

## 《 移动新媒体营销 》本科课程教学大纲

## 一、课程基本信息

课程名称	移动新媒体营销				
	Mobile new media marketing				
课程代码	2065004	课程学分		2	
课程学时	32	理论学时	16	实践学时	16
开课学院	商学院	适用专业与年级		电子商务三年级	
课程类别与性质	专业选修课	考核方式		考查	
选用教材	新媒体营销实务，张文锋主编，清华大学出版社			是否为马工程教材	否
先修课程	网络营销				
课程简介	<p>移动新媒体营销是目前电子商务行业中新兴的发展业态，也已经成为主流营销和运营途径，本课程主要讲解新媒体运营的知识与技能。课程内容具体涉及到新媒体运营的基础知识介绍、整体规划、内容运营、活动运营、用户运营等方面，全面覆盖新媒体运营的知识体系，旨在帮助学生对于新媒体运营有充分认识和掌握。</p>				
选课建议与学习要求	<p>课程适合电子商务本科专业的学生在第五或第六学期学习，其他专业根据专业的课程设置安排。学习该课程前学生应该具有一定的网络营销理论知识和计算机应用知识，同时对常用图片、视频编辑软件有一定的应用能力。</p>				
大纲编写人	张江	(签名)	制/修订时间	2024.3.1	
专业负责人	张江	(签名)	审定时间	2024.3.2	
学院负责人	尹卫华	(签名)	批准时间	2024.3.2	

## 二、课程目标与毕业要求

### (一) 课程目标

类型	序号	内容
知识目标	1	理解新媒体营销的基本概念和类型
技能目标	2	掌握各类新媒体软件的使用
	3	掌握微信公众号等新媒体工作并进行运营
素养目标 (含课程思政目标)	4	了解数字经济、互联网、电子商务国家战略，以及我国在新媒体营销领域的创新和成效，培养创新思维、爱国主义情怀，树立民族自信心和自豪感。培养学生在使用互联网新媒体开展营销活动的过程中，正确理解互联网及技术可能带来的“双刃剑”效果，培养思辨思维；树立正确的网络文化素养、商业伦理和道德行为规范、诚信公正的经营观和法治意识，了解并践行互联网背景下企业社会责任。

### (二) 课程支撑的毕业要求

<p><b>L01 品德修养:</b> 拥护中国共产党的领导，坚定理想信念，自觉涵养和积极弘扬社会主义核心价值观，增强政治认同、厚植家国情怀、遵守法律法规、传承雷锋精神，践行“感恩、回报、爱心、责任”八字校训，积极服务他人、服务社会、诚信尽责、爱岗敬业。</p> <p>④诚信尽责，为人诚实，信守承诺，勤奋努力，精益求精，勇于担责。</p>
<p><b>L02 专业能力:</b> 具有人文科学素养，具备从事电子商务相关工作或专业的理论知识、实践能力。</p> <p>③电子商务网店运营推广能力：具备针对某类产品或某个企业，独立完成电子商务网站（网店）项目策划书，并利用互联网工具和平台，完成网站（网店）前端设计美化、网站（网店）的运营活动和网络营销推广的能力。</p>
<p><b>L03 表达沟通:</b> 理解他人的观点，尊重他人的价值观，能在不同场合用书面或口头形式进行有效沟通。</p>

①倾听他人意见、尊重他人观点、分析他人需求。
<b>L05 健康发展</b> 懂得审美、热爱劳动、为人热忱、身心健康、耐挫折，具有可持续发展的能力。
③懂得审美，有发现美、感受美、鉴赏美、评价美、创造美的能力。
<b>L06 协同创新</b> 同群体保持良好的合作关系，做集体中的积极成员，善于自我管理和团队管理；善于从多个维度思考问题，利用自己的知识与实践来提出新设想。
④了解行业前沿知识技术。

### (三) 毕业要求与课程目标的关系

毕业要求	指标点	支撑度	课程目标	对指标点的贡献度
LO1	④	H	专业教学过程中培养创新思维、爱国主义情怀，树立民族自信心和自豪感。培养学生在使用互联网新媒体开展营销活动的过程中，正确理解互联网及技术可能带来的“双刃剑”效果，培养思辨思维；树立正确的网络文化素养、商业伦理和道德行为规范、诚信公正的经营观和法治意识，了解并践行互联网背景下企业社会责任。	100%
LO2	③	H	能够就理解新媒体的概念和使用方法，提升网络营销推广的能力。	40%
			能够使用各类新媒体工具，并撰写新媒体推广方案。	60%
LO3	①	M	倾听他人意见、尊重他人观点、分析他人需求，满足工作中客户需求。	100%
LO5	③	M	树立正确的网络文化素养、商业伦理和道德行为规范。理解新媒体营销的“双刃剑”作用。	100%
LO6	④	M	了解新媒体行业前沿知识技术，通过团队协作完成课程任务。	100%

## 三、课程内容与教学设计

### (一) 各教学单元预期学习成果与教学内容

#### 第1单元新媒体概述

知识点：理解新媒体的基本概念；知道新媒体的发展现状；理解新媒体、自媒体、付媒体等区别。

<p>能力要求：能够运用新媒体的基础知识对新媒体的发展方向作出分析；</p> <p>教学难点：新媒体、自媒体、付媒体等区别；新媒体三要素。</p>
<p><b>第2单元 新媒体基本素养和基础技能</b></p> <p>知识点：掌握热点把控、用户分析、数据运营等基本素养；掌握内容编辑器、图文设计、H5、视频等制作工具。</p> <p>能力要求：能够准确使用分析软件、内容编辑器、图文设计、H5、视频等制作工具；</p> <p>教学难点：分析软件、内容编辑器、图文设计、H5、视频等制作工具高效应用</p>
<p><b>第3单元 软文写作</b></p> <p>知识点：理解软文写作的方法；掌握各类软文的写作方法；掌握软文的排版技巧。</p> <p>能力要求：能够独立完成软文的写作；</p> <p>教学难点：软文标题写作、各类软文类型的应用。</p>
<p><b>第4单元 新媒体平台运营</b></p> <p>知识点：了解微博营销的特点和方法；了解微信营销的特点和方法。</p> <p>能力要求：能够注册并运营微信公共号；能够完成新媒体平台的运维工作。</p> <p>教学难点：公众号运营、文章发布和流量引入。</p>
<p><b>第5单元 短视频与直播</b></p> <p>知识点：知道短视频平台发展现状；了解抖音平台的特点和运营方法；了解直播平台的特点和运营方法。</p> <p>能力要求：能够团队协作完成短视频的编辑和发布工作；能完成平台中各类直播实验操作。</p> <p>教学难点：短视频脚本创作。</p>

## (二) 教学单元对课程目标的支撑关系

教学单元	课程目标			
	1	2	3	4
1	√			√
2	√	√		√
3	√			√
4	√	√	√	√
5	√	√	√	√

## (三) 课程教学方法与学时分配

教学单元	教与学方式	考核方式	学时分配		
			理论	实践	小计
1	教师讲解, 学生操作	案例分析	4		4
2	教师讲解, 学生操作	软件操作	2	2	4
3	教师讲解, 学生操作	软文展示	2	4	6
4	教师讲解, 学生操作	运营报告、软件操作	4	4	8
5	教师讲解, 学生操作	软件操作	4	6	10
合计			16	16	32

#### (四) 课内实验项目与基本要求

序号	实验项目名称	目标要求与主要内容	实验时数	实验类型
1	软文写作	根据课程要求完成原创软文的写作	4	综合型
2	微信公众号运营	完成公共号的注册和文章发布	6	综合型
3	新媒体运营营销实验	根据课程要求完成对应6个运营操作	6	综合型

实验类型：①演示型 ②验证型 ③设计型 ④综合型

#### 四、课程思政教学设计

通过教学使得了解数字经济、互联网、电子商务国家战略，以及我国在新媒体营销领域的创新和成效，培养创新思维、爱国主义情怀，树立民族自信心和自豪感。培养学生在使用互联网新媒体开展营销活动的过程中，正确理解互联网及技术可能带来的“双刃剑”效果，培养思辨思维，树立正确的网络文化素养、商业伦理和道德行为规范、诚信公正的经营观和法治意识，了解并践行互联网背景下企业社会责任。

#### 五、课程考核

总评构成	占比	考核方式	课程目标				合计
			1	2	3	4	
X1	15%	课堂表现（出勤率及课堂互动）	30	20	20	30	100

X2	20%	商品营销软文写作	30	40		30	100
X3	35%	微信公共号运营及发布	20	20	40	20	100
X4	30%	新媒体运营营销实验	10	30	30	30	100

## 六、其他需要说明的问题

--