

《新媒体营销》

课程整体教学设计

课程名称： 新媒体营销

所属专业（教研室）： 电子商务教研室

制定人： 薛梅

合作人： 张勇、刘琼、朱世梅、彭文艳

制定时间： 2023年2月

日照职业技术学院

目录

课程整体教学设计	1
课程整体教学设计	3
一、课程基本信息	3
二、课程定位	3
三、课程目标设计	3
四、课程内容设计	7
五、能力训练项目设计	10
六、课程思政设计	10
七、第一节课设计	13
八、最后一次课设计	14
九、考核方案	14
项目考核评价标准	14
十、实训场地与设备器材（软件平台等）	16
十一、需要说明的其他问题	17
十二、本课程常用术语中英文对照	18

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：270395	学分：4	学时：60
授课时间：第 4 学期	授课对象：2021级电子商务、市场营销、物流管理、国际商务、工商企业管理	
课程类型：(打钩 可多选) 专业必修课，专业选修课，公共必修课，公共选修课，专业主干课， 基础课 √、文化课 其它分类：-		
有关的先修课程：微信运营、图文营销、物流配送、电子商务基础	有关的后续课程：电商项目实战、自媒体平台运营、短视频剪辑、顶岗实习	

二、课程定位

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、课程目标设计

总体目标：

以培养新媒体专员岗位综合营销管理技能为主线，培养学生四大关键能力，即营销

策划与决策的能力、运营组织与团队协调的能力、客户沟通的能力和大数据采集与信息处理的能力。

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。

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。

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。

四、课程内容设计

课程内容是教学单元的细分，是教师依据标准进行教学和学生依据学习的核心部分。在设计《新媒体运营》的学习内容时，一是根据学生学习与实践的逻辑顺序来进行；二是从岗位构建角度，保持新媒体的基本技能、基本知识、基本理论之间的内在必然关系。以情学习模块为主题，设计新媒体技术、新媒体运营和新媒体平台营销 3 个学习模块，12个子项目和37个子任务，以夯实基础、适应市场需求的新媒体营销专员岗位为目标，尽可能形成基于职业岗位、工作过程的课程体系。学习任务由简单到复杂，理实结合呈现并列递进式的逻辑顺序。

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		
	3. 新媒体用户运营	2.3.1 用户运营的概念与具体工作	5	
		2.3.2 如何做出清晰的用户画像		
		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	60课时

思维导图设计如下：



五、能力训练项目设计

编号	能力训练项目名称	子项目编号名称	能力目标	知识目标	训练方式步骤与手段	展示结果
1	新媒体技术掌握与运用能力	1-1 新媒体图文编辑能力	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能通过网络渠道获取高质量图片； 2. 能运用在线图片处理工具制作符合各新媒体平台的文章封面； 3. 能制作符合新媒体内容与活动推广需求的创意九宫图、长图； 4. 能利用GIF制作工具制作动态图；表情包。 5. 能够独立制作主题图文。 	<ol style="list-style-type: none"> 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. 熟悉动态图以及表情包生成工具。 8. 熟悉图文制作与编辑工具。 	网络素材收集、平台图文制作，手机软件进行拼图与制作	<ol style="list-style-type: none"> 1. 根据实训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。 2. 制作项目-秀文斋民宿与文创的24节气图文
		1-2 新媒体视频拍摄与剪辑能力	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能根据视频拍摄主题编写脚本； 2. 用手机拍出好看、且富有创造力的照片； 3. 具备不同类型视频的制作技能； 4. 具备短视频发布平台选择能力。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握短视频的制作流程； 2. 掌握短视频制作规则； 3. 掌握剪映、爱剪辑等软件应用技巧； 4. 掌握短视频发布平台规则。 	现场拍摄，电脑剪辑，小组讨论文案，输出图文	为“秀文斋”项目根据不同的分类要求拍摄与制作小视频20条，要求其中一条阅读量过万

		1-3新媒体数据收集与分析能力	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能识别新媒体平台及用户数据类别及来源; 2. 能运用正常的方法采集新媒体数据, 并加工及处理; 3. 能对新媒体的传播数据、互动数据、转化数据进行分析; 4. 能对微信公众号、微博、今日头条等进行数据分析。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 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; 4. 掌握新媒体数据采集、加工与处理的方法; 5. 熟知新媒体传播数据、互动数据、转化数据的构成, 掌握分析方法; 6. 掌握新媒体微信、微博、今日头条等平台数据分析的方法 	运用网络数据搜集平台进行信息收集, 运用数据分析软件进行分析, 总结数据。	根据抖音的粉丝分析客户画像, 进行数据分析和策略制定, 根据直播的数据改进直播脚本。
2	新媒体运营能力	2-1 新媒体内容运营能力	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能策划符合新媒体平台的文章内容并合理排版 2. 能设计制作符合新媒体平台要求的各类图片 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 4. 能利用工具进行文章、图片、短视频的一键分发 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握新媒体内容策划的要点 2. 了解新媒体图片设计制作软件 3. 熟悉新媒体文案排版样式及创意文字云设计 4. 熟悉新媒体(短)视频创作 5. 了解新媒体内容分发的概念 	利用电脑处理图片与文案, 进行排版, 通过展示与修改进行优化	制作实践项目主题图文推送文案及图片,
			<ol style="list-style-type: none"> 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 2. 能对活动方案的目标人群进行定位分析 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 4. 能根据需求完成H5海 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解新媒体活动策划的定义、要素、原则 2. 掌握活动策划的流程与内容 3. 了解H5海报的特点及常见应用形式 4. 熟悉H5海报制作的要素及流程 5. 了解社群的定义及特征 	运用微信与抖音平台设计活动的计划, 团队进行任务分配, 制定甘特图按照实践进度执行	策划一次篆刻非遗体验, 制作图文推送与短视频推送

	2-2新媒体活动运营	<p>报的制作、投放及数据采集</p> <p>5. 能根据项目需求与定位，发现KOL用户</p> <p>6. 能根据项目需求与目标，测算活动所需的预算</p> <p>7. 能通过活动数据指标对活动效果进行分析</p>	<p>6. 了解社群构建与运营的流程与步骤</p> <p>7. 熟悉活动发布的流程</p> <p>8. 掌握活动监测与效果评估指标</p>		
	2-3新媒体用户运营	<p>1. 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</p> <p>2. 能够根据内容运营的不同阶段对行动指标进行修正</p> <p>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 and 不足，提出内容优化建议</p>	<p>1. 了解新媒体用户运营的基本概念和内涵</p> <p>2. 掌握用户画像的作用和用户数据获取渠道</p> <p>3. 熟悉新媒体用户运营的思路和策略</p>	<p>运用抖音与微信账户进行小组讨论，利用数据分析软件及图表展示运营结果与预测的偏差。</p>	<p>制作粉丝画像</p>

		2-4新媒体产品运营	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能够掌握产品运营的流程 2. 能够匹配运营策略 3. 能够根据产品生命周期调整运营重点 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握产品运营的概念流程； 2. 掌握常用的运营策略； 3. 了解产品生命周期的特点。 		
3	新媒体平台运营能力	3-1平台案例拆解与运用能力-模仿与创新	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能够对于热门视频进行分析解读，总结规律； 2. 能够掌握热门视频的内容元素和流行元素。 3. 独立创作热门的视频内容，浏览量过万。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握热门流量的元素，并在基础上进行创新。 2. 掌握模仿与原创的尺度。 3. 了解进入新媒体行业创作的突破途径。 	利用抖音平台热点及高流量相关账户，选择合适的案例进行拆解，小组讨论并分析。	根据实践项目选择合适的抖音运营案例进行拆解，结合自己的案例进行项目规划与设计，做好拍摄计划进度。
		3-2抖音营销能力	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能够独立创作短视频，发放平台，实现高引流效果； 2. 能够根据客户需要制作引流短视频； 3. 能够独立进行直播带货。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握抖音的基本平台规则； 2. 掌握抖音短视频投放的最佳时间。 3. 掌握直播带货的规则。 	根据同类产品带货的账户特点，分析差异化营销的元素	策划3场直播，为实践项目进行带货，比较每场直播的优缺点，总结项目产品带货的特点
		3-3微信营销能力	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能够独立制作微信图文； 2. 能够实现常规微信号运营； 3. 能够实现微信公众号引流与微店销售营销。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握微信公众号的发布规则； 2. 掌握微信图文编辑要领； 3. 掌握微信运营的流程。 	将抖音运营项目的素材倒灌到微信	将抖音的小视频和产品详情页等信息用图文形式发布在微信公众号上

六、课程思政设计

模块	任务	子任务	课程思政亮点
模块一 新媒体技术	1. 新媒体技术	新媒体技术认知与类型	严把道德关
	2. 新媒体图文排版	1.2.1 高质量的图片搜集技术	1. “政治性和学理性相统一”新媒体图文排版 2. “价值性和知识性相统一”
		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	3. 增强民族自信，弘扬传统文化-新媒体视频拍摄技术
		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 新媒体数据采集	4. “疫情下的数据” “挖掘数据本质培养数据思维”-新媒体数据收集与分析技术
		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	5. 有故事才会有情怀，有情怀才会有品牌；表达浓浓的温情和爱意； 6. 利国利民再利己——新媒体内容运营 7. 传播企业和社会的正能量 8. 严守职业道德底线和法律红线
		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	9. 敬业、精益、专注、创新——新媒体活动运营
		2.2.2 怎样设计全年活动	

		规划并提前筹备	10. 输出对顾客有价值的內容 11. 正面引导	
		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		
	3. 新媒体用户运营	2.3.1用户运营的概念与具体工作	12. 人文情怀-新媒体用户运营 13. 关注群体的诉求, 关注社会热点培养共情诚信经营	
		2.3.2如何做出清晰的用户画像		
		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	14. 遵守知识产权保护法 15. 精益求精的工匠精神	
		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	16. 他山之石-新媒体运营案例拆解与运用, 借力打力, 破而后立;	
		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	17. 高质量输出-抖音营销 18. 沉淀内容坚持创新与个性	
		3.2.2直播营销		
			3.3.1公众号营销	

	3. 微信营销	3.3.2 微信号营销	19. 最熟悉的陌生人- 微信营销，遵守网络安全规则不信谣，不造谣防诈骗
		3.3. 微店	
	4. 其他平台营销	3.4.1 其他平台营销	1

课程思政思维导图：



七、第一节课设计

第一步：整体概述（10 分钟）

进行自我介绍、课程介绍（课程性质、课程目标中的能力目标、知识目标和素质目标）、课程项目进度图、考核方案；介绍校内实训项目等事宜；说明该课程在课程体系中的位置，突出该课程重要性。

备注：自我介绍（用生动、风趣的语言，拉近与学生距离），告诉学生手机、微信、QQ 号和邮箱，以方便师生联系。

第二步：整体内容介绍（5 分钟）

本课程共有3 个学习模块，12个子项目和37个子任务，以夯实基础、适应市场需求的新媒体营销专员岗位为目标，尽可能形成基于职业岗位、工作过程的课程体系。学习任务由简单到复杂，理实结合呈现并列递进式的逻辑顺序。

第三步：介绍学习方法（5 分钟）

本课程的学习方法有小组合作、案例分析、调研等。每个班按每组 5 个人进行分组，每个组成员都有一定的职务，上课时小组成员要集中坐在一起，以方便课堂集中讨论。

第四步：项目与课程相结合（20 分钟）

实践项目：秀文斋新媒体项目说明

乡村振兴项目：五莲松柏镇大樱桃直播季。

第五步：作业与拓展（5 分钟）

项目的完成度与拓展任务说明，预习下一课。

八、最后一次课设计

第一步：项目回顾

引导学生本课程学习的基本内容，特别注重学生提炼重点的能力和逻辑思维方法的运用，引导学生做出本课程的结构体系表。

第二步：形成性考核汇总点评

表彰奖励形成性考核成绩优秀的同学，并指出形成性考核成绩差的同学的成绩和不足，对他们提出要求和希望。

第三步：布置安排终结性考核

引导学生做好考前复习和总结，考出好的成绩。

九、考核方案

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。

项目考核评价标准

评价项目	配分	评价方式	细项配分	评价指标
平时成绩	30	出勤评量	20	教学记录本
		学习态度	10	教学记录本
项目考核	50	实作评价	50	任务作业评价
期末成绩	20	小组汇报	20	小组汇报
评价方式	小组汇报： <input type="checkbox"/> 小考 <input checked="" type="checkbox"/> 期中汇报 <input checked="" type="checkbox"/> 期末汇报验 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"/> 课堂项目 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：			

1. 职业素养考核。包括平时的出勤率、听课态度，完成书面作业任务的情况等，占总评价成绩的30%左右。部分内容重点考核学生的学习过程，包括其学习态度、努力的程度以及表现出来的效果。

2 期末综合实训。根据学习过的知识，进行综合管理问题的处理，考核学生

的实际动手能力和对知识的综合掌握情况，由每个学生独立完成，考核成绩占总成绩的 20% 。

3 期末考试。卷面考核学生对理论的实际掌握情况，占 50%左右。

4 鼓励学生参加1+x新媒体技术证书。

十、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。

4. 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。

5. 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。

6. 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。

十一、需要说明的其他问题

1 本课程根据教学目标要求对教材作了适当的取舍处理。在保证达到教学要求的前提下，对教学内容、次序和学时分配等，可根据具体需要做适当调整。

2. 课程能力训练效果与学生学习的主动性和能动性密切相关。

3. 本课程十分注重教师的教学引导和学生的课外拓展。由于课时限制，把部分技能训练内容开展到课外进行，需要精心策划以及学生的配合，希望通过各种能力训练提高学生的自学能力、社交能力和团队合作能力。

4. 本课程在教学过程中会根据项目设置要求组织学生以小组形式进行观察、调查、讨论、分析，并对观察结果利用所学知识进行分析，要求最后形成书面总结报告上交，或制成 PPT，进行交流。

十二、本课程常用术语中英文对照

AE(AccountExecutive)	客户代表
Agency	广告代理商
Aggressive	有主动性的
Animation	动画
AP(AccountPlanning)	广告企划
Aperture	光圈
Appeal	诉求
AR	现实增强
Art	设计(部门)
Attitude	消费者态度
Audience	受众
Audio	音频
Banner	横幅
BD(Business Development)	业务拓展
Big idea	超级金点子
Billboard	广告牌
Blood	出血
Body	正文
Bold	加粗
Booths	展位、摊位
Bonus	奖金
Boutique	小型专业广告公司
Brainstorm	头脑风暴
Branding	品牌管理
Brief	需求简报
Budget	预算
Bug	报错
Button	按钮

Buyer' s market 买方市场
Campaign 阶段性广告项目
Category 产品手册
CF(Commercial Film) 广告电影
Challenge 质疑
Channel 渠道
Click 点击
Cold Call 拉网式客户电话
Confirm 确认
Commit 承诺
Common sense 行业常识
Copy 文案(部门) Cost 成本
Coupons 优惠券 Cover 封面
CPM/GPC/CPA 点击成本算法
Creative 创意(部门)
CRM 客户关系管理
CS(Commercial) 电视广告脚本
CSS 层叠样式
Combination 套装
Contract 合同
Copyright 版权 Customer 顾客
Data Visualization 数据可视化
Daily 日报 Deadline 截止时间
Debug 排错 Demands 需求
Demo(-nstration) 演示, 小样
Digital 数字化(部门)
Discount 折扣 Director 总监、导演 Direct- 直接投放的 Dub 拷贝、转录
EDM(Email Direct Marketing) 邮件
营销 Electronic media 电子媒介
Encode 编码 Entertainment 娱乐业
Exhibit 展品 Expo 博览会

Feedback 反馈 Finance 财务 Follow
关注 Forward 推进 Frame 帧
Frequency 频次 Fixedday 指定发布
日期和时间
Gatefold 门折页 Global 全球 (总部)
的 Group 集团 Guide 指南
H5 (HTML5) 自适页面营销 Hard-
sell advertising 硬广 Horizontal
alignment 水平对齐 Host 系统文
Ins (Instagram) Intellectual proper
ty 知识产权 Interactivemedia 互动
媒体 Italic 斜体
Java 直译式脚本语言 JD (Job Deion)
职位描述 Justify 两端对齐
Budgets 预算
Bureaucratic control 官僚控制
Bureaucratic management 官僚管理
Business ethics 商业道德
Business portfolio matrix 商业资产组合矩阵
Business strategy 商业策略
Cash cows 金钱牛
Chain of command 指挥链
Changing 变革
Charismatic authority 魅力权威模式
Classical perspective 古典管理理论
Closed system 封闭系统
Code of ethics 伦理规范
Coercive power 强制力
Cohesiveness 凝聚力
Communication 沟通

Communication network 沟通网

Compensation 报酬

Competitive advantage 竞争优势

Computer-aided software engineering (CASE) 计算机辅助设计

Conceptual skill 概念能力

Concurrent control 并行控制

Constraints 强制, 约束Contingency

approaches 随即制宜法Contingency

perspective 权变观Contingency

planning 随即计划

Continuous schedule of reinforcement 连续性奖励

Continuous-flow production system 连续生产系统
controlling 控制职能
Controls 控制
Corporate social responsibility 公司社会责任
Corporate strategy 公司战略
Cost leadership strategy 成本领先战略
Intangible costs 无形成本
Integrating mechanisms 结合机制
Interdependence 互相依赖
Internal customer 内部顾客
Internal forces 内力
Internal network 内部网络
Interpersonal roles 人际交往能力
Intuition 直觉
Jargon 行话
Job analysis 工作分析;工种分析
Job depth 工作深度
Job description 工作说明
Job description 工作说明
Job design 工作设计
Job enlargement 工作扩大化
Job enrichment 工作丰富化
Job rotation 岗位轮换
Job satisfaction 工作满意
Job scope 工作丰富化
Job specifications 工作规范;操作规程
Job-shop production system 职务专业化
Justice approach 公正合理观
Just-in-time (JIT) inventory management 及时存货系统

Labor-management relations 劳工管理关系
Language systems and metaphors 语言习惯
Lateral communication 横向沟通
Law of effect 效应法则
Law of requisite variety 必要多样性定律
Leadership 领导
Leadership substitutes 领导替代
leading 领导
Least preferred coworker (LPC) scale 最不喜欢的同事
Legitimate power 法定权利
Liabilities 负债
Line personnel 线形人事管理
Liquidity ratios 流动率
Locus of control 控制点
Long-term liabilities 长期债务
Machiavellian personality 马基雅弗利人格理论
Management 管理
Management by exception 例外管理
Management by objectives (MBO) 目标管理责任制
Managers 经理
Market growth rate 市场增长率
Matrix structure 矩阵结构
Mechanistic systems 机械式组织
Medium 载体
Messages 消息
Motivation 激励
Motivator factors 激励因素
Multidomestic strategy 多元化策略
Myths 虚构的故事

Need for achievement 成就需要
Negative reinforcement 消极强化
Network structure 网络结构
Noise 噪声
Nominal group technique (NGT) 名义群体技术
Nonprogrammed decision 非程序化决策
Nonverbal communication 非语言沟通
Norms 标准;规范;典范;限额
Objectives 目标
Objectives function 目标函数
Open system 开放系统
Operational feasibility 造作可行性
Operational plan 作业计划
Operational planing 作业计划职能
Opportunity 机遇
Oral communication 口头交流
Organic (clan) control 有机控制
Organic system 有机系统
organization 组织安排
Organizational change 组织变革
Organizational control 组织控制
Organizational culture 组织文化
Organizational design 住址决策
Organizational development (OD) 组织发展
Organizational feasibility 组织可行性
Organizational mission 组织使命