

《新媒体广告视频制作运营》本科课程教学大纲

一、课程基本信息

课程名称	(中文) 新媒体广告视频制作运营				
	(英文) Production and operation of new media advertising videos				
课程代码	2030717	课程学分		2	
课程学时	32	理论学时	10	实践学时	22
开课学院	新闻传播学院	适用专业与年级		新闻学	
课程类别与性质	专业选修课	考核方式		考查	
选用教材	《新媒体广告 第2版》，9787300306711， 黄河著，中国人民大学出版社			是否为 马工程教材	否
先修课程					
课程简介	<p>《新媒体广告视频制作运营》是新闻学专业课程中的选修课。本课程主要结合新媒体时代内容营销、关系营销、场景营销、精准营销、跨媒体营销、智能营销等营销趋势，对新媒体广告的演进、伦理与法规、目标消费者、创意与文案等内容做出系统的梳理，同时基于新媒体的发展方向、新特质、典型案例，介绍了搜索引擎广告、微博广告、广告、移动App广告、短视频广告、门户网站广告、视频网站广告、电子商务网站广告、户外新媒体广告和OTT广告的形式、特征和运作要点。通过课程内容，培养学生全面提升自己的新媒体广告视频制作与运营能力，为学生进入新媒体行业职位提供强大的支持。</p>				
选课建议与学习要求	需具备一定的视频拍摄及后期制作能力				
大纲编写人	喻晓芳		制/修订时间	2026年3月	
专业负责人	曹茶香		审定时间	2026年3月	
学院负责人	张建民		批准时间	2026年3月	

二、课程目标与毕业要求

(一) 课程目标

类型	序号	内容
知识目标	1	了解新媒体营销策略,学会如何在各种新媒体平台(如搜索引擎、微博、微信、移动 APP 等)上制定有效的内容营销策略,以吸引目标受众。 了解行业法规和版权知识,了解新媒体广告相关的法律法规和版权问题,确保视频内容制作和发布过程合法合规,避免侵权风险。
	2	理解新媒体视频广告推广及推广效果的调研方法
技能目标	3	掌握创意思维与故事讲述能力:激发创造力,学会如何通过故事讲述技巧创作引人入胜的视频内容,以提高观众参与度和情感共鸣。
	4	实操视频制作技能,掌握基本的视频拍摄与编辑技巧,包括但不限于剧本编写、拍摄技术、视频剪辑、音频处理和后期制作等。
素养目标 (含课程思政目标)	5	学生树立正确的世界观、人生观和价值观,学会如何在新媒体广告视频的实践中坚守社会主义核心价值观,促进社会和谐与进步,通过正面的广告视频,传播正能量,引导健康的消费观念,为构建社会主义和谐社会贡献力量。

(二) 课程支撑的毕业要求

L01 品德修养: 拥护中国共产党的领导,坚定理想信念,自觉涵养和积极弘扬社会主义核心价值观,增强政治认同、厚植家国情怀、遵守法律法规、传承雷锋精神,践行“感恩、回报、爱心、责任”八字校训,积极服务他人、服务社会、诚信尽责、爱岗敬业。 ①爱党爱国,坚决拥护党的领导,热爱祖国的大好河山、悠久历史、灿烂文化,自觉维护民族利益和国家尊严。
L02 专业能力: 具备新媒体视频广告专业的理论知识、实践能力。 ③掌握各类新媒体平台视频广告内容的策划、创意、拍摄、后期制作和运作,能够使用各种摄影、摄像、编辑设备与软件,具备传播视觉化信息的基本能力。
L03 表达沟通: 理解他人的观点,尊重他人的价值观,能在不同场合用书面或口头形式进行有效沟通。 ②应用书面或口头形式,阐释自己的观点,有效沟通。
LO6 协同创新: 同群体保持良好的合作关系,做集体中的积极成员,善于自我管理和团队管理;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。 ③能用创新的方法或者多种方法解决复杂问题或真实问题。

(三) 毕业要求与课程目标的关系

毕业要求	指标点	支撑度	课程目标	对指标点的贡献度
------	-----	-----	------	----------

L01	①	L	能够将党的理论路线方针政策融入新媒体视频广告制作与运营	100%
L02	③	H	能够创作具有创意点的新媒体广告文案和视频	100%
L03	②	M	培养表达沟通技巧，提升语言组织能力和表达能力	100%
L06	③	H	通过小组分工、协作完成任务，培养团队协作能力	100%

三、实验内容与要求

(一) 各实验项目的基本信息

序号	实验项目名称	实验类型	学时分配		
			理论	实践	小计
1	新媒体视频广告创意策划案	综合型	2	6	8
2	新媒体视频广告分镜头脚本	综合型	2	6	8
3	新媒体视频广告创作成片	综合型	2	8	10

实验类型：①演示型 ②验证型 ③设计型 ④综合型

(二) 各实验项目教学目标、内容与要求

<p>实验 1：新媒体视频广告创意策划案</p> <p>1、培养学生的创新思维和广告策划能力，提高他们对新媒体平台的运用技巧，使他们能够熟练运用新媒体平台，创作出具有吸引力和影响力的视频广告文案。</p> <p>2、通过分析成功的视频广告案例，让学生掌握广告创意的实际应用；同时，组织学生进行实践操作，提高他们的广告创作能力。</p>
<p>实验 2：新媒体视频广告分镜头脚本</p> <p>1、通过学习新媒体视频广告创作的核心技能和实践操作，包括创意构思、分镜头设计和脚本编写等，培养学生理解视频广告的制作流程，掌握分镜头脚本的撰写方法，全面提升广告创作的综合能力。</p> <p>2、通过以上教学内容和要求的实施，可以帮助学生全面掌握新媒体视频广告分镜头脚本的制定技巧和优化方法，为学生在未来的就业工作中取得成功提供有力的支持。</p>
<p>实验 3：新媒体视频广告创作成片</p> <p>1、培养学生的视频广告制作能力，使他们能够独立完成从创意策划到成片输出的全过程，创作出高质量、有影响力的视频广告作品。同时了解广告法律法规和伦理规范，让学生</p>

学会在视频广告制作中需要遵守的法律和道德要求。

2、通过以上教学内容和要求的实施，可以帮助学生全面掌握视频广告创作成片的基本技能和流程，提高学生的实践能力和创新思维能力。

(三) 各实验项目对课程目标的支撑关系

实验项目名称	课程目标				
	1	2	3	4	5
新媒体视频广告创意策划案	√	√			√
新媒体视频广告分镜头脚本	√	√		√	
新媒体视频广告创作成片	√		√		√

四、课程思政教学设计

在实验教学中，将思想政治教育融入到新媒体广告视频制作与运营的专业课程中，引导学生深入理解社会主义核心价值观、广告伦理与法规，以及社会责任等方面的内容，分析社会主义核心价值观在新媒体广告中的体现，引导学生理解广告创意与传播应如何弘扬国家精神、民族文化和时代价值。培养学生的职业道德和社会责任感，培养学生的社会责任感和公益意识，鼓励他们创作具有正向社会价值的广告作品。

五、课程考核

总评构成	占比	考核方式	课程目标					合计
			1	2	3	4	5	
X1	30%	新媒体视频广告创意策划案	30	50			20	100
X2	30%	新媒体视频广告分镜头脚本	30	30		40		100
X3	40%	新媒体视频广告创作成片	20		50		30	100

评价标准细则（选填）

考核项目	课程目标	考核要求	评价标准			
			优 100-90	良 89-75	中 74-60	不及格 59-0
X1	1	展示出对视频广告创意方法的深刻理解，能够提	学生提出的创意点子新颖、独特，具有很强的吸引力和	学生提出的创意点子具有一定的新颖性和吸引力，但可	学生能够提出一些创意点子，但可能缺乏新颖性、吸引力	学生提出的创意点子缺乏新颖性、吸引力或逻辑性，或

		出新颖、吸引人的创意点子,并解释其背后的创意逻辑。	创新性,且能够清晰地解释其背后的创意逻辑。	能缺乏一定的创新性或解释不够清晰。	或解释的逻辑性。	者没有提出任何创意点子。
	2	能够独立进行视频广告策划,并撰写一份完整、结构清晰、具有可行性的视频广告策划方案,并能够在课堂上进行展示和解释。	学生能够独立完成一份高质量的视频广告策划方案,策划方案目标明确、策略清晰、创意独特,且充分考虑了目标受众和媒介选择。 学生在课堂上能够流畅、自信地展示和解释策划方案,充分展示其策划能力和表达能力。	学生能够完成一份较为完整的视频广告策划方案,策划方案在目标、策略、创意和媒介选择等方面都有一定的合理性。 学生在课堂上能够较为清晰地展示和解释策划方案,但在某些细节或策略上可能需要进一步完善。	学生能够制作一份视频广告策划方案,但可能在目标、策略、创意或媒介选择等方面存在明显的不足或疏漏。 学生在课堂上展示和解释策划方案时,可能存在一定的表达不清或逻辑混乱的情况。	学生无法完成一份合格的视频广告策划方案,或者在策划方案的制作过程中存在严重的错误或遗漏。 学生在课堂上无法有效展示和解释策划方案,或者在表达和逻辑上存在严重问题。
	5	掌握视频广告制作的基本技巧,能够独立完成一个具有创意和审美价值的视频广告作品,展现出自己的创作和审美整合能力。	学生在课程学习和实践操作中表现出色,专业能力得到显著提升,熟练掌握视频广告制作的基本技巧。 学生独立完成的视频广告作品创意独特,审美价值高,展现出卓越的创作和审美整合能力。	学生在课程学习和实践操作中表现良好,专业能力有所提升,掌握了大部分视频广告制作的基本技巧。 学生独立完成的视频广告作品具有一定的创意和审美价值,但可能在某些方面仍有待提升。	学生在课程学习和实践操作中表现一般,专业能力有所提升但仍有待加强,对视频广告制作的基本技巧掌握不够全面。 学生独立完成的视频广告作品在创意和审美价值方面表现一般,需要进一步加强创作和审美整合能力的培养。	学生在课程学习和实践操作中表现不佳,专业能力没有明显提升,未能掌握视频广告制作的基本技巧。 学生无法独立完成一个具有创意和审美价值的视频广告作品,需要在创作和审美整合能力方面进行更多的学习和训练。
X2	1	展示出对视频广告创意方法的深刻	学生提出的创意点子新颖、独特,具有很	学生提出的创意点子具有一定的新颖性和	学生能够提出一些创意点子,但可能缺乏新	学生提出的创意点子缺乏新颖性、吸引力

		理解,能够提出新颖、吸引人的创意点子,并解释其背后的创意逻辑。	强的吸引力和创新性,且能够清晰地解释其背后的创意逻辑。	吸引力,但可能缺乏一定的创新性或解释不够清晰。	颖性、吸引力或解释的逻辑性。	或逻辑性,或者没有提出任何创意点子。
	2	能够独立进行视频广告策划,并撰写一份完整、结构清晰、具有可行性的视频广告策划方案,并能够在课堂上进行展示和解释。	学生能够独立完成一份高质量的视频广告策划方案,策划方案目标明确、策略清晰、创意独特,且充分考虑了目标受众和媒介选择。 学生在课堂上能够流畅、自信地展示和解释策划方案,充分展示其策划能力和表达能力。	学生能够完成一份较为完整的视频广告策划方案,策划方案在目标、策略、创意和媒介选择等方面都有一定的合理性。 学生在课堂上能够较为清晰地展示和解释策划方案,但在某些细节或策略上可能需要进一步完善。	学生能够制作一份视频广告策划方案,但可能在目标、策略、创意或媒介选择等方面存在明显的不足或疏漏。 学生在课堂上展示和解释策划方案时,可能存在一定的表达不清或逻辑混乱的情况。	学生无法完成一份合格的视频广告策划方案,或者在策划方案的制作过程中存在严重的错误或遗漏。 学生在课堂上无法有效展示和解释策划方案,或者在表达和逻辑上存在严重问题。
	4	掌握视频广告制作的基本技巧,能够独立完成一个具有创意和审美价值的视频广告作品,展现出自己的创作和审美整合能力。	学生在课程学习和实践操作中表现出色,专业能力得到显著提升,熟练掌握视频广告制作的基本技巧。 学生独立完成的视频广告作品创意独特,审美价值高,展现出卓越的创作和审美整合能力。	学生在课程学习和实践操作中表现良好,专业能力有所提升,掌握了大部分视频广告制作的基本技巧。 学生独立完成的视频广告作品具有一定的创意和审美价值,但可能在某些方面仍有待提升。	学生在课程学习和实践操作中表现一般,专业能力有所提升但仍有待加强,对视频广告制作的基本技巧掌握不够全面。 学生独立完成的视频广告作品在创意和审美价值方面表现一般,需要进一步加强创作和审美整合能力的培养。	学生在课程学习和实践操作中表现不佳,专业能力没有明显提升,未能掌握视频广告制作的基本技巧。 学生无法独立完成一个具有创意和审美价值的视频广告作品,需要在创作和审美整合能力方面进行更多的学习和训练。
X3	1	对新媒体营销策略有深	全面满足上述考核要求,且	满足上述考核要求,但某些	基本满足考核要求,但需在	未能满足上述考核要求

		入理解,并能够实际应用	表现出色	方面表现稍显不足	某些方面进行改进	
3		熟练掌握视频制作技能,包括拍摄、剪辑、特效处理等	全面满足上述考核要求,且表现出色	满足上述考核要求,但某些方面表现稍显不足	基本满足考核要求,但需在某些方面进行改进	未能满足上述考核要求
5		在广告作品中成功融入社会主义核心价值观,并弘扬民族文化	全面满足上述考核要求,且表现出色	满足上述考核要求,但某些方面表现稍显不足	基本满足考核要求,但需在某些方面进行改进	未能满足上述考核要求

六、其他需要说明的问题