上海建桥学院课程教学进度计划表

**一、基本信息**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 课程代码 | 2030196 | 课程名称 | 全媒体营销 |
| 课程学分 | 2 | 总学时 | 32 |
| 授课教师 | 杨晓丽 | 教师邮箱 | 17037@gench.edu.cn |
| 上课班级 | 19新闻1、2、3、4 | 上课教室 | 2教310、108 |
| 答疑时间 | 周二下午第五、六节 | | |
| 主要教材 | 《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 | | |
| 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】 | | |

**二、课程教学进度**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 周次 | 教学内容 | 教学方式 | 作业 |
| 1 | 全媒体营销概述 | 启发式教学  案例分析 |  |
| 2 | 全媒体营销形式 | 启发式教学  案例分析 |  |
| 3 | 全媒体营销形式 | 启发式教学  案例分析 |  |
| 4 | 全媒体营销形式 | 启发式教学  案例分析 |  |
| 5 | 营销理论与形式测验 | 启发式教学  案例分析 | X1单元测验 |
| 6 | 全媒体营销模式 | 启发式教学  案例分析 |  |
| 7 | 全媒体营销模式 | 启发式教学  案例分析 |  |
| 8 | 全媒体营销模式 | 启发式教学  案例分析 |  |
| 9 | 全媒体营销模式 | 启发式教学  评析 |  |
| 10 | 全媒体营销渠道分析 | 启发式教学  案例分析 |  |
| 11 | 全媒体营销渠道分析 | 启发式教学  案例分析 |  |
| 12 | 媒体营销模式与渠道案例分享 | 启发式教学  评析 | X2营销案例分析与汇报 |
| 13 | 全媒体营销综合案例分析 | 启发式教学  案例分析 |  |
| 14 | 新媒体行业与公关案例分析 | 启发式教学  案例分析 |  |
| 15 | 商业项目模拟营销策划 | 启发式教学  案例分析 |  |
| 16 | 商业项目模拟营销策划 | 启发式教学  评析 | X3商业项目模拟营销策划 |

**三、评价方式以及在总评成绩中的比例**

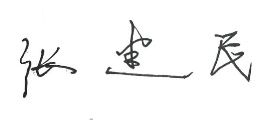
|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 总评构成（X） | 评价方式 | 占比 |
| X1 | 单元测试 | 30% |
| X2 | 营销案例分析与汇报 | 30% |
| X3 | 商业项目模拟营销策划 | 40% |

备注：

教学内容不宜简单地填写第几章、第几节，应就教学内容本身做简单明了的概括；

教学方式为讲课、实验、讨论课、习题课、参观、边讲边练、汇报、考核等；

评价方式为期末考试“1”及过程考核“X”，其中“1”为教学大纲中规定的形式；“X”可由任课教师或课程组自行确定（同一门课程多位教师任课的须由课程组统一X的方式及比例）。包括纸笔测验、课堂展示、阶段论文、调查（分析）报告、综合报告、读书笔记、小实验、小制作、小程序、小设计等，在表中相应的位置填入“1”和“X”的方式及成绩占比。

任课教师：  系主任审核： 

日期：2020.2.22