上海建桥学院课程教学进度计划表

**一、基本信息**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 课程代码 | 2030261 | 课程名称 | 新媒体传播 |
| 课程学分 | 2 | 总学时 | 32 |
| 授课教师 | 沈慧萍 | 教师邮箱 | 05024@gench.edu.cn |
| 上课班级 | 传播学B18-1 | 上课教室 | 一教316 |
| 答疑时间 | 时间：周二7、8节或周四中午 地点：新闻传播学院216 电话：58139400 | | |
| 主要教材 | 《新媒体概论》，宫承波，中国广播影视出版社2016年版 | | |
| 参考资料 | 《新媒体传播》，刘雪梅，暨南大学出版社2018年版  《互联网+新媒体——全方位解读新媒体运营模式》，刘小华，中国经济出版社2016年版  《新媒体传播十问》，唐嘉仪，人民日报出版社2017年版 | | |

**二、课程教学进度**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 周次 | 教学内容 | 教学方式 | 作业 |
| 1 | 绪论：本课程的教学内容、考核方式等 | 讲课 |  |
| 2 | 第一单元 新媒体概述1  新媒体的概念、特征、类型 | 讲课 |  |
| 3 | 第一单元 新媒体概述2  新媒体对传播者、传媒机构的影响 | 讲课 | 过程考核X1 |
| 4 | 第一单元 新媒体概述3  新媒体对从业人员、信息内容的影响及负面效应 | 讲课 |  |
| 5 | 第二单元 新媒体构成1  微博概述、特点 | 讲课、讨论 | 过程考核X2 |
| 6 | 第二单元 新媒体构成2  微信发展简况、微信用户、微信在社交、支付、生活服务等方面的应用 | 讲课、讨论 |  |
| 7 | 第二单元 新媒体构成3  网络直播的发展历程、分类、盈利模式、存在问题及对策 | 讲课 |  |
| 8 | 第三单元 新媒体应用1  新媒体与广告营销：内容营销、借势营销等营销策略分析 | 讲课 |  |
| 9 | 第三单元 新媒体应用2  新媒体与新闻：数据新闻的概念、发展历程、特征、功能、对新闻行业的影响 | 讲课 |  |
| 10 | 第三单元 新媒体应用3  新媒体与娱乐：短视频、平台类型、热门内容 | 讲课、讨论 |  |
| 11 | 第四单元 新媒体用户1  新媒体用户理论（六度分割、150理论）、动机（自我表现、社会互动） | 讲课 |  |
| 12 | 第四单元 新媒体用户2  新媒体用户互动方式及其动机：转发、评论、点赞等 | 讲课 |  |
| 13 | 第四单元 新媒体用户3  新媒体用户的采访与调研报告分享 | 讲课、讨论 | 过程考核3（X3） |
| 14 | 第五单元 新媒体与社会发展1  新媒体与政治：新媒体与政治传播、新媒体与领导人动漫形象传播等 | 讲课 |  |
| 15 | 第五单元 新媒体与社会发展2  新媒体与经济：社群经济、粉丝经济、网红经济；新媒体与文化 | 讲课 | 过程考核4（X4） |
| 16 | 第五单元 新媒体与社会发展3  新媒体与创业潮 | 讨论 | 过程考核5（X5） |

**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 | 作业：创建、编辑一个百度百科词条 | 10% |
| X2 | 个人项目报告：政务微博内容分析 | 20% |
| X3 | 小组项目报告：新媒体用户调研报告 | 25% |
| X4 | 作品：《Hello 临港》微信公众号作品 | 20% |
| X5 | 小组项目报告：新媒体创业计划书 | 25% |

任课教师：沈慧萍 系主任审核：沈慧萍 日期：2019.2