

《活动策划与执行》本科课程教学大纲

一、课程基本信息

课程名称	(中文) 活动策划与执行				
	(英文) Event Planning and Execution				
课程代码	2030408	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	《节事活动策划与管理》，9787208177376， 卢晓著，上海人民出版社			是否为 马工程教材	否
先修课程	全媒体营销				
课程简介	<p>《活动策划与执行》是关于策划、组织、推广和执行活动的课程。通过本课程的学习，学生将掌握从创意构思、活动策划、到活动执行的整个流程，提升线上线下活动的专业度和影响力。课程内容包括：①活动策划概述：介绍活动策划的发展历程、类型和趋势，以及策划活动的原则与要素；②创意构思：探讨如何挖掘和激发活动的创意，形成独特且吸引人的活动主题；③活动策划：学习制定详细的活动计划，包括时间安排、流程设计、形象策划、延展物料设计、参与对象、预算制定等；④活动执行：学习如何协调各方资源，确保活动的顺利进行，包括活动前的准备、活动中的监控和调整、活动后的总结与反馈。通过本课程的学习，学生可以了解线上线下活动的发展趋势和类型，理解活动策划的原则与要素；掌握活动的创意构思、策划、组织和执行技巧，培养团队协作和项目管理能力，提升线上线下活动的成功率和影响力。</p>				
选课建议与学习要求	适合新闻学专业大三年级的学生，对新闻学、全媒体营销以及新媒体运营有一定的了解，熟悉微信、微博、抖音、快手、小红书等平台的玩法。				
大纲编写人	喻晓芳		制/修订时间	2026.3.5	
专业负责人	曹茶香		审定时间	2026.3.5	
学院负责人	张建民		批准时间	2026.3.5	

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	学生了解活动策划的相关知识及原理，知道活动策划的基本流程、关键要素及成功活动的核心原则。
	2	学生掌握活动策划中的资源管理、预算编制、风险评估及应急预案等核心知识，理解不同类型活动的策划特点与需求。
技能目标	3	学生能根据目标受众、活动目的及市场调研结果，制定具有吸引力和可行性的活动策划方案。
	4	学生能结合实际情况，根据搜集、获取信息的方法，持续改进活动方案，提升活动的执行效果与影响力。
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，学会如何在活动策划与执行的实践中坚守社会主义核心价值观，促进社会和谐与进步，通过正面的活动策划，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

<p>LO1 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。</p> <p>③奉献社会，富有爱心，懂得感恩，自觉传承和弘扬雷锋精神，具有服务社会的意愿和行动，积极参加志愿者服务。</p>
<p>LO2 专业能力：具有人文科学素养，具备从事活动策划工作或专业的理论知识、实践能力。</p> <p>⑥掌握活动策划的相关原理和知识，具备基本的市场营销、媒介调查、活动策划与执行的能力。</p>
<p>LO3 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。</p> <p>②应用书面或口头形式，阐释自己的观点，有效沟通。</p>
<p>LO4 自主学习：能根据环境需要确定自己的学习目标，并主动地通过搜集信息、分析信息、讨论、实践、质疑、创造等方法来实现学习目标。</p> <p>①能根据需要确定学习目标，并设计学习计划。</p>

(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

LO1	③	H	5. 树立正确的世界观、人生观和价值观，学会如何在活动策划与执行的实践中坚守社会主义核心价值观，促进社会和谐与进步，通过正面的活动策划，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。	100%
LO2	⑥	H	1. 了解活动策划的相关知识原理，知道活动策划的基本流程、关键要素及成功活动的核心原则。	50%
			3. 能根据目标受众、活动目的及市场调研结果，制定具有吸引力和可行性的活动策划方案。	50%
LO3	②	H	2. 掌握活动策划中的资源管理、预算编制、风险评估及应急预案等核心知识，理解不同类型活动的策划特点与需求。	100%
LO4	①	H	4. 能结合实际情况，根据搜集、获取信息的方法，持续改进活动方案，提升活动的执行效果与影响力。	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	品牌活动策划案例分析	综合型	2	6	8
2	品牌活动形象策划	综合型	4	8	12
3	品牌活动策划案提案	综合型	4	8	12

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：品牌活动策划案例分析</p> <p>教学目标： 培养学生对品牌活动策划案例的分析能力，理解成功案例的核心要素和策划逻辑。 提升学生的批判性思维，能够从案例中总结经验教训并提出改进建议。</p> <p>教学内容： 介绍品牌活动策划案例的基本分析方法，包括目标设定、创意构思、执行流程和效果评</p>

估。

分析国内外知名品牌活动策划案例，探讨其成功或失败的原因。

实验要求：

学生需选择 1-2 个品牌活动策划案例进行深入分析，撰写案例分析报告。

报告中需包含案例背景、策划亮点、执行效果及改进建议等内容。

实验 2：品牌活动形象策划

教学目标：

了解主题活动形象策划的要素和重要性。

学习如何通过视觉、文字等元素塑造活动形象。

培养学生的审美能力和创新意识。

教学内容：

主题活动形象策划的相关理论知识学习，包括活动策划的整个流程、创意构思、活动主题、形象定位、视觉设计、宣传推广等。

学生分组进行品牌活动形象策划实践，包括设计活动标志、宣传海报、延展物料、媒体营销等。

实验要求：

学生需以小组为单位，完成一个品牌活动形象策划方案，包括视觉设计初稿和文字说明。方案需体现创意性和品牌一致性，能够吸引目标受众。

学生需在课堂上展示策划方案，并接受同学和教师的点评与建议。

实验 3：品牌活动策划案提案

教学目标：

掌握模拟品牌主题活动策划提案的撰写和展示方法。

提高学生的表达能力和说服力。

培养学生的项目管理能力，能够合理安排活动流程和资源。

教学内容：

学习模拟主题活动策划提案的格式和内容要求。

进行提案撰写的实践练习，包括活动背景、目标、内容、执行计划等。

学生分组进行提案展示，接受提问和评价。

实验要求：

学生能够独立完成提案的撰写，并在展示中清晰表达策划思路。

提案应具有可行性和创新性，能够考虑到实际执行中的各种因素。

学生能够认真听取他人意见，对提案进行改进和完善。

提案需包含详细的活动预算、时间安排、风险评估及应急预案等内容。

(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
品牌活动策划案例分析	√	√	√		√
品牌活动形象策划	√	√	√	√	√
品牌活动策划案提案	√		√	√	

四、课程思政教学设计

1. 在课程开展中，推进习近平新时代中国特色社会主义思想进课堂进头脑，引导学生了解世情国情党情民情，增强对党的创新理论的政治认同、思想认同、情感认同，坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信。
2. 引导学生认识到活动策划在社会发展中的重要性，引导学生把国家、社会、公民的价值要求融为一体，提高个人的爱国、敬业、诚信、友善修养，自觉把小我融入大我，不断追求国家的富强、民主、文明、和谐和社会的自由、平等、公正、法治，将社会主义核心价值观内化为精神追求、外化为自觉行动。
3. 培养学生的创新思维和批判性思维能力，引导学生树立正确的价值观和道德观。引导学生深刻理解中华优秀传统文化中讲仁爱、重民本、守诚信、崇正义、尚和合、求大同的思想精华和时代价值，教育引导学生传承中华文脉，富有中国心、饱含中国情、充满中国味。
4. 培养学生的反思能力和总结能力，引导学生树立持续改进和精益求精的职业精神。引导学生深刻理解并自觉实践各行业的职业精神和职业规范，增强职业责任感，培养遵纪守法、爱岗敬业、无私奉献、诚实守信、公道办事、开拓创新的职业品格和行为习惯。

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%	品牌活动策划案例分析	20	10	20	30	20	100
X2	30%	品牌活动形象策划	30	10	20	20	20	100
X3	40%	品牌活动策划案提案	10	30	20	20	20	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						
X2						
X3						

六、其他需要说明的问题

--