上海建桥学院课程教学进度计划表

**一、基本信息**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 课程代码 | 2030435 | 课程名称 | 影视市场营销 |
| 课程学分 | 2 | 总学时 | 32 |
| 授课教师 | 叶 鸣 | 教师邮箱 | yeming0322@163.com |
| 上课班级 | 传播学B17-2 | 上课教室 | 线上授课 |
| 答疑时间 | 时间：周二 11：35-11：50 地点：QQ群 |
| 主要教材 | 《中国电影市场营销》，于丽 著，中国电影出版社 |
| 参考资料 | 《中国电影营销》，吴春集 著，上海交通大学出版社《大荧幕下的市场经典》，季伟 著，人民出版社《电影营销实务》, 王大勇 著，中国民主法制出版社《中国当代电影发展史》，章柏青、贾磊磊 著，文化艺术出版社 |

**二、课程教学进度**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 周次 | 教学内容 | 教学方式 | 作业 |
| 1 | 电影市场营销学概述 | 线上授课 | 完成随堂测试 |
| 2 | 电影市场及商业化运作 | 线上授课 | 完成随堂测试 |
| 3 | 电影业管理体制及发展简史 | 线上授课 | 完成随堂测试 |
| 4 | 电影制片及发行环节经营机构的业务内容 | 线上授课 | 完成随堂测试 |
| 5 | 电影放映环节经营机构的业务内容 | 线上授课 | 完成随堂测试 |
| 6 | 电影版权经济概论 | 线上授课 | 完成随堂测试 |
| 7 | 电影市场营销环境分析 | 线上+线下（待定） | 完成随堂测试 |
| 8 | 消费者需求与购买决策行为 | 线上+线下（待定） | 完成随堂测试 |
| 9 | 电影市场营销战略 | 线上+线下（待定） | 完成随堂测试 |
| 10 | 电影市场营销渠道 | 线上+线下（待定） | 完成随堂测试 |
| 11 | 电影目标市场与促销策略 | 线上+线下（待定） | 准备话剧案例评析PPT |
| 12 | 电影业中新媒体的运用 | 线上+线下（待定） | 完善话剧案例评析PPT |
| 13 | 个人考核：影视作品的鉴赏与评析 | PPT汇报 |  |
| 14 | 个人考核：影视作品的鉴赏与评析 | PPT汇报 |  |
| 15 | 期末总复习 | 线上+线下（待定） | 复习课程 |
| 16 | 随堂考课 | 笔试 |  |

**三、评价方式以及在总评成绩中的比例**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 总评构成（1+X） | 评价方式 | 占比 |
| 1 | 期末笔试 | 40% |
| X1 | 论文 | 20% |
| X2 | PPT展示 | 10% |
| X3 | 线上学习情况 | 30% |

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：叶 鸣 系主任审核： 日期：