**【跨媒介经营】**

SJQU-QR-JW-033（A0）

**【Cross-media management】**

**一、基本信息（必填项）**

**课程代码：**【[20305](http://jwxt.gench.edu.cn/eams/syllabusTeacher.action%22%20%5Ct%20%22http%3A//jwxt.gench.edu.cn/eams/_blank)41】

**课程学分：**【2】

**面向专业：**【新闻学B17-1 新闻学B17-2】

**课程性质：**【院级选修课】

**开课院系：**【新闻传播学院】

**使用教材：** 【《新闻媒介管理》宋建武 王天铮编著，高等教育出版社，2013年3月第一版】

**参考书目：**【《传媒经营管理新论》（第二版）谭云明主编，北京大学出版社，2016年7月第二版 】

**课程网站网址：**

**先修课程：**【新闻学概论、传播学概论、中外新闻事业史】

**二、课程简介（必填项）**

本课程是一门从经济学、管理学、市场营销学和新闻学、传播学的理论角度研究我国新闻媒介实行集约化、规模化经营和企业化管理的特点和规律的课程，是新闻学专业必修的专业基础课程。通过本课程教学，加强学生对跨媒介经营管理的认识，使学生掌握媒介市场营销、目标管理、策略运用等基本知识。通过教学，使学生掌握跨媒介经营管理的基本理论、基本知识、基本方法，知晓报社、广播电台、电视台等媒介经营管理的主要实务，为传媒业输送既懂业务又懂媒体经营的复合型人才。

**三、选课建议（必填项）**

本课程适合具备一定的新闻学、传播学基础知识的新闻学高年级学生。

1. **课程与专业毕业要求的关联性（必填项）**

|  |  |
| --- | --- |
| 专业毕业要求 | 关联 |
| L021：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。 | ● |
| LO31：LO311 从海量信息中准确进行有针对性的采集，去芜存菁。LO313 根据选定的主题对信息进行整合。 | ● |
| L033：LO333能针对不同媒体介质灵活进行文稿编辑。 | ● |
| L0751：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。 | ● |

**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 | 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。 | 启发式教学。在授课中采用假设、提问和分析的方式，启发学生对相关信息进行思考、表达与沟通。 | 随堂测验纸笔测验 |
| 2 | LO311 | 从海量信息中准确进行有针对性的采集，去芜存菁。 | 指导学生搜索学习与教学进度匹配的参考文章和资料，通过有针对性的搜集、采集资料。 | 随堂测验经营绩效分析报告 |
| 3 | LO313 | 根据选定的主题对信息进行整合。 | 根据课程内容框架对经营绩效分析与管理所需的信息进行分门别类的整理、整合，并进行一定的数据分析处理。 | 课堂小组汇报 |
| 4 | LO333 | 能针对不同媒体介质灵活进行文稿编辑。 | 鼓励启发学生在不同媒体介质上撰写不同类型、不同程度的绩效分析报告，鼓励学生发挥创意。 | 经营绩效分析报告 |
| 5 | 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。 | 根据教学内容，引导学生针对不同类型的企业或部门经营绩效提出有针对性、有创意的解决方案。 | 经营绩效分析报告 |

**六、课程内容（必填项）**

**第一章 新闻媒介的经营方式与管理特征**

1、掌握媒介、跨媒介、媒体、跨媒体的内涵

2、掌握新闻媒介商业模式的内容

3、知道新闻媒介的经营管理特征

**第二章 新闻媒介的生产流程与组织设计**

1、了解新闻媒介的生产流程

2、掌握新闻信息的生产流程

3、理解新闻媒介组织设计的原理

4、综合分析新闻媒介组织设计实例

**第三章 新闻媒体的治理结构**

1、了解我国社会主义的媒体制度

2、掌握我国传媒业法人治理结构

3、了解其他主要国家的媒体制度与治理规则

**第四章 新闻媒介的产品经营**

1、了解传统报纸的发行与经营

2、了解手机报的发行与经营

3、掌握全媒体时代的报纸运营

4、小班讨论课：跨媒介产品经营案例分析

**第五章 新闻媒介的广告经营**

1、了解传媒广告经营的地位和职能

2、知道传媒广告经营的主要内容

3、知道传媒广告经营问题及对策

4、理解传媒广告经营法规及伦理

5、小班讨论课：跨媒介广告经营案例分析

**第六章 传媒的多元化经营**

1、了解传媒多元化经营的价值

2、知道报社的多元化经营

3、知道广电媒体的多元化经营

4、小班讨论课：传媒多元化经营理论前言分析

**第七章 传媒产业化与集团化**

1、了解传媒市场化与产业化的发展历程

2、知道传媒市场化、产业化的发展路径

3、理解传媒集团化是传媒产业化发展的必然

4、掌握传媒集团化的组织结构

5、掌握传媒集团化的组建及运营

6、掌握传媒产权改革

7、小班讨论课：传媒产业化、集团化案例分析

**第八章 传媒资本市场运营**

1、了解传媒资本市场的功能

2、掌握媒体上市的基本模式与操作

3、知道传媒资本市场的缺陷与转机

**第九章 我国上市传媒公司经营绩效分析**

1、理解文化传媒企业的经济绩效与社会绩效

2、掌握财务维度、影响力维度和社会责任维度及其指标

**八、评价方式与成绩（必填项）**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 总评构成（1+X） | 评价方式 | 占比 |
| X1 | 课堂表现 | 20% |
| X2 | 课堂小组汇报 | 30% |
| X3 | 上市传媒公司经营绩效分析报告 | 50% |

1. 课程思政预期成果及成果表现形式

立足学科特色挖掘课程思政资源，推动社会主义核心价值观融入本课程，建设示范教学课件、教学案例和教学实践体系。将社会主义核心价值观融入到课程的教学体系中，通过收集改革开放以来我国文化传媒企业媒介经营管理的发展历程与实践，不断提升的经营管理举措，理解文化传媒企业经营管理的特殊性，增强学生对中国特色社会主义市场经济体制的认同感与自豪感，坚定学生对社会主义制度的道路自信、文化自信、制度自信和理论自信。

撰写人： 系主任审核签名：

审核时间： 2020.09