

上海市高等教育自学考试
市场营销专业（专升本）（120202）
网络营销与策划-实践课（00909）
自学考试大纲

上海财经大学高等教育自学考试办公室编

上海市高等教育自学考试委员会组编

2026 年

《网络营销与策划（实践）》是市场营销（专升本）专业教学和考试计划中，专业核心课中的一门实践类课程；是培养自考生理论联系实际，综合应用所学的市场营销专业知识解决网络营销实践中实际问题的重要教学环节。为确保“网络营销与策划”教学和考试大纲的顺利实施及市场营销专业人才培养目标的实现，根据自学考试市场营销（专升本）专业教学计划，制定本考核大纲。

I、考试目标和要求

一、考试的目的

“网络营销与策划”是市场营销学的一个重要分支领域，是市场营销理论在网络时代的运用，也是对市场营销理论和实践的完善和发展。本考试课程要求自考生在理解并掌握网络营销基本概念、网络营销环境分析、网络营销战略规划、网络市场调查、网络营销组合策略、网络营销方法、网络环境下的客户关系管理、网络营销效果评价、大数据环境下的网络营销变革等概念和方法的基础上，灵活运用上述网络营销基础理论知识和专业技能、结合应用场景对具体的网络营销问题进行综合分析，考核和衡量自考生理论联系实际，制定并提出网络营销策划框架和方案的能力。

自考考生将网络营销与策划的学科理论应用于企业和社会实际，需要熟练掌握：

1、网络营销策略体系的搭建：基于目标用户、产品属性制定定价策略、渠道组合策略等。

2、网络营销渠道运营和优化：研究各类平台的算法逻辑、流量获取方式及效果归因等。

3、网络营销内容与创意策划：聚焦引流型、转化型内容创作，结合用户旅程设计传播创意等。

4、具备数据驱动决策的能力：善于运用核心指标监测、用户行为分析、及基于数据的策略迭代等。

5、网络营销方案实施与执行，风险控制与监察。

6、网络营销策划报告的框架设计、撰写与表达形式及能力。

二、考试的要求

1. 内容要求：由自考生自主选择一个企业，或一个品牌，或一个网络平台，为企业/品牌/平台撰写一份网络营销策划书。策划书需要具备完整性、创意性、可操作性。策划书内容应该包括：封面、目录、摘要、环境分析、策划目标、策划方案、方案实施、保障措施等等，实施方案要具体。题目自己拟定，正文字数不少于 5000 字。

2. 格式要求：一级标题三号字黑体、二级标题小三号字黑体、三级标题四号字宋体。正文宋体、小四号字、1.5 倍行距。

3. 提交要求：**打印及装订要求：策划书完成以后，A4 纸单面打印两份，封面详见附件 1，装订成册，邮寄上交。（或提交电子版格式，邮箱：？）**

三、考核知识点和相关课程

1、考核知识点：网络营销策划前置：诊断与目标等；网络营销策划核心策略：产品与价格、渠道与流量、内容与创意等；网络营销执行框架设计：团队、时间、预算等；数据驱动与核心指标设计；网络营销策划书框架设计和研究报告完整内容。

2、参考书目：全国高等教育自学考试指导委员会组编. 秦良娟 主编，网络营销与策划 [M]. 北京：中国人民大学出版社, 2018.

3、相关课程：《市场营销学》；《网络营销》；《市场营销策划》等。

II、考试方式和方法

一、考试方式

在规定的时间内，自考考生提出网络营销策划选题；实施网络营销优化方案策划与设计；完成撰写和提交网络营销策划方案的完整报告。

二、考试方法

自考考生自主提出和报告网络营销策划的主题和策划方案整体框架；主考学

校和主考教师审核通过；自考考生自主实际操作完成网络营销策划研究过程；撰写和提交网络营销策划研究报告；最后，评价网络营销策划方案的完成情况，以及评介完整的网络营销策划报告节点完成过程，确定成绩。

III、考试内容和范围

一份完整网络营销策划书的核心构成：

一、核心基础内容

- 1、市场与受众分析：行业趋势分析；营销策略拆解；目标受众画像；
- 2、营销目标设定；
- 3、核心策略定位。

二、执行落地内容

- 1、内容营销规划；
- 2、渠道运营方案；
- 3、活动策划细节；
- 4、预算与人员配备。

三、效果预测

- 1、数据监测指标；
- 2、优化调整机制。

四、策划书的要素构成

- 1、核心定义；
- 2、主要观点；
- 3、关键指标；
- 4、定量数据及来源；
- 5、具体示图及说明。

附件 1

网络营销与策划（实践）策划书封面

所属市地：××

年 月 日

专 业	×××	姓 名	×××	联系电话	××
准考证号	×××				
通讯地址	××			邮 编	××
策划题目	××				
考核评语	<p>不需填写，正式打印时请留白</p> <p>指导教师签名：</p> <p>年 月 日</p>				
考核成绩					
<p>主考院校签章</p> <p>年 月 日</p>					