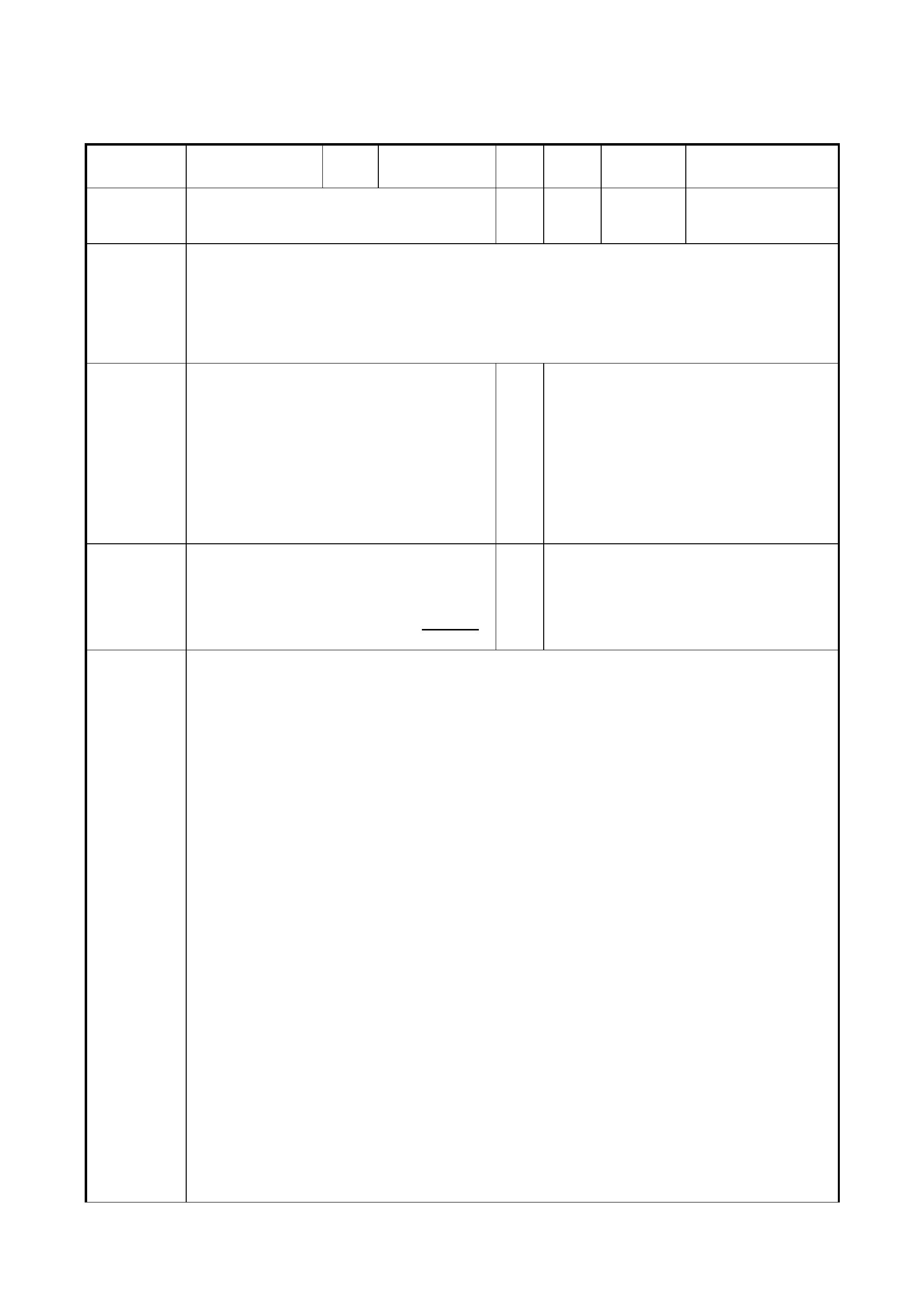
《 新媒体营销 》课程教案 **2**



授课教师 乔寿阁 班级 学时 2 授课日期

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 主题或任务 第 1章 新媒体营销认知 课型 专业课 授课地点 |  | ●多媒体教室○企业  ○专业教室○实训室 |

1、知识目标：了解新媒体的内涵及特征

2、技能目标：掌握新媒体营销的思维和策略

教学目标

3、素质目标：树立新媒体营销意识

⮚ 新媒体的内涵及特征 ⮚ 重点：新媒体的内涵及特征、新媒

⮚ 新媒体的发展及应用 体营销内涵及特征

重

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 学习内容 | | |  | ⮚ 新媒体营销  ⮚ 新媒体营销思维  ⮚ 新媒体营销策略 |  | 点  难  点 | | |  | ⮚ 难点：新媒体营销思维、策略 |
|  | 教学方法 |  | ●理论讲授 ●小组讨论 ●项目教学  ●任务驱动 ○参观教学 ○模拟教学  ○实验实训 ○演示教学 ○其他 | | |  | 素  材  资  源 |  | ○文本素材○实物展示●PPT 幻灯片  ○音频素材●视频素材○动画素材  ●图形/图像素材●网络资源○其他 | | | |

本章分 2次进行授课，每次 90分钟，具体:

1、课程导入

（1）课程内容回顾

（2）宣布教学内容、目的

（3）新知导入（10分钟）

参考说辞：你是否每天都习惯性的打开微信查看你关注的公众号更新信息呢？你的

朋友圈里是否充斥着各类广告信息？你的微博首页是否被各大营销号霸屏？你是否经常习

惯性地打开各种手机 APP进行查询和消费？这些现象，都意味着你被新媒体的各种途径

教学设计

“营销”了。那么新媒体究竟指的是什么呢？它与传统媒体的区别又在哪里？

互动举例：

我们常用常见的一些新媒体

社交类手机应用：QQ、微信、微博等。

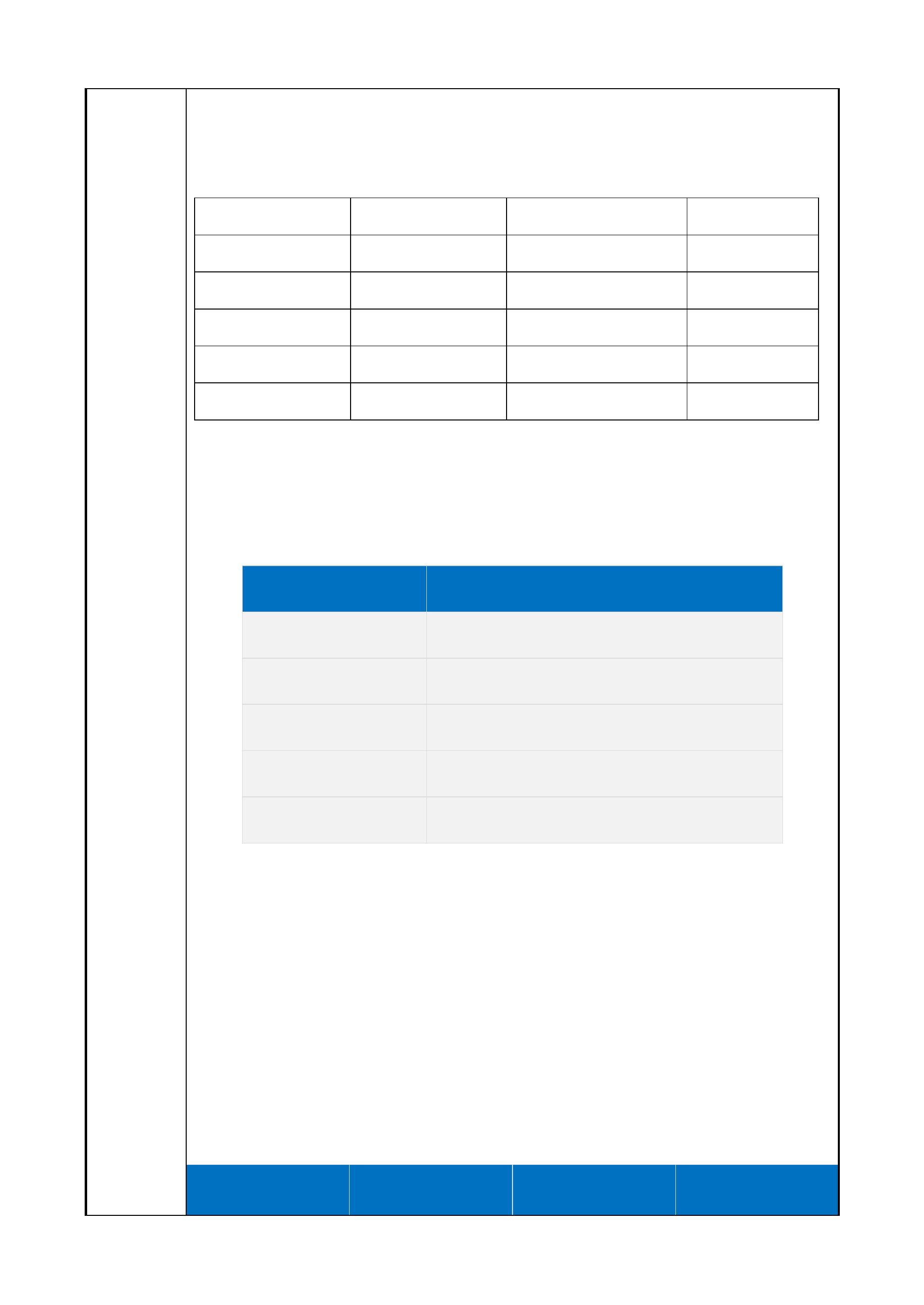
新闻资讯类应用：今日头条、网易新闻、腾讯新闻等。

视频娱乐类应用：优酷等。

围绕着“吃、喝、住、行、玩”等垂直类 App，如团购、美食、旅行、天气、导航、

电影娱乐等。

观察环节(5分钟)：你觉得以下媒体哪些属于新媒体？请在表1-1中相应的选项后



打钩。

表1-1 新媒体类型辨析

类型 是否 类型 是否

门户网站 手机短信

电子邮件 专业论坛

个人博客 手机杀毒软件

微博 个人微信朋友圈

微信公众号 手机新闻客户端

通过观察，让学生从直观上区分出新媒体有哪些。

体验环节（5分钟）请判断如下传统媒体是否有借助数字信息技术转变成新媒体的

对应形态；如有，可以列举具体的项目或产品，如表1-2所示。

表1-2 传统媒体对应的新媒体

传统媒体 新媒体

报纸

车载电视

楼宇广告

地铁广告屏

广播电台

通过讨论，让学生进一步明确新媒体与传统媒体的联系与区别。

2、教学内容

1.1新媒概述

1.1.1什么是新媒体

新媒体的内涵

新媒体的特征

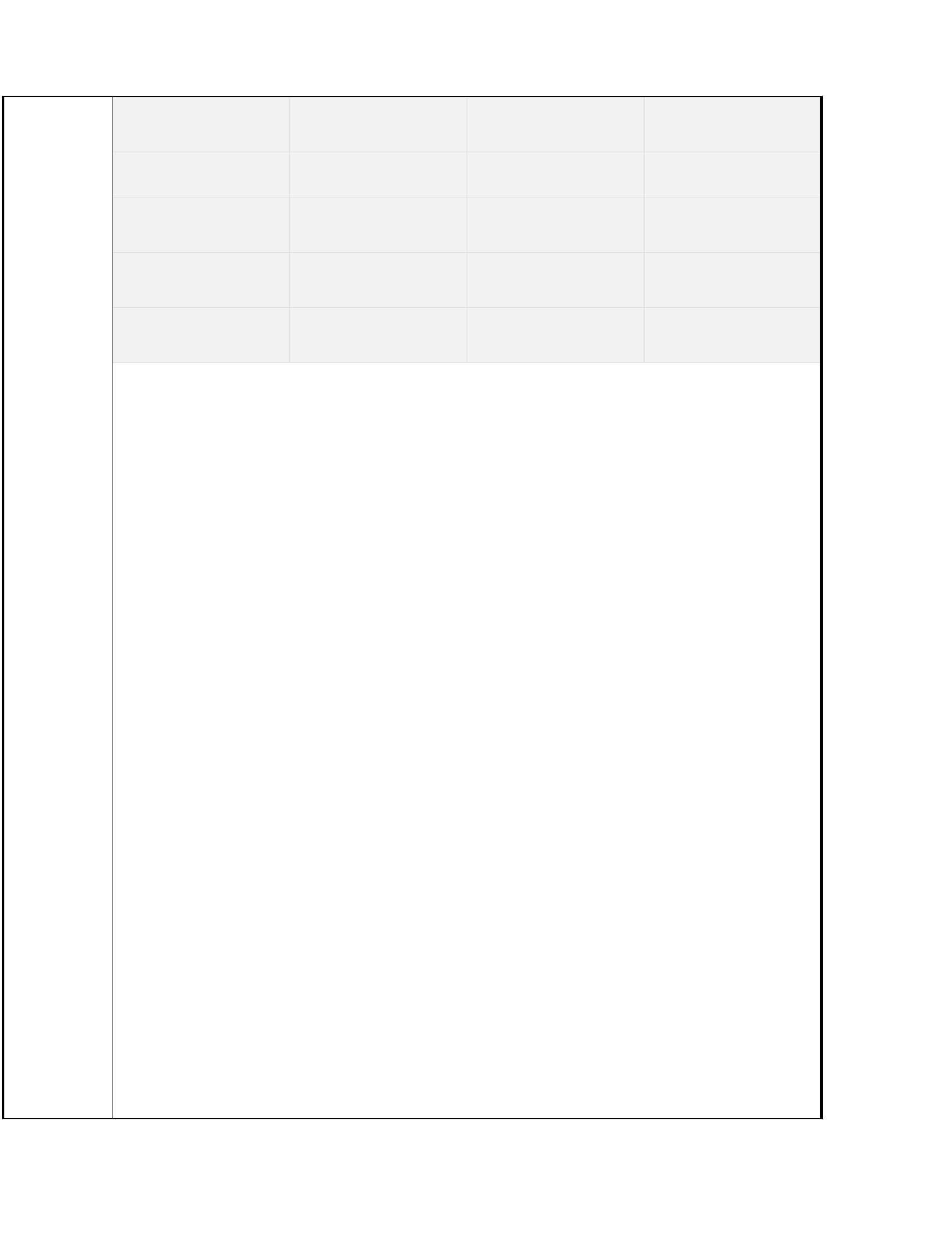
课堂讨论（5分钟）：如果要给大学生投放考研广告，你们认为下面哪一个平台效果更

好？如表1-5所示。

表1-3 考研广告可投放的渠道

媒体 投放优先级 媒体 投放优先级

百度考研吧 微信考研号



百度搜索 微博名师号

考研论坛 大学生杂志

门户教育频道 优酷教育频道

QQ聊天窗广告 户外大幅广告

教师总结（5分钟）

媒体传播的有效到达率

⚫ 新媒体一般都能实现跨时空的互动信息传播。

⚫ 通过计算机系统捕捉每个人使用新媒体的后续动作，实现个性化精准推送，

和用户行为实现实时交互互动。

1.1.2新媒体的发展

1.1.3新媒体的应用

思考并讨论：（5分钟）

你关注了多少个微信公众号？你经常打开的微信公众号有多少个？微信推出置顶微信

公众号后对微信公众号运营会产生怎样的影响？

1.2新媒体营销概述

1.2.1 什么是新媒体营销

学生自主学习及互动讲解

1.2.2 新媒体营销思维

互动（20分钟）： 分小组讨论，秋夜青语志愿队为何能实现信息高转发？

（师生互动，视课堂情况进行3-5个数量不等的分享）

微博秋夜青语志愿队只有1000多粉丝，但是他们发起的微博活动可以做到“破300转”，

如图4-3所示。大家可以去微博搜索@秋夜青语志愿队，然后在其主页上尝试用微博里面的

内容关键词“免费送书”找到这条微博，分析一下这条微博被高转发的几个原因。

1.2.3 新媒体营销策略



互动（15分钟）

（师生互动，视课堂情况进行1-3个数量不等的提问）

海底捞是如何完成口碑传播的？

（1）海底捞利用社会化媒体完成典型口碑营销

（2）口碑营销+社会化媒体=信息传播如虎添翼

（3）新媒体辅助收集用户反馈

3、团队作业

组建团队，在网络上搜索知名的新媒体营销案例

4、课后总结与思考

带领学生总结本节课程的重点和难点，请各组总结本章知识的思维导图

学习评价 ○行为表现 ●课堂作业 ○测验测试 ○制作作品 ●其他 案例展示

理解新媒体概念

组建团队并查找新媒体营销案例 作业题目

本章知识的思维导图

双语教学

系（部）： 教研室： 教研室主任签字：

年 月