**【全媒体营销】**

SJQU-QR-JW-033（A0）

**【**Omnimedia Marketing **】**

一、基本信息

**课程代码：【**2030196**】**

**课程学分：**【 2 】

**面向专业：**【广告学、新闻学、传播学、秘书学】

**课程性质：**【专业选修课】

**课程类型：**【理论实践教学课】

**开课院系：**新闻传播学院

**使用教材：**自编教材。

辅助教材：

【《新媒体营销案例分析 模式、平台与行业应用》张向南编著 人民邮电出版社 2017.11】【《全营销：聚焦三大媒体营销正能量》（美）Lon safko著王权等译电子工业出版社 2013.6】

【《数字营销——世界最成功的25个数字营销活动》（爱尔兰）Damian Ryan Calvin Jones著派力译企业管理出版社2012.7】

【《社会化媒体时代的口碑营销》亚历克斯•戈德费恩,林小夕,赵金慧著 企业管理出版社 2013.5】

**课程网站网址：**

超星平台网址：https://mooc1.chaoxing.com/course/99313134.html

二、课程简介

全媒体营销是新闻学、广告学、传播学、秘书学本科专业选修课程。本课程主要讲授媒体营销理论、媒体营销工具及策略。通过本课程的案例教学及项目实践，学生能够掌握媒体营销的一些基本知识；并能在相关营销策略的指引下，进行项目的全媒体营销策划书的撰写工作，使其适合线上线下生活的整体营销推广；同时完成提案等相关工作。

本课程以个案教学法和项目教学法相结合的方式，通过个案研究和项目模拟，促使学生灵活地运用相关媒介，进行相关营销策划。不仅培养学生的媒体组合能力、营销策划能力，更要培养学生的媒体素养和社会责任；为相关专业其他课程学习打下坚实的专业基础。

三、选课建议

适合新闻学、广告学、传播学、秘书学专业学生学习。建议课程排课时，需要单科独进四节课连上，方便案例讨论及作业展示。

四、课程与专业毕业要求的关联性

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| L011 | LO111 | 倾听广告客户的需求和诉求点。 |  |
| LO112 | 能够熟练的阐述广告方案的意图，亮点,及时调整方案的陈述。 |  |
| L021 | LO211 | 学习和借鉴广告大师和成功案例为创意策划提供素材。 |  |
| LO212 | 对新型广告创作应用技术进行延展学习和应用。 |  |
| L031 | L0311 | 能够进行广告创意联想。 |  |
| L0312 | 具备广告文案创意、口号创意和图形创意的能力。 |  |
| L032 | L0321 | 具有进行广告发布、推广活动策划能力。 |  |
| L0322 | 熟悉活动的组织流程，具有活动的相关执行技术和能力。 |  |
| L033 | LO331 | 能进行广告文案、口号的写作。 |  |
| LO332 | 能进行各类维度的广告作品设计。 |  |
| LO333 | 能根据客户的反馈对广告文案和设计作品进行有效的修改。 |  |
| L034 | LO341 | 能够将广告设计方案转化为广告执行方案 |  |
| LO342 | 熟悉各类广告制作工艺和材料。 |  |
| LO342 | 具备广告现场执行的监理能力，沟通能力，协调能力。 |  |
| L035 | L0351 | 具备广告客户、业务开发和维护能力。 |  |
| L0352 | 具有广告消费行为、营销、广告客户心理等方面的基础知识。 |  |
| L0353 | 具备良好的品牌开发、传播的能力。 |  |
| L041 | LO411 | 遵纪守法：遵守校纪校规，具备法律意识。 |  |
| LO412 | 诚实守信：为人诚实，信守承诺，尽职尽责。 |  |
| LO413 | 爱岗敬业：了解与专业相关的法律法规，在学习和社会实践中遵守职业规范，具备职业道德操守。 |  |
| LO414 | 心理健康，能承受学习和生活中的压力。 |  |
| L051 | LO511 | 在集体活动中能主动担任自己的角色，与其他成员密切合作，共同完成任务。 |  |
| LO512 | 有质疑精神，能有逻辑的分析与批判。 |  |
| LO513 | 能用创新的方法或者多种方法解决复杂问题或真实问题。 |  |
| LO514 | 了解行业前沿知识技术。 | ● |
| L061 | LO611 | 熟练运用各类信息搜索软件和检索工具进行广告客户背景资料搜集 |  |
| LO612 | 熟练运用数据分析软件进行广告客户需求分析。 |  |
| LO613 | 熟练使用计算机，掌握常用办公软件。 |  |
| L071 | LO711 | 爱党爱国：了解祖国的优秀传统文化和革命历史，构建爱党爱国的理想信念。 |  |
| LO712 | 助人为乐：富于爱心，懂得感恩，具备助人为乐的品质。 |  |
| LO713 | 奉献社会：具有服务企业、服务社会的意愿和行为能力。 | ● |
| LO714 | 爱护环境：具有爱护环境的意识和与自然和谐相处的环保理念。 |  |
| L081 | L0811 | 具有良好的广告专业英语听说读写能力。 |  |
| L0812 | 能从4A公司和国外广告公司的案例中汲取经验。 |  |
| L0813 | 能引进世界先进水平的广告创意、执行和表现手段。 |  |

五、课程目标/课程预期学习成果（必填项）（预期学习成果要可测量/能够证明）

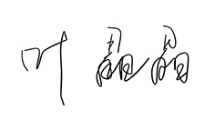
|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程预期学习成果** | **内容** | **教与学方式** | **评价方式** |
| 1 | LO713 | 具有奉献社会、服务社会的意愿和能力；在团队合作，能与其他成员密切合作，具有奉献精神，共同完成任务。  能够使用社会化媒体和传统媒体的整合方法，制定适合线上线下生活的强有力媒体组合方式，实现特定的目标，服务企业和社会。 | 沟通交流、自我表达；案例讨论；项目模拟及总结 | 根据课程要求进行讨论分析，团队交流，并阐述团队思路及想法。根据相关要求，完成案例深度学习及媒体全方面的整合。 |
| 2 | LO514 | 拥有行业前沿知识，通过自主学习和课程学习，能够掌握时下最新的媒体和营销行业新技术和新知识。  能够将知识和技术灵活地运用到社会生活的实践中；具备全媒体策划的能力，能够撰写完整的媒体营销方案并进行模拟提案及执行。 | 自学、思考、讨论；教学讲授、调研、交流、项目沉浸式教学 | 通过自主学习，完成媒体营销理论的网络测试；通过自主学习媒体营销案例库，掌握时下媒体营销的最新趋势；根据相关要求，提交全媒体营销方案。 |

六、课程内容（红色标识为课程思政点）

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 模块 | 能力目标 | 相关主要一级知识点 | 对照的小知识点 | 课时 |
| 模块1：媒体营销理论及素养 | 掌握媒体营销的相关理论，把握时下最新的媒体营销趋势。 | 1. 全媒体的概念梳理 2. 全媒体营销的历史溯源 3. 全媒体营销的新趋势（营销热点） 4. 媒体素养 | 1. 全媒体在国内的应用及研究现状 2. 2019年习近平总书记在人民日报社就全媒体时代发表的重要讲话。 3. 全媒体在国外的发展 4. 营销的历史发展进程：4P-4C—4R-4V-IMC 5. 全媒体营销的新趋势 6. 大学生应具备的媒体素养 | 8 |
| 模块2：媒体营销工具及策略 | 能使用媒体营销工具及相关策略，制定媒体整合方案。 | 1. 全媒体营销的特色阐释 2. 全媒体营销的创新思维 3. 全媒体营销的工具 4. 全媒体营销的策略 5. 全媒体营销的生态 | 1. 数字化 2. 平台化 3. 移动化 4. 互动性 5. 娱乐化 6. 媒体营销联盟 7. 闭环营销的生态产业链 8. 媒介载体 9. 大数据分析及挖掘   10、病毒式营销  11、粉丝营销  12、事件营销  13、借势营销  14、热点营销  15、数据库及算法营销 | 14 |
| 模块3：媒体营销应用 | 根据要求，结合相关知识，提交一份完整的全媒体营销方案。 | 1. 完整的媒体营销方案 2. 提案及相关执行细节。 | 综合运用以上的知识点 | 10 |

七、评价方式与成绩

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 总评构成（1+X） | 评价方式 | 占比 |
| X1 | 网络自主学习及表现 | 20% |
| X2 | 课堂表现 | 20% |
| X3 | 过程作业 | 20% |
| X4 | 期末大作业：全媒体营销方案 | 40% |

撰写：  系主任审核：沈慧萍 时间：2022年9月18日