

《新媒体营销》课程标准

一、课程基本信息

课程代码	270837	课程性质	专业选修课
适用专业	物流管理专业	开设学期	第 4 学期
课程类别	专业平台课程	课程类型	A 类（理论课）
学 分	2	总 学 时	28
学时分配	理论学时：14 ； 实践学时：14		
实施场所	教室	授课方式	讲授、调研
执笔人	付淑文		
审核人	申作兰		
制订时间	2023.1		

二、课程概述

（一）课程定位

《新媒体营销》是物流管理专业的一门专业平台课。本课程旨在培养学生的商业形态技能，进而培养学生的职业素养与意识，具有其他课程无法替代的作用。随着移动互联网的飞速发展，网络营销进入“新媒体营销”时代。新媒体营销因其具有高时效性、营销

成本低、能够打造个人 IP、传播方式双向化等特点，受到众多个人用户和企业用户的青睐。另外，随着大数据技术的发展，新媒体营销的精准化程度不断提高，即企业可以根据用户属性进行用户画像，从而进行精准的信息推送、投放广告、定制化服务等营销活动。因此，新媒体营销逐渐成为企业进行品牌推广、产品销售等常用的营销方式。正是由于新媒体营销势不可挡的发展势头，社会对新媒体营销人才的需求急速增长，因而，新媒体营销人才的培养至关重要。

（二）先修后续课程

先修课程： 物流学，管理学基础、经济学基础、市场营销学，新零售等	后续课程： 办公自动化、电子商务、智慧物流等
-------------------------------------	---------------------------

三、课程目标

（一）总体目标：

根据物流管理专业的人才培养目标，按照综合职业能力的要求，本课程的设置，旨在培养德、智、体全面发展，掌握系统零售业、现代服务业基础知识，具备良好的营采销技能，能在商务服务、批发、零售、住宿、餐饮、食品制造等行业从事新媒体运营与管理、互联网产品销售的高素质技能人才。

（二）素质目标：

- （1）具有坚定的政治信仰、强烈的社会责任感、正义感和职业道德修养。
- （2）具有一定的创新意识和开拓精神，具备对新零售发展的研究能力。

(3) 具有职业必须的人文关怀、职业敏感性、敬业精神。

(4) 具有健康的体魄、良好的个性、健全的人格。

(三) 知识目标:

1. 认识新媒体营销。新媒体营销的基础知识，新媒体营销岗位。
2. 新媒体用户与内容。新媒体用户定位，新媒体内容定位。
3. 新媒体营销方式。口碑营销，事件营销，饥饿营销，IP 营销，互动营销，情感营销，跨界营销，借势营销。
4. 微博营销。微博营销的方法，微博内容的编写技巧，线上微博活动的开展，线下活动中的微博营销。
5. 短视频营销。短视频营销的基础知识，抖音短视频营销，快手短视频营销。
6. H5 营销。H5 营销的基础知识，H5 营销的内容制作，H5 营销的推广。
7. 其他新媒体营销。新媒体写作平台营销，直播营销。

(四) 能力目标：

1. 新媒体营销让销售更与时俱进。
2. 面对新的商业环境，作为零售行业的从业者，应当拥抱变化、锐意进取、勇于创新，以赢得消费者、赢得未来。
3. 培养认真、谨慎、创新的职业精神，提升新媒体营销的水平。
4. 掌握新媒体营销的核心思路和方法，结合大数据和人工智能进行积极创新。

四、课程内容

《新媒体营销》主要从提高学生的应用能力出发，以新零售各环节典型工作任务为载体，设计了七个学习项目，按照由简单到复杂，由单一到综合的原则选取、序化教学内容，以能力为本位，以学生为主体，突出“教、学、做”一体化的高职教育理念，充分体现了教学过程的实践性、开放性和职业性，通过全程参与，重点培养学生的物流职业技能、创新思维和职业素质。

课程内容组织：

序号	模块名称	学时
2	模块一：认识新媒体营销	2
3	模块二：新媒体用户与内容	2
4	模块三：新媒体营销方式	4
5	模块四：微博营销	4
6	模块五：短视频营销	8
7	模块六：H5 营销	4
8	模块七：其他新媒体营销	4
9	总结	2
合 计		30

教学内容与时间分配表如下所示：

模块	任务	内容摘要	学时
模块一：认识新媒体营销	认识新媒体营销	● 新媒体营销的基础知识，新媒体营销岗位	2
模块二：新媒体用户与内容	新媒体用户与内容	● 新媒体用户定位，新媒体内容定位	2
模块三：新媒体营销方式	新媒体营销方式一	● 口碑营销，事件营销，饥饿营销，IP 营销	2
	新媒体营销方式二	● 互动营销，情感营销，跨界营销，借势营销	2
模块四：微博营销	理论知识	● 微博营销的方法，微博内容的编写技巧	2
	课堂实训	● 线上微博活动的开展，线下活动中的微博营销。	2
模块五：短视频营销	短视频营销的基础知识	● 短视频营销的基础知识，	2
	抖音短视频营销	● 抖音短视频营销	2
	快手短视频营销。	● 快手短视频营销。	2

	课堂实训	● 短视频营销	2
模块六：H5 营销	基础知识	● H5 营销的基础知识	2
	课堂实训	● H5 营销的内容制作，H5 营销的推广。	2
模块七：其他新媒体营销	基础知识	● 新媒体写作平台营销	2
	课堂实训	● 直播营销	2
最后一次课	全书总结	● 重点知识回顾 ● 绘制思维导图	2

五、实训项目设计

项目	知识目标	能力目标	情景合实施步骤	可展示的结果或考核标准
项目 1 分析	《能进互联网公司的个	通过分析方法、小组讨	1、在互联网上搜索微信公众号推文《能进互	形成小组报告

<p>新媒体营销案例</p>	<p>个都是人才》，分析该营销案例中，具体运用的营销理论及运用方式。</p>	<p>论法、角色扮演和模拟演练等方法，初步具备理解与解决实际相关问题的能力。</p>	<p>联网公司的个都是人才》的完整内容，以及新媒体平台上对其的描述、评论，分析该文章能够引起用户广泛关注的原因。例如，语言风趣幽默、贴近真实的职场生活等。</p> <p>2、结合本章所讲知识，分析该营销案例中运用的营销理论，及营销人员是如何将理论融入条漫中的。例如，这篇文章运用了 4I 理论中的趣味性原则，通过诙谐的语言以及用户在新媒体平台上对所从事行业的“槽点”，引起了用户的兴趣，满足了用户寻求认同的心理需求，引起用户共鸣。操作。</p>	
<p>项目 2 构建化妆品用户画像</p>	<p>(1) 了解用户属性与购买行为。 (2) 掌握用户信息的收集方法。 (3) 通过数据分析绘制用户画像。</p>	<p>通过分析方法、小组讨论法、角色扮演和模拟演练等方法，初步具备理解与解决实际相关问题的能力。</p>	<p>1、制作调查问卷。将需要了解的用户信息设计为单选题、多选题或简答题等形式。由于本例以化妆品为主题，可将用户的基本信息、对化妆品的需求方向、了解渠道、购买渠道、考虑因素、购买类型及使用频率等信息列出，由用户进行选择。</p> <p>2、进行数据分析。将回收的调查问卷中得到的用户信息转化为数据，进行统计分析，并对信息进行聚类，从中抽取出用户画像模型。</p> <p>3、构建用户画像。将信息归纳并以图形的形式展示，图形可以是饼图、柱状图或折线图等等。</p>	<p>设计调查问卷收集用户信息，并根据结果进行统计分析，绘制用户画像，以明确用户的需求，确定化妆品产品的目标用户群体。</p>
<p>项目 3 设计互动营销方案</p>	<p>(1) 要求同时具有线上互动和线下互动两种模式。</p>	<p>通过分析方法、小组讨论法、角色扮演和模拟演练等方法，初步具备</p>	<p>1、线下互动部分。为促进服装的销售，可以利用 AI+AR 技术，放置互动机，吸引用户的注意力，通过在官方微博公布活动规则及奖</p>	<p>设计一个互动营销的方案，促进现有服装的销售，为新</p>

	(2) 要求具有较强的可实施性。	理解与解决实际相关问题的能力。	品,吸引更多用户参与进来。例如,将互动游戏设置为服装搭配,用户搭配完成后上传照片,可展示在互动机首页,让其他用户进行评分和点赞,活动结束后,评分与点赞综合第一的用户将获得下季度新品。 2、线上互动部分。通过在微博发起互动活动,设置可观的奖励,吸引微博粉丝参与并进行转发,进一步吸引更多用户参与进来。例如,关注、转发和评论进行抽奖,或晒买家秀并@官方微博,在7天内,点赞数排名前三的用户获得奖品。 3、结合线上与线下开展互动活动。在线下设置条件,用户完成后,拍下照片或视频,上传到微博等新媒体平台,并@官方号,赢得大奖。	品服装上市做好准备。
项目 4 汉服店铺微博营销	(1) 借助热门话题,发布一篇产品上新的微博。 (2) 创建新话题,发布一篇转发抽奖活动微博。	通过分析方法、小组讨论法、角色扮演和模拟演练等方法,初步具备理解与解决实际相关问题的能力。	1、选择热门话题,发布产品上新的微博。在微博热搜榜或话题榜查找近期的热门话题,选择与汉服相关的话题,结合话题发布产品上新微博。 2、创建新话题,发起挑战。根据遮瑕产品遮瑕能力强、效果自然的特点,结合挑战,创建关于遮瑕产品的话题。	进行微博营销,以宣传汉服文化、推广店铺产品、改善汉服给人们的固有印象
项目 5 用抖音推广办公用品品牌	(1) 要求选择合适的方向对抖音账号进行定位。 (2) 策划一个短视频拍	通过分析方法、小组讨论法、角色扮演和模拟演练等方法,初步具备理解与解决实际相关问	1、定位抖音账号。在对抖音账号进行定位前,营销人员应先分析该行业的目标用户,及其对办公用品的需求,找到自身的优势,再确定抖音营销的方向;还可以在抖音平台搜索	公司在抖音 App 注册了短视频账号,需要选择合适的方向,发布抖音短视

	<p>摄方案。</p> <p>(3) 制定品牌账号的打造方案。</p>	<p>题的能力。</p>	<p>本行业的其他品牌，分析其定位方向，结合自身品牌特点进行定位。</p> <p>2、策划拍摄方案。根据抖音账号的定位，结合企业产品，选择合适的角度，构思短视频内容，确定拍摄的场景、道具以及拍摄工具、背景音乐等；再根据短视频内容选择合适的滤镜，编辑短视频文案。</p> <p>3、制定品牌账号打造方案。打造品牌账号，需要申请官方认证，结合品牌文化，吸引抖音用户注意，再通过与粉丝之间进行互动，增强粉丝黏性，达到更好的营销效果，并且在每一次营销活动结束后，都对其进行分析总结，帮助下一次营销活动取得更好的效果。</p>	<p>频,打造品牌账号,吸引抖音用户的注意,提高品牌知名度</p>
<p>项目 6 制作游戏邀请函 H5</p>	<p>(1) 要求选择邀请函模板制作 H5。</p> <p>(2) 要求结合《西游记》中的故事编辑 H5 文案。</p> <p>(3) 要求运用水墨风格制作 H5。</p>	<p>通过分析方法、小组讨论法、角色扮演和模拟演练等方法,初步具备理解与解决实际相关问题的能力。</p>	<p>1、选择《西游记》故事,编辑 H5 文案。考虑到该网络游戏为对战类游戏,选择故事时,也应选择打斗场面较为经典的故事,如大闹天宫与二郎神斗法、大闹天宫与哪吒斗法、大闹蟠桃宴、智收红孩儿、勇闯狮驼岭等,为更吸引用户注意,可选择大闹天宫斗法比试中的一段,以“陪大圣打上天宫,翻天覆地”为宣传语,引起用户对游戏的兴趣,提高游戏的影响力。</p> <p>2、选择合适的模板制作 H5。可直接在 H5 制作网页中搜索“水墨”,选择合适的邀请函模板,作为 H5 的参考模板;在制作 H5 时,可结合水墨风格的《大闹天宫》绘画作品,</p>	<p>公司推出了一款以《西游记》为原型的大型网络对战类游戏,现公司要求你借助 H5,将该游戏即将上线的消息推广出去,并吸引用户预约游戏,提高游戏的影响力。</p>

			介绍游戏设定，最后发出邀请。	
项目 7 策划一场直播活动	<p>(1) 确定直播的主题与流程。</p> <p>(2) 要求结合线上线下对直播活动进行宣传推广。</p> <p>(3) 明确直播开始前需要筹备的物资。</p>	通过分析方法、小组讨论法、角色扮演和模拟演练等方法，初步具备理解与解决实际相关问题的能力。	<p>1、确定直播主题与流程。食品的直播营销可通过视觉感受，吸引用户的注意，再通过介绍其他产品，联合进行营销。</p> <p>2、策划宣传推广计划。分析核心产品——自嗨锅的目标用户人群，根据该类人群的主要集中平台，选择线上宣传平台；结合企业其他产品的特点，分析线下门店的产品销售量，选择宣传推广的产品，制作营销海报。</p> <p>3、筹备直播物资。分为直播场地、直播道具和直播设备 3 个部分进行准备。</p>	“双十一”来临，公司要求你在“双十一”当天，策划一场直播活动，以提高企业淘宝官方旗舰店的销售量

六、课程实施计划

单元	周次	学时	项目（任务）	教学方法手段	教学场所
1	1	2	模块一：认识新媒体营销	讲授、案例、互动、 讨论、提问	校内 & 校外
2	1	2	模块二：新媒体用户与内容	讲授、案例、互动、 讨论、提问	校内 & 校外
3	2	2	模块三：新媒体营销方式 任务一：口碑营销，事件营销，饥饿营销，IP 营销	讲授、案例、互动、 讨论、提问	校内 & 校外
4	2	2	模块三：新媒体营销方式 任务二：互动营销，情感营销，跨界营销，借势营销	讲授、案例、互动、 讨论、提问	校内 & 校外
5	3	2	模块四：微博营销 任务一：理论知识：微博营销的方法，微博内容的编写技巧	讲授、案例、互动、 讨论、提问	校内 & 校外
6	3	2	模块四：微博营销 任务二：课堂实训：线上微博活动的开展，线下活动中的微博营销。	讲授、案例、互动、 讨论、提问	校内 & 校外
7	4	2	模块五：短视频营销 任务一：短视频营销的基础知识	讲授、案例、互动、 讨论、提问	校内 & 校外
8	4	2	模块五：短视频营销 任务二：抖音短视频营销	讲授、案例、互动、 讨论、提问	校内 & 校外
9	5	2	模块五：短视频营销	讲授、案例、互动、	校内 & 校外

			任务三：快手短视频营销	讨论、提问	
10	5	2	模块五：短视频营销 任务四：课堂实训	讲授、案例、互动、 讨论、提问	校内 & 校外
11	6	2	模块六：H5 营销基础知 任务一：H5 营销的基础知 识	讲授、案例、互动、 讨论、提问	校内 & 校外
12	6	2	模块六：H5 营销基础知 任务二：课堂实训：H5 营 销的内容制作，H5 营销的 推广。	讲授、案例、互动、 讨论、提问	校内 & 校外
13	7	2	模块七：其他新媒体营销 任务一：基础知识：新媒体 写作平台营销	讲授、案例、互动、 讨论、提问	校内 & 校外
14	7	2	模块七：其他新媒体营销 任务二：课堂实训：直播营 销	讲授、案例、互动、 讨论、提问	校内 & 校外
15	15	2	最后一次课：课程导图	讲授、案例、互动、 讨论、提问	校内 & 校外

七、课程考核

平时对学生的考核内容包括出勤情况、在线学习习题完成情况、课堂讨论等方面，占期末总评的 50%。期末考试成绩占期末总评的 50%。

序号	成绩类别	考核方式	考核要求	权重 (%)	备注
1	期末成绩	期末考试	大作业	50	百分制，60 分为及格
2	平时成绩	实战训练	10 次	40	优、良、中、及格、不及格
3		平时表现	出勤情况	10	两次未参加课程则无法获得学分

八、课程实施条件

(一) 师资队伍要求

为保障项目化、团队化、一体化教学，课程实施小班授课制，专兼职教师的比例为 1:2；课程主讲教师精通企业业务、具备双师素质等。

表：课程团队

姓名	教学与技术专长	承担任务	任职资格
付淑文	物流管理	主讲、课程设计	硕士
郑爱博	物流管理	参与课程设计	硕士
杨贺	物流管理	辅讲、课程设计	硕士，副教授
田红梅	企业管理	辅讲、课程设计	硕士
肖鸟鸟	法律	辅助教学、课程设计	硕士
马强	统计	教学指导	副教授

（二）教学场所要求

1. 教学环境

多媒体教室，机房，商贸实训中心实训室，校外创业实训基地、合作企业。

2. 设备要求

硬件：多媒体教室、机房、展板等。

软件：手机 APP、仿真模拟软件、视频播放软件、视频剪辑软件、动态 PPT 软件等。

3. 校外实训场所

表：校外实训场所

校外实训基地	功能	地点	指导教师
亚太森博（山东）浆纸有限公司	实训	日照市区	王胜
日照兴业集团	实训	日照市区	王嘉
济南新模式企业咨询公司	实训	日照市区	贾书军
永辉超市	实训	北京	王成钢
大润发集团	实训	日照市区	冯领

九、教学资源

教材《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。

该教材的特点是案例量较大，与实践结合较紧密，信息量大，着重培养学生应用知识解决问题的能力。

十、需要说明的其他问题

1. 本课程根据《教育部关于提高高等职业教育教学质量的若干意见》文件精神

神，以提高课程教学质量为目标，以创新课程体系和改革教学内容为重点准确把握课程定位，整体优化教学过程，充分发挥课程对实现人才培养目标的支撑作用，促进学生德、智、体、美等方面的全面发展。

2. 本课程标准制定的依据是专业人才培养方案中确定的培养目标。坚持以工作过程为导向，以真实工作任务为载体开发课程，贯彻“教、学、做”为一体的教学要求，实现职业能力开发与素质培养的课程目标。

3. 本课程与行业企业合作开发，根据职业岗位（群）的任职要求，参照相关的职业资格标准，改革课程教学内容。教学内容的选取和组织遵循职业性原则，实施以真实工作任务（项目）为载体的教学方法，融“教、学、做”为一体，建立课堂与实习实训地点一体化的行动导向的教学模式，突出教学过程的实践性、开放性和职业性。

十一、本课程常用术语中英文对照