

《新媒体用户与内容定位》单元教学设计

单元标题: 新媒体用户与内容定位	单元教学学时		2
	在整体设计中的位置		第2次
授课班级	上课时间	周 月 日 第 节 至 周 月 日 第 节	上课地点
教学目标	能力目标		知识目标
	用户定位, 营销平台, 内容定位的流程		1. 熟悉不同的新媒体平台 2. 了解内容定位的原则 3. 掌握内容定位的流程
素质目标			
1. 展现良好风采; 2. 认真细致; 3. 具有一定的创新意识和开拓精神, 具备对认识新媒体营销发展的研究能力。			
能力训练任务	训练方式: 任务驱动 训练手段: 模拟演练 训练步骤: 1. 课前观看课程平台相关视频 2. 课中分析讨论任务 3. 学生任务训练 4. 教师指导、纠错 5. 课后按要求进行案例分析		
教学方法	教学方法 案例教学法、讲授法 学习方法 探究学习, 小组讨论、角色扮演		
教学材料	1. 《新媒体营销: 营销方式+推广技巧+案例实训(微课版)》, 编著, 2021年; 人民邮电出版社出版教材 2. 课件: 本节课课件; 3. 视频: 新媒体营销		

单元教学进度

任务导入 (5')	案例分析：新媒体用户与内容定位案例
任务实施 (15')	<p>【学生活动】 讨论问题： 1、常见的新媒体平台有哪些？ 2、新媒体内容定位的原则有哪些？</p> <p>【教师活动】 在学生进行网络搜索和讨论的过程中，教师在各小组进行必要的指导。</p>
任务知识讲授 (40')	<p>1、 教学思路：（1）从了解目标用户、构建用户画像和选择适合的平台 3 个方面，对用户定位的相关知识进行介绍，让学生掌握定位精准目标用户的方法；（2）通过对新媒体内容定位进行介绍，让学生掌握新媒体内容定位的原则、流程和误区，从而输出更符合用户需求的内容；（3）安排课堂实训和课后练习。</p> <p>2、 教学手段：（1）过理论加案例的方式讲解，帮助学生快速理解知识点；（2）通过课堂讨论、课堂活动提出问题，活跃课堂气氛并激发学员的学习兴趣；（3）对于重点内容进行着重讲解。</p> <p>3、 教学资料及要求：除教材中讲解的知识，还可以了解其它定位目标用户和定位内容的方法。</p> <p>知识结构图</p> <p>知识结构图</p> <p>2.1 新媒体用户定位</p> <p>2.1.1 了解目标用户</p> <p>2.1.2 构建用户画像</p> <p>2.1.3 选择适合的平台</p> <p>2.2 新媒体内容定位</p> <p>2.2.1 内容定位的原则</p> <p>2.2.2 内容定位的流程</p> <p>2.2.3 内容定位的误区</p> <p>2.3 课堂实训</p> <p>2.3.1 构建化妆品用户画像</p> <p>2.3.2 分析营销案例定位</p> <p>2.4 课后练习</p>
总结 (5')	1、 了解新媒体用户定位的方法。 2、 了解新媒体内容定位流程。
课堂作	（1）根据本章内容，谈谈构建用户画像的优势。

业 (15')	<p>(2) 假如你是某服装设计公司的新媒体营销人员, 现公司正值上市 10 周年, 需要开展周年活动, 要求你在新媒体平台上进行宣传推广。</p> <p>提示: 首先应确定宣传推广的新媒体平台, 然后根据“周年活动”这个主题, 确定目标用户人群, 最后进行内容定位, 发布营销信息。</p>
预习作 业 (5')	<p>新媒体营销方式</p>
教学 评价	<ol style="list-style-type: none"> 1. 以企业真实案例为切入点, 引出新媒体营销方式的相关知识。 2. 教师引导学生思考, 使学生能够理解新媒体营销方式的基本概念及功能要素。 3. 以小组为单位, 按照任务单课下查询资料, 组织材料, 以 PPT 形式展示, 课上共享。