**【全媒体营销】**

SJQU-QR-JW-033（A0）

**【All media integrated marketing】**

一、基本信息

**课程代码：【**2030196**】**

**课程学分：**【2】

**面向专业：**【广告学】

**课程性质：**【专业选修课】

**课程类型：**【理论实践教学课】

**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：

【《全营销：聚焦三大媒体营销正能量》（美）Lon safko著王权等译电子工业出版社 2013.6】

【《数字营销——世界最成功的25个数字营销活动》（爱尔兰）Damian Ryan Calvin Jones著派力译企业管理出版社2012.7】

【《社会化媒体时代的口碑营销》亚历克斯•戈德费恩,林小夕,赵金慧著 企业管理出版社 2013.5】

课程网站网址：

https://elearning.gench.edu.cn:8443/webapps/blackboard/content/listContentEditable.jsp?content\_id=\_12200\_1&course\_id=\_5580\_1&mode=reset

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 | 倾听广告客户的需求和诉求点。 |  |
| LO112 | 能够熟练的阐述广告方案的意图，亮点,及时调整方案的陈述。 | 　 |
| L021 | LO211 | 学习和借鉴广告大师和成功案例为创意策划提供素材。 | 　 |
| LO212 | 对新型广告创作应用技术进行延展学习和应用。 | 　 |
| L031 | L0311 | 能够进行广告创意联想。 |  |
| L0312 | 具备广告文案创意、口号创意和图形创意的能力。 | 　 |
| L032 | L0321 | 具有进行广告发布、推广活动策划能力。 |  |
| L0322 | 熟悉活动的组织流程，具有活动的相关执行技术和能力。 |  |
| L033 | LO331 | 能进行广告文案、口号的写作。 |  |
| LO332 | 能进行各类维度的广告作品设计。 |  |
| LO333 | 能根据客户的反馈对广告文案和设计作品进行有效的修改。 |  |
| L034 | LO341 | 能够将广告设计方案转化为广告执行方案 |  |
| LO342 | 熟悉各类广告制作工艺和材料。 | 　 |
| LO342 | 具备广告现场执行的监理能力，沟通能力，协调能力。 | 　 |
| L035 | L0351 | 具备广告客户、业务开发和维护能力。 | 　 |
| L0352 | 具有广告消费行为、营销、广告客户心理等方面的基础知识。 | ● |
| L0353 | 具备良好的品牌开发、传播的能力。 | 　 |
| 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 | 熟练运用各类信息搜索软件和检索工具进行广告客户背景资料搜集 |  |
| LO612 | 熟练运用数据分析软件进行广告客户需求分析。 | 　 |
| LO613 | 熟练使用计算机，掌握常用办公软件。 | 　 |
| 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 | 具有良好的广告专业英语听说读写能力。 | 　 |
| L0812 | 能从4A公司和国外广告公司的案例中汲取经验。 | 　 |
| L0813 | 能引进世界先进水平的广告创意、执行和表现手段。 | 　 |

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** | **内容** | **教与学方式** | **评价方式** |
| 1 | L0352 | 能够完整的表达自己的思路及想法。 | 分享、交流 | 根据课程要求进行讨论分析，团队交流，并阐述团队思路及想法。 |
| 2 | LO713 | 通过案例深度学习，使用社会化媒体和传统媒体的整合方法，制定适合线上线下生活的强有力媒体组合方式，实现特定的目标。 | 案例分享、交流 | 根据相关要求，完成案例深度学习及媒体全方面的整合。 |
| 3 | LO513 | 具备全媒体策划的能力。能够撰写完整的媒体营销方案并进行实际的提案及执行 | 讲授、调研、交流、项目模拟 | 根据相关要求，提交全媒体营销方案。 |

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 | 第一单元品牌基础（6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 媒体营销的流程及内容 | 1-2-1掌握媒体营销的流程及内容：目标、选择、整合。 | 1-2-1目标、选择、整合。 |
| 2 | 第二单元媒体营销的方法及策略（16课时） | 2-1 媒体营销的方法 | 2-1-1能够运用图形分析现有的社会化媒体，掌握萨式营销轮盘。 | 2-1-1分析现有传统媒体及社会化数字媒体，整合两者、测试及正式实施。 | 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长尾理论、场景营销、IP营销、口碑管理、社会化粉丝经济等。 |
| 2-3 现有媒体与社会化媒体整合营销 | 能够在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（10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、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（1+X） | 评价方式 | 占比 |
| X1 | 考勤，课堂展示及口头报告 | 30% |
| X2 | 深度学习及媒体整合作业 | 30% |
| X3 | 期末大作业：媒体营销方案 | 40% |

撰写： 叶晶晶 系主任审核：