上海建桥学院课程教学进度计划表

**一、基本信息**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 课程代码 | 2030391 | 课程名称 | 跨媒介促销宣传 |
| 课程学分 | 2 | 总学时 | 32 |
| 授课教师 | 刘燕 | 教师邮箱 | 2250659543@qq.cong |
| 上课班级 | 16新闻1、2 | 上课教室 | 二教307、二教304 |
| 答疑时间 | 周一下午第五、第六节 |
| 主要教材 | 《跨媒体营销策划与设计》谭笑编著 中国传媒大学出版社  |
| 参考资料 | 《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，人民邮电出版社媒介平台宣促销案例：微博平台、微信平台及其他自媒体平台 |

**二、课程教学进度**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 周次 | 教学内容 | 教学方式 | 作业 |
| 1 | 跨媒介促销宣传概述 | 讲课 | 理论复习 |
| 1 | 媒介形式：新技术媒介 | 讲课 | 新技术媒介优缺点分析 |
| 2 | 媒介形式：视频媒介 | 讲课 | 视频媒介呈现形式总结 |
| 2 | 媒介形式：视频媒介 | 边讲边讨论 | 视频媒介案例观摩 |
| 3 | 媒介形式：平面媒介 | 讲课 | 平面媒介话题性分析 |
| 3 | 跨媒介形式综合分析 | 汇报 | 小组讨论，汇报不同媒介形式优缺点 |
| 4 | 跨媒介渠道概述及营销方式 | 讲课 | 跨媒介渠道复习总结 |
| 4 | 跨媒介渠道：微博 | 边讲边讨论 | 搜集微博渠道跨媒介促销宣传案例 |
| 5 | 跨媒介渠道：微信 | 讲课 | 搜集微信渠道跨媒介促销宣传案例 |
| 5 | 跨媒介渠道：微信 | 边讲边讨论 | 分析微信渠道促销宣传特点 |
| 6 | 跨媒介渠道：其他自媒体形式 | 讲课 | 讨论其他自媒体渠道特点 |
| 6 | 跨媒介渠道综合分析 | 汇报 | 小组作业：搜集跨媒介促销宣传已有案例 |
| 7 | 跨媒介促销宣传综合案例分析 | 讲课 | 总结跨媒介促销宣传案例经验 |
| 7 | 跨媒介促销宣传综合案例分析 | 边讲边讨论 | 综合复习跨媒介促销宣传方案设计重点 |
| 8 | 跨媒介促销方案研讨 | 汇报 | 观摩具备可操作性的跨媒介促销方案 |
| 8 | 跨媒介促销方案研讨 |  汇报 | 策划具备可操作性的跨媒介促销方案 |

**三、评价方式以及在总评成绩中的比例**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 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 | 跨媒介促销宣传方案设计 | 50% |

任课教师： 系主任审核： 日期：2019.9.2