

# 网络营销的内容体系设计探索

冯 英 健

北京 2016-07-29

# 网络营销内容体系设计的问题、方法及原则

- **主要问题：** 视角、背景、环境、需求
- **内容体系：** 宏观、专业、课程、微观
- **专业体系：** 网络营销核心能力与知识体系
- **课程体系：** 《网络营销基础与实践》第5版
- **一般原则：** 系统性、完整性、扩展性、实用性

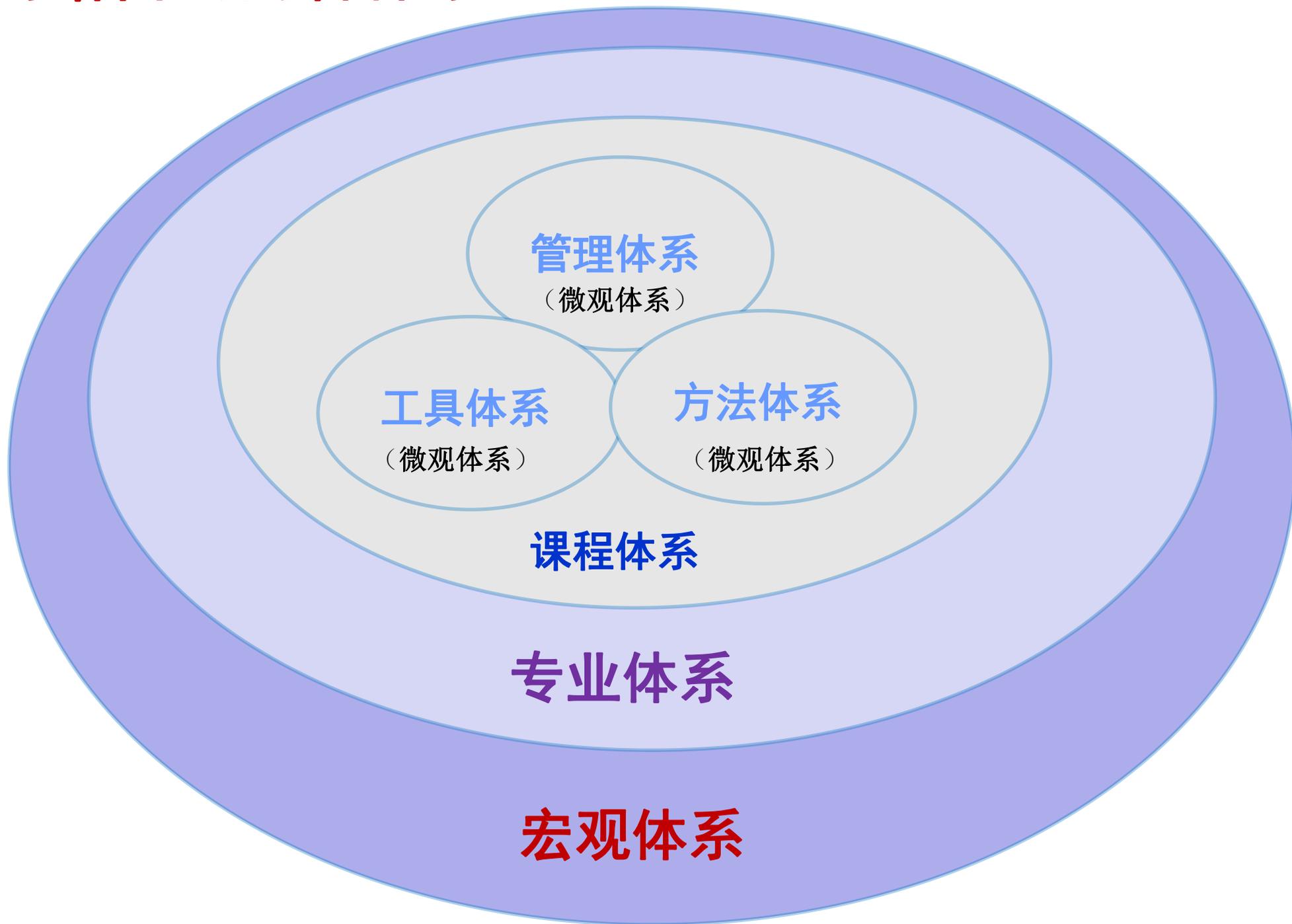
---

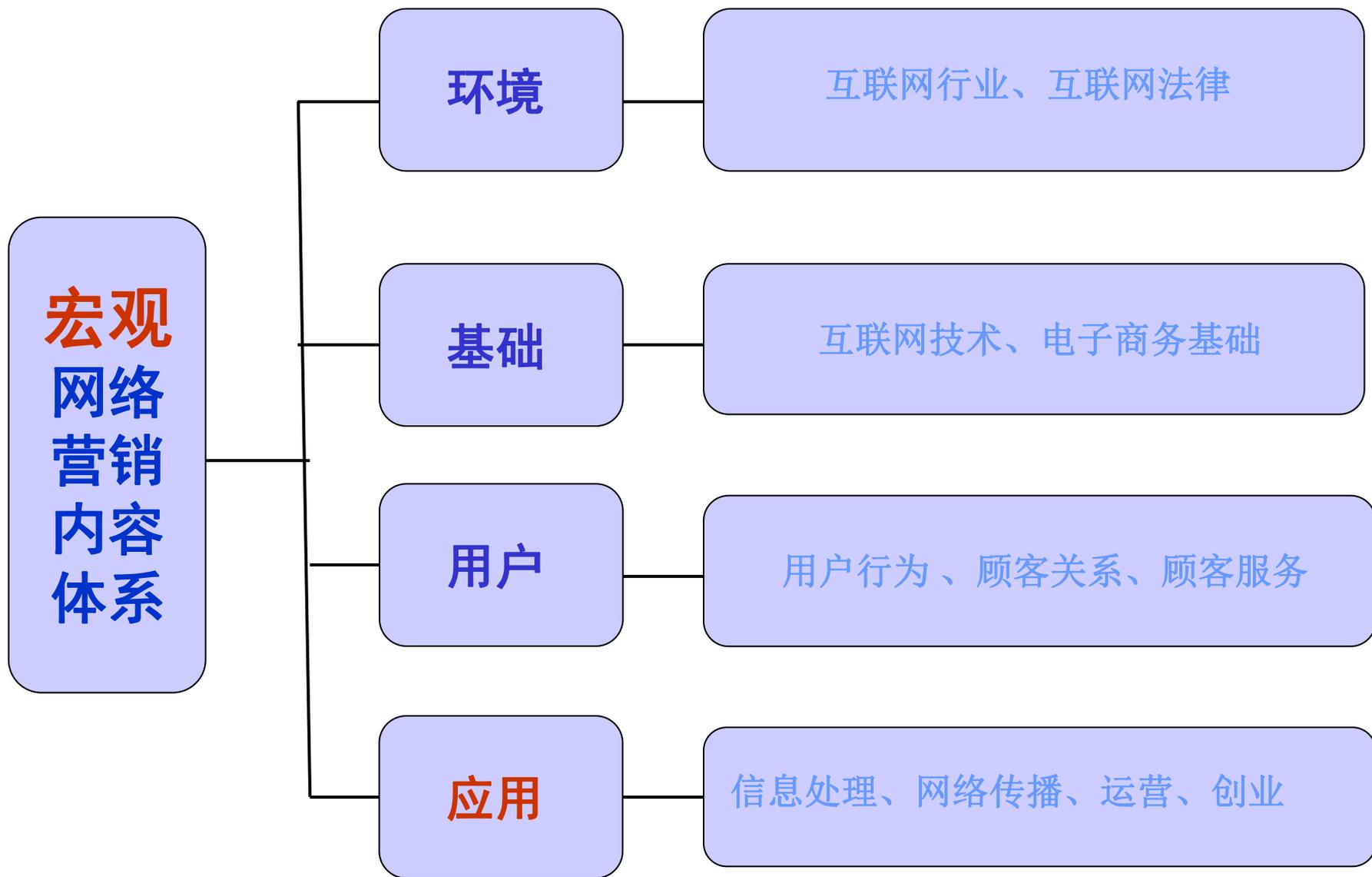
观点1、网络营销没有统一的内容体系，多种体系共存，核心思想应有一定的共性；  
观点2、网络营销知识体系越来越庞大，作为一门课程要包含所有内容力不从心；  
观点3、基于网络营销核心能力培养，是网络营销专业知识体系设计的基本出发点。

参考：《网络营销基础与实践》第5版（冯英健著，清华大学出版社，2016年8月

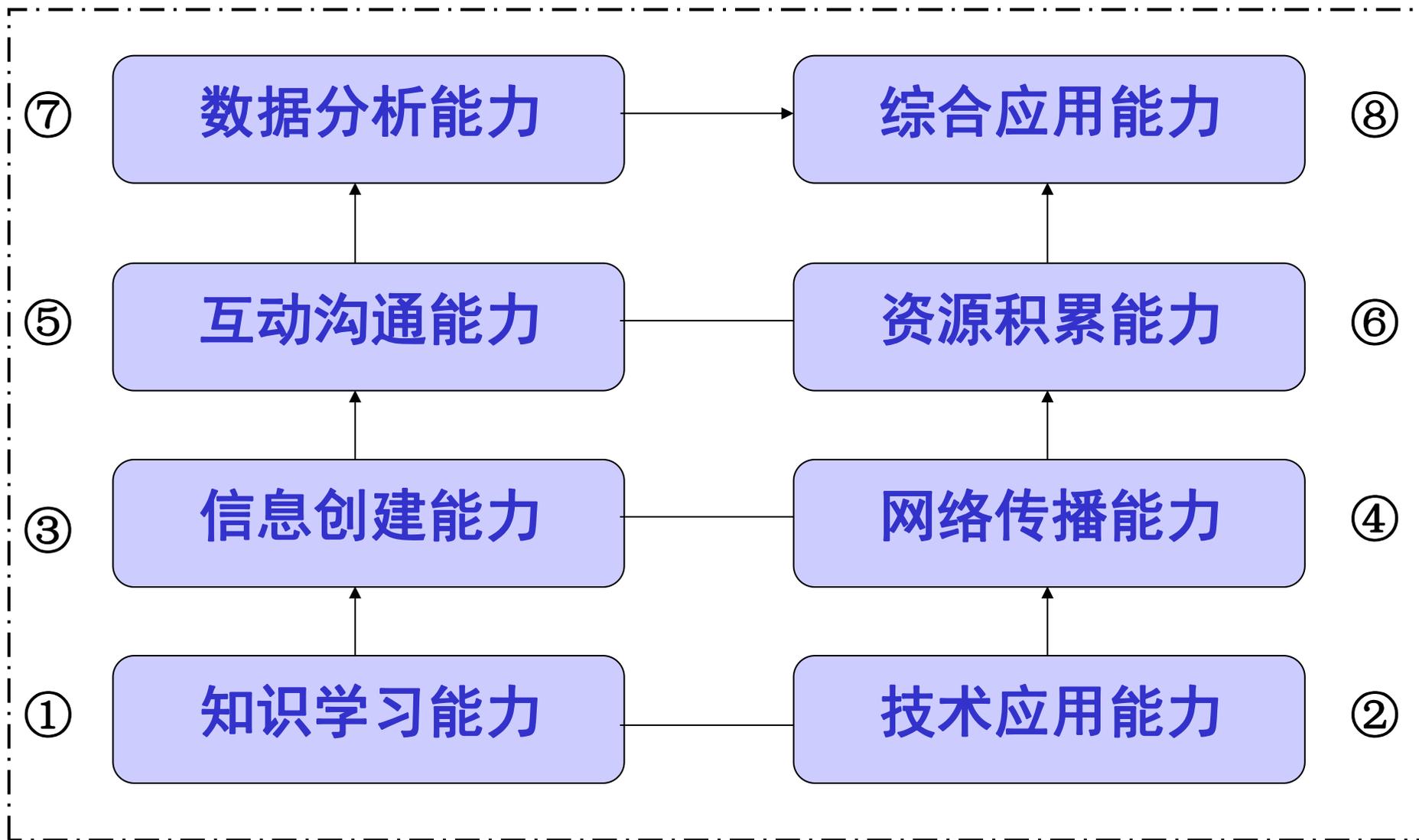
关于网络营销内容体系设计，冯英健，第九届中国网络营销大会，2015年7月29日

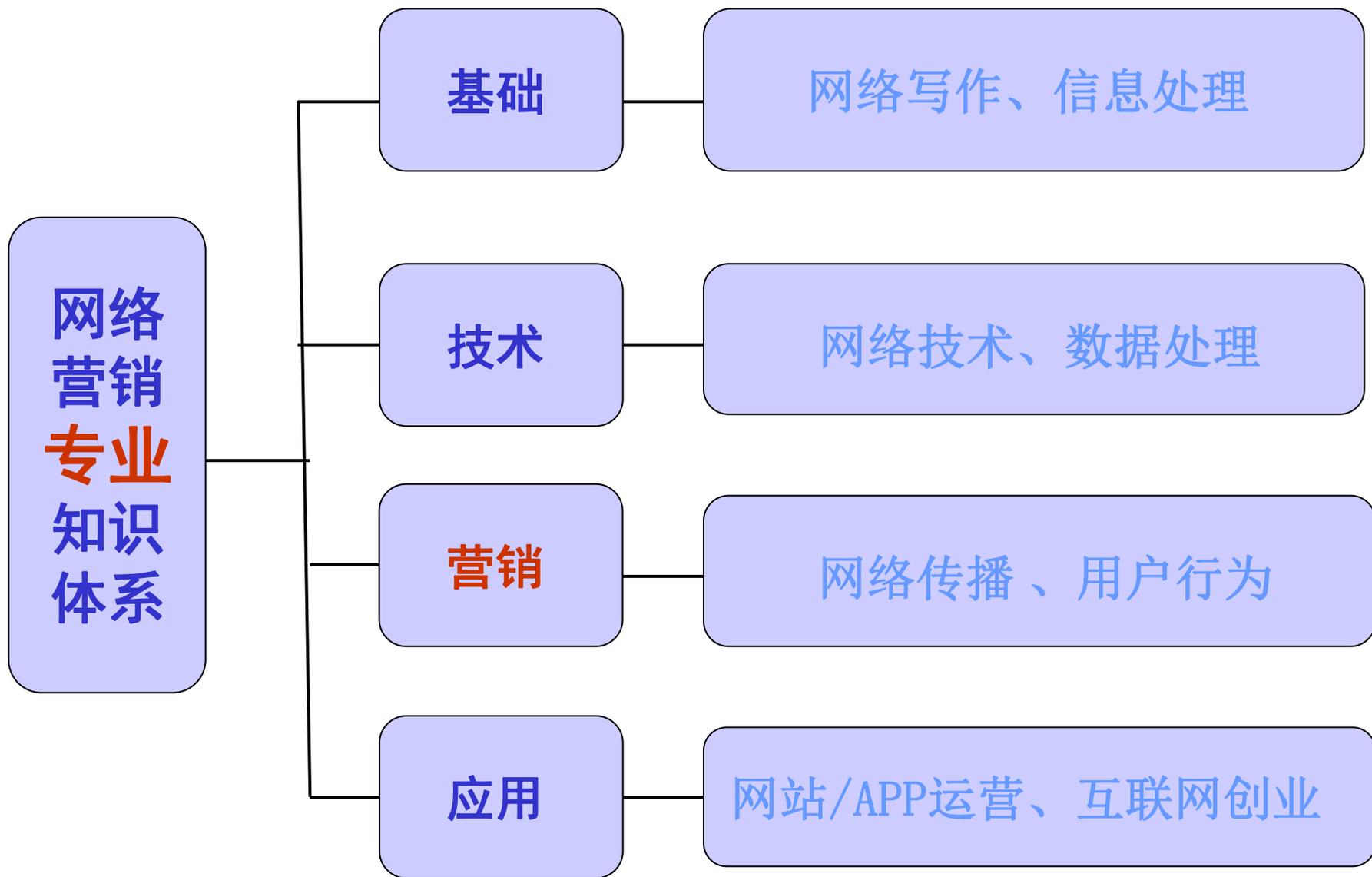
# 网络营销内容体系





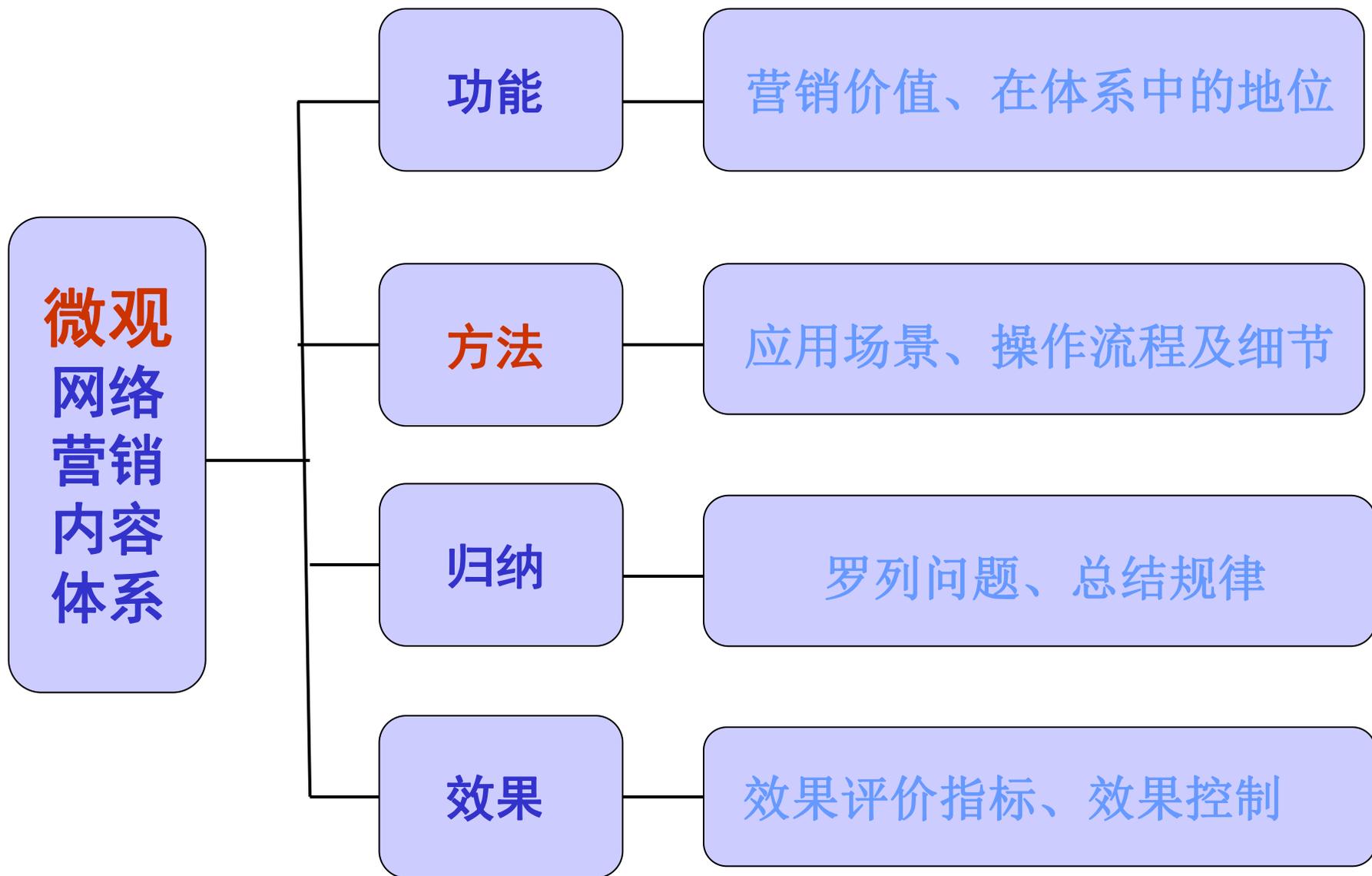
# 回顾：网络营销核心能力（2014）

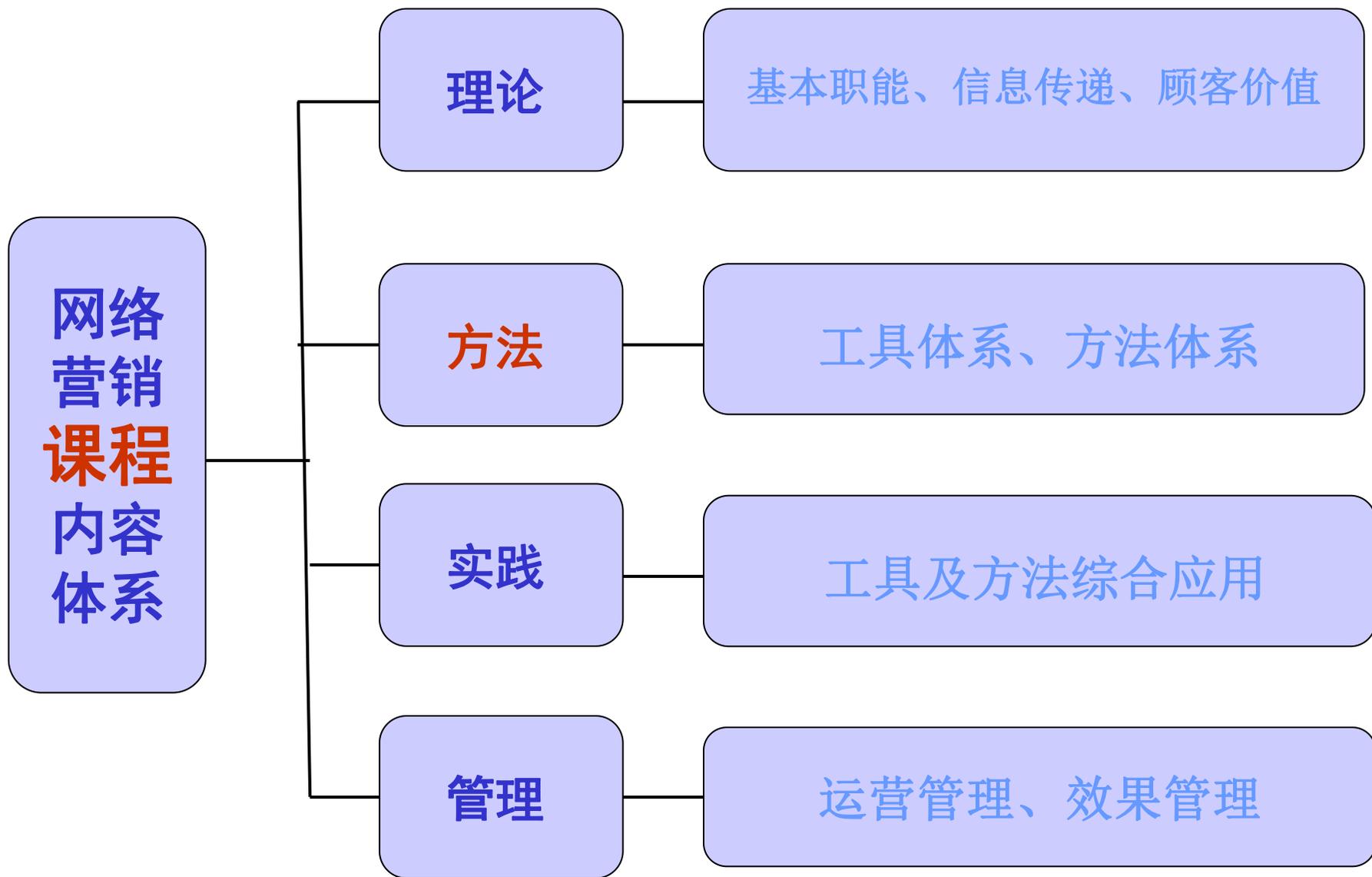




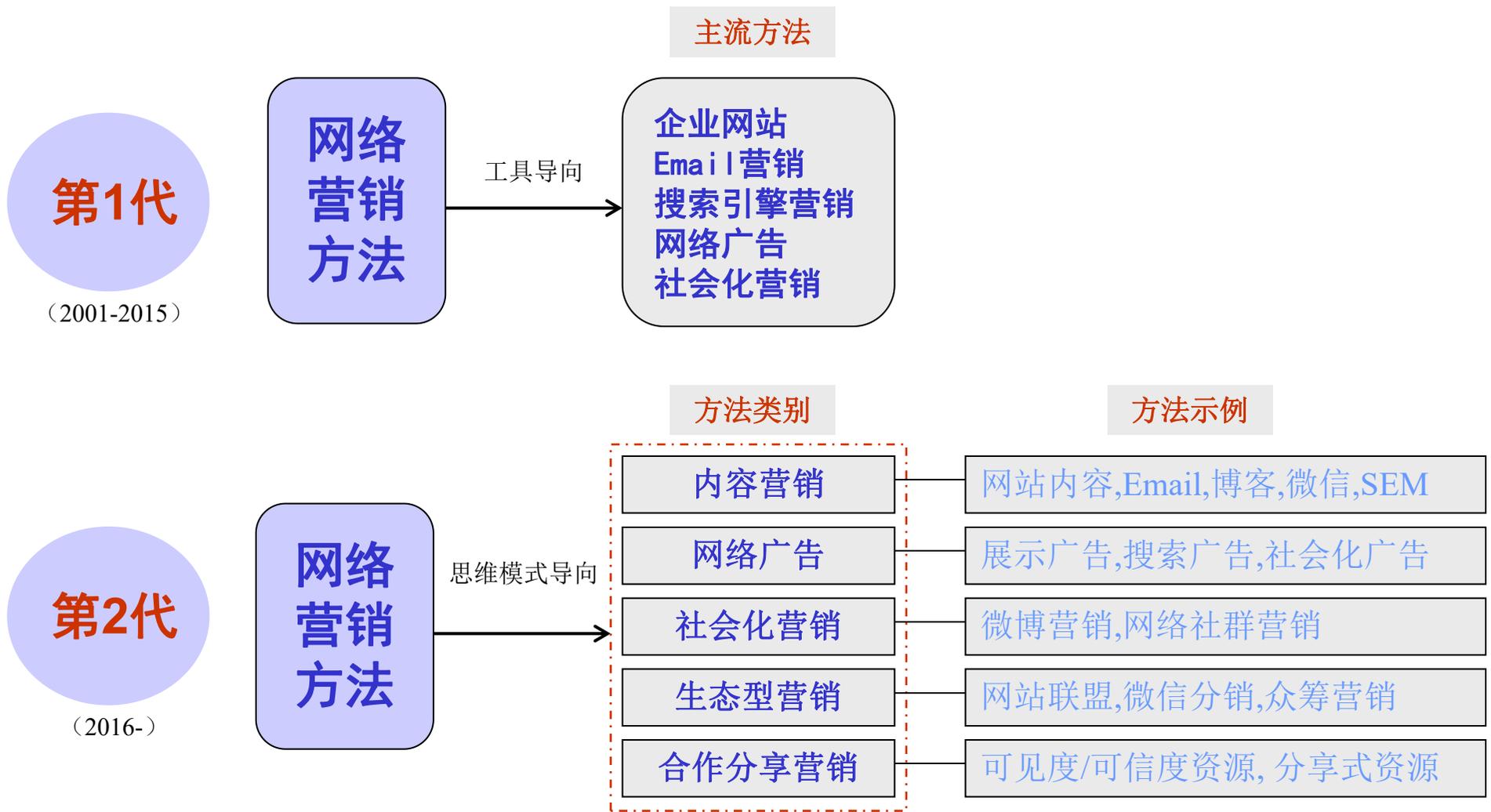
相关专业课程示例

基于能力的网络营销专业知识体系，冯英健，第九届中国网络营销大会，2016年7月29日





# 《网络营销基础与实践》方法体系设计思路

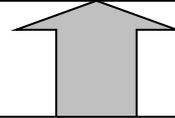


《网络营销基础与实践》内容体系演变，冯英健，第九届中国网络营销大会，2016年7月29日

## 第三部分：网络营销实践与管理

**网络营销职能的实现方法：**网站推广、网络品牌、信息发布、顾客关系与顾客服务、网上销售、网上促销、网上调研等实践应用归纳和综合案例分析

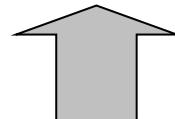
**网络营销管理：**网站运营规范、网站访问统计分析、网络营销资源管理



## 第二部分：网络营销的方法体系

**网络营销工具：**常用网络营销工具和资源的特点及网络营销价值分析

**网络营销方法：**内容营销、网络广告、社会化营销、生态型营销、合作分享式营销



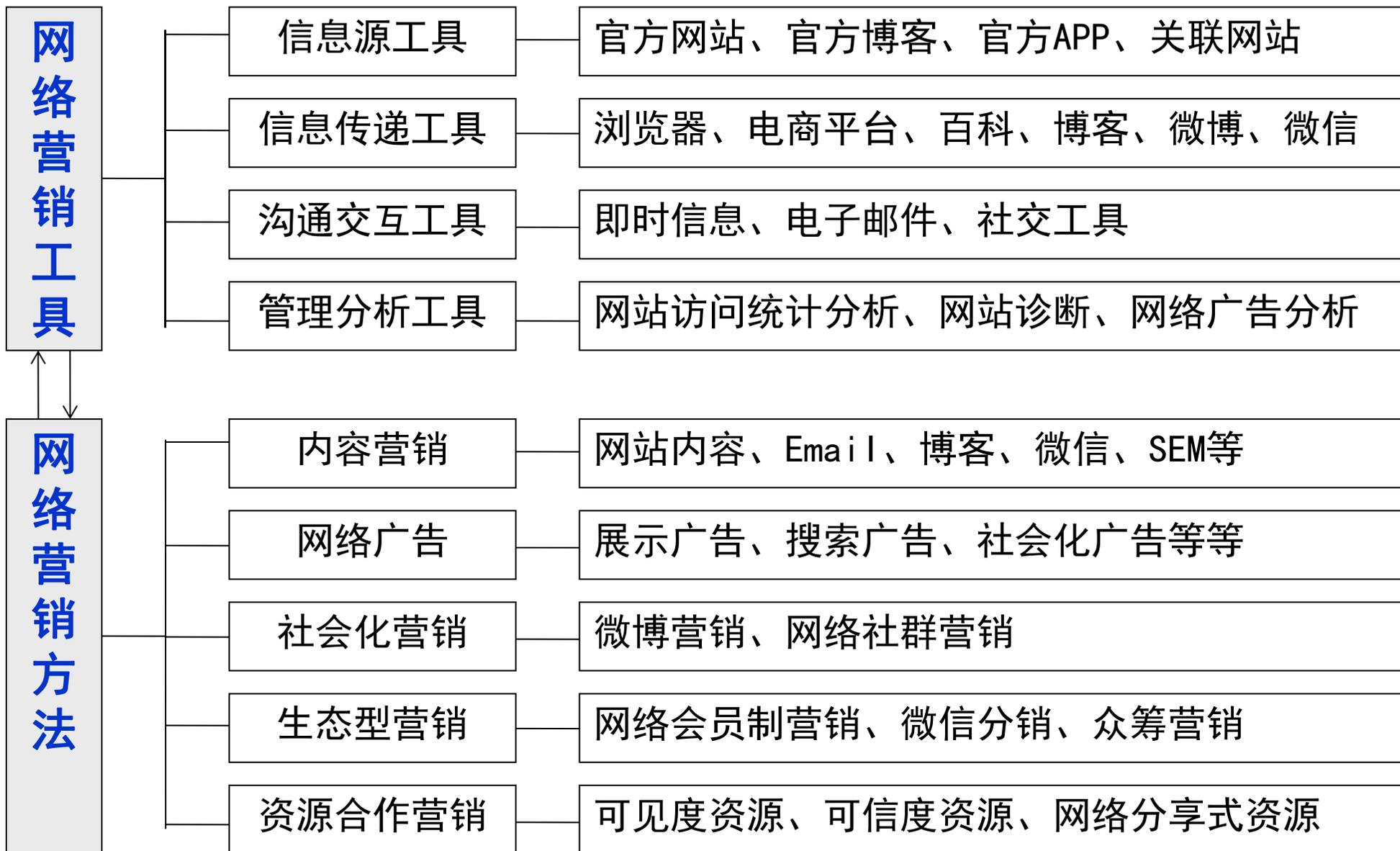
## 第一部分：网络营销的理论基础

**网络营销环境：**网络营销发展阶段分析、网络营销的三次革命及思维模式演变

**网络营销层次：**网络营销的职能、网络营销的信息传递、网络营销的顾客价值

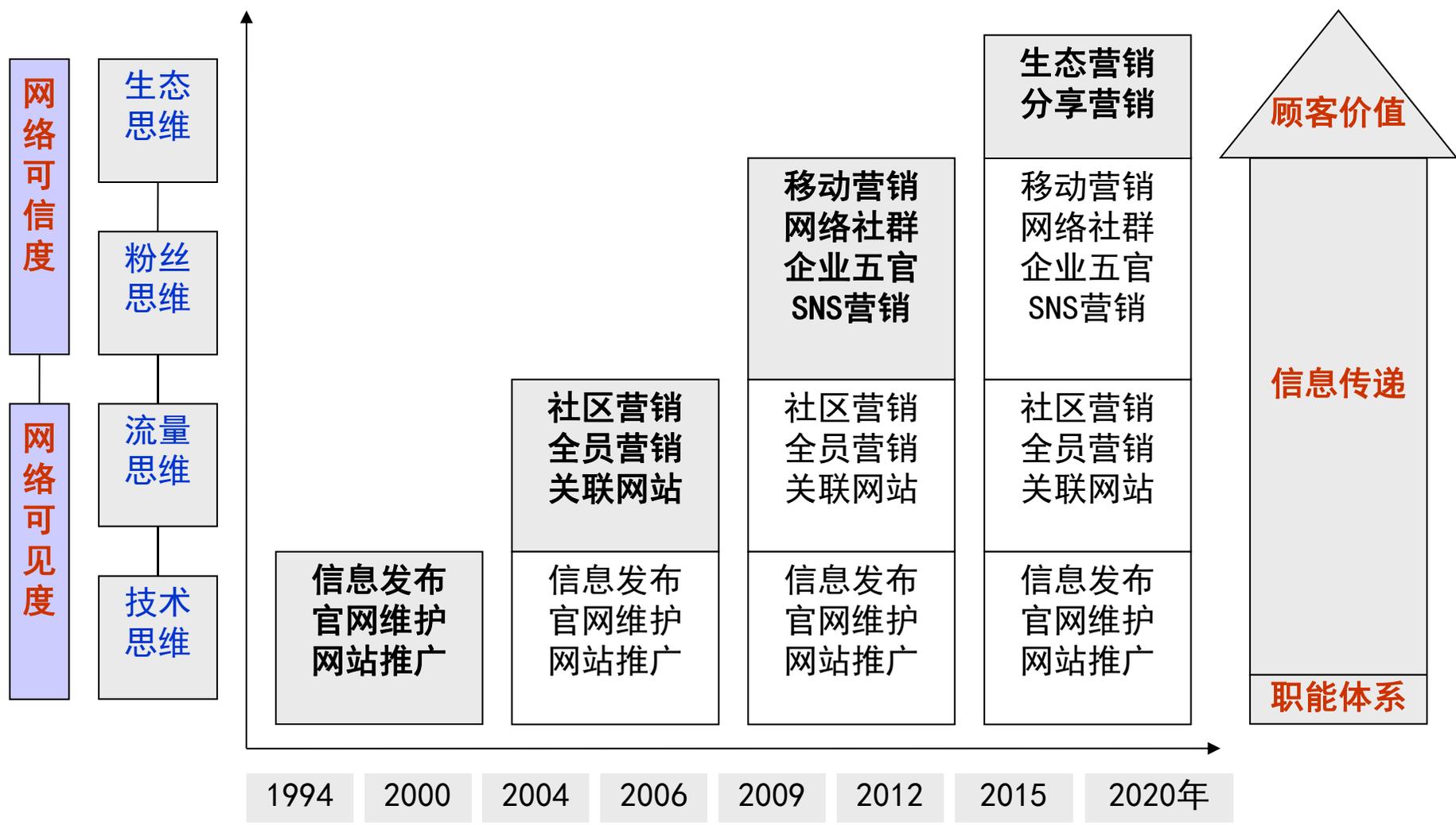
**内容体系设计：**从以工具主导到思维模式主导，网络营销方法体系的五大类别

《网络营销基础与实践》（第5版） 内容体系框架





网络营销管理



一张图说清楚网络营销 《网络营销基础与实践》（第5版）

# 分享与交流：

- **环境变化：**如何体现互联网最新发展
- **章节设计：**章数罗列越多，越不成体系
- **体系发展：**从树木到森林，再到分区（分类）。分类方法是关键
- **内容选择：**保持内容稳定性，如何把握实用性与操作指南的关系
- **案例选择：**一般规律性、可溯源、避免广告嫌疑
- **定位疑问：**到底为谁写书？