**《新媒体营销与运营》课程教学大纲**

**一、课程简介**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程中文名** | **新媒体营销与运营** | | | | | | |
| **课程英文名** | **New Media Marketing and Operations** | | | | **双语授课** | | □是 ☑否 |
| **课程代码** | **28112085** | **课程学分** | **3** | **总学时数** | | 48（含实践0） | |
| **课程类别** | □通识教育课程  □公共基础课程  ☑专业教育课程  □综合实践课程  □教师教育课程 | **课程性质** | ☑必修  □选修  □其他 | **课程形态** | | □线上  ☑线下  □线上线下混合式  □社会实践  □虚拟仿真实验教学 | |
| **考核方式** | ☑闭卷 □开卷 □课程论文 □课程作品 □汇报展示 □报告  ☑课堂表现 ☑阶段性测试 ☑平时作业 ☑其他 （可多选） | | | | | | |
| **开课学院** | 管理学院 | | **开课系** | 工商管理系 | | | |
| **面向专业** | 市场营销 | | **开课学期** | 第5学期 | | | |
| **课程负责人** | 陈晓琴 | | **审核人** | 罗文宝 | | | |
| **先修课程** | 电子商务与网络营销 | | | | | | |
| **后续课程** | 电子商务数据分析、电子商务文案策划与写作、网店运营、直播营销与运营、新媒体前沿实践专题、电商直播实训等 | | | | | | |
| **选用教材** | 新媒体营销与运营，严志华，2023，中国工信出版集团（如有新版选择最新版） | | | | | | |
| **参考书目** | 1.新媒体运营实务（微课版），魏振锋编著，2022，中国工信出版集团  2.新媒体营销策划与实施（慕课版），陈道志编著，2022，中国工信出版集团  3.新媒体营销与案例分析（微课版），白东蕊编著，2022，中国工信出版集团 | | | | | | |
| **课程资源** | <https://www.icourse163.org/course/BUU-1206450823?from=searchPage&outVendor=zw_mooc_pcssjg_>  <https://www.icourse163.org/course/ZJU-21002?from=searchPage&outVendor=zw_mooc_pcssjg_>  <https://www.icourse163.org/course/SYSU-136001?from=searchPage&outVendor=zw_mooc_pcssjg_>  <https://www.icourse163.org/course/HUST-1001672006?from=searchPage&outVendor=zw_mooc_pcssjg_> | | | | | | |
| **课程简介** | 随着互联网与信息技术的高速发展，媒体形式发生了巨大改变，利用新媒体进行品牌营销、产品销售、企业宣传等已经成为了企业的不二之选，这使得新媒体营销与运营快速进入了一个相对鼎盛的时期。对个人来说，新媒体可以提供多渠道、多模式的创业途径，最大化实现个人价值；对企业来说，新媒体提供了更多的营销方式，拓宽了企业的营销市场，还能在一定程度上节约企业的营销费用，带来更大的营销空间，增长销售机会。现如今，人才市场对新媒体营销与运营人才的需求在不断增加，本课程结合当下的新媒体营销与运营环境，以理论结合实践的方式，帮助学生学习相关专业知识，学会界定新媒体与新媒体营销，养成新媒体营销思维，具备基本的图文创作写作能力、学习能力、创新能力等，掌握常用营销策略和方法，不断提升自己的技能，提升新媒体营销与运营的综合竞争力。 | | | | | | |

**二、课程目标**

课程的总目标是将知识探究、能力培养和价值引领三者融为一体、深度协同、有机统一，形成“知识—能力—思维”三位一体的学习结构和“价值、知识、能力”三位一体的教学目标，能学以致用。帮助学生掌握新媒体营销与运营的相关知识、经典理论、核心理念和解决电子商务与网络营销问题的思路、工具和方法，培养新媒体思维能力，培养学生具备基本的创新精神及创业意识，引导学生树立正确的世界观、人生观、价值观、荣辱观，践行社会主义核心价值观，培养高素质电子商务技能人才。

**表 1 课程目标**

|  |  |
| --- | --- |
| **序号** | **具体课程目标** |
| **课程目标 1** | 理论知识目标：理解新媒体营销与运营的基本概念和理论框架，掌握相关的学科知识和研究方法；了解新媒体的发展历程、特点和趋势，掌握新媒体的基本知识和运营策略；学习各种新媒体平台的功能和特点，了解不同平台的运营规则和最佳实践；掌握新媒体运营的基本原则和策略，学习如何制定并执行有效的新媒体营销计划；了解新媒体的用户行为和需求，学习如何通过数据分析和市场调研来优化新媒体运营策略；掌握新媒体营销的评估和监测方法，学习如何进行数据分析和报告撰写；学习新媒体营销中的专业工具和技术，掌握相关的操作技能和应用能力。 |
| **课程目标 2** | 能力与方法目标：培养学生分析和解决实际问题的能力，通过案例研究和实践操作等方式将理论知识应用到实际的新媒体营销和运营中；培养学生的数据分析和市场调研能力，让他们学会收集和分析新媒体数据，从中获取有价值的信息并做出合理的决策；强调实践操作和实际案例的教学方法，通过模拟实验、实地考察和实践课程等方式将理论与实践相结合，提高学生的实际操作能力；强调案例分析和实例解析的教学方法，通过讲解实际的营销案例和成功的运营经验，引导学生思考和分析；提供丰富的教学资源和学习资料，包括教材、课件、学术论文、行业报告等，让学生拓宽视野，了解行业的最新动态和前沿技术 |
| **课程目标** 3 | 意识与素养目标：培养学生对新媒体营销与运营的重要性和意义的认识，积极把握新媒体行业的发展动态和趋势；培养学生的跨文化意识和全球视野，了解不同国家和地区的新媒体运营策略和特点；培养学生的伦理意识和社会责任感，引导他们在新媒体营销与运营中注重用户隐私保护、信息安全和社会公正，遵循合法合规的原则；培养学生的团队合作和协作意识，让他们意识到在新媒体营销与运营中，团队合作和协调是取得成功的关键；培养学生的批判性思维和信息素养，让他们能够辨别和评价不同媒体和信息的质量和真实性，做出明智的决策和选择。 |
| **课程目标** 4 | 情感态度与价值观目标：培养学生对新媒体营销与运营的积极态度和热情，同时具备社会责任感和职业道德，坚守诚信和可持续发展的价值观；培养学生的创业精神和在新媒体领域创造出有价值的营销和运营方案自信心；培养学生的适应性和灵活性，让学生具备学生的批判性思考和独立思考能力，能够快速适应新媒体行业的快速变化，积极应对挑战；培养学生的团队合作精神和合作意识，重视团队的价值和贡献；培养学生的终身学习意识和求知欲，鼓励他们保持对新知识和新技术的好奇心，不断追求个人和职业的成长。 |

**表2 课程目标与毕业要求对应关系**

| **毕业要求** | **指标点** | **课程目标** |
| --- | --- | --- |
| **毕业要求2：**知识要求【H】 | 2.1 人文知识：具有一定的包括哲学、社会历史学、文学、职业发展等方面的人文社科类各种知识。 | 1 |
| 2.4专业知识：熟悉和掌握与市场营销有密切关系的相关管理学、经济学、统计学、心理学等自然科学和社会科学知识；具有扎实的现代市场营销学、市场调研、营销策划等方面的基本理论与专业知识，了解本学科前沿及发展动态；熟悉我国有关市场营销的方针、政策与法规，了解市场营销前沿理论及营销实践。 | 1 |
| **毕业要求3：**能力要求【H】 | 3.1 专业技能：能够科学分析市场营销环境，对市场具有一定的前瞻性和市场敏感性；具有进行市场调查计划、组织、实施和大数据分析与挖掘的技术能力；具有为企业进行营销策划、营销管理、分销渠道管理等市场开发和设计的专业能力；能够运用创新思维、信息技术手段等处理各项市场营销关键业务的实践能力。 | 2 |
| **毕业要求3：**能力要求【L】 | 3.3 创新创业：具备创新创业的基本素质，具有开拓精神与创新创业意识，具备进取意识和探索精神，拥有较强的创新创业能力。 | 3 |
| **毕业要求1：**素养要求【L】 | 1.4.本土情怀:立足中国市场情境，开展实践和调研活动，提高对本土情况的了解，帮助企业更好地  适应市场环境，提高产品和服务的质量和竞争力；具备心系家国的本土情怀，牢记基层意识，脚踏实地，  勇于承担社会责任，积极为祖国、为家乡繁荣和美好贡献力量。 | 4 |

**三、课程学习内容与方法**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程模块** | **学习内容** | **学习任务** | **课程目标** | **学习重点难点** | **教学方法** | **学时** |
| 1 | 新媒体营销与运营的基础知识 | 1. 新媒体认知 | 1.在新媒体营销作品库——梅花网中任选一新媒体营销作品，并分析其文章。  提示：可从作品用途、目的、取得的成就等方面进行分析。  2.举例说明“花西子”品牌在不同新媒体平台的变现方式。  提示：可选择不同平台较有代表性的案例，针对该案例分析品牌的变现方式。 | 1、4 | 重点：  1.新媒体、新媒体营销的定义和特点。  2.新媒体营销的变现方式及注意事项。  3.新媒体运营的定义和工作内容。  4.新媒体运营岗位的任职要求。  难点：  熟悉新媒体并掌握新媒体营销与运营相关的知识 | 1. 讲授法：能够帮助学生理解、掌握基本理论、知识和方法技术。  2.案例教学：能够引导学生理论联系实际，激发学习兴趣和积极性，，建立电商思维和意识提高学生分析问题和解决问题的能力。 | 3 |
| 2.新媒体营销 | 1 |
| 3. 新媒体运营 | 1 |
| 2 | 新媒体营销方式与运营平台 | 1. 新媒体营销方式 | 1.选择一个新媒体平台开设账号，并发布一条动态。  提示：分析可以选择哪些媒体平台开设账号？思考这一条动态适合发送什么内容？  2.假如你是一家特殊早教玩具品牌的新媒体人员，你应该如何进行新媒体营销，提高品牌的知名度。 | 1、2 | 重点：  1.新媒体营销方式：口碑营销、情感营销、事件营销、借势营销、饥饿营销、IP营销。  2.新媒体平台：社交平台、短视频和直播平台、新闻资讯平台。  难点：  1.能够掌握不同营销方法的概念，针对具体营销实况选择具有针对性的方法。  2.能够了解不同新媒体平台的特点，并选择适合的平台。 | 1. 讲授法：能够帮助学生理解、掌握基本理论、知识和方法技术。  2.视频学习：更生动、直观介绍有关知识，能够激发学生学习需求、提高学习积极性。 | 6 |
| 2.新媒体平台 | 1、2、3 |
| 3 | 新媒体营销与运营的技能 | 1. 新媒体文案撰写 | 1.为某女装品牌预计举办上新促销活动，请为该品牌撰写一篇新媒体营销文案。  提示：可先分析该上新促销活动的内容，提炼出用户关注的信息，即卖点，围绕卖点选择合适的写作方法撰写文案。  2.利用135编辑器，排版上题撰写的文案。  提示：微信公众号文章的排版，以方便移动端用户阅读为宜。 | 1、2 | 重点：  1.新媒体文案的写作结构，标题及正文的撰写。  2.掌握封面图和信息长图等的设计方法。  3.掌握135编辑器的排版，掌握H5海报的制作。  难点  1.能够写出吸引用户点击的文案标题。  2.能够写出吸引用户阅读的文案正文。  3.能够通过对封面图、信息长图、icon图和GIF动图等的设计满足新媒体图片营销的需求。  4.能够通过排版优化内容的表现力。 | 1. 讲授法：能够帮助学生理解、掌握基本理论、知识和方法技术。  2.案例教学：能够引导学生理论联系实际，激发学习兴趣和积极性，，提高分析问题和解决问题的能力。  3. 小组实践活动：学生通过模拟练习，能够帮助学生运用相关理论知识分析、解决现实问题，提高实战能力。 | 9 |
| 2.新媒体图片制作 | 2、3 |
| 3. 新媒体图文排版 | 2、3 |
| 4 | 微信营销与运营 | 1. 微信个人号营销与运营 | 1.开通一个用于营销XXX品牌的微信个人号，并设置其昵称、头像、个性签名，思考引流途径。思考该微信个人号适合发布什么样的营销内容，及其原因。若要再开通一个微信公众号，那么应该如何设置其名称、头像和功能介绍？ | 2、3 | 重点：  1.微信个人号设置、微信好友管理与互动。  2.在朋友圈发布营销信息的要点及方法。  3.微信公众号的设置、发布微信公众号文章，开展微信公众号活动。  难点：  1.微信朋友圈内容的营销。  2.微信公众号的文章发布。 | 1. 讲授法：能够帮助学生理解、掌握基本理论、知识和方法技术。  2. 小组实践活动：学生通过模拟练习，能够帮助学生运用相关理论知识分析、解决现实问题，提高实战能力。 | 6 |
| 2. 微信公众号营销与运营 | 2、3、4 |
| 5 | 微博营销与运营 | 1.微博账号设置 | 请为一家名为“张张不脏脏”的蛋糕店思考微博账号设置方案，并发布一条宣传新品的微博内容。 | 2 | 重点：  1.微博账号设置  2.微博营销矩阵  3.微博内容、头条文章、话题、视频和直播  4.微博活动。  难点：  1.微博账号设置  2.微博营销矩阵打造  3.微博营销。 | 1. 讲授法：能够帮助学生理解、掌握基本理论、知识和方法技术。  2.案例教学：能够引导学生理论联系实际，激发学习兴趣和积极性，，提高分析问题和解决问题的能力。 | 6 |
| 2.微博营销 | 2、3、4 |
| 6 | 社群营销与运营 | 社群与社群营销 | 1.假如你是“太阳小区广场舞群”的管理人员，现希望这个社群更有秩序，请你为社群规则的设置提出建议。  2.市里将举办首届广场舞大赛，请从社群文化和社群活动两方面，说服社群成员参与比赛。 | 1 | 重点  1.社群、社群营销。  2.社群视觉标签、社群规则、社群结构。  3.灵魂人物营销、社群文化营销、价值输出营销、社群活动  难点：  社群营销和社群活动的开展方法。 | 1. 讲授法：能够帮助学生理解、掌握基本理论、知识和方法技术。  2.案例教学：能够引导学生理论联系实际，激发学习兴趣和积极性，，提高分析问题和解决问题的能力。 | 9 |
| 创建并管理社群 | 2 |
| 社群营销技巧 | 3、4 |
| 7 | 短视频和直播营销与运营 | 抖音短视频营销与运营 | 1.一家以“一切为了舒适”为宣传标语的纸巾企业——“安心”，计划开展抖音短视频营销，请为“安心”设计营销方案.需要为企业进行账号定位，再根据账号定位打造短视频内容。  2.“安心”预计在国庆节当天开展一场快手直播，以营销新系列便携式纸巾，请为其撰写直播脚本。需要展示出直播主题、直播人员、直播时间等信息，并有清晰的直播活动流程。 | 2、3、4 | 重点：  1.短视频营销与运营。  2.抖音短视频的账号定位内容打造。  3.短视频拍摄、剪辑、推广。  4.直播营销的常见方式。  快手直播营销技巧。  难点：  1.掌握短视频营销与运营的策略。  2.掌握直播营销与运营的策略。 | 1.自学为主：教师简要讲解，学生通过阅读教材、线上学习、查阅资料等方式自学为主。  2. 小组实践活动：学生通过模拟练习，能够帮助学生运用相关理论知识分析、解决现实问题，提高实战能力。 | 6 |
| 快手直播营销与运营 | 2、3、4 |
| 8 | 数据分析与营销复盘 | 1. 数据分析 | 1.张扬开通了一个记录生活的抖音账号，他想要查看相关数据，请你向他说明应该如何获取数据。  2.针对数据分析的结果，张扬积极在评论区与粉丝进行了互动，一周后张扬想进行活动复盘，请你说一说复盘的流程。 | 2、3 | 重点：  1.分析数据  2.获取数据  3.营销复盘  难点：  1.掌握分析数据的方法  2.掌握营销复盘的流程 | 1. 讲授法：能够帮助学生理解、掌握基本理论、知识和方法技术。  2.案例分析：能够帮助学生更好地理解和把握领导理论和知识；引导学生理论联系实际，激发学习兴趣和积极性，，提高分析问题和解决问题的能力。 | 3 |
| 2. 营销复盘 | 2、3 |

说明：“学习任务”和“教学方法”只是主要部分、并非全部，仅供参考，任课教师在教学过程中可以根据实际和需要自行选择和调整。

## 四、课程考核

**（一）考核内容与考核方式**

**表4-1 课程目标、考核内容与考核方式对应关系**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程目标** | **考核内容** | **所属**  **学习模块/项目** | **考核占比** | **考核方式** |
| 课程  目标 1 | 1. 新媒体认知 | 新媒体营销与运营的基础知识 | 25% | 1.平时作业  2.期末考核  3.课堂表现 |
| 2.新媒体营销 | 新媒体营销与运营的基础知识 |
| 3.新媒体运营 | 新媒体营销与运营的基础知识 |
| 4.新媒体营销方式 | 新媒体营销方式与运营平台 |
| 5.新媒体平台 | 新媒体营销方式与运营平台 |
| 6.新媒体文案撰写 | 新媒体营销与运营的技能 |
| 7.社群与社群营销 | 社群营销与运营 |
| 课程  目标 2 | 1.新媒体营销方式 | 新媒体营销方式与运营平台 | 40% | 1.平时作业  2.课堂表现  3.期末考核  4.营销活动模拟 |
| 2.新媒体平台 | 新媒体营销方式与运营平台 |
| 3.新媒体文案撰写 | 新媒体营销方式与运营平台 |
| 4.新媒体图片制作 | 新媒体营销与运营的技能 |
| 5.新媒体图文排版 | 新媒体营销与运营的技能 |
| 6.微信个人号营销与运营 | 微信营销与运营 |
| 7.微信公众号营销与运营 | 微信营销与运营 |
| 8.微博账号设置 | 微博营销与运营 |
| 9.微博营销 | 微博营销与运营 |
| 10.创建并管理社群 | 社群营销与运营 |
| 11.抖音短视频营销与运营 | 短视频和直播营销与运营 |
| 12.快手直播营销与运营 | 短视频和直播营销与运营 |
| 13.数据分析 | 数据分析与营销复盘 |
| 14.营销复盘 | 数据分析与营销复盘 |
| 课程  目标 3 | 1.新媒体平台 | 新媒体营销方式与运营平台 | 20% | 1.平时作业  2.课堂表现  3.期末考核  4.营销活动模拟 |
| 2.新媒体图片制作 | 新媒体营销与运营的技能 |
| 3.新媒体图文排版 | 新媒体营销与运营的技能 |
| 4.微信个人号营销与运营 | 微信营销与运营 |
| 5.微信公众号营销与运营 | 微信营销与运营 |
| 6.微博营销 | 微博营销与运营 |
| 7.社群营销技巧 | 社群营销与运营 |
| 8.抖音短视频营销与运营 | 短视频和直播营销与运营 |
| 9.快手直播营销与运营 | 短视频和直播营销与运营 |
| 10.数据分析 | 数据分析与营销复盘 |
| 11.营销复盘 | 数据分析与营销复盘 |
| 课程  目标 4 | 1. 新媒体认知 | 电子商务基础 | 15% | 1.课堂表现  2.营销活动模拟 |
| 2.微信个人号营销与运营 | 微信营销与运营 |
| 3.微信公众号营销与运营 | 微信营销与运营 |
| 4.社群营销技巧 | 社群营销与运营 |
| 5.抖音短视频营销与运营 | 短视频和直播营销与运营 |
| 6.快手直播营销与运营 | 短视频和直播营销与运营 |

**表4-2 课程目标与考核方式矩阵关系**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程  目标 | 考核方式 | | | | 考核占比 |
| 期末考核成绩比例60% | 营销活动模拟成绩比例10% | 平时作业成绩比例20% | 课堂表现成绩比例10% |
| 课程目标1 | 27.5% |  | 40% | 5% | 25% |
| 课程目标2 | 45% | 10% | 55% | 20% | 40% |
| 课程目标3 | 27.5% | 20% | 5% | 5% | 20% |
| 课程目标4 |  | 70% |  | 80% | 15% |

## （二）成绩评定

**1.平时成绩评定**

**1.平时成绩评定**

**（1）课堂表现（25%）**：通过学生在课堂上的表现情况（包括课堂提问、发言、参与讨论和营销活动模拟、回答问题、听课情况等），来评价学生学习过程及效果。课堂表现由教师平时所做学生表现的记录为依据。

**（2）平时作业完成情况（50%）**：围绕课程的学习目标进行作业的设计，通过课堂练习题、单元测验和小组任务等检验、强化学生对相关知识和方法的理解和掌握。平时作业主要根据雨课堂或学习通中要求学生完成的随堂测试、课后作业等得到的成绩为准。

**（3）营销活动模拟（25%）：**新媒体营销与运营模拟训练可提升实战能力，包括模拟市场调研、平台操作、内容创作、数据分析、广告投放、用户互动、危机管理、跨文化沟通及团队协作。这些训练为从业者应对市场变化打下坚实基础。营销活动模拟主要通过实战成果来进行评价，实战成果提交学习通或者雨课堂。

**2.期末成绩评定**

期末考核主要考察学生对新媒体营销与运营的基本概念、理论知识和方法的理解与运用等。方式为闭卷考试。要求学生掌握新媒体营销与运营的基本概念、原理、过程与方法以及运用这些知识和方法分析、解决实际电商问题。

**3.总成绩评定**

总成绩由平时考核成绩和期末考核成绩构成。总成绩（100%）=平时成绩（40%）+期末成绩（60%）

**（三）评分标准**

课程考核方式中涉及到平时成绩的评分标准，评分依据见“平时成绩评定”部分。试卷考核项目以试卷参考答案及评分细则为准。

## 五、其它说明

本课程大纲依据2023版市场营销专业人才培养方案，由管理学院工商管理系讨论制定，管理学院教学工作委员会审定，教务处审核批准，自2023级开始执行。