**【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：**【秘书学】

**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 | 辅助决策 | 收集、处理信息，调查研究，能够辅助领导确定决策目标、拟定及实施决策方案，及时向领导反馈落实情况。 |  |
| L032 | 沟通协调 | 在上下层级间有效进行信息沟通，有效传递领导的管理要求，收集基层信息、反馈给管理层。 |  |
| L033 | 商务管理 | 掌握基础的商务和管理知识。 |  |
| L034 | 办公室事务管理 | 具有办公室环境管理、接待、日常事务管理等方面的基本能力。 |  |
| L035 | 文书拟写及处理 | 了解文书基础知识，拟写常用法定公文，拟写常用礼仪文书，拟写常用事务文书，拟写常用商务文书，处理收文与发文，管理文书等。 |  |
| 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，充分认识本专业就业岗位在社会经济中的作用和地位，在学习和社会实践中遵守职业规范，具备职业道德操守。 |  |
| LO414 | 身心健康，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秘书工作各个环节。 |  |
| 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 | 在职业活动中具有国际视野。 |  |

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 | L0112 | 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：