

新媒体营销学习方案

| 模块 | 任务 | 子任务 | 学情分析 | 学习内容、方式 |
|------------------|------------------|-------------------|--|---|
| 模块一 新媒体 技术 | 1. 新媒体技术 2 | 新媒体技术认知与类型 | 经过三个学期的学习，学生掌握了一定的电子商务基础知识和技能，为新媒体营销课程的开展打下了很好的基础，也能够让学生尽快的融入项目，开展活动。 | 学习内容： 1.掌握新媒体技术的基本概念 2.了解新媒体的类型 情景设置： 假如我承接了一个非遗+民宿的项目；假如家乡父老让我来带货 学习方式： 线上线下融合，理论与实践并行 |
| | 2.新媒体图文排版 4 | 1.2.1 高质量的图片搜集技术 | 经过上节课学习，学生掌握了新媒体营销技术基础知识和技能，前期也学习过了图文营销课程，为新媒体图文排版课程开展打下了很好的基础，也能够让学生尽快的融入项目，开展活动。 | 学习内容 1.熟悉高质量图片搜集渠道； 2. 熟悉新媒体平台文章封面制作要求； 3. 了解创意九宫图应用场景；4. 熟悉创意九宫图制作工具；5. 了解长图拼接技术要求；6. 熟悉长图拼接制作工具；7. 熟悉图文制作与编辑工具。 学习方式： 线上线下融合，理论与实践并行 情景设置： 据实训项目--秀文斋项目，安排搜集相关图片、按照各新媒体平台的要求制作封面图、动图与长图。 |
| | | 1.2.2 封面图及长图制作技术 | 经过上节课学习，学生掌握了新媒体营销技术基础知识和技能，前期也学习过了图文营销课程，为新媒体图文排版课程开展打下了很好的基础，也能够让学生尽快的融入项目，开展活动。 | |
| | | 1.2.3 动态图及表情包生成 | 经过上节课学习，学生掌握了新媒体营销技术基础知识和技能，前期也学习过了图文营销课程，为新媒体图文排版课程开展打下了很好的基础，也能够让学生尽快的融入项目，开展活动。 | |
| | | 1.2.4 排版常用工具及使用 | 经过上节课学习，学生掌握了新媒体营销技术基础知识和技能，前期也学习过了图文营销课程，为新媒体图文排版课程开展打下了很好的基础，也能够让学生尽快的融入项目，开展活动。 | |
| | 3.新媒体视频拍摄与剪辑技术 5 | 1.2.1 视频的分类及发布平台 | 经过上节课学习，学生掌握了图文排版和动态图，为课程开展打下了很好的基础，也能够让学生尽快的融入项目，开展活动。 | 学习内容 能够根据产品特征选择合适的平台；能够运用拍摄脚本进行拍摄计划撰写；能够根据要求进行运镜，掌握光线的要求。 学习方式： 线上线下融合，理论与实践并行 情景设置： 秀文斋项目，选择非遗类目下 10 条内容与民宿类目下 10 条内容制作高清小视频。 |
| | | 1.3.2 视频拍摄技术 | 经过上节课学习，学生掌握了视频分类级发布，视频拍摄技术，能够独立拍摄视频，为课程开展打下 | |
| | | 1.3.3 视频剪辑与后期制作技术 | 经过上节课学习，学生掌握了视频分类级发布，视频拍摄技术，能够独立拍摄视频，为课程开展打下 | |

| | | | | |
|----------------------|------------------------|----------------------------|--|---|
| | | | 了很好的基础，也能够让学生尽快的融入项目，开展活动。 | 情景设置：据实训项目一秀文斋项目，选择非遗类目下10条内容与民宿类目下10条内容制作高清小视频。 |
| | 4.新媒体数据收集与分析技术4 | 1.4.1 新媒体数据采 | 经过上学期1+x数据分析课程学习，学生掌握了基本的数据分析工具，为新媒体数据分析开展打下了很好的基础，也能够让学生尽快的融入项目，开展活动。 | 学习内容了解新媒体数据分析的概念和应用； 2.熟悉新媒体数据分析的流程和步骤； 3.了解新媒体数据类别与来源； 学习方式：线上线下融合，理论与实践并行 情景设置：秀文斋项目，搜集10个流量大的抖音账户，进行数据分析。 |
| | | 1.4.2 新媒体数据分析 | 学生掌握了基本的数据分析工具，为新媒体数据分析开展打下了很好的基础，也能够让学生尽快的融入项目，开展活动。 | 学习内容：能对新媒体的传播数据、互动数据、转化数据进行分析； 2.能对微信公众号、微博、今日头条等进行数据分析。 学习方式：线上线下融合，理论与实践并行 情景设置：秀文斋项目，搜集10个流量大的抖音账户，进行数据分析。 |
| 模块二 新媒体运营 | 1.新媒体内容运营4 | 2.1.1 内容运营的7个核心环节 | 学生掌握了新媒体编辑及图文制作方法，为内容运营开展打下了很好的基础，也能够让学生尽快的融入项目，开展活动。 | 学习内容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 2.能够根据内容运营的不同阶段对行动指标进行修正 学习方式：线上线下融合，理论与实践并行 情景设置：1.根据秀文斋项目设计出走心的短视频或者推文 2.根据初照茶山项目设计出走心的文案 |
| | | 2.1.2 如何创作出走心的新媒体内容 | | |

| | | | | |
|---------------------------|--|---------------------------------------|---|---|
| | | <p>2.1.3 怎样策划长内容，提升用户转化率</p> | <p>学生掌握了运营策划技巧方法，为运营开展打下了很好的基础，也能够让学生尽快的融入项目，开展活动。</p> | <p>学习内容能够根据内容运营的不同阶段对行动指标进行修正</p> |
| | | <p>2.1.4 怎样设计短内容并优化运营效果</p> | | <p>2. 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 and 不足，提出内容优化建议</p> <p>学习方式：线上线下融合，理论与实践并行</p> <p>情景设置：1. 根据秀文斋项目设计出走心的短视频或者推文</p> <p>2. 根据初照茶山项目设计出走心的文案</p> |
| <p>2.新媒体活动运营 8</p> | | <p>2.2.1 活动运营的完整流程及关键环节</p> | <p>学生掌握了新媒体基础技巧方法，为运营开展打下了很好的基础，也能够让学生尽快的融入项目，开展活动。</p> | <p>学习内容熟悉新媒体（短）视频创作</p> <p>了解新媒体内容分发的概念</p> <p>学习方式：线上线下融合，理论与实践并行</p> <p>情景设置：策划一次篆刻非遗体验，制作图文推送与短视频推送</p> |
| | | <p>2.2.2 怎样设计全年活动规划并提前筹备</p> | <p>学生掌握了新媒体运营的流程，为运营筹备和执行打下了很好的基础，也能够让学生尽快的融入项目，开展活动。</p> | <p>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</p> <p>2. 能对活动方案的目标人群进行定位分析</p> |
| | | <p>2.2.3 确保活动精确执行，用好 3 大表单</p> | <p>打下了很好的基础，也能够让学生尽快的融入项目，开展活动。</p> | <p>学习方式：线上线下融合，理论与实践并行</p> <p>情景设置：策划一次篆刻非遗体验，制作图文推送与短视频推送</p> |
| | | <p>2.2.4 怎样评估活动效果并做好活动复盘</p> | <p>学生掌握了新媒体活动运营的全流程及复盘的技巧，为运营评估打下了很好的基础，也能够让学生尽快的融入项目，开展活动。</p> | <p>学习内容了解新媒体活动策划的定义、要素、原则</p> <p>2. 掌握活动策划的流程与内容</p> <p>学习方式：线上线下融合，理论与实践并行</p> <p>情景设置：策划一次篆刻非遗体验，制作图文推送与短视频推送</p> |

| | | | | |
|------------------------|---|--|--|---|
| | 3.新媒体用户运营 5 | 2.3.1 用户运营的概念与具体工作 | 学生掌握了用户运营的具体任务，掌握做出用户画像，为运营评估打下了很好的基础，也能够让学生尽快的融入项目，开展活动。 | 学习内容： 1. 了解互联网产品生命周期 5 个阶段 2. 掌握产品生命周期调整运营重点 学习方式： 线上线下融合，理论与实践并行 情景设置： 京东平台的运营策略 |
| | | 2.3.2 如何做出清晰的用户画像 | 学生掌握了用户搭建的具体任务，掌握吸引用户的策略，为运营打下了很好的基础，也能够让学生尽快的融入项目，开展活动。 | |
| | | 2.3.3 怎样搭建合理的用户体系 | 学生掌握了用户搭建的具体任务，掌握吸引用户的策略，为运营打下了很好的基础，也能够让学生尽快的融入项目，开展活动。 | |
| | | 2.3.4 如何找到并吸引用户 | 学生掌握了用户搭建的具体任务，掌握吸引用户的策略，为运营打下了很好的基础，也能够让学生尽快的融入项目，开展活动。 | |
| | | 2.3.5 “路人”变成“忠粉”的 9 种策略 | 学生掌握了用户搭建的具体任务，掌握吸引用户的策略，为运营打下了很好的基础，也能够让学生尽快的融入项目，开展活动。 | |
| | 2.4.1 产品运营的概念及工作思路 | 学生掌握了产品运营，掌握做出产品运营工作思路，匹配运营策略，打下了很好的基础，也能够让学生尽快的融入项目，开展活动。 | 学习内容 握了产品运营，掌握做出产品运营工作思路，匹配运营策略 学习方式： 线上线下融合，理论与实践并行 情景设置： 分析初照茶山项目运营策略 | |
| 2.4.2 匹配运营策略 | 学生掌握了产品运营策略，能够分析产品生命周期，调整运营策略打下了很好的基础，也能够让学生尽快的融入项目，开展活动。 | | | |
| 2.4.3 如何根据产品生命周期调整运营重点 | 学生掌握了产品运营策略，能够分析产品生命周期，调整运营策略打下了很好的基础，也能够让学生尽快的融入项目，开展活动。 | | | |
| 模块三 新媒体 | 1. 新媒体运营案例 | 3.1.1 如何借助案例拆解，快速获取新媒体经验 | 学生掌握了案例拆解，快速获取新媒体经验，调整运营策略打下了很好的基础，也能够让学生尽快的融入项目，开展活动。 | 学习内容 掌握了案例拆解，快速获取新媒体经验调整运营策略 学习方式： 线上线下融合，理论与实践并行 情景设置： 三农账户拆解 |

| | | | | |
|------|-----------|---------------------|---|--|
| 平台营销 | 拆解与运用 10 | 3.1.2 案例拆解的 7 种有效方法 | 学生掌握了案例拆解基础,也能够让学生尽快的融入项目,开展活动。 | 学习内容案例拆解的 7 种有效方法 学习方式:线上线下融合,理论与实践并行 情景设置:阿芙精油案例 |
| | | 3.1.3 平台运营案例拆解 | 学生掌握了案例拆解基础,也获得 7 种拆解方法,也能够让学生尽快的融入项目,开展活动。 | 学习内容:平台运营案例拆解 学习方式:线上线下融合,理论与实践并行 情景设置:案例拆解 |
| | | 3.1.4 活动运营案例拆解 | 学生掌握了案例拆解基础,也获得 7 种拆解方法,也能够让学生尽快的融入项目,开展活动。 | 学习内容拆解活动运营案例具体操作 学习方式:线上线下融合,理论与实践并行 情景设置:案例拆解 |
| | | 3.1.5 个人品牌案例拆解 | 学生掌握了案例拆解基础,也获得 7 种拆解方法,也能够让学生尽快的融入项目,开展活动。 | 学习内容个人品牌秋水的案例拆解步骤 学习方式:线上线下融合,理论与实践并行 情景设置:秋水品牌的拆解 |
| | | 2. 抖音营销 8 | 3.2.1 短视频营销 4 | 学生掌握了运营策略和新媒体对的基础能力,打下了很好的基础,也能够让学生尽快的融入项目,开展活动。 |
| | | 3.2.2 直播营销 4 | 学生掌握了视频拍摄与内容文案设计基础基础,也能够让学生尽快的融入项目,开展活动。 | 学习内容直播的基本要求与平台规则 学习方式:线上线下融合,理论与实践并行 情景设置:利用农产品进行直播营销 |
| | 3. 微信营销 6 | 3.3.1 公众号营销 | 学生掌握了文案写作与编辑,活动策划能力基础,也能够让学生尽快的融入项目,开展活动。 | 学习内容掌握公众号的编辑及活动策划思路 学习方式:线上线下融合,理论与实践并行 情景设置:设置一整年的公众号活动规划 |
| | | 3.3.2 微信号营销 | 学生掌握了微信运营策略 | 学习内容微信公众号管理、发布与数据分析 |

| | | | | |
|----|-------------|--------------|---|---|
| | | 销 | 打下了很好的基础，也能够让学生尽快的融入项目，开展活动。 | 学习方式：线上线下融合，理论与实践并行 情景设置：为秀文斋制作并维护公众号 |
| | | 3.3.微店 | | 学习内容微店上架与产品维护和发货 学习方式：线上线下融合，理论与实践并行 情景设置：利用初照茶山的产品进行微店运营 |
| | 4. 其他平台营销 1 | 3.4.1 其他平台营销 | 学生掌握了运营策略，能够分析产品生命周期，调整其他平台运营策略打下了很好的基础，也能够让学生尽快的融入项目，开展活动。 | 学习内容 学习方式：线上线下融合，理论与实践并行 情景设置： |
| 统计 | 12 个任务 | 37 个子任务 | 60 课时 | |