**专业课课程教学大纲**

**【全媒体营销】**

SJQU-QR-JW-033（A0）

**【Omni media Marketing】**

一、基本信息

**课程代码：【**2030196**】**

**课程学分：**【2】

**面向专业：**【传播网媒】

**课程性质：**【系级专业选修课】

**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：**

【《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】

**辅助教材：**

【《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】

【《直播，引爆关注就这么简单》，胡军 机械工业出版社】

【《新媒体营销与运营实战》 谭贤 人民邮电出版社】

**先修课程：**【新媒体营销与策划 代码：2030531 学分：2 】

二、课程简介

全媒体营销是面向新闻学、广告学、传播学、秘书学本科学生的专业选修课程。本课程的研究对象是传统媒体结合新媒体的营销模式。通过传授全媒体营销的知识点，培养学生宣传观点、推广品牌、销售产品的媒体运营与营销能力。本课程主要讲授全媒体营销的相关策略、以及最新媒体营销的相关趋势等。通过本课程的案例教学及实践模拟，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，进行某模拟项目的全媒体营销策划书的撰写工作，使其适合线上线下媒介的整体营销推广；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，为本专业其他课程学习打下专业基础。

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

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| LO11 | LO111 | 倾听领导和客户的需求和诉求点。 |  |
| LO112 | 能够熟练阐述方案的意图、亮点,及时调整方案的陈述。 |  |
| LO21 | LO211 | 学习并借鉴大师和成功案例并为新媒体策划和制作提供素材。对新媒体创作应用技术进行延展学习和应用。 | ● |
| LO212 | 对新媒体创作应用技术进行延展学习和应用。 |  |
| LO31 | L0311 | 网络与新媒体的设计、开发应用与管理能力：具备网站设计与开发、app设计与开发等基本能力。 |  |
| L032 | L0321 | 网络与新媒体影视作品制作的理论与技术：能够熟练运用拍摄、剪辑、特效制作的技巧创作数字影视作品。 |  |
| L033 | LO331 | 网络与新媒体内容传播基本能力：文本写作与编辑、音频录制。 |  |
| LO332 | 网络与新媒体内容传播基本能力：图片拍摄与后期处理、图片制作与内容可视化。 |  |
| LO333 | 了解相关的法律法规和行业规则。 |  |
| L034 | LO341 | 网络与新媒体的管理和营销能力：具备利用网络与新媒体工具等进行品牌与产品开发、维护和传播的基本能力。 | ● |
| LO342 | 具有消费行为、营销和客户心理的基本知识。 |  |
| LO343 | 具备组织、控制、管理、推广项目的能力。 |  |
| LO41 | 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 | 能够明确在新媒体行业中的职业角色与任务，具有主动负责地完成任务的能力和态度。可以承受持续高强度的新媒体传播任务，有服务的耐心和意识。 | ● |
| LO51 | LO511 | 有团队协作的意识和能力。在整个传媒产业链中与团队共同提供内容传播，新媒体产品的运营、设计与制作等工作。 | ● |
| 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。 |  |
| LO61 | LO611 | 熟练运用各类信息搜索软件和工具设计制作可视化图像。 |  |
| LO612 | 熟练运用各类信息搜索软件和工具设计制作文本。 |  |
| LO71 | 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。 |  |
| LO81 | L0811 | 具有良好的专业英语听说读写能力。 |  |
| L0812 | 能从国外新技术和新设计的案例中汲取经验。 |  |
| L0813 | 能具有世界先进水平的内容传播技能、营销技能和设计能力。 |  |

备注：LO=learning outcomes（学习成果）

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** | **课程目标**  **（细化的预期学习成果）** | **教与学方式** | **评价方式** |
| **1** | LO112 | 学习并借鉴大师和成功案例并为新媒体策划和制作提供素材。 | 案例分享法  启发式教学  师生交流与沟通，加强理解 | 案例分析与讨论 |
| 2 | LO341 | 网络与新媒体的管理和营销能力：具备利用网络与新媒体工具等进行品牌与产品开发、维护和传播的基本能力。 | 启发式教学  案例分析  习作修改 | 案例分析与讨论  制作媒体营销策划方案并完成提案过程 |
| 3 | LO414 | 能够明确在新媒体行业中的职业角色与任务，具有主动负责地完成任务的能力和态度。 | 启发式教学  案例分析  习作修改 | 展示营销案例实施中团队的分工、职责 |
| 4 | L0511 | 有团队协作的意识和能力。在整个传媒产业链中与团队共同提供内容传播，新媒体产品的运营、设计与制作等工作。 | 启发式教学  案例分析 | 展示营销案例实施中的团队分工与合作 |

六、课程内容

**第一章 全媒体营销概述（4课时）**

1、教学内容：

1）全媒体概念及媒体营销

2）了解媒体的类型和关键特征、主要类型，不同类型媒体的发展历史和未来趋势

2、教学要求：

重点：全媒体营销的概念及其价值

难点：国际化媒体的类型和关键特征、主要类型

**第二章 全媒体营销模式案例分析（10课时）**

1、教学内容：

1）了解借势营销、网红营销、病毒营销等全媒体整合营销模式的主要特点

2）借势营销、网红营销、病毒营销等全媒体营销模式的基本方法

3）热点事件的全媒体营销案例挖掘、分析及课堂展示

2、教学要求：

重点：理解并掌握借势营销、网红营销、病毒营销等全媒体营销模式的成功基础

难点：分析借势营销、网红营销、病毒营销等全媒体营销模式的相关案例

**第三章 网络综艺的全营销模式（6课时）**

1、教学内容：

1）网络综艺全媒体营销的成功基础及其案例分析

2）网络综艺营销的案例挖掘、分析及课堂展示

2、教学要求：

重点：理解并掌握网络综艺全媒体营销的成功基础

难点：分析网络综艺全媒体营销的相关案例

**第四章 媒体舆情应对（8课时）**

1、教学内容：

1）媒体舆情概述

2）媒体舆情严重程度判断方法

3）媒体舆情应对

2、教学要求：

重点：理解并掌握媒体舆情判断方法和应对方法

难点：如何应对媒体舆情

**第四章 媒体营销策划及提案（4课时）**

1、教学内容：

了解制作一份完整的媒体营销策划方案的方法

2、教学要求：

重点：理解并完成一份完整的媒体营销策划方案制作

难点：结合所学的全媒体营销的相关知识，提交一份完整的全媒体营销策划方案。

七、课内实验名称及基本要求

列出课程实验的名称、学时数、实验类型（演示型、验证型、设计型、综合型）及每个实验的内容简述。

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 实验名称 | 主要内容 | 实验  时数 | 实验类型 | 备注 |
|  | 无 |  |  |  |  |

八、实践环节各阶段名称及基本要求

列出实践环节各阶段的名称、实践的天数或周数及每个阶段的内容简述。

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 各阶段名称 | 实践主要内容 | 天数/周数 | 备注 |
|  | 无 |  |  |  |

九、评价方式与成绩

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 总评构成（X） | 评价方式 | 占比 |
| X1 | 大作业1（热点事件媒体营销案例分析及分享） | 25% |
| X2 | 大作业2（网综案例分析及分享） | 25% |
| X3 | 期末大作业：媒体营销策划方案制作及实施 | 50% |

撰写：覃卫萍 系主任审核：沈慧萍 审核时间：20190830