上海建桥学院课程教学进度计划表

**一、基本信息**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 课程代码 | 2030535 | 课程名称 | **文本制作与编辑** |
| 课程学分 | 2.0 | 总学时 | 32 |
| 授课教师 | 郑潇 | 教师邮箱 | shewa1975@163.com |
| 上课班级 | 网媒18 | 上课教室 | 3教104 |
| 答疑时间 | 周三（下午3:00-5:30） | | |
| 主要教材 | 《新媒体编辑》詹新惠，中国人民大学出版社 | | |
| 参考资料 | 《新媒体运营》刘友芝， 中国人民大学出版社 | | |

**二、课程教学进度**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 周次 | 教学内容 | 教学方式 | 作业 |
| 1 | 讲解本课程的宗旨和评价方式 | 理论 | 无 |
| 2 | 欣赏优秀深度报道1 | 理论 | 无 |
| 3 | 欣赏优秀深度报道2 | 理论 | 无 |
| 4 | 作业评析 | 实践 | 策划方案 |
| 5 | 欣赏优秀新媒体编辑作品1 | 理论 | 无 |
| 6 | 欣赏优秀新媒体编辑作品2 | 理论 | 无 |
| 7 | 作业评析 | 实践 | 新媒体编辑作品 |
| 8 | 欣赏优秀新媒体矩阵作品1 | 理论 | 无 |
| 9 | 欣赏优秀新媒体矩阵作品2 | 理论 | 无 |
| 10 | 作业评析 | 实践 | 新媒体矩阵 |
| 11 | 欣赏优秀新媒体广告文案作品1 | 理论 | 无 |
| 12 | 欣赏优秀新媒体广告文案作品2 | 理论 | 无 |
| 13 | 作业评析 | 实践 | 竞品分析ppt |
| 14 | 赏鉴优秀新媒体产品营销文案作品1 | 理论 | 无 |
| 15 | 赏鉴优秀新媒体产品文案作品2 | 理论 | 无 |
| 16 | 作业评析 | 实践 | 新媒体产品文案 |

**三、评价方式以及在总评成绩中的比例**

备注

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 总评构成（1+X） | 评价方式 | 占比 |
| 1 |  |  |
| X1 | 大作业（人物深度报道） | 30% |
| X2 | 新媒体矩阵作品 | 60% |
| X3 | 新媒体小组讨论综合表现 | 10% |

考核附在后面。

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：