SJQU-QR-JW-033（A0）

**【全媒体营销】**

**【All media integrated marketing】**

一、基本信息

**课程代码：**【2030196】

**课程学分：**【2.0】

**面向专业：**【传播学】

**课程性质：**【院级选修课】

**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】

【《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：**

https://elearning.gench.edu.cn:8443/webapps/blackboard/content/listContentEditable.jsp?content\_id=\_12200\_1&course\_id=\_5580\_1&mode=reset

二、课程简介

全媒体营销是新闻学、广告学、传播学、秘书学本科专业的选修课程。本课程主要讲授了全媒体营销的相关策略、以及最新媒体营销的相关趋势，具体营销方法等等。通过本课程的理论讲授、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，使其适合线上线下生活的整体营销推广，同时完成提案等相关工作。

在互联网+时代，是否会运营传统媒体及新媒体已经必要的任职要求。网络的快速发展将新媒体带入一个兴盛的时期，只要是做营销的人，就能够利用互联网进行新媒体营销，也就能够通过新媒体创造价值。在未来的10年内，无论哪个行业、哪个领域，无论是PC端还是移动端，营销工作都离不开新媒体。同时，很多过去被人们视为传统媒体的载体，在移动互联网技术更新下，又成为了热点的新媒体。

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，将理论知识融合进实际工作，进行相关营销策划，为本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。

四、课程与专业毕业要求的关联性

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 专业毕业要求 | | | 关联 |
| L011 | LO111 | 倾听他人意见、尊重他人观点、分析他人需求。 |  |
| LO112 | 应用书面或口头形式，阐释自己的观点，有效沟通。 |  |
| L021 | LO211 | 能根据需要确定学习目标，并设计学习计划。 |  |
| LO212 | 能搜集、获取达到目标所需要的学习资源，实施学习计划、反思学习计划、持续改进，达到学习目标。 | ● |
| L031 | 传播理论：掌握传播学的核心理论、基本知识。 | |  |
| L032 | 视频制作：掌握视频内容的策划、拍摄、后期制作，具备传播视觉化信息的基本能力。 | |  |
| L033 | 文本写作：根据不同传播渠道的规范要求，具备基本的文本写作能力。 | |  |
| L034 | 新媒体运营：掌握互联网和移动互联网各类媒体工具的使用，具备新媒体的日常运营能力。 | | ● |
| L035 | 人文素养：对文学、绘画、影视、音乐、戏剧等文化艺术具有基本的鉴赏能力，体现出媒介内容制作的质量和品位。 | |  |
| 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，充分认识本专业就业岗位在社会经济中的作用和地位，在学习和社会实践中遵守职业规范，具备职业道德操守。 |  |
| LO414 | 身心健康，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 | 能够根据需要进行专业文献检索。 |  |
| LO612 | 能够使用适合的工具来搜集信息，并对信息加以分析、鉴别、判断与整合。 |  |
| 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 | 具备外语表达沟通能力，达到本专业的要求。 |  |
| L0812 | 理解其他国家历史文化，有跨文化交流能力。 |  |
| L0813 | 有国际竞争与合作意识。 |  |

五、课程目标/课程预期学习成果

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **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 | LO212 | 根据学习目标，进行深度案例学习，能够自主进行信息的搜索和分析。 | 案例分享、交流 | 进行案例分析汇报 |
| 2 | LO34 | 掌握互联网和移动互联网各类媒体工具的使用，具备新媒体的运营能力。 | 课堂讲授，操作示范，案例分析 | 撰写一个全媒体策划文案 |
| 3 | L0511 | 同群体保持良好的合作关系；善于从多个维度思考问题，利用自己的知识与实践来提出新设想。 | 课堂讲授，案例分析，学生模拟项目营销策划 | 根据相关要求，以小组为单位，提交全媒体营销方案。 |

六、课程内容（32理论课时）

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 单元 | 知识点 | 能力要求 | 教学难点 |
| 第一单元  全媒体营销基础  （6理论课时） | 1-1知道全媒体的概念及发展趋势  1-2 理解媒体营销的流程  1-3 理解新媒体营销模式与传统营销模式的差异 | 1-1能够说出全媒体营销的概念  1-2能够掌握媒体营销的流程  1-3 能够分析不同的营销模式各有什么特点。 | 1-1全媒体概念的辨析  1-2营销流程中的竞争分析与客户定位。  1-3新媒体营销模式的掌握与熟悉。 |
| 第二单元  媒体营销的方法及策略  （8理论课时） | 2-1 知道病毒式营销的特性和设计流程  2-2知道饥饿营销的特性和设计流程  2-3知道IP营销的特性和设计流程  2-4知道口碑营销的特性和设计流程 | 2-1 能够概述各项营销方法的特点  2-2能够掌握各营销方式的设计流程  2-3能够评估分析不同营销方式的意义与价值  2-3能够针对不同的产品和场合选择合适的营销方式 | 2-1 不同营销策略的特性  2-2 不同营销策略分别针对的运用场景  2-4不同营销方法的整合 |
| 第三单元  全媒体文案策划  （4理论课时） | 3-1知道新媒体文案有哪些特点  3-2知道文案写作有哪些技巧 | 3-1 能够掌握文案写作的各种技巧（标题、结构、正文）  3-2 能够掌握简单的软文策划思路 | 3-1标题（主题）如何快速吸引注意力  3-2如何使内容有代入感 |
| 第四单元  微信营销  （6理论课时） | 4-1 知道微信公众平台的特性  4-2 理解微信公众平台的各种功能  4-3 综合微信公众平台营销技巧 | 4-1 能够概述微信公众平台各项功能的特点  4-2能够综合运用排版技巧对微信公众号内容进行图文编辑  4-3能够综合微信公众号特点撰写富有吸引力的文案 | 4-1 微信平台的熟悉与操作  4-2 微信公众号数据的全面分析与应用  4-3微信营销方法的整合 |
| 第五单元  微博营销  （4理论课时） | 5-1知道微博平台的特性  5-2理解微博营销的各种方法和推广技巧 | 5-1 能够正确辨别不同的微博营销模式  5-2能够综合应用微博撰写技巧发微博，进行微博营销  5-3能够综合应用微博推广方法巧妙的发硬广 | 5-1微博运营的时间规划方式  5-2提升微博活跃度的方法  5-3微博内容撰写技巧 |
| 第六单元  模拟项目运营提案  （4理论课时） | 6-1综合全媒体营销的策略方法，模拟项目及相关执行。 | 6-1能够综合全媒体营销的主要内容，并最终提交一份完整的策划方案  6-2小组成员能够通过合作沟通，完成模拟项目的相关程序 | 6-1对课程知识的综合运用  6-2团队合作，沟通协调能力的培养 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 总评构成 | 评价方式 | 占比 |
| X1 | 全媒体营销案例分析报告 | 30% |
| X2 | 营销文案创作 | 30% |
| X3 | 模拟项目全媒体营销策划方案 | 40% |

七、评价方式与成绩

撰写人： 徐荟雅 系主任审核签名：沈慧萍

审核时间：2019.9