**【跨媒介促销宣传】**

SJQU-QR-JW-033（A0）

**【Cross-media Promotion】**

一、基本信息

**课程代码：【**2030391**】**

**课程学分：**【2】

**面向专业：**【新闻学】

**课程性质：**【专业选修课】

**课程类型：**【系定专业课程】

**开课院系：**新闻传播学院

**使用教材：**《跨媒体营销策划与设计》谭笑编著 中国传媒大学出版社

**辅助教材：**

【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】

【新媒体营销运营，谭静，人民邮电出版社】

**课程网站网址：**

http://i1.gench.edu.cn/\_web/fusionportal/skip.jsp?\_p=YXM9MSZwPTEmbT1OJg\_\_&appName=pc.sudy.bb

二、课程简介

跨媒介促销宣传是新闻学本科专业选修课程。本课程主要讲授跨媒介宣传促销的相关策略、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，学生能够掌握跨媒介促销宣传的一些基本知识；并能在相关营销策略的指引下，进行一些模拟项目的跨媒介促销宣传设计，适应当下对于新闻人才宣传营销方面的技能要求。

本课程以案例教学法和项目教学法相结合的方式，通过媒介形式和媒介渠道的研究，促使学生灵活地运用相关媒介，进行相关营销策划，培养学生新闻综合业务的实践能力。

三、选课建议

适合新闻学专业学生学习，适合新闻学专业四年级学生。

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。 | 个人阐述跨媒介促销宣传的方式与效果。 |
| 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 | 课堂讨论，观点总结。 | 小组总结不同媒介形式进行促销宣传的优缺点。 |
| 3 | LO343 | 能有效地执行策划方案。 | 分析已有跨媒介促销宣传案例，总结经验并借鉴到自己的策划方案中。 | 能够分析总结成功案例并将其有效操作经验运用到自己的策划方案中。 |
| 4 | L0613 | 能把现代信息技术融入到新闻宣传工作各个环节。 | 运用跨媒介不同形式和渠道进行一种产品营销策划全过程。 | 课堂展示跨媒介促销宣传策划的PPT |
| 5 | L0712 | 助人为乐：富于爱心，懂得感恩，具备助人为乐的品质。 | 运用跨媒介促销宣传策划过程中，小组协作完成 | 小组协作完成一份跨媒介促销宣传方案。 |

六、课程内容

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **单元** | **教学的内容与难点** | **教学的知识点** | **能力要求** | **理论课时数** | **实践课时数** | **备注** |
| 第一单元 | 跨媒介形式概述 | 理解跨媒介促销宣传的媒介形式 | 准确把握跨媒介促销宣传不同媒介形式的特点 | 2 |  | 第1周 |
| 第二单元 | 媒介形式：新技术媒介 | 理解新技术媒介的几种主要形式 | 掌握不同技术媒介形式促销宣传方式的不同侧重点 | 2 |  | 第1周 |
| 第三单元 | 媒介形式：视频媒介 | 理解视频媒介的主要呈现形式 | 掌握视频媒介内容策划的吸睛点 | 2 |  | 第2周 |
| 第四单元 | 跨媒介形式平面媒介 | 理解平面媒介的主要呈现形式 | 掌握平面媒介促销宣传的话题性制造 | 2 |  | 第3周 |
| 第五单元 | 跨媒介形式综合分析 | 综合分析不同媒介形式 | 总结不同媒介形式促销宣传的优缺点 | 2 |  | 第3周 |
| 第六单元 | 跨媒介渠道概述及营销方式 | 理解当下媒介渠道的平台类型及营销方式 | 深度掌握当下运用最广泛的跨媒介促销宣传营销手段 | 2 |  | 第4周 |
| 第七单元  | 跨媒介渠道：微博 | 理解微博渠道促销宣传的方法 | 掌握微博渠道受众特点及宣传方案 | 2 |  | 第4周 |
| 第八单元 | 跨媒介渠道：微信 | 消息类视频新闻理解微信渠道促销宣传的方法 | 掌握微信渠道受众行为方式并总结针对性宣传方案 | 2 |  | 第5周 |
| 第九单元 | 跨媒介渠道：其他自媒体形式 | 理解当下多种自媒体渠道的类型及表现形式 | 掌握自媒体渠道吸引受众注意力的方法技巧 | 2 |  | 第6周 |
| 第十单元 | 跨媒介渠道综合分析 | 理解跨媒介渠道综合投放方式 | 具备跨媒介渠道综合投放方式分析能力 | 2 |  | 第6周 |
| 第十一单元 | 跨媒介促销宣传综合案例分析 | 综合媒介形式和渠道特色分析具体案例 | 掌握总结已有案例成功经验的能力并加以有效利用 | 4 |  | 第7周 |
| 第十二单元 | 跨媒介促销方案研讨 | 跨媒介促销方案实践 | 掌握具操作性强、效果良好的跨媒介促销宣传方案的设计能力 | 2 |  | 第8周 |

注：本课程共计32学时。

七、课内实验名称及基本要求

列出课程实验的名称、学时数、实验类型（演示型、验证型、设计型、综合型）及每个实验的内容简述。

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 实验名称 | 主要内容 | 实验时数 | 实验类型 | 备注 |
|  | 无 |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |

八、实践环节各阶段名称及基本要求

列出实践环节各阶段的名称、实践的天数或周数及每个阶段的内容简述。

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 各阶段名称 | 实践主要内容 | 天数/周数 | 备注 |
|  | 无 |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

 九、评价方式与成绩

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 总评构成（X） | 评价方式 | 占比 |
| X1 | 跨媒介形式优缺点总结研讨 | 20% |
| X2 | 行业（品牌、产品）案例分析 | 30% |
| X3 | 张老师签名.png跨媒介促销宣传方案设计 | 50% |

撰写人： 系主任审核签名： 审核时间：2019.9.2