

课堂设计方案

所属课程	网络营销	学时	2		
主题	搜索引擎营销				
教学目标	<p>知识目标：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、掌握 SEO 与 SEM 的区别和联系 2、了解搜索推广展现位置 3、认识搜索推广排名靠前的两个决定因素 4、熟悉百度推广的具体流程 <p>能力目标：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、能够写作网站 meta 标签 2、能够计算出搜索推广实际点击价格 3、能够创建企业推广账户 4、能够制作搜索推广创意 				
教学重点	掌握 SEO 与 SEM 的区别和联系，认识搜索推广排名靠前的两个决定因素				
教学难点	掌握 SEO 与 SEM 的区别和联系，认识搜索推广排名靠前的两个决定因素				
教学方法	讲授法，实训法				
教学道具	多媒体				
教学过程设计	教学内容（包括时间分配、教学环节、教师活动、学生活动）				
	步骤	教学内容	方法手段	学生活动	时间分配
	课程导入	案例导入，	教师操作	学生参与	5 分钟

		身边的搜索引擎营销	演示	讨论, 分析	
	提出学习任务	1、什么是搜索引擎 2、搜索引擎的工作原理 3、SEO 和 SEM 的概念与实例 4、SEO 与 SEM 的区别	教师操作 演示	明确学习目标	35 分钟
	实施完成任务	实例讲解 如何抓取免费的搜索流量	教师操作 演示	学生学习知识和技能	15 分钟
	能力训练	完成课堂作业 :你认为如何使	巡视、答疑	学生思考做答	20 分钟

		用搜索引擎营销推广你的网店商品			
	教师检查	能力训练项目的数量、质量情况	作业批改	优秀作业展示	5分钟