**【全媒体营销】**

SJQU-QR-JW-033（A0）

**【All media integrated marketing】**

一、基本信息

**课程代码：【**2030196**】**

**课程学分：**【2】

**面向专业：**【广告学】

**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：**【《**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、秘书学本科专业选修课程。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，学生能够知晓媒体营销的一些基本知识：4P、病毒营销、萨式营销轮盘等；能够把握时下最新的媒体营销趋势，根据媒体营销的流程及内容：目标、选择、整合；运用图形分析现有的社会化媒体，掌握萨式营销轮盘；并将传统媒体与社会化媒体整合营销，能够在媒体渠道和内容信息方面进行时效、有效的媒体整体营销传播。此外，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。

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）

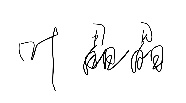
|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程预期学习**  **成果** | **内容** | **教与学方式** | **评价方式** |
| 1 | L0352 | 能够完整的表达自己的思路及想法。 | 分享、交流 | 根据课程要求进行讨论分析，团队交流，并阐述团队思路及想法。 |
| 2 | LO713 | 通过案例深度学习，使用社会化媒体和传统媒体的整合方法，制定适合线上线下生活的强有力媒体组合方式，实现特定的目标。 | 案例分享、交流 | 根据相关要求，完成案例深度学习及媒体全方面的整合。 |
| 3 | LO513 | 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实际的提案及执行 | 讲授、调研、交流、项目模拟 | 根据相关要求，提交全媒体营销方案。 |

六、课程内容

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 单元 | 具体内容 | 能力要求 | 知识要求 | 质量标准 |
| 1 | 第一单元全媒体营销概述（6课时） | 1-1全媒体营销的现状及趋势 | 1-1-1把握时下最新的媒体营销趋势。 | 1-1-1媒体营销趋势 | 团队协同合作，进行案例分享讨论。掌握时下最新全媒体营销方式与发展趋势，并对其有自己的认识与看法。 |
| 1-2 媒体营销的流程及内容 | 1-2-1掌握媒体营销的流程及内容：目标、选择、整合。 | 1-2-1目标、选择、整合。 |
| 2 | 第二单元  媒体营销的方法及策略  （16课时） | 2-1 媒体营销的方法 | 2-1-1能够运用图形分析现有的社会化媒体，掌握萨式营销轮盘。 | 2-1-1分析现有传统媒体及社会化数字媒体，整合两者、测试及正式实施。 | 根据相关要求，完成案例深度学习及媒体全方面的整合。通过案例深度学习，使用饥饿营销、借势营销等方法策略，制定适合线上线下生活的强有力全媒体整合方式，实现特定的目标。 |
| 2-2 媒体营销的策略 | 2-2-1让学生知晓如何形成理想的“病毒式营销”。把握场景营销、IP营销等。 | 2-2-1长尾理论、场景营销、IP营销、口碑管理、社会化粉丝经济等。 |
| 2-3 传统媒体与社会化媒体整合营销 | 能够在媒体渠道和内容信息方面进行时效、有效的媒体整体营销传播。 | 2-3-1媒体整合 |
| 3 | 第三单元模拟项目营销及提案（10课时） | 3-1完整的媒体营销方案 | 3-1掌握营销方案的主要内容，并最终提交一份完整的媒体营销方案 | 3-1-1 媒体营销方案 | 根据要求，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方案。 |
| 3-2提案及相关执行。 | 3-2 掌握营销方案的提案过程，能够完成提案的相关程序 | 3-2-1 提案 |

七、评价方式与成绩

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 总评构成（1+X） | 评价方式 | 占比 |
| X1 | 考勤，课堂展示及口头报告 | 30% |
| X2 | 深度学习及媒体整合作业 | 30% |
| X3 | 期末大作业：媒体营销方案 | 40% |



撰写： 系主任审核：