

# 《网络营销》教学大纲（课程思政版）

## (Internet Marketing)

课程代号：1A15565

学分：3（理论2；实验1）

总学时数：48

先修课程：计算机网络、电子商务基础与应用

开课对象：电子商务专业学生

### 一、课程的性质、目的与任务

本课程是面向电子商务专业学生开设的一门专业必修课程。

通过本课程的学习，使学生从整体上了解网络营销基础知识体系与发展趋势，熟悉网络营销运作的技术环境，掌握网络营销的常用工具和基本方法体系，培养学生网络营销的实用技能，初步具备企业网络营销运营实施的能力。在**情感领域**，培养学生团队协作精神、健康高尚的职业道德情操，能自觉遵循网络伦理，养成学以致用用的学习习惯，形成用专业技能回馈社会、体现人生价值的学习驱动力。

本课程的任务是讲授网络营销的基础理论、常用方法、组合策略，分析实践应用案例，从专业知识技能培养和课程育人两个方面组织教学。

### 二、课程内容与基本要求

课程的主要内容：包括网络营销概念、特点、常用工具，长尾理论；企业网站营销、搜索引擎营销、许可 Email 营销、网络广告、病毒式营销；WEB2.0 与博客、微博、即时信息、社交网站、网络视频等社会化媒体网络营销；Web3.0 营销；移动网络营销；网络营销 4P 与 4C 策略；网络营销策划等。

课程的基本要求：分为了解、理解或熟悉、掌握三个层次。了解主要是针对课程的有关背景资料、主要事件及历史发展过程，要求能够用对相关问题的简要情况、要点进行概略地描述；理解或熟悉主要是针对课程的基本理论、基本操作，要求能够正确领会其中的基本原理，对基本操作能够在规定的时间内正确完成；掌握是针对网络营销中的重要概念、方法、策略，要求能结合企业网络营销实践需求正确理解，同时要求能够灵活地综合运用。

该课程的特点是实践性比较强，因此要求学生在学习本门课程时要高度重视网络营销的实践，能够充分利用网络优势提高从事商务营销活动的技巧，同时培养高尚的职业道德情操，为适应社会经济发展对网络营销人才的新需求，作好知识、能力、素质、价值观方面的准备。

## （一）理论讲授部分

### 第一章 网络营销概述

#### [教学目的和要求]

通过本章教学，要求学生理解网络营销的概念以及网络营销与电子商务的区别，熟悉网络营销的基本特点，熟悉企业网站、搜索引擎、电子邮件、社会化媒体等网络营销常用工具，了解网络营销环境的构成，为后内容的学习打好基础。

#### [教学内容]

1. 网络营销的概念。包括对网络营销概念的理解要点、网络营销与电子商务的区别，的诞生及其演变、我国网络营销发展概况。
2. 网络营销的基本特点。跨时空、富媒体、交互性、个性化、整合性、高效性、经济性、技术等。
3. 网络营销的常用工具。包括 Web1.0 工具企业网站、搜索引擎、电子邮件，网络广告；Web2.0 工具微博、即时信息、社交网站、网络视频等。
4. 网络营销环境。包括网络营销的构成、网络营销环境的协调策略等。
5. 拓展内容（可选）：网络营销的基本职能，包括网站建设与推广、网络品牌建设、信息发布、销售促进、网上销售、在线顾客服务、网上客户关系的建立与维护、网上市场调研等。

#### [课程思政内容]

1. 教育学生要注意坚持规范的网络营销原则，培养良好的职业道德；
2. 结合网络营销环境协调策略，引导学生培养辩证思维习惯。

#### [教学重点和难点]

- 教学重点：网络营销的基本概念、网络营销的常用工具。
- 教学难点：网络营销环境协调策略的理解。

### 第二章 网络营销基本理论（长尾理论）

#### [教学目的和要求]

通过本章教学，要求熟悉长尾理论的基本含义，理解长尾理论与二八定律的关系；熟悉长尾销售的实现条件及企业类型；掌握利基市场的含义与特征、长尾理论应用策略。

#### [教学内容]

1. 长尾理论的基本思想。
2. 长尾理论与二八定律的关系。
3. 长尾销售的实现条件及企业类型。

4. 利基市场以及长尾理论应用策略。

5. 拓展内容（可选）：网络直复营销理论、网络关系营销理论、网络整合营销理论、网络软营销理论、网络数据库营销理论等。

#### **[课程思政内容]**

1. 结合长尾理论与二八定律的辩证关系，引导学生培养辩证思维意识与能力。
2. 结合长尾理论在利基市场的应用策略，阐明辩证处理问题在实践中的重要意义。

#### **[教学重点和难点]**

教学重点：长尾理论的含义原始含义、长尾理论与二八定律的辩证关系。

教学难点：长尾理论在利基市场的应用策略。

### 第三章 企业网站营销

#### **[教学目的和要求]**

通过本章教学，要求理解企业网站营销、网站可信度的含义；熟悉营销型企业网站的基本构成要素、网站优化的内容与原则、网站易用性与搜索引擎友好性之间的关系；熟悉营销型网站的专业性诊断方法。

#### **[教学内容]**

1. 营销型企业网站的一般构成要素。包括企业网站的结构、网站的内容、网站的功能、网站的服务等。

2. 营销型网站的可信度建设。包括网站可信度建设的影响因素、增加网站可信度的策略、斯坦福大学提出的网站可信性建设十大准则等。

3. 营销型网站的优化与推广方法。包括网站优化的主要内容、原则、目标；网站易用性和搜索引擎友好性的关系；网站推广的常用方法。

4. 营销型网站的专业性诊断。包括网站规划与网站栏目结构、网站内容及网站可信度、网站功能和服务、网站优化及运营评价等方面。

#### **[课程思政内容]**

1. 结合营销型网站的内容、运营等方面的专业性诊断，强调要关注企业是否合规经营。
2. 结合营销型网站的用户导向原则，强调经营企业要有服务大众、回馈社会的情操。

#### **[教学重点和难点]**

教学重点：营销型网站构成的四要素；营销型网站的专业性诊断。

教学难点：营销型网站的专业性诊断。

## 第四章 搜索引擎营销

### [教学目的和要求]

通过本章教学,要求熟悉常用搜索引擎的主要类型和、常用方式、目标层次与一般流程;掌握搜索引擎优化的定义、基本原则,熟悉搜索引擎优化内容;了解搜索引擎营销效果评估方式。

### [教学内容]

1. 搜索引擎的主要类型。包括全文搜索引擎、目录索引搜索引擎、元搜索引擎。
2. 搜索引擎营销的常用方式。主要包括竞价排名、关键词广告、分类目录登录、搜索引擎优化、网页内容定位广告、地址栏搜索广告等。
3. 搜索引擎营销的目标层次与一般流程。
4. 搜索引擎优化。主要包括搜索引擎优化的定义、原则、基本内容,搜索引擎优化作弊行为及后果等。
5. 搜索引擎营销效果评估。包括搜索引擎营销效果的评估方式及注意事项等。

### [课程思政内容]

1. 结合搜索引擎优化作弊行为及后果,告诫学生要诚实做事、诚信做人。
2. 结合搜索引擎营销效果评估,告诫学生要学会全面地看问题,客观地评价自己、客观地评价别人。

### [教学重点和难点]

教学重点:搜索引擎营销的目标层次、常用方式。

教学难点:搜索引擎优化的原则、基本内容。

## 第五章 许可 E-mail 营销

### [教学目的和要求]

通过本章教学,要求理解许可 E-mail 营销的含义与分类、实施条件与一般流程、常用技巧;掌握内部列表与外部列表的基本含义、主要功能和特点;掌握获取 E-mail 地址资源的常用方法;熟悉 E-mail 营销效果的评价指标、影响因素。

### [教学内容]

1. 许可 E-mail 营销的概念。包括许可 E-mail 营销的含义、分类。
2. 许可 E-mail 营销的实施条件。包括开展 E-mail 营销的三个基础条件、E-mail 地址资源的获取方法。
3. 许可 E-mail 营销的实施流程与技巧。

4. 内部列表与外部列表 E-mail 营销。包括外部列表与内部列表的功能和特点比较、常见问题等。

5. 许可 E-mail 营销效果评估。包括 E-mail 营销效果评价指标、有效性分析等。

#### [课程思政内容]

1. 结合许可 E-mail 营销的含义及实施条件，告诫学生要学会尊重别人，决不能为一己之私而损人利己。

2. 结合外部列表与内部列表的适用场景，引导学生做事情要针对性地采用适当的方法，才有可能达成目标，收到事半功倍的效果。

#### [教学重点和难点]

教学重点：E-mail 营销的含义与基本方法、开展 E-mail 营销的基础条件。

教学难点：-Email 营销的基本形式和一般过程。

## 第六章 网络广告基础

#### [教学目的和要求]

通过本章教学，理解网络广告的主要特点，熟悉网络广告的常见类型，掌握网络广告的发布策略和效果评价方法。

#### [教学内容]

1. 网络广告的特点。包括网络广告的基本特征、优势及其局限性。

2. 网络广告的类型。主要包括 Web 站点广告、富媒体广告、植入式广告、电子邮件广告四大类。

3. 网络广告的发布策略。包括平台选择策略、时间选择策略等。

4. 网络广告的效果评价。包括网络广告效果的评价原则、评价指标、常用方法。

#### [课程思政内容]

分享《论语》名句“己所不欲，勿施于人”，告诫学生要学会换位思考，选择广告发布策略时要注意网络礼仪。

#### [教学重点和难点]

教学重点：网络广告的本质特征、网络广告策略

教学难点：网络广告效果评价方法。

## 第七章 病毒式营销

#### [教学目的和要求]

通过本章教学，要求理解病毒式营销的概念，熟悉病毒式营销的主要特点、实施条件、

传播途径；掌握病毒式营销的实施策略与一般步骤。

#### [教学内容]

1. 病毒式营销的含义与特点。
2. 病毒式营销的实施条件与传播途径。
3. 病毒式营销的实施策略与一般步骤。

#### [课程思政内容]

1. 告诫学生实施病毒式营销要善于分享，同时要注意网络礼仪。
2. 培养学生的创新应用能力。

#### [教学重点和难点]

教学重点：病毒式营销概念的理解；实施病毒式营销的方法步骤。

教学难点：病毒式营销实施策略的具体运用。

## 第八章 Web2.0 与社会化媒体营销

#### [教学目的和要求]

通过本章教学，要求熟悉 Web2.0 的基本思想，掌握微博营销、即时信息营销、社交网络营销的应用方法，培养独立分析问题的能力。

#### [教学内容]

1. 微博营销。主要包括微博营销的含义、特点、作用、基本原则，营销微博的写作原则；微博营销的实施策略与技巧。

2. 即时信息营销。主要介绍微信营销，包括微信的传播特征，微信营销的方式、特点、应用策略等。

3. 网络视频营销。主要介绍网络直播营销，包括网络直播营销的特点、市场基础、常见模式、一般流程，以及网络直播营销的相关法律法规。

4. 拓展内容（可选）：博客营销的含义、特征、常用形式，企业营销博客写作原则与技巧；社交网络营销的概念、特点、理论基础、实施方法和技巧；即时信息营销常用工具类型；网络视频营销的主要传播渠道、方式等；Wiki 词条营销、网络软文营销、电子书营销、网络论坛营销等。

#### [课程思政内容]

1. 结合各种社会化媒体营销方法教育学生应注意网络礼仪，引导学生树立社会主义核心价值观。

2. 结合网络直播营销的相关法律法规，告诫学生实施网络视频营销（特别是网络直播

营销), 一定要注意合规, 强化法律意识和法制观念。

#### **[教学重点和难点]**

教学重点: 本章各营销方法的实施策略和技巧。

教学难点: 各种社会化营销方法的实施。

## 第九章 Web3.0 与威客营销

#### **[教学目的和要求]**

通过本章教学, 要求理解 Web3.0 下威客营销的含义、价值, 熟悉威客营销的常见运营机制及其模式特征, 讨论威客营销模式存在的问题。

#### **[教学内容]**

1. 威客营销的含义、价值。

2. 威客营销模式的运营机制及存在的主要问题。

3. 拓展内容(可选): 众包营销的含义、应用类型, 众包与外包的关系; 精准营销的定义、核心思想、实施策略; 嵌入式营销核心理念、主要特征、基本方式; 微件营销的含义、特点、商业价值。

#### **[课程思政内容]**

1. 结合威客营销的含义与价值, 教育学生要学会协作分享, 在帮助别人解决难题的过程中体现自身价值, 也收获快乐。

2. 结合威客营销模式信用机制等方面的问题, 教育学生要注意培养诚实守信的品质, “受人之托, 忠人之事”。

#### **[教学重点和难点]**

教学重点: 威客营销模式的运营机制及存在的主要问题。

教学难点: 威客营销模式的运营机制。

## 第十章 移动网络营销

#### **[教学目的和要求]**

通过本章教学, 要求理解移动营销的含义, 掌握移动营销的基本特征, 了解移动营销的发展历程; 熟悉移动营销的原则、内容和常用方法; 熟悉移动营销的模式和赢利模式。

#### **[教学内容]**

1. 移动营销的定义与特征。

2. 移动营销的基本原则与业务内容。

3. 移动营销的常用方法与参与者。

4. 移动营销的应用模式。包括主要业务模式与盈利模式。

#### [课程思政内容]

结合 5G 技术在中国的发展与应用及其对移动营销产生的影响等问题研讨，激发学生的民族自豪感和不断进取、自强不息的奋斗精神。

#### [教学重点和难点]

教学重点：移动营销的基本原则、业务内容和常用方法。

教学难点：移动营销方法的具体应用。

## 第十一章 网络营销 4P 策略

#### [教学目的和要求]

通过本章教学，要求理解网络产品的含义并掌握其特点，熟悉网络营销产品的类型与开发策略；掌握网络营销价格特点，了解网络营销的定价目标和方法，熟悉其定价策略；理解网络营销渠道的定义，熟悉网络营销渠道的特点、类型、功能；理解网络促销的概念，熟悉网络促销的常用策略和实施流程，了解网络促销效果评价的基本思想与方法。

#### [教学内容]

1. 网络营销产品策略。包括网络产品概念及其生命周期、网络营销的产品类型、网络新产品的开发策略等。
2. 网络营销价格策略。包括网络营销的价格特点以及定价目标、定价方法、定价策略。
3. 网络营销渠道策略。包括网络营销渠道的定义、特点、类型、功能。
4. 网络促销策略。包括网络促销的概念、常用策略、实施流程、效果评价等。

#### [课程思政内容]

结合相关案例研讨，诸如一个成功企业失败的定价案例（如亚马逊的差别定价策略）等内容，逐步培养学生的辩证思维意识和辩证处理营销问题的能力、正确面对挫折的心理承受能力。

#### [教学重点和难点]

教学重点：移动营销服务的原则、内容和常用方法。

教学难点：移动营销服务的实施方法。

## 第十二章 网络营销 4C 策略

#### [教学目的和要求]

通过本章教学，要求理解网络营销 4C 策略的核心理念，熟悉网络消费者的行为特点；了解网络消费者购物成本、卖方成本的构成；了解网络营销 4C 与 4P 策的融合应用策略。



### [教学内容]

1. 网络营销的消费者策略。包括网络营销消费者策略的含义、网络环境下消费者的行为特点、基于消费者行为的网络营销策略等。
2. 网络营销的成本策略。包括消费者购物成本、卖方成本等。
3. 网络营销便利与沟通策略。
4. 网络营销 4C 与 4P 策略的融合应用。

### [课程思政内容]

结合相关案例研讨，如 7 天连锁酒店的 4C 营销策略，培养学生以消费者为中心提供个性化服务的意识，养成尊重顾客、敬业爱岗的良好职业习惯。

### [教学重点和难点]

- 教学重点：移动营销服务的原则、内容和常用方法。
- 教学难点：移动营销服务的实施方法。

## 第十三章 网络营销策划（拓展）

### [教学目的和要求]

通过本章教学，要求熟悉网络营销策划的方法与原则，掌握网络营销策划书的撰写技巧方法。

### [教学内容]

1. 网络营销策划的特点与原则。
2. 网络营销策划的方法。包括点子法、创意法、谋略法、运筹学方法等。
3. 网络营销策划书的编制。网络营销策划书的撰写技巧
4. 网络营销策划方案的实施和绩效评价。包括网络营销策划方案实施的一般步骤和网络营销绩效评价的常用方法。

### [课程思政内容]

结合本章教学内容，通过期末要求学生分小组多人协作完成一份有关企业产品推广或品牌宣传的网络营销运营策划方案，告诫学生要学会善于与人共事，培养学生的团队协作精神、解决复杂问题的综合能力和高级思维。

### [教学重点和难点]

- 教学重点：网络营销策划的方法与原则，网络营销策划书的撰写技巧。
- 教学难点：网络营销效果评价指标的确定。

## 第十四章 典型行业网络营销综合应用实践

## [教学目的和要求]

通过本章教学,要求熟悉网络营销在旅游、食品等行业综合应用的特点和具体实施方法。

## [教学内容]

1. 旅游网络营销。包括国内主要旅游网站及旅游产品进行网络营销的优势,中青旅开展网络营销的基础、策略、方法及效果,郑州方特主题公园应用微信营销的策略、所解决的问题及其营销效果等。

2. 食品网络营销。包括“南国食品”的主要营销方法和策略,“农批宝”以消费者需求为导向实施4P营销策略的具体做法和效果等。

3. 拓展内容(可选):物流服务业网络营销案例——锦程国际物流;金融保险业网络营销案例——中国人寿;汽车制造业网络营销案例——大众汽车;家用电器制造业网络营销案例——海尔集团。

## [课程思政内容]

结合网络营销在一些行业综合应用案例的研讨,激发学生运用所学网络营销知识回馈社会,为发展家乡经济、振兴民族产业贡献力量的家国情怀。

## [教学重点和难点]

教学重点:网络营销在不同行业综合应用的方法策略。

教学难点:网络营销在行业应用效果的评价。

## (二) 实验、实习部分

本课程开设4个实验,需要在真实网络环境或相应的模拟实验教学软件环境中进行。在课时安排上,建议理论课的教学进度要稍稍先于实验课的教学进行。

实验一:常用网络营销工具及其信息传递特征认识实验

实验二:网站的搜索引擎友好性分析实验

实验三:许可E-mail营销实验

实验四:网上市场调查

### 实验一 常用网络营销工具及其信息传递特征认识实验

1. 实验类别:(基础、专业基础、专业)

专业基础

2. 实验目的:

了解用户通过企业网站、搜索引擎、电子邮件等常用网络营销工具获取商品/服务信息的特征,认识各网络营销工具的作用及其信息传递的特点。

### 3. 实验主要内容:

(1) 从备选商品/服务名称中选择一种, 假设你希望购买这种产品/服务, 或者希望了解更多相关信息;

(2) 利用该关键词分别在 3—5 个常用搜索引擎进行检索, 观察检索结果第一页的信息差异情况;

(3) 从检索结果中选择一个你感兴趣的网页, 点击进入该网站;

(4) 对比该网页在搜索引擎检索结果中的信息, 是否可以在网站上立即发现这些相关信息更为详细的内容, 并对所得结果的原因进行分析。

### 4. 实验类型: (演示、验证、操作、排故、综合、设计、研究)

操作

### 5. 实验要求: 必修

### 6. 主要仪器: 微型计算机、网络设备、投影仪; 真实网络环境

## 实验二 网站的搜索引擎友好性分析实验

### 1. 实验类别: (基础、专业基础、专业)

专业基础

### 2. 实验目的:

认识和了解搜索引擎营销对网络营销信息传递的作用, 通过对部分选定网站的搜索引擎进行友好性分析, 深入研究网站建设的专业性对搜索引擎营销的影响, 对于发现的问题, 提出相应的改进建议。

### 3. 实验主要内容:

(1) 选定一个企业网站;

(2) 浏览该网站并确认最相关的 2 个核心关键词 (比如主要产品名称、所在行业等);

(3) 用每个关键词分别在两个搜索引擎 (如百度和 360 搜索) 进行检索, 了解该网站在搜索结果中的表现, 如排名、网页标题和摘要信息内容等, 同时记录同一关键词检索结果中与被选企业同行的其他竞争者的排名和摘要信息情况;

(4) 根据有关信息分析被调查网站的搜索引擎友好性。

### 4. 实验类型: (演示、验证、操作、排故、综合、设计、研究)

演示、操作

### 5. 实验要求: (必修、选修)

必修

6. 主要仪器：微型计算机、网络设备、投影仪

### 实验三 许可 E-mail 营销方法及管理

1. 实验类别：（基础、专业基础、专业）

专业基础

2. 实验目的：

认识许可 E-mail 营销的实际实施过程，正确理解许可营销的思想和方法，重点熟悉邮件列表营销的实现方法和后台管理功能。

3. 实验主要内容：

通过创建一个邮件列表营销活动的完整流程，包括邮件订阅方法、订阅用户管理、邮件发送过程、已发送邮件的管理等。主要步骤如下：

- （1）许可邮件订阅
- （2）邮件列表后台用户管理
- （3）邮件列表内容设计与发送
- （4）群发邮件内容
- （5）邮件列表档案文件的管理

4. 实验类型：（演示、验证、操作、排故、综合、设计、研究）

操作

5. 实验要求：（必修、选修）

必修

6. 主要仪器：微型计算机、网络设备、投影仪；模拟实验教学软件环境。

### 实验四 网上市场调查

1. 实验类别：（基础、专业基础、专业）

专业基础

2. 实验目的：

掌握网上市场调研的一般方法，主要包括在线调查问卷设计和后台发布管理、调查数据分析等，重点掌握调查问卷问题及其选项设计的一般原则，深入理解“预期结果导向法”调查问卷设计的基本思想。

3. 实验主要内容：

- （1）选择/确定在线调研主题；
- （2）设计在线调查问卷；

- (3) 选择平台发布调查问卷；
- (4) 分析调查结果并完成调查报告。
4. 实验类型：(演示、验证、操作、排故、综合、设计、研究)
- 综合
5. 实验要求：(必修、选修)
- 必修
6. 主要仪器： 微型计算机、网络设备、投影仪

### 三、学时分配

章节	教学内容	理论 课时	实验 课时	习题课时 (课外)	讨论课时 (课外)
第一章	网络营销概述	2		0.5	
第二章	长尾理论	2		0.5	
第三章	企业网络营销	3	4	2	2
第四章	搜索引擎营销	3	4	0.5	
第五章	许可 E-mail 营销	2	4	0.5	
第六章	网络广告基础	2		0.5	
第七章	病毒式营销	2		0.5	
第八章	Web2.0 与社会化网络营销	4		2	2
第九章	Web3.0 与威客营销	2		0.5	
第十章	移动营销	2		0.5	2
第十一章	网络营销 4P 策略	2		1	
第十二章	网络营销 4C 策略	2		1	
第十三章	网络营销策划	2	4	2	2
第十四章	典型行业网络营销综合应用实践	2			
合 计		32	16	12	8

### 四、大纲说明

#### (一) 作业量和对自学的要求

1. 网络营销课程是与实践结合十分密切的课程，同时也是发展变化很快的课程，除了课堂上的教学活动以外，应该引导学生多接触网络营销的实际操作。因此，适当增加一些实

习和认识作业是必要的。

2. 大纲中的“拓展内容”，作为本课程的“高阶要求”，是可选内容。

3. 上课前布置预习任务，每个实验项目要求学生提交一份书面实验报告。

## （二）课程考核方式与要求

为加强学生自主学习能力和学术研究能力的培养，调动和激发学生线上线下学习的积极性、主动性，形成良好的学习习惯和严谨的学术态度，强化过程性评价和学习成果评价的激励效应，本课程学习实行多元化评价。具体要求如下：

1. 本课程成绩由线上自主学习成绩、线下过程性评价成绩、在线考试、综合作业四个部分组成，各项成绩占比由任课教师根据具体情况自行设定。

（1）线上自主学习成绩=视频观看+学习笔记+单元测试+在线作业+发帖回帖

（2）线下过程性成绩=课程实验报告+课堂考勤及参与研讨互动

（3）课程总评成绩=线上自主学习成绩+线下过程性评价成绩+在线考试成绩+线下综合作业成绩

2. 课程考试形式：在线考试（开卷）+综合作业

网络营销课程考试题目要全面符合大纲要求，同时要做到体现重点，难度适中，题量适度，难度与题量应按教学要求来安排；综合作业要求小组协作完成一份企业网络营销运营策划书。

## （三）推荐使用教材

《网络营销方法策略与实践》，陈晴光编著，浙江大学出版社，2021年10月。

## （四）主要参考书

（1）《网络营销服务及案例分析》，陈晴光编著，北京大学出版社，2016年1月。

（2）《网络营销（第7版）》，[美]朱迪·斯特劳斯、雷蒙德·弗罗斯特著，时启亮、陈育君译，中国人民大学出版社，2017年4月。

（3）《社会化媒体营销（原书第3版）》，[美]特蕾西·L. 塔腾、迈克尔·R. 所罗门著，戴鑫、严晨峰译，机械工业出版社，2020年1月。

（4）《人人都能做主播——网络直播、视频营销与推广一本通》，李梅编著，清华大学出版社，2020年8月。

编写人：陈晴光

2021年10月修订