《新媒体运营》本科课程教学大纲

SJQU-QR-JW-055（A0）

一、课程基本信息

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程名称 | 《新媒体运营》 | | | | | |
| 《New Media Operations》 | | | | | |
| 课程代码 | 2040744 | 课程学分 | | 2 | | |
| 课程学时 | 32 | 理论学时 | 32 | 实践学时 | | 0 |
| 开课学院 | 艺术设计学院 | 适用专业与年级 | | 数字媒体艺术专业  三年级 | | |
| 课程类别与性质 | 专业必修课 | 考核方式 | | 考查 | | |
| 选用教材 | 《新媒体运营》,秋叶,人民邮电出版社 | | | 是否为  马工程教材 | | 否 |
| 先修课程 | 《大学信息技术》 | | | | | |
| 课程简介 | 本课程是数字媒体艺术专业网络媒体方向的一门的系级专业必修课程，起到了传授知识、激发兴趣、启迪思维、拓展视野的作用。本课程从新媒体概念入手，全面介绍了新媒体运营及新媒体运营各模块的具体内容。  本课程旨在培养学生根据主题搜集资料、编写文献综述、进行作品评价以及使用多媒体手段进行综合展示与口头表达的能力，通过学习本课程，能够激发学生的学习热情，增强专业学习信心，为后续专业课程的学习打下扎实基础。 | | | | | |
| 选课建议与学习要求 | 本课程适合于数字媒体艺术专业三年级的学生学习，要求学生对数字媒体、计算机、互联网、数字娱乐等领域的基本知识有一定认识。 | | | | | |
| 大纲编写人 | （签名）张晶晶签名 | | 制/修订时间 | | 2024.1 | |
| 专业负责人 | （签名） | | 审定时间 | | 2024.1 | |
| 学院负责人 | 95a58c9610ee54c29ea72c19103a999（签名） | | 批准时间 | | 2024.1 | |

二、课程目标与毕业要求

（一）课程目标

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 类型 | 序号 | 内容 |
| 知识目标 | 1 | 掌握新媒体运营的基本概念、定位、内容。 |
| 2 | 掌握在不同平台进行新媒体运营的方法和技巧。 |
| 技能目标 | 3 | 具备产品理解能力、网感和灵感、资源整合能、策划能力以及写作能力。 |
| 4 | 能在工作中应用信息技术和工具解决问题。 |
| 素养目标  (含课程思政目标) | 5 | 具备用户思维、品质思维、品牌思维和平台思维。 |
| 6 | 爱岗敬业，热爱所学专业，勤学多练，锤炼技能。熟悉本专业相关的法律法规，在实习实践中自觉遵守职业规范，具备职业道德操守。 |

（二）课程支撑的毕业要求

|  |
| --- |
| LO1品德修养：拥护中国共产党的领导，坚定理想信念，自觉涵养和积极弘扬社会主义核心价值观，增强政治认同、厚植家国情怀、遵守法律法规、传承雷锋精神，践行“感恩、回报、爱心、责任”八字校训，积极服务他人、服务社会、诚信尽责、爱岗敬业。  ⑤爱岗敬业，热爱所学专业，勤学多练，锤炼技能。熟悉本专业相关的法律法规，在实习实践中自觉遵守职业规范，具备职业道德操守。 |
| LO2专业能力：具有人文科学素养，具备从事某项工作或专业的理论知识、实践能力。  ①具有专业所需的人文科学素养。 |
| LO7信息应用：具备一定的信息素养，并能在工作中应用信息技术和工具解决问题。  ②能够使用适合的工具来搜集信息，并对信息加以分析、鉴别、判断与整合。 |

（三）毕业要求与课程目标的关系

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 毕业要求 | 指标点 | 支撑度 | 课程目标 | 对指标点的贡献度 |
| LO1 | ⑤ | M | 6.爱岗敬业，热爱所学专业，勤学多练，锤炼技能。熟悉本专业相关的法律法规，在实习实践中自觉遵守职业规范，具备职业道德操守。 | 100% |
| LO2 | ① | H | 3.具备产品理解能力、网感和灵感、资源整合能、策划能力以及写作能力。 | 20% |
| 1.掌握新媒体运营的基本概念、定位、内容。 | 30% |
| 2.掌握在不同平台进行新媒体运营的方法和技巧。 | 30% |
| 5.具备用户思维、品质思维、品牌思维和平台思维。 | 20% |
| LO7 | ② | M | 4.能在工作中应用信息技术和工具解决问题。 | 100% |

三、课程内容与教学设计

（一）各教学单元预期学习成果与教学内容

|  |
| --- |
| **一、新媒体运营概述（2学时）**  1.了解新媒体  2.了解新媒体运营  **知识点和能力要求：**  本单元介绍新媒体的基本概念、特征、发展趋势和表现形式；新媒体运营人员的必备素质、思维模式，新媒体运营的流程和策略。学生需要了解新媒体的概念、特征、发展历史和表现形式。理解新媒体人员的必备素养、思维模式、新媒体运营的流程和策略。  **教学重点：**  新媒体及新媒体运营的概念、特征、趋势和表现形式，运营人员的必备素质、思维模式，运营的流程和策略。  **教学难点：**  新媒体运营的流程和策略。 |
| **二、新媒体运营的定位（2学时）**  1.新媒体运营的用户定位  2.新媒体运的平台定位  3.新媒体运营的内容定位  **知识点和能力要求：**  本单元介绍新媒体运营的前提——定位。包含用户定位、平台定位和内容定位。要求学生需要理解和掌握新媒体运营各要素的定位方法，合理制定运营计划，实施运营策略。  **教学重点：**  新媒体运营的平台定位和内容定位。  **教学难点：**  新媒体运营各要素的定位方法，定位的步骤与核心。 |
| **三、微信运营（4课时）**  1.微信个人号运营  2.微信公众号运营  **知识点和能力要求：**  本单元介绍微信个人号运营策略，包含个人号的设置，好友添加，好友管理，好友互动，朋友圈的维护；微信公众号的运营策略，包含公众号的选择、设置，推文写作、排版与推送以及粉丝获取与维护。学生需要掌握微信个人号与公众号的运营方法与技巧，并能尝试完成微信公众号的申请、设置和文章推送流程。  了解用户运营的具体工作，熟悉用户体系的搭建，理解用户运营的九大策略。  **教学重点：**  微信公众号的运营方法与技巧。  **教学难点：**  微信公众号文章的写作、排版与推送。 |
| **四、微博运营（4课时）**  1.微博账号的设置  2.微博内容运营  3.微博粉丝运营  **知识点和能力要求：**  本单元介绍微博账号的设置包含账号类型、名称、头像、账号认证和打造微博运营矩阵；微博内容运营包含微博内容的表现形式、写作方法、运营技巧；微博粉丝运营包含粉丝获取与维护。学生需要掌握微博账号认证方法、打造运营矩阵的概念，内容的运营方法以及与粉丝的互动。能够尝试完成微博账号的运营。  **教学重点：**  微博内容的表现形式、写作方法和运营技巧、粉丝的获取和维护。  **教学难点：**  微博的写作方法、运营技巧，粉丝的获取和维护。 |
| 1. **社群运营** 2. 了解社群与社群运营 3. 创建一个完整社群 4. 策划并开展社群活动   **知识点和能力要求：**  本单元介绍社群运营的基本概念包含社群经济、社群运营以及其必备条件；如何创建一个完整的社群包含社群的名称、口号、视觉标识、明确社群结构以及制定社群规则；如何策划并开展社群活动包含社群分享、交流、福利、打卡、线下活动。  **教学重点：**  创建一个完整社群的方法以及社群活动的开展  **教学难点：**  社群结构的明确、规则的制定以及社群活动的策划和开展。 |
| 1. **音频、视频和直播运营** 2. 音频运营 3. 视频运营 4. 直播运营   **知识点和能力要求：**  本单元介绍音频运营的平台、运营方式、策略；视频运营的表现形式、平台、视频的制作与发布、运营策略；直播运营的特点、表现形式、平台、直播活动的运营设计、用户的开发和维护。要求学生了解音频、视频、直播运营的概念，尝试完成音频、视频或直播运营的实践。  **教学重点：**  视频运营的方法和技巧；直播运营的方法和技巧。  **教学难点：**  视频运营实操、直播运营实操 |
| 1. **其他新媒体运营** 2. APP运营 3. 二维码运营 4. 知识运营   **知识点和能力要求：**  本单元介绍APP运营的特点、推广方式、运营策略；二维码运营的优势、方式以及注意事项；知识运营的优势、平台及策略。  **教学重点：**  APP运营的方法与策略；知识运营的方法与策略  **教学难点：**  App运营的策略；知识运营的策略 |
| 1. **新媒体数据分析** 2. 了解数据分析 3. 微信公众号数据分析 4. 微博数据分析 5. 小红书数据分析 6. 抖音数据分析   **知识点和能力要求：**  本单元介绍数据分析的意义、方法和误区；包含微信公众号、微博、小红书、抖音在内的各平台数据分析方法。  **教学重点：**  公众号、小红书、抖音平台的数据分析  **教学难点：**  数据分析方法 |

（二）教学单元对课程目标的支撑关系

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程目标  教学单元 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 第一单元  新媒体运营概述 | √ | √ | √ |  | √ | √ |
| 第二单元  新媒体运营的定位 | √ |  | √ | √ | √ | √ |
| 第三单元  微信运营 |  | √ | √ |  | √ | √ |
| 第四单元  微博运营 |  | √ | √ | √ | √ | √ |
| 第五单元  社群运营 |  | √ | √ | √ | √ | √ |
| 第六单元  音频、视频和直播运营 |  | √ | √ | √ | √ | √ |
| 第七单元  其他新媒体运营 |  | √ | √ | √ | √ | √ |
| 第八单元  新媒体数据分析 |  |  | √ | √ | √ | √ |

（三）课程教学方法与学时分配

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 教学单元 | 教与学方式 | 考核方式 | 学时分配 | | |
| 理论 | 实践 | 小计 |
| 第一单元  新媒体运营概述 | 教师课堂教授 | 综述报告 | 2 | 0 | 2 |
| 第二单元  新媒体运营的定位 | 教师讲授，学生结合课堂讨论和课下阅读学习 | 综述报告 | 2 | 0 | 2 |
| 第三单元  微信运营 | 教师讲授，布置任务，说明完成方式，案例解析；学生实践 | 设计作品 | 2 | 2 | 4 |
| 第四单元  微博运营 | 教师讲授，布置任务，说明完成方式，案例解析；学生实践 | 设计作品 | 2 | 2 | 4 |
| 第五单元  社群运营 | 教师讲授，布置任务，说明完成方式，案例解析；学生实践 | 设计作品 | 2 | 2 | 4 |
| 第六单元  音频、视频和直播运营 | 教师讲授，布置任务，说明完成方式，案例解析；学生实践 | 设计作品 | 4 | 4 | 8 |
| 第七单元  其他新媒体运营 | 教师讲授，学生结合课堂讨论和课下阅读学习 | 综述报告 | 4 | 0 | 4 |
| 第八单元  新媒体数据分析 | 教师讲授，学生收集数据进行分析，课堂报告 | 综述报告 | 4 | 0 | 4 |
| 合计 | | | 22 | 10 | 32 |

（四）课内实验项目与基本要求

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 实验项目名称 | 目标要求与主要内容 | 实验  时数 | 实验  类型 |
| 1 | 公众号运营 | 要求学生掌握微信公众号的运营方法与技巧，并能尝试完成微信公众号的申请、设置和文章推送。 | 2 | 综合型 |
| 2 | 微博运营 | 要求学生掌握微博账号认证方法、如何打造运营矩阵，内容的运营方法以及与粉丝互动。尝试完成微博账号的运营。 | 2 | 综合型 |
| 3 | 社群运营 | 要求学生掌握创建一个完整的社群包含的社群名称、口号、视觉标识、明确社群结构以及制定社群规则；如何策划并开展社群活动包含社群分享、交流、福利、打卡、线下活动。 | 2 | 综合型 |
| 4 | 音频/视频/直播运营 | 要求学生了解音频、视频、直播运营的概念，尝试完成音频或视频或直播运营的实操。 | 4 | 综合型 |
| 实验类型：①演示型 ②验证型 ③设计型 ④综合型 | | | | |

四、课程思政教学设计

|  |
| --- |
| 首先，在新媒体运营的概念章节讲授阶段强调法律法规，引导学生在遵守法律法规的底线原则下开展新媒体运营工作。  其次，在不同平台的运营方法讲解部分，通过新闻和反面案例普及哪些内容可以传播，哪些内容禁止传播，防止学生因为不知道而走歪路。通过法律法规和底线原则的普及，将课程落实到思政内容上，引导学生做一个守法、敬岗的人。 |

五、课程考核

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 总评构成 | 占比 | 考核方式 | 课程目标 | | | | | | 合计 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| X1 | 20% | 平台及案例收集 | 10 | 10 | 20 | 30 | 20 | 10 | 100 |
| X2 | 20% | 策划案大纲 | 10 | 20 | 30 |  | 30 | 10 | 100 |
| X3 | 30% | 产品实践运营报告 | 10 | 20 | 20 | 20 | 20 | 10 | 100 |
| X4 | 30% | 新媒体策划方案 | 10 | 20 | 30 |  | 30 | 10 | 100 |

六、其他需要说明的问题

|  |
| --- |
| 无 |