



# 课程整体教学设计

## 一、课程基本信息

课程名称：新媒体营销		
课程代码：270837	学分：2	学时：28
授课时间：第4学期	授课对象：物流管理2021级	
课程类型：专业必选课		
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	

## 二、课程定位

### 1. 课程性质

本课程是物流管理专业的专业必选课程。

### 2. 课程作用

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。

调研途径	结论
2014年—2017年商院校企合作企业领导研讨会 毕业生信息反馈 行业企业调研	一致认为“商学院各专业有必要开设零售运营与管理课程”，以就业为导向，与新的经济形态接轨。

《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。

### 3. 前修后续课程

前修课程是《物流学》、《管理学基础》、《经济学基础》、《市场营销学等》、《新零售运营与管理》，后续课程为《办公自动化》、《电子商务》、《智慧物流》等，主要讲授常用的办公自动化软件使用等内容，并将做学的新媒体营销知识更加深入的嵌入到电子商务和智慧物流当中。都是为了提升物流类学生的知识素养，为以后的职业素养做积淀。

本课程放在第四学期开设，尽早地让学生知道该课程的重要性，充分利用学生热情高的特点，使该课程取得最好的效果，同时学生可以充分利用大学时间，内外兼修，提高个人综合素质。

## 三、课程目标设计

### （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，本课程的设计，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。

（五）思政目标

1. 新媒体运营要符合法律法规

2. 新媒体的传播要符合社会道德规范

3. 要符合经济社会发展的要求

4. 传递正能量

5. 对经济有正向引领作用

## 四、课程内容设计

通过多方面调研确定其能力要求：

调研方式	调研结果（能力要求）
与商学系校企合作企业领导面对面讨论	塑造个人形象、维护企业形象、沟通交流、理解他人、推广产品和服务、展示成果、善于交际、融洽感情
商学系各专业《顶岗实习单位能力调查问卷》	
毕业答辩时现场调研分析	
毕业生回访（面谈、电话等）	

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、能力训练项目

序号	能力训练项目名称	子项目编号、名称	能力目标	知识目标	训练方式、手段及步骤	可展示的结果和验收的标准
1	模块一：认识新媒体营销	新零售模式	营销人员应该了解并掌握其相关知识，为后期营销打好基础，快速有效地构建营销计划，提高营销效果。	掌握识新媒体营销	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	新媒体运营的内涵、特征、运营方法论

2	模块二：新媒体用户与内容	新零售思维变革	结合用户需求，将营销信息精准投放给目标用户，提升产品或品牌的综合竞争力	新媒体用户定位，新媒体内容定位	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	课堂实训
3	模块三：新媒体营销方式	新媒体营销方式一	能够运用新媒体营销方式	口碑营销，事件营销，饥饿营销，IP营销	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	课堂实训成果
		新媒体营销方式二	能够运用新媒体营销方式	互动营销，情感营销，跨界营销，借势营销		课堂实训成果
4	模块四：微博营销	基础知识	能够掌握微博营销基本理论知识	微博营销的方法，微博内容的编写技巧	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	课堂实训成果
		课堂实训	能够运用微博进行产品策划推广	线上微博活动的开展，线下活动中的微博营销。		课堂实训成果
5	模块五：短视频营销	短视频营销的基础知识	能够掌握短视频基础知识	短视频基础知识	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	课堂实训成果
		抖音短视频营销	能够运用抖音进行营销	抖音基本操作		课堂实训成果
		快手短视频营销。	能够运用快手进行营销	快手基本操作		课堂实训成果
		课堂实训	短视频营销实战	小组实践		课堂实训成果

6	模块六：H5营销	基础知识	能够认识 H5 营销	H5 营销基本知识	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	课堂实训成果
		课堂实训	能够进行 H5 营销	课堂实践		课堂实训成果
7	模块七：其他新媒体营销	基础知识	掌握新媒体写作平台营销	新媒体写作平台营销	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	课堂实训成果
		课堂实训	直播营销	直播营销		课堂实训成果
8	最后一次课	全书总结	重点知识回顾	能够绘制思维导图	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内容 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	本学期重点内容总结

## 六、项目情境设计

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 分析新媒体营销案	《能进互联网公司的个个都是人才》，分析该营	通过分析方法、小组讨论法、角色扮演和模拟	1、在互联网上搜索微信公众号推文《能进互联网公司的个个都是人才》的完整内容，	形成小组报告



例	销案例中，具体运用的营销理论及运用方式。	演练等方法，初步具备理解与解决实际相关问题的能力。	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。 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。	
项目 2 构建化妆品用户画像	(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。	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、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。 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。 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。	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。
项目 3 设计互动营销方案	(1)要求同时具有线上互动和线下互动两种模式。 (2)要求具有较强的可实施性。	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、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品，吸引更多用户参与进来。例如，将互动机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	设计一个互动营销的方案，促进现有服装的销售，为新品服装上市做好准备。

			<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>	
项目 4 汉服店铺 微博营销	<p>(1)借助热门话题，发布一篇产品上新的微博。</p> <p>(2)创建新话题，发布一篇转发抽奖活动微博。</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。</p> <p>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。</p>	<p>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</p>
项目 5 用抖音推广办公用品品牌	<p>(1)要求选择合适的方向对抖音账号进行定位。</p> <p>(2)策划一个短视频拍摄方案。</p> <p>(3)制定品牌账号的打造方案。</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、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>公司在抖音App注册了短视频账号，需要选择合适的方向，发布抖音短视频，打造品牌账号，吸引抖音用户的注意，提高品牌知名度</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。	
项目 6 制作游戏 邀请函 H5	<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>	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、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、大闹天宫与哪吒打斗、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，介绍游戏设定，最后发出邀请。</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。
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</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

			产品，制作营销海报。 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。	
--	--	--	--	--

## 七、课程进度

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 任务三：快手短视频营销	讲授、案例、互动、 讨论、提问	校内 & 校外
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

## 八、第一次课设计

单元名称： 第一单元	单元教学学时	2
	在整体设计中的位置	第 1 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	素质目标	
	从总体上认识新媒体营销，对新媒体营销课程产生学习兴趣		熟悉新媒体营销的原则和作用；了解课程	具有一定的创新意识和开拓精神，具备对新媒体营销的研究能力	
本单元任务	情境描述		引出任务		
	观看新媒体营销视频		任务 1: 认识新媒体营销 任务 2: 新媒体营销案例分析		
<b>单元教学资源</b>					
<p>1. 教材：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。</p> <p>2. 视频：新零售</p>					

单元教学进度设计（简表）

步骤	教学内容及能力/知识目标	教师活动	学生活动	时间(分钟)
1	教学内容: 师生认识	教师自我介绍，与学生相互认识	学生自我介绍，师生认识	10
2	教学内容: 学生分组	给学生分组，以小组形式完成情景模拟、角色扮演以及课后小组视频的制作，以培养协作意识	学生分组	10
3	教学内容: 新媒体营销的认知； 能力目标: 能够对课程形成初步认识；	观看新媒体营销视频片段	学生观看视频形成对新媒体营销的感性认识	35
4	知识目标: 了解新媒体营销在经济中的作用	讨论新媒体营销在经济中的重要作用	学生分组展开讨论	10

5		带领学生做一个调查问卷	掌握学生对新媒体营销认识的深度和广度	25
课后 体会				

## 九、最后一次课设计

单元名称： 课程总结				单元教学学时	2
				在整体设计中的位置	第 30 次
授课 班级	上课 时间	周 月 日第 节至 周 月 日第 节		上课 地点	
		能力目标		知识目标	素质目标
教学 目标	能进行课程知识点总结			①熟知该课程的知识 结构体系； ②确定自主学习的内容 与方向	培养学生努力、勤 奋、踏实工作的基本 素养
本 单 元 任 务	1. 教师点评学生本学期的课内与课外学习情况，组织学生分享学习心得； 2. 学生自评、互评期初与期末形象对比； 3. 教师组织学生制定自主后续学习计划				
单元教学资源					
1. 诗云：老树着花无丑枝； 2. 经典语录					

单元教学进度设计（简表）

步骤	教学内容及能力/知识目标	教师活动	学生活动	时间(分钟)
1	教学内容: 课程总结 能力目标: 能够梳理知识点; 知识目标: 熟悉课程知识点	点评学生本学期的课内与课外学习情况, 组织学生分享学习心得	分享学习心得	30
		学生自评、互评期初与期末形象对比	同学们自评、互评	
2	教学内容: 确定自学内容	组织学生制定自主后续学习计划, 并进行点评	制定自主后续学习计划, 同学们自评、互评; 在教师指导下开展自主学习	15
3	绘制本课程思维导图	教师给予实时帮助	自主绘制	45
课后体会				

## 十、教材资料

### 1、教材

教材: 《新零售运营管理》, 李忠美主编, 人民邮电出版社, 2020年6月第1版

### 2. 课程资源

在线教学平台

### 3、网络资源

优酷视频: 新零售

全国高校微课教学比赛

## 十一、考核方案

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



