**【全媒体营销】**

SJQU-QR-JW-033（A0）

**【Omnimedia Marketing】**

一、基本信息

**课程代码：【**2030196**】**

**课程学分：**【2】

**面向专业：**【新闻传播学】

**课程性质：**【专业选修课】

**课程类型：**【学院平台课】

**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：**

【新媒体运营实战，祁较瘦，人民邮电出版社】

【新媒体营销，刘芸畅，中国文史出版社】

【新媒体运营，谭贤，人民邮电出版社】

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。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 | L0311 | 从海量信息中准确进行有针对性的采集，去芜存菁。 |  |
|  | L0312 | 对信息进行性质辨识和价值判断。 |  |
|  | L0313 | 根据选定的主题对信息进行整合。 |  |
| L032 | L0321 | 能顺畅地与人交流和沟通，并能因人而异采取不同沟通策略，如遇危机事件能有效公关。 | ● |
|  | L0322 | 通过观察、倾听、提问、记录、感受、思考等方式，完成采访工作。 |  |
| L033 | LO331 | 熟悉传统的新闻体例，并能与时俱进地应用新媒体写作方式。 |  |
|  | LO332 | 进行有传播价值的文稿写作。 |  |
|  | LO333 | 能针对不同媒体介质灵活进行文稿编辑。 |  |
| L034 | LO341 | 能够把握好新闻宣传规律。 |  |
|  | LO342 | 围绕主题进行策划。 |  |
|  | LO343 | 能有效地执行策划方案。 | ● |
| L035 | L0351 | 熟悉传统媒介并关注新媒介与时俱进的新变化。 |  |
|  | L0352 | 娴熟掌握至少两种传播媒介应用技能。 |  |
| 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 | 能够根据需要进行专业文献检索。 |  |
|  | LO612 | 能使用合适的软件来搜集和分析所需的信息数据。 |  |
|  | LO613 | 能把现代信息技术融入到新闻宣传工作各个环节。 | ● |
| 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 | 能用国际视野来分析评判具体的新闻事件。 |  |

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 | L0112 | 应用书面或口头形式，阐释自己的观点，有效沟通。 | 课堂讨论，个人口头汇报。 | 作业  随堂测试 |
| 2 | L0312 | 能顺畅地与人交流和沟通，并能因人而异采取不同沟通策略 | 课堂教学，操作示范。 | 小组展示运用不同新媒体类型进行产品营销。 |
| 3 | LO343 | 能有效地执行策划方案。 | 运用新媒体对产品营销进行策划 | 能够写一份全媒体营销的策划文案及写出实施步骤。 |
| 4 | L0613 | 能把现代信息技术融入到新闻宣传工作各个环节。 | 运用新媒体进行一种产品营销策划全过程。 | 课堂展示新媒体营销产品的PPT |
| 5 | L0712 | 助人为乐：富于爱心，懂得感恩，具备助人为乐的品质。 | 运用新媒体营销过程中，小组协作完成 | 小组协作完成一个产品的新媒体营销。 |

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 | 第一单元营销基础（2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、内容与形式 | 1-2-1掌握媒体营销的流程及内容：目标、选择、整合。 | 1-2-1全媒体营销平面、视频与新技术形式的运用 |
| 2 | 第二单元  媒体营销理论、渠道、形式模式及策略  （22课时） | 2-1 媒体营销的理论 | 2-1-1  能够掌握基础营销理论。 | 2-1-1能够运用营销理论分析营销事件。 | 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，使用视频营销、自媒体矩阵营销、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 IP营销、口碑管理、社会化粉丝经济等。 |
| 2-3 全媒体营销的渠道 | 能够在视频、社群等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（8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（X） | 评价方式 | 占比 |
| X1 | 营销案例分析与汇报（营销形式成功案例） | 30% |
| X2 | 营销案例分析与汇报（营销渠道成功案例） | 30% |
| X3 | 商业项目模拟营销策划 | 40% |

撰写： 覃卫萍 系主任审核： 沈慧萍 时间：20200905