

## 项目二 新媒体用户与内容定位

课时内容	新媒体用户与内容	授课时间	90 分钟	课时	2
教学目标	<input checked="" type="checkbox"/> 了解新媒体用户定位 <input checked="" type="checkbox"/> 了解新媒体内容定位				
教学重点	<input checked="" type="checkbox"/> 熟悉不同的新媒体平台 <input checked="" type="checkbox"/> 了解内容定位的原则 <input checked="" type="checkbox"/> 掌握内容定位的流程				
教学难点	用户定位，营销平台，内容定位的流程				
教学设计	<p>1、教学思路：(1) 从了解目标用户、构建用户画像和选择适合的平台 3 个方面，对用户定位的相关知识进行介绍，让学生掌握定位精准目标用户的方法；(2) 通过对新媒体内容定位进行介绍，让学生掌握新媒体内容定位的原则、流程和误区，从而输出更符合用户需求的内容；(3) 安排课堂实训和课后练习。</p> <p>2、教学手段：(1) 过理论加案例的方式讲解，帮助学生快速理解知识点；(2) 通过课堂讨论、课堂活动提出问题，活跃课堂气氛并激发学员的学习兴趣；(3) 对于重点内容进行着重讲解。</p> <p>3、教学资料及要求：除教材中讲解的知识，还可以了解其它定位目标用户和定位内容的方法。</p>				
<b>教学内容</b>					
<p><b>知识回顾：</b>在前面介绍了新媒体营销的基础知识、新媒体营销岗位等内容。</p> <p><b>讨论问题：</b>1、常见的新媒体平台有哪些？ 2、新媒体内容定位的原则有哪些？</p> <p><b>内容大纲：</b>具体可结合本章的 PPT 课件进行配合讲解。</p> <p><b>学习目标</b></p> <p><b>知识结构图</b></p> <p>2.1 新媒体用户定位</p> <p>    2.1.1 了解目标用户</p> <p>    2.1.2 构建用户画像</p> <p>    2.1.3 选择适合的平台</p> <p>2.2 新媒体内容定位</p> <p>    2.2.1 内容定位的原则</p> <p>    2.2.2 内容定位的流程</p> <p>    2.2.3 内容定位的误区</p> <p>2.3 课堂实训</p> <p>    2.3.1 构建化妆品用户画像</p> <p>    2.3.2 分析营销案例定位</p> <p>2.4 课后练习</p>					

<b>小结</b>	1、了解新媒体用户定位的方法。 2、了解新媒体内容定位流程。
<b>课后练习</b>	<p>(1) 根据本章内容，谈谈构建用户画像的优势。</p> <p>(2) 假如你是某服装设计公司的新媒体营销人员，现公司正值上市 10 周年，需要开展周年活动，要求你在新媒体平台上进行宣传推广。</p> <p>提示：首先应确定宣传推广的新媒体平台，然后根据“周年活动”这个主题，确定目标用户人群，最后进行内容定位，发布营销信息。</p>