

课程代码：270395



# 新媒体营销 课程标准

执笔人：薛梅

系 部：商学系

# 《新媒体营销》课程标准

## 一、课程基本信息

课程名称	新媒体营销	课程代码	270395
课程性质	必修	课程类型	理实一体
课程类别	专业课	开设学期	第四学期
总学时	60	学分	4
适用专业	移动商务、电子商务		
学时分配	60		
执笔人	薛梅	审核人	申作兰
制定时间	2022. 02		

## 二、实训课程简介

本课程是商学系电子商务专业基础通用课程，是从事新媒体技术、运营和新媒体营销的等工作必须学习的课程，不仅适合各类新媒体营销培训机构和高等学院新媒体营销课程的老师进行教学，还适合新媒体营销人员在营销工作中进行参考。 将为后续学习其他专业方向课程奠定基础。

通过本课程的学习，旨在让学生能够掌握从事新媒体基本技术，包括平台运营维护、用户运营、内容运营、活动运营、新媒体数据分析技术应用等工作的理论知识；能够根据融媒体理念和营销目标完成新媒体营销平台选择、用户画像构建、用户运营策略设计、内容策划和活动策划与执行，具备新媒体运营思维和应用新媒体技术的能力，提高学生的实践能力、创新能力和职业能力，为学生就业打下坚实的理论基础和职业基础。

## 三、课程目标

### （一）知识目标

1. 了解国内媒体的发展及现状；了解新媒体营销的特点；熟悉新媒体技术概念；了解新媒体技术应用概念；掌握新媒体技术的应用场景。
2. 理解腾讯系、阿里系、百度系及头条系等平台的风格和用户特点；了解新媒体相关的政策及市场规范；掌握日常内容管理和撰写的基本方法；了解粉丝维护的基本思路。
3. 掌握新媒体内容策划的要点；了解新媒体图片设计制作软件；熟悉新媒体图文内容的创作；熟悉新媒体（短）视频内容的创作；了解新媒体内容分发的概念。

4. 了解新媒体活动策划的定义、要素、原则；掌握活动策划的流程与内容；了解 H5 海报的特点及常见应用形式；熟悉 H5 海报制作的要素及流程；了解社群的定义及特征；了解社群构建与运营的流程与步骤；熟悉活动发布的流程；掌握活动监测与效果评估指标。

5. 了解新媒体用户运营的基本概念和内涵；掌握用户画像的作用和用户数据获取渠道；熟悉新媒体用户运营的思路和策略。

6. 了解常见新媒体平台的运营机制，能够根据客户需要制作短视频和直播，打造企业 IP。

## （二）能力目标

1. 能清晰分辨新媒体平台；能准确策划媒体内容；能合理运用媒体内容策划与加工技术；能有效进行新媒体数据分析应用。

2. 能结合企业工作内容实际，选择合适的新媒体平台；能根据需要完成新媒体平台的内容搭建及日常运维；能根据企业实际，定位平台账号的内容并做出规划；能灵活运用内容创作技巧，撰写有价值的内容。

3. 能策划符合新媒体平台的文章内容并合理排版；能设计制作符合新媒体平台要求的各类图片；能创作符合新媒体平台要求的（短）视频并应用工具进行推广；能利用工具进行文章、图片、短视频的一键分发。

4. 能运用各类数据工具收集活动策划所需要的产品数据、竞品数据；能对活动方案的目标人群进行定位分析；能根据活动目标、对象选择有效的活动形式、时间以及营销工具。

5. 能独立分析用户行为特征；能绘制主要用户的用户画像；能运用 RFM 模型搭建用户体系；能根据实际情况采用对应策略促进用户的拉新、留存和转化。

6. 熟悉新媒体数据分析的流程；了解新媒体数据的来源；掌握新媒体数据分析指标、模型和方法；熟悉新媒体数据分析的工具。

7. 能对内容运营流程的五个关键环节进行分析，提取关键指标，并构建指标体系；能够根据内容运营的不同阶段对行动指标进行修正。

8. 能够根据活动类型和目标对活动指标进行拆解，构建行动指标体系；能够对活动运营数据实时监测，对目标的偏离能够及时分析原因，做出调整方案。

9. 能对用户运营过程进行梳理，提取指标，依据运营目标，拆解行动指标；能

根据用户行为数据，进行用户画像分析、挖掘用户需求，制定合理的活动运营和内容运营方案，提升用户体验。

10. 能够掌握主流新媒体营销平台的营销方法和策略，快速掌握新媒体营销的实战技巧。

### （三）素质目标

1. 能够在新媒体图文类、视频类、直播类内容创作中遵循互联网内容发布规范和平台规则，弘扬社会主义核心价值观。

2. 能够在新媒体平台运维过程中遵守网络营销行为规范，杜绝虚假不实、夸张宣传的内容传播。

3. 能够在新媒体平台运维过程中践行社会主义核心价值观，弘扬中华传统美德。

4. 能够在文案、图片、短视频发布中遵守新媒体工作者严谨认真、实事求是、精益求精的职业道德，传播积极向上、正确的人生观、价值观和世界观。

5. 能在新媒体运营工作中培养正确的用户运营价值观，传播正能量。

### （四）思政目标

1. 能够在内容运营和活动中坚持社会主义核心价值观；注重合理引导消费，不倡导过度消费，不设计明显不利于消费者的促销组合。

2. 具有专业主义的职业道德和精益求精工作精神，把握法律制度约束以外的是非观念与善恶分辨的标准；能够遵守网络言论规范，严守政治纪律与直播营销行为规范。

3. 具备数据保密意识，能规范合法的获取和处理数据；具备正面、积极的心理素质与严谨的法律意识。

4. 提高法律意识，重视知识产权，关注图片版权，以免产生纠纷。

5. 提高民族自信，推动民族文化，提升国潮风高端审美培养；

6. 职业教育本土化，推动当地经济发展，大力推进乡村振兴，将五莲的特产水果、日照茶叶、民宿与非遗文化融入课程实践，用真实项目带动课程进度。

7. 关注平台发布规则，严守伦理底线，不造谣，不信谣；

8. 提倡制作有价值，有正能量的视频，抵制低俗、负情绪、违背伦理、泄露个人隐私的视频；

9. 尊重视频原创，打击盗版视频，规范二次创作标准。

10. 挖掘数据本质培养数据思维，完成疫情下的数据案例整理。
11. 新媒体内容运营体现利国利民再利己原则，做有故事，有情怀，有温情爱意，传播社会正能量，有职业操守和底线的文案与视频。
12. 对客户体现人文精神，对社会表现出大学生的责任感，主动为乡村振兴做贡献，关注社会诉求，培养共情。
13. 培养精益求精的工匠精神，坚持高质量输出，敬业、专注、创新，能够不断学习。能够在内容运营和活动中坚持社会主义核心价值观；注重合理引导消费，不倡导过度消费，不设计明显不利于消费者的促销组合。

#### 四、课程实训项目设计（30 课时）

模块	主要内容	知识目标	技能目标	教学方法	实践课时
新媒体平台运营	1. 新媒体平台选择 2. 新媒体平台内容规范 3. 新媒体平台维护 4. 平台运营实训	1. 理解腾讯系、阿里系、百度系及头条掌握 2. 熟悉平台的风格和用户特点 3. 了解新媒体相关的政策及市场规范 4. 了解日常内容管理和撰写的基本方法 5. 了解粉丝维护的基本思路	1. 能结合企业工作内容实际，选择合适的新媒体平台 2. 能根据需要完成新媒体平台的内容搭建及日常运维 3. 能定时收集、更新并执行政策法规与平台规范 4. 能根据企业实际，定位平台账号的内容并做出规划 5. 能灵活运用内容创作技巧，撰写有价值的内容 6. 能开展用户日常维护工作和客户关系管理工作	讲授 讨论或座谈 问题导向学习 分组合作学习 任务驱动学习 项目实战演练	5

新媒体内容运营	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 新媒体内容策划</li> <li>2. 新媒体图片设计</li> <li>3. 新媒体文案排版</li> <li>4. 新媒体（短）视频创作与推广</li> <li>5. 新媒体内容分发</li> <li>6. 内容运营实训</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 掌握新媒体内容策划的要点</li> <li>2. 了解新媒体图片设计制作软件</li> <li>3. 熟悉新媒体文案排版样式及创意文字云设计</li> <li>4. 熟悉新媒体（短）视频创作</li> <li>5. 了解新媒体内容分发的概念</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 能策划符合新媒体平台的文章内容并合理排版</li> <li>2. 能设计制作符合新媒体平台要求的各类图片</li> <li>3. 能创作符合新媒体平台要求的（短）视频并应用工具进行推广</li> </ol> <p>能利用工具进行文章、图片、短视频的一键分发</p>	<p>讲授</p> <p>讨论或座谈</p> <p>问题导向学习</p> <p>分组合作学习</p> <p>任务驱动学习</p> <p>项目实战演练</p>	5
新媒体活动运营	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 新媒体活动策划</li> <li>2. 活动H5海报制作</li> <li>3. 活动社群营销</li> <li>4. 活动发布与执行</li> <li>5. 活动运营实训</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 了解新媒体活动策划的定义、要素、原则</li> <li>2. 掌握活动策划的流程与内容</li> <li>3. 了解 H5 海报的特点及常见应用形式</li> <li>4. 熟悉 H5 海报制作的要素及流程</li> <li>5. 了解社群的定义及特征</li> <li>6. 了解社群构建与运营的流程与步骤</li> <li>7. 熟悉活动发布的流程</li> <li>8. 掌握活动监测与效果评估指标</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 能运用各类数据工具收集活动策划所需要的产品数据、竞品数据</li> <li>2. 能对活动方案的目标人群进行定位分析</li> <li>3. 能根据活动目标、对象选择有效的活动形式、时间以及营销工具</li> <li>4. 能根据需求完成 H5 海报的制作、投放及数据采集</li> <li>5. 能根据项目需求与定位，发现 KOL 用户</li> <li>6. 能根据项目需求与目标，测算活动所需的预算</li> <li>7. 能通过活动数据指标对活动效果进行分析</li> </ol>	<p>讲授</p> <p>讨论或座谈</p> <p>问题导向学习</p> <p>分组合作学习</p> <p>任务驱动学习</p> <p>项目实战演练</p>	5
新媒体数	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 数据分析技术与工具</li> <li>2. 内容运营效果复盘</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 熟悉新媒体数据分析的流程</li> <li>2. 了解新媒体数据的来源</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 能对内容运营流程五个关键环节进行分析，提取关键指标，并构建指标体系</li> <li>2. 能够根据内容运营的不同阶段对行动指标进行</li> </ol>	<p>讲授</p>	

<b>据分析技 术应用</b>	3. 活动运营效果复盘 4. 用户运营效果复盘 5. 数据分析技术应用	3. 熟悉新媒体数据分析指标、模型和方法 4. 熟悉新媒体数据分析的工具	修正 3. 能针对内容运营结果与预期目标之间的偏差，分析原因，总结经验和不足，提出内容优化建议 4. 能够根据活动类型和目标对活动指标进行拆解，	问题导向学习 分组合作学习 任务驱动学习	5
			构建行动指标体系 5. 能够对活动运营数据实时监测，对目标偏离及时分析原因，做出调整方案 6. 能够利用 GRAI 复盘模型对活动运营进行复盘，分析活动效果，发现异常，找出原因，总结经验和不足，提出活动优化建议 7. 能根据用户产生的数据，评价用户增长效果、转化效果和传播效果 8. 能根据用户行为数据，进行用户画像、挖掘用户需求，制定合理的活动运营和内容运营方案，提升用户体验		
<b>新媒体技 术应用综 合实训</b>	1. 平台运营实训 2. 内容运营实训 3. 活动运营实训	1. 掌握日常内容管理和粉丝运维的方法 2. 掌握活动策划的流程与内容 3. 掌握新媒体用户运营的思路和策略	1. 能够完成新媒体平台选择、日常内容审核、平台用户管理等 2. 能够完成新媒体运营中的内容策划、内容生产、内容分发 3. 能够完成新媒体活动运营中的活动策划、活动推广与执行等任务	任务驱动学习	10

## 五、课程项目进度安排

模块	任务	子任务	课时
模块一 新媒体技术	1.新媒体技术	新媒体技术认知与类型	2
	2.新媒体图文排版	1.2.1 高质量的图片搜集技术	4
		1.2.2 封面图及长图制作技术	
		1.2.3 动态图及表情包生成	
		1.2.4 排版常用工具及使用	
	3.新媒体视频拍摄与剪辑技术	1.2.1 视频的分类及发布平台	5
		1.3.2 视频拍摄技术	
		1.3.3 视频剪辑与后期制作技术	
	4.新媒体数据收集与分析技术	1.4.1 新媒体数据采	4
		1.4.2 新媒体数据分析	
模块二新媒体运营	1.新媒体内容运营	2.1.1 内容运营的7个核心环节	4
		2.1.2 如何创作出走心的新媒体内容	
		2.1.3 怎样策划长内容，提升用户转化率	
		2.1.4 怎样设计短内容并优化运营效果	
	2.新媒体活动运营	2.2.1 活动运营的完整流程及关键环节	8
		2.2.2 怎样设计全年活动规划并提前筹备	
		2.2.3 确保活动精确执行，用好3大表单	
		2.2.4 怎样评估活动效果并做好活动复盘	
		2.3.1 用户运营的概念与具体工作	



	3.新媒体用户运营	2.3.2 如何做出清晰的用户画像	5
		2.3.3 怎样搭建合理的用户体系	
		2.3.4 如何找到并吸引用户	
		2.3.5 “路人”变成“忠粉”的9种策略	
	4.新媒体产品运营	2.4.1 产品运营的概念及工作思路	3
		2.4.2 匹配运营策略	
2.4.3 如何根据产品生命周期调整运营重点			
模块三 新媒体平台营销	1.新媒体运营案例拆解与运用	3.1.1 如何借助案例拆解，快速获取新媒体经验	10
		3.1.2 案例拆解的7种有效方法	
		3.1.3 平台运营案例拆解	
		3.1.4 活动运营案例拆解	
		3.1.5 个人品牌案例拆解	
	2.抖音营销	3.2.1 短视频营销	8
		3.2.2 直播营销	
	3.微信营销	3.3.1 公众号营销	6
		3.3.2 微信号营销	
		3.3.微店	
	4.其他平台营销	3.4.1 其他平台营销	1
	统计	12个任务	37个子任务

## 六、考核方式与成绩评定

本课程形成性考核占50%；期末终结性考核占50%。其中项目完成情况评价标

准如表所示。

评价项目	配分	评价方式	细项配分	评价指标
平时成绩	20	出勤评量	10	教学记录本
		学习态度	10	教学记录本
项目考核	30	实作评价	30	任务作业评价
期末成绩	50	纸笔测验	50	试卷成绩
评价方式	纸笔测验： <input type="checkbox"/> 小考 <input checked="" type="checkbox"/> 期中纸笔测验 <input checked="" type="checkbox"/> 期末纸笔测验 实做评价： <input checked="" type="checkbox"/> 作业 <input checked="" type="checkbox"/> 实做成品 <input checked="" type="checkbox"/> 日常表现 <input type="checkbox"/> 表演 <input type="checkbox"/> 观察 <input type="checkbox"/> 轶事记录 <input checked="" type="checkbox"/> 课堂实验 档案评量： <input type="checkbox"/> 书面报告 <input type="checkbox"/> 专题档案 口语评量： <input type="checkbox"/> 口头报告 <input type="checkbox"/> 口试 其它评量： <input type="checkbox"/> 请说明：			

### 项目考核评价标准

**项目考核采取系统评分和教师评分相结合的方式。**

## 七、实训场地与设备器材（软件平台等）

### 1. 实训条件

项目名称	使用实验室名称	任务内容	需使用的主要设备名称
新媒体平台运营维护	电子商务实训室	新媒体平台选择日常内容 审核平台用户管理	接入互联网的计算机
			新媒体技术应用实训系统
内容运营	电子商务实训室	内容策划内容生产内容分发	接入互联网的计算机
			新媒体技术应用实训系统
活动运营	电子商务实训室	活动策划 活动推广与执行	接入互联网的计算机
			新媒体技术应用实训系统
新媒体数据分析应用	电子商务实训室	内容运营复盘活动运营复盘 用户运营复盘	接入互联网的计算机
			新媒体技术应用实训系统

### 2. 学习资源及平台选用

网络资源、多媒体教学课件等教学资源下载地址：<http://www.tothink.cn/>

仿真实训软件：新媒体技术应用实训系统

### 3. 实训场地

#### 短视频拍摄基地

实训场地	数量	设备	数量
直播间	5	三脚架	20
		背景布	20
		环形灯	30
		Led 拍摄灯光	30
		产品相关道具配饰	100

电子商务实训室，电脑 60 台。

### 八、实训过程注意事项（教学建议）

- 1.进行实操之前先将理论部分视频观看一边，边看边做笔记；
- 2.实操遇到问题要小组进行讨论，解决不了的问题再汇总给老师，以探究学习为主。
- 3.教学视频不能拖动看，否则不计入时长。
- 4.视频无法观看，考虑浏览器的问题，统一用谷歌浏览器。

### 九、其他（实训主要参考文献及资料等）

#### 1. 师资条件

该课程由中级及以上职称的主讲教师，需要具备电子商务、新媒体营销或新媒体技术课程授课经验，具备互联网技术、市场营销、企业管理、新媒体营销等复合型知识，熟悉新媒体技术（运营/营销）发展前沿和趋势，熟悉新媒体营销企业岗位和工作任务，精通新媒体平台的实际操作。

#### 2. 参考教材及教学参考书建议

教材：《新媒体技术应用》，主编：南京奥派信息产业股份公司，2021，高等教育出版社。

参考书：《新媒体运营实战技能（第 2 版）》，秋叶,张向南,勾俊伟，2019，人民邮电出版社。

《新媒体运营实战》，祁较瘦，2019，人民邮电出版社。

