

传智播客
《搜索引擎营销》
(SEO 优化+SEM 竞价)
教学设计

课程名称：搜索引擎营销推广

授课年级：2017 年级

授课学期：2017 学年第一学期

教师姓名：某某老师

2017 年 11 月 15 日

课题名称	第9章 竞价账户搭建与推广流程	计划课时	4课时
内容分析	本章作为竞价推广内容重点,由快速开通竞价账户、认识竞价账户结构、竞价推广基本流程及百度竞价账户常用工具四部分组成,旨在引导读者学习竞价推广账户实操技术,掌握百度竞价推广基本流程及百度推广账户常用工具。其中,快速开通竞价账户部分,向学生简要介绍如何开通当下三大主要推广平台等知识。重点以认识竞价账户结构和竞价推广基本流程为核心,详细讲解百度推广账户的基本结构以及竞价推广的基本流程。使学生了解竞价账户结构,学会搭建账户和使用百度推广常用工具。		
教学目标	1、了解不同平台竞价账户的开户流程 2、熟悉账户结构和不同类型账户的划分方法 3、掌握健康账户的基本结构 4、掌握竞价推广的基本流程 5、掌握百度竞价账户常用工具使用方法		
重点及措施	教学重点: 竞价账户结构概述、不同类型的账户划分、竞价推广基本流程 措施: 通过加强基础知识的理解和相关案例讲解进行巩固。		
难点及措施	教学难点: 竞价推广基本流程 措施: 通过加强基础的理解和相关案例讲解进行巩固。		
教学方式	教学采用教师课堂讲授为主,使用教学PPT讲解。		
教学过程	<p style="text-align: center;">第一课时 (快速开通竞价账户)</p> <p>✚ 本课时内容学习</p> <p>✧ 分组讨论</p> <p>对新课进行讲解前,先让学生分组讨论以下问题:</p> <p>1、竞价推广排名的原理是什么?</p> <p>2、影响竞价广告排名的因素有哪些?</p> <p>请小组代表对以上问题发表见解。</p> <p>教师对上述问题进行解释:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 竞价推广排名,就是网站付费推广后网民搜索结果页中展现的排名位置。竞价推广是一种按点击付费的广告服务,企业广告排名的位置主要由企业主设置的每次点击广告价格及账户的权重或质量度决定。以百度推广为例,百度推广排名位置主要由百度综合排名指数决定。百度综合排名指数的计算公式是:百度综合排名指数(CRI)=关键词质量度×出价(竞价价格)从上面的计算公式可以得知,影响排名的主要因素是关键词质量度和出价。 ● 影响竞价广告的排名的主要因素为关键词质量度和出价。 <p>✧ 知识点讲解</p>		

➤ 讲解“快速开通竞价账户”

- (1)、教师首先讲解企业开通竞价账户的基本流程，并结合百度推广账户实际操作讲解开通百度推广账户需要准备的资料和开户流程。
- (3)、教师展示 PPT，向学生介绍开通国内三大主要搜索引擎平台账户的费用。
- (3)、教师展示 PPT，向学生介绍各大竞价推广平台账户的登录地址。

◇ 阶段小结

➤ 小结

重点：开户流程、开户费用

➤ 答疑

教师询问学生对于知识点还有什么不理解的地方。针对学生不理解的知识给与解释。

◇ 巩固练习

➤ 巩固本课时知识点

学完本课时后，带领学生对开通竞价推广账户知识进行回顾。以此使学生掌握如何开通竞价推广账户。

➤ 通过“补充案例”加强学习

教师分发测试题目及案例素材给学生，对于掌握较好的同学，可以通过补充案例对相关知识点进行巩固。

第二课时

(认识竞价账户结构)

✚ 复习上节课内容

在讲解本节内容前，抛出以下问题让学生回答，以复习上节课内容。

- 1、通过上节课的学习，我们已经知道如何开通竞价推广账户，那么开通竞价账户时需要准备哪些资料？在各个平台开通账户的费用是多少？

答案：

- 一般来说，开通推广账户需要准备的资料包括企业营业执照、ICP 备案及行业相关资质等。当然，具体要求还需要咨询推广平台的营销顾问。
- 目前，国内三大主要推广平台百度、360 搜索以及搜狗对于首次开通的推广账户。不过，三大推广平台对于开户预付的数额以及相关服务费收取标准却不一样，具体介绍如下。
 - 1) 百度推广采取预付费制度，首次开通的推广账户需要缴纳 5600 元，其中包括预存推广费用 5000 元，服务费 600 元。
 - 2) 360 搜索对于首次开通的账户需要缴纳 4600 元，其中 4000 元作为 360 搜索广告费用预存到推广账户，600 元为服务费。
 - 3) 企业首次开通搜狗账户缴纳的费用同百度推广账户缴纳的费用相同，都是 5600 元，其中 5000 元作为推广费用直接划入推广账户，600 元为服务费。

说明：教师可根据学生对上述问题的回答情况，对以上问题进行简单讲解或直接进入本课时新内容的学习。

✚ 本课时内容学习

◇ 分组讨论

新课讲解前，先让学生**分组讨论**以下问题：

通过上节课的学习，我们已经学会如何在各大推广平台开通竞价账户。

那么，接下来进一步学习下竞价推广账户的基本结构，搭建账户有什么作用？

请**小组代表**对以上问题**发表见解**。

教师对上述问题进行**解释**：

账户结构是指企业为达到最好的推广效果，将关键词和创意等按照搜索引擎推广账户的规则进行归纳整理，从而形成的有序结构。以百度竞价账户为例，百度推广账户结构可以分为4个层级，分别是账户、推广计划、推广单元、关键词/创意，不同的层级具有不同的功能和作用。合理的搭建账户结构对于企业开展竞价推广有着重要的作用。

- 1) 便于设定预算
- 2) 便于查看账户数据报告
- 3) 便于管理关键词出价
- 4) 便于针对关键词撰写创意

◇ 知识点讲解

➤ 讲解“认识竞价账户结构”

- (1)、教师结合 PPT，向学生讲解竞价账户结构基础知识。
- (2)、教师结合 PPT，向学生讲解针对不同企业如何划分账户。
- (3)、教师结合 PPT，向学生讲解搭建竞价账户结构有哪些作用。
- (4)、教师结合 PPT，向学生讲解什么样的账户结构才是健康的账户结构。

构。

◇ 阶段小结

➤ 小结

重点：不同类型账户的划分

➤ 答疑

教师询问学生对于知识点还有什么不理解的地方。针对学生不理解的知识给与解释。

◇ 巩固练习

➤ 巩固本课时知识点

学完本课时学生应熟悉百度推广竞价账户的基本结构，学会针对不同企业划分账户，了解健康账户的基本结构。

➤ 通过“补充案例”加强学习

教师分发测试题目及案例素材给学生，对于掌握较好的同学，可以通过补充案例对相关知识点进行巩固。

第三课时

(竞价推广基本流程)

✚ 复习上节课内容

在讲解本节内容前，**抛出**以下**问题**让学生回答，以**复习上节课内容**。

- 1、**通过上节课的学习，同学们了解了竞价账户的基本结构及如何划分**

不同类型的账户，那么请同学们温习下什么样的账户才是健康的账户结构？

答案：

- 通常来说，健康的账户在结构上符合以下数量比例。
 - 1) 每个账户内推广计划不少于 2 个；
 - 2) 每个推广单元内关键词不超过 30 个；
 - 3) 每个推广单元内至少有 2 条与关键词相关的创意。

说明：教师可根据学生对上述问题的回答情况，对以上问题进行简单讲解或直接进入本课时新内容的学习。

✚ 本课时内容学习

◇ 分组讨论

新课讲解前，先让学生**分组讨论**以下问题：

通过上节课的学习，我们已经熟悉了推广账户的基本结构。那么，接下来深入了解下竞价广告是如何投放的，广告的投放流程是什么？

请**小组代表**对以上问题**发表见解**。

教师对上述问题进行**解释**：

竞价推广作为企业开展搜索营销的重要方式，具有系统性。一个完整的竞价推广流程大致可以分为三个阶段，即物料准备阶段、账户搭建阶段、账户推广阶段。

◇ 知识点讲解

➤ 讲解“竞价推广排名原理解析”

- (1)、教师通过展示 PPT，向学生讲解竞价广告投放的第一阶段——物料准备阶段的相关内容。
- (2)、教师通过展示 PPT，向学生讲解竞价广告投放的第二阶段——账户搭建阶段的相关内容。
- (3)、教师通过展示 PPT，向学生讲解竞价广告投放的第三阶段——账户推广阶段的相关内容。

◇ 阶段小结

➤ 小结

重点：账户搭建阶段、账户推广阶段

➤ 答疑

教师询问学生对于知识点还有什么不理解的地方。针对学生不理解的知识给与解释。

◇ 巩固练习

➤ 巩固本课时知识点


学完本课时学生应掌握竞价推广的基本流程以及各个阶段的主要工作内容和重点工作。

➤ 通过“补充案例”加强学习

教师分发测试题目及案例素材给学生，对于掌握较好的同学，可以通过补充案例对相关知识点进行巩固。

第四课时

(百度竞价账户常用工具)

 复习上节课内容


在讲解本节内容前，**抛出**以下**问题**让学生回答，以**复习上节课内容**。

1、**通过上节课的学习，同学们了解了竞价推广的基本流程，那么请同学们竞价广告投放活动分哪几个阶段，每个阶段的主要工作是什么？**

答案：

- 一个完整的竞价推广流程大致可以分三个阶段，即物料准备阶段、账户搭建阶段以及账户推广阶段。每个阶段的工作内容和侧重点各不相同。
 - 1) 物料搜集阶段的主要工作是搜集关键词、创意以及 URL；
 - 2) 账户搭建阶段的主要工作是创建推广计划、推广单元、添加关键词和设置其他方面等；
 - 3) 账户推广阶段的主要工作为推广效果评估、数据报告解读与分析、账户推广优化。

说明：教师可根据学生对上述问题的回答情况，对以上问题进行简单讲解或直接进入本课时新内容的学习。

 本课时内容学习

◇ 分组讨论

新课讲解前，先让学生**分组讨论**以下**问题**：

通过上节课的学习，我们已经学会了如何开展竞价广告投放管理。那么，接下来深入了解下在管理竞价广告账户时有哪些技巧或工具方便推广人员管理账户？

请**小组代表**对以上问题**发表见解**。

教师对上述问题进行**解释**：

这里还是以百度竞价推广账户为例，为了更好的满足企业主推广需求，百度推广平台开发了许多实用工具，方便推广人员管理操作账户。主要有数据报告、搜索词报告、竞争对手分析、商盾、百度商桥以及离线宝。

◇ 知识点讲解

➤ 讲解“百度竞价账户常用工具”

- (1)、教师通过展示 PPT，向学生讲解百度竞价账户数据报告工具的相关内容。
- (2)、教师通过展示 PPT，向学生讲解百度竞价账户搜索词报告的相关内容。
- (3)、教师通过展示 PPT，向学生讲解百度竞价账户竞争对手分析工具的相关内容。
- (4)、教师通过展示 PPT，向学生讲解百度竞价账户商盾工具的相关内容。
- (5)、教师通过展示 PPT，向学生讲解百度竞价账户商桥工具的相关内容。

	<p>(6)、教师通过展示 PPT，向学生讲解百度竞价账户离线宝工具的相关内容。</p> <p>◇ 阶段小结</p> <ul style="list-style-type: none">➤ 小结 重点：搜索词报告、商盾、百度商桥➤ 答疑 教师询问学生对于知识点还有什么不理解的地方。针对学生不理解的知识点给与解释。 <p>◇ 巩固练习</p> <ul style="list-style-type: none">➤ 巩固本课时知识点 学完本课时学生应掌握百度竞价账户常用工具的使用方法。➤ 通过“补充案例”加强学习 教师分发测试题目及案例素材给学生，对于掌握较好的同学，可以通过补充案例对相关知识点进行巩固。
教学 后 记	