上海建桥学院课程教学进度计划表

**一、基本信息**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 课程代码 | 2030123 | 课程名称 | 传媒经营管理 |
| 课程学分 | 2 | 总学时 | 32 |
| 授课教师 | 柳邦坤 | 教师邮箱 | 20047@gench.edu.cn |
| 上课班级 | 传播学B19-1 | 上课教室 | 二教201 |
| 答疑时间 | 周二5、6节或周四中午 地点：新闻传播学院新闻系办公室 | | |
| 主要教材 | 《媒介管理学概论》，邵培仁 陈兵，高等教育出版社2010年版 | | |
| 参考资料 | 《传媒经营管理新论》（第二版），谭云明，北京大学出版社2014年版  《媒介经营与管理》，严三九，华中科技大学出版社2012年版  《媒介经营与管理》，谢新洲，北京大学出版社2014年版 | | |

**二、课程教学进度**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 周次 | 教学内容 | 教学方式 | 作业 |
| 1 | 绪论、第一章 媒介管理概述  本课程的教学内容、考核方式等 | 讲课 |  |
| 2 | 第二章 媒介产业与媒介组织  媒介产业的属性、特点，媒介产业化的途径、媒介组织 | 讲课 |  |
| 3 | 第三章 媒介战略管理  媒介战略管理内涵，媒介战略环境、媒介战略选择、媒介战略实施、媒介战略控制 | 讲课、讨论 | 过程考核X1 |
| 4 | 第四章 媒介领导  媒介领导与领导者、媒介领导的本质与特点、媒介领导的权威与原则、媒介领导者的职责与素质、媒介领导者的选聘与组合 | 讲课  小组项目启动 |  |
| 5 | 第五章 媒介计划与决策  媒介计划的内涵、媒介计划工作，媒介决策的概念与特征、媒介决策的类型与程序 | 讲课 |  |
| 6 | 第六章 媒介生产与媒介产品  媒介生产、媒介产品，媒介产品包括的类型、媒介产品的价格策略 | 讲课、讨论 | 过程考核X1 |
| 7 | 第七章 媒介市场与媒介营销  媒介市场、信息消费者、媒介营销原理、媒介营销策略 | 讲课 | 过程考核X2 |
| 8 | 第八章媒介人力资源管理  媒介人力资源的内涵、媒介人才的选择与任用、媒介员工的培训与发展、媒介人员实绩考核 | 讲课 |  |
| 9 | 第九章 媒介财务管理  媒介财务管理概述，媒介财务管理的内容，媒介财务分析与预算 | 讲课 |  |
| 10 | 第十章 媒介管理与社会  媒介管理与文化、媒介管理与政策法规、媒介管理与伦理道德问题 | 讲课 | 过程考核X3 |
| 11 | 第十一章 报刊业经营管理  报刊业状况，报刊的生产和经营、报刊的发行和销售、报刊的数字出版 | 讲课、讨论 | 过程考核X1 |
| 12 | 第十二章 广播影视业经营管理  广播影视业，广播经营管理、电视经营管理、电影经营管理 | 讲课、讨论 | 过程考核X1 |
| 13 | 第十三章 新媒体业经营管理  新媒体概述，新媒体产业的现状、问题与突围，新媒体经营的特点、规则与盈利模式 | 讲课、讨论 | 过程考核X1 |
| 14 | 第十四章 广告经营管理  广告经营管理概述，分析广告公司的经营管理、媒体的广告经营管理、企业的广告经营管理 | 讲课、讨论 | 过程考核X1 |
| 15 | 小组项目成果展示 | 汇报、师生评价 | 过程考核X4 |
| 16 | 小组项目成果展示 | 汇报、师生评价 | 过程考核X4 |

**三、评价方式以及在总评成绩中的比例**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 总评构成（1+X） | 评价方式 | 占比 |
| X1 | 课堂表现，包括出勤率、课堂提问与讨论等 | 10% |
| X2 | 调查报告 | 20% |
| X3 | 个人项目报告 | 20% |
| X4 | 小组项目报告 | 50% |

任课教师：柳邦坤 系主任审核：沈慧萍 日期：2020年9月12日