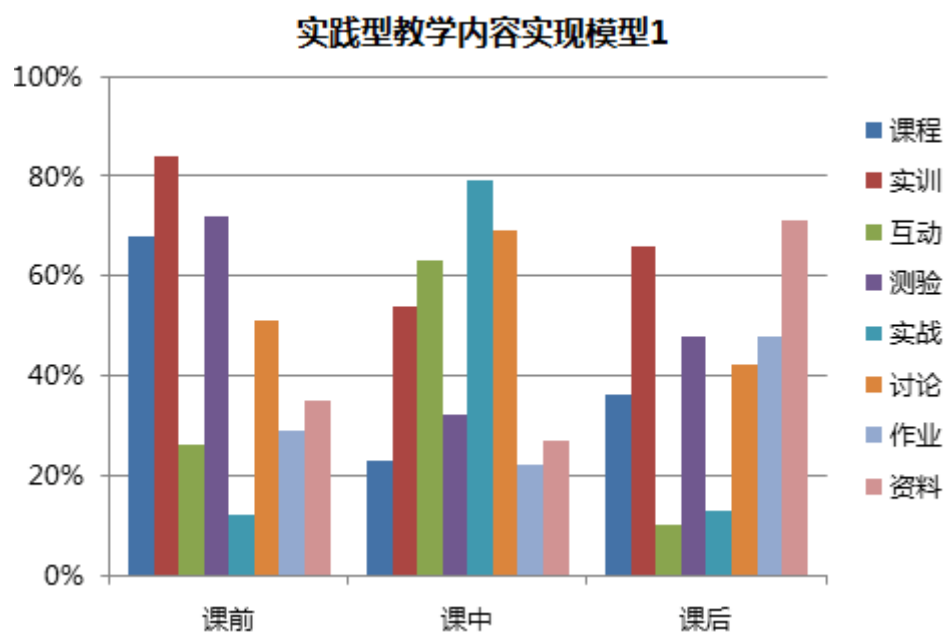
- 课前：8 种信息化教学方式中，优秀班级主要采用了“课程+测验”的方式，课程以微信功能认知为主，同时配以微信概述类知识的自主学习型测验，检验对微信基础认知的学习效果；
- 课中：8 种信息化教学方式中，优秀班级主要采用了“实训+互动+讨论”，课程教学在学生对微信有概貌性认知的基础上直接进入实训训练，然后以“互动+讨论”相结合的方式检测实训掌握程度并解答学生在实训过程中遇到的问题；
- 课后：8 种信息化教学方式中，优秀班级主要采用了“资料+作业”的方式，例如以资料的形式拓展学生对微信背后商业价值的深入理解，并安排对应的课后作业让学生思考微信与人性的弱点。



图 i 博导《微信营销新手入门》专题截图

3.实践型教学内容实现模型 1——以微信营销中 H5 制作为例

通过对 192 个网络营销信息化教学优秀班级的实践型教学内容进行追踪,有 138 个班级采用了同一种网络营销信息化教学模型,占比高达 71.9%,我们将这个模型称为网络营销信息化教育“实践型教学内容实现模型 1”。



数据来源: i 博导平台

以“微信营销中 H5 制作”这一网络营销实践型课程为例,“实践型教学内容实现模型 1”

展现出如下特征：

- 课前：8 种信息化教学方式中，优秀班级主要采用了“课程+实训+测验”的方式，课程以 H5 基础认知内容为主，实训主要以 H5 案例分析及 H5 专题页制作为主，同时配以知识型测验，检验基础认知型内容的学习效果；
- 课中：8 种信息化教学方式中，优秀班级主要采用了“实战+互动+讨论”的方式，课程教学首先以 H5 实战开始，让学生通过实战进一步巩固课前知识的学习，然后以“互动+讨论”相结合的方式来分享与总结实战经验，解答学生在实战中遇到的问题；
- 课后：8 种信息化教学方式中，优秀班级主要采用了“资料+实训”的方式，先通过平台给出的资料进一步强化课程知识与操作，随后安排 H5 实训任务让学生完成，同时实训来熟练 H5 的实际操作。

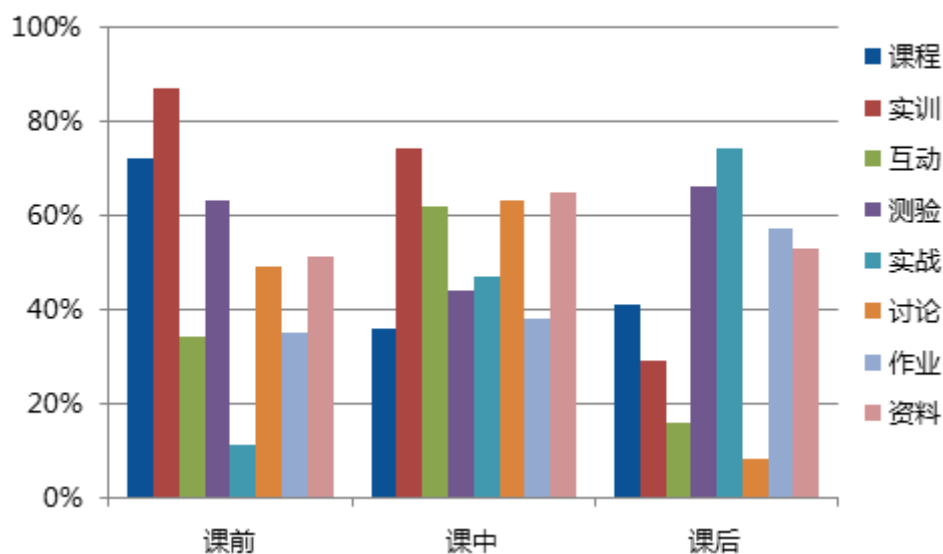


图 i 博导“企业 H5 制作与推广”实战截图

4.实践型教学内容实现模型 2——以网络广告创意与制作技巧为例

通过对 192 个网络营销信息化教学优秀班级的实践型教学内容进行追踪,有 129 个班级采用了同一种网络营销信息化教学模型,占比为 67.2%,我们将这个模型称为网络营销信息化教育“实践型教学内容实现模型 2”。

实践型教学内容实现模型2



数据来源：i博导平台

以“网络广告创意与制作技巧”这一网络营销实践型课程为例，“实践型教学内容实现模型2”展现出如下特征：

- 课前：8种信息化教学方式中，优秀班级主要采用了“课程+实训+测验”的方式，课程主要学习网络广告制作基本技巧，实训主要以网络广告案例分析及策略选择为主，通过知识型测验，检验知识点的学习效果；
- 课中：8种信息化教学方式中，优秀班级主要采用了“资料+实训+互动+讨论”的方式，课程教学首先以资料学习开始，让学生对所有内容有概貌性的认知，然后通过实训来了解技能点的操作，以“互动+讨论”的方式来沟通与总结实训中的操作经验，最后以测验的形式来检验课中知识掌握情况；
- 课后：8种信息化教学方式中，优秀班级主要采用了“实战+测验”的方式，通过平台中给出的企业实战任务进行实际操作来巩固技能点，随后安排知识测验来测验检验整个教学过程学习的掌握情况。



i 博导《网络广告创意与制作技巧》专题截图

四、网络营销信息化教学研究总结

（一）信息化教学设计能力是网络营销信息化教学推进的关键要素

基于 i 博导网络营销信息化教学优秀班级的行为数据，针对两类教学内容分析形成了 4 个网络营销信息化教学模型，4 个模型一方面是教师面对多种信息化教学手段时，通过对信息化教学手段的排列组合，得到的关于网络营销信息化教学手段综合应用的最优解；另一方面 4 个模型本质上是围绕网络营销信息化教学如何做的问题，所开展的最佳信息化教学设计范例，通过这些范例教师获得了一些基本的网络营销信息化教学方法，其次通过深入学习信息化教学理论、深入研究这些范例，教师能够拓展出更多的信息化教学方法，进一步提高教师自身的信息化教学设计能力，才能全面推进网络营销信息化教学工作。

（二）综合型在线教育平台为网络营销信息化教学提供了强大的支撑

综合型在线教育平台是各种信息化教学内容和手段的聚集地，依托此类平台，充分利用平台提供的各种课程内容与资源内容，通过多种信息化教学手段的综合利用、合理化应用能够解决教师在网络营销信息化教学实施中遇到的大部分问题，如信息化手段综合使用的问题、

教学素材制作压力大的问题、缺乏实践性资源问题、教学资源不够丰富的问题等，综合型在线教育平台为教师开展网络营销信息化教学提供了强大的支撑。

（三）网络营销信息化教学应是全教学过程的信息化

如今的网络营销信息化教学已经走出了单一教学环节应用的局限，受翻转课堂的教学思想的影响，在网络营销全教学过程的课前、课中、课后三个阶段中，信息化教学手段都能够充分利用，并且能够灵活贯通应用于各个教学环节，而且脱离了线下教学，实现了纯线上的教学，可以说已经是一种全面化的信息化教学，网络营销信息化教学水平已经发展到了一个新的高度。

（四）网络营销信息化教学大大提高了网络营销人才的培养效率

立足与 i 博导类似的信息化教学平台，企业以服务的形式为院校教师提供了大量可以优化组合的网络营销信息化教学内容和手段，教师只需创建班级就可以摘取自己教学需要的课程和资源，只需点击鼠标就可以充分利用各项信息化教学方式按照自己的设计安排组织网络营销课程，原来由于教师信息化技术不熟练而导致的漫长的教学内容准备期被大大缩短，快速的部署与实施，让一段时间内只能学习一遍的理论，只能实践一次的技能，有机会得到反复学习和实践，即使不重复学习实践，也可以用宽裕出来的时间去学习、探索更多的学习内容。把这个时间跨度拉长，我们就会发现网络营销人才的培养效率大大提高了，人才的培养质量也有了一定的提高。

（五）高度的网络营销信息化教学提高了教学管理质量

网络营销信息化教学如果发展到了足够高的水平，信息化水平高度集中，围绕教学的每一个动作都有数据可以追踪，那么对于教学管理而言影响将是不言而喻的，教师的每一个教学行为都有实时的数据供追踪、供分析，能够在每一个教学动作开始前有学生数据进行教学策略的调整，在教学考评阶段不在单一依靠一个考试成绩作为评判指标，甚至在课前都有行为数据进行教学管理化的追踪和分析，如此高度的信息化教学水平对于网络营销教学管理质量的提升意义可谓非同一般。

附：部分教师网络营销信息化教学设计案例

案例 1 《视频平台营销实训项目》实用教学设计

宁波市镇海区职业教育中心学校 童伟



(微信扫一扫立即查看)

案例 2 《网络营销》之微信营销信息化教学方案设计

湖南现代物流职业技术学院 龚芳



(微信扫一扫立即查看)

案例 3 《网络营销实务》教学单元剖析

广东行政职业学院 黄耿生

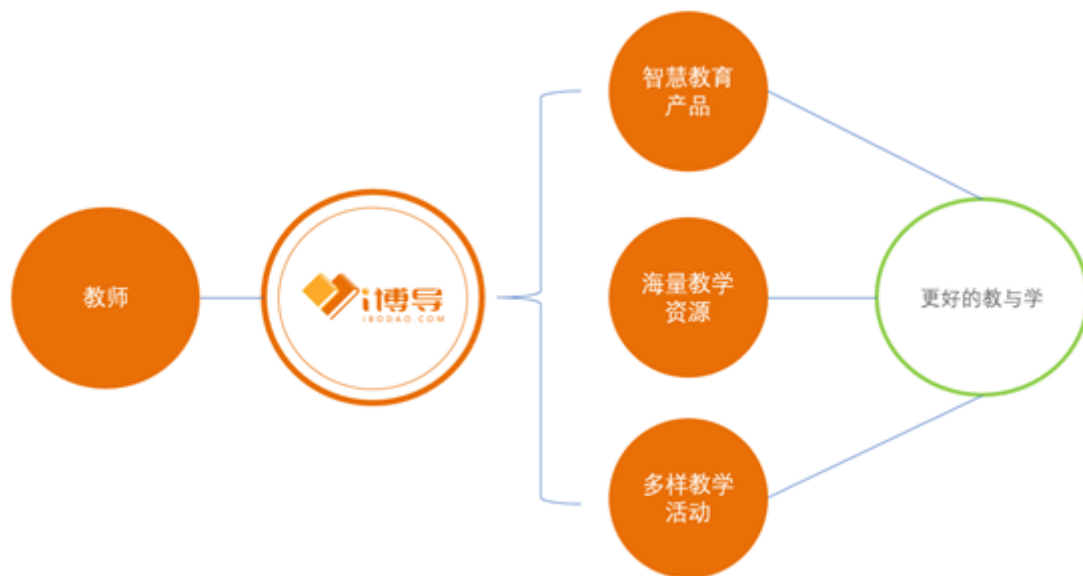


(微信扫一扫立即查看)



关于 i 博导

i 博导（www.ibodao.com）是博导股份旗下专注为院校师生提供教学服务支撑、专项技能培育的信息化教学支撑平台，为院校师生开拓互联网化的教学模式。



海量教学资源

i 博导面向电子商务、市场营销、国际贸易等专业的核心课程，提供 9 大课程全套教学资源，更有匹配“网店运营”、“跨境电商”、“市场营销”、“国际贸易”等课程所需的线上运营平台，为实践教学提供更多支撑。

多样教学服务

i 博导结合每学年不同的教学周期，精心设计符合教学节奏的多样活动，方便教师引入自身教学的同时，也极大地丰富教学内容构成。

信息化教学支撑平台

i 博导通过 PC Web、微信公众号及 App 构建信息化教学支撑平台，为院校师生开拓互联网化的教学模式，将线下课堂教学平行迁移至线上，方便教师进行班级管理，高效实施教学。



i 博导 App



i 博导 微信教学助手

