

中国社会科学院大学《新媒体传播与运营》课程大纲

课程基本信息 (Course Information)					
课程编号 (Course ID)	1282020032	*学时 (Credit Hours)	32	*学分 (Credits)	2
*课程名称 (Course Name)	新媒体传播与运营 New Media Communication and Operation				
先修课程 (Prerequisite Courses)					
*课程简介 (Description)	<p>新媒体运营是通过现代化移动互联网手段，通过利用新兴媒体平台工具进行产品宣传、推广、产品营销的一系列运营手段。通过策划品牌相关的优质、高度传播性的内容和线上活动，向客户广泛或者精准推送消息，提高参与度，提高知名度，从而充分利用粉丝经济，达到相应营销目的。</p> <p>本课程一方面会向学生介绍新媒体组织的产品型运营、平台型运营、生态型运营中的主要规律，另一方面也会从具体平台入手，帮助学生了解网络营销、搜索引擎营销、电子邮件营销等几种常见的营销方式。最后，为了补充课本内容的不足，教师挑选了十余本优秀书籍，以课堂讨论的形式带领学生们吸收并完成读后感。</p> <p>本课程的期末考试要求学生完成一份新媒体行业相关的创业策划书。学生需要提出一项具有一定市场前景，且具有一定可实施可行性的项目，在深入研究和广泛进行市场调查的基础上，完成一份把项目或服务推向市场的完整、具体、深入的创业策划书。策划书中的商业模式与营销策略部分是重点内容，需要学生详细阐述。</p>				
*课程简介 (Description)	<p>New media operation is a series of operation means for product promotion and marketing through modern mobile internet and emerging media platform. Through planning brand-related high-quality, highly communicative content and online activities, messages are widely or precisely pushed to customers to increase engagement and awareness, thus making full use of fan economy and achieving corresponding marketing purposes.</p> <p>This course will introduce to students the main rules in product-based, platform-based, and ecosystem-based operations of new media organizations on the one hand, and also help them understand several common marketing methods such as website marketing, search engine marketing, and email marketing. Finally, to supplement the textbook content, the instructor selects more than ten excellent books and leads the students to absorb and complete the readings in the form of class discussions.</p> <p>The final exam for this course requires students to complete a business plan related to the new media industry. Students are required to propose a project with certain market prospect and feasible implementation, and finish a complete, specific and in-depth business plan to bring the project or service to the market based on in-depth research and extensive market survey. The business model and marketing strategy part of the proposal is the key content and needs to be elaborated by students.</p>				

*教材 (Textbooks)		《新媒体运营》，刘友芝著，中国人民大学出版社，2018年，第1版，9787300257020 《网络营销》，胡宏力著，中国人民大学出版社，2020年，第2版，9787300285092					
参考资料 (Other References)							
*课程类别 (Course Category)		<input type="checkbox"/> 公共基础课/全校公共必修课 <input type="checkbox"/> 通识教育课 <input type="checkbox"/> 专业基础课 <input type="checkbox"/> 专业核心课/专业必修课 <input checked="" type="checkbox"/> 专业拓展课/专业选修课 <input type="checkbox"/> 其他_____					
*授课对象 (Target Students)		新闻传播学院学生	*授课模式 (Mode of Instruction)		<input type="checkbox"/> 线上，教学平台_____ <input checked="" type="checkbox"/> 线下 <input type="checkbox"/> 混合式 <input type="checkbox"/> 其他 <input type="checkbox"/> 实践类（70%以上学时深入基层）_		
*开课院系 (School)		新闻传播学院	*授课语言 (Language of Instruction)		<input checked="" type="checkbox"/> 中文 <input type="checkbox"/> 全外语_____语种 <input type="checkbox"/> 双语：中文+_____语种（外语讲授不低于50%）		
*授课教师信息 (Teacher Information)		课程负责人 姓名及简介	吴玥，新闻传播学院副教授，研究领域是数字媒体				
		团队成员 姓名及简介	无				
学习目标 (Learning Outcomes)		1, 了解新媒体运营的发展与现状 2, 了解新媒体组织的产品型运营、平台型运营、生态型运营中的主要规律 3, 熟悉在不同媒体平台下如何展开实践操作 4, 能够完成一份创业策划书，并且将自己对于新媒体运营的想法纳入其中					
*考核方式 (Grading)		平时成绩包括数次签到与作业，占据总分 30%。期末考核要求学生创作一款互动作品，学期最后一节课课堂展示并在结束之后提交工作报告，占据总分 70%。					
*课程教学计划 (Teaching Plan)							
周次	周学时	其中					教学内容摘要 (必含章节名称、讲述的内容提要、实验的名称、教学方法、课堂讨论的题目、阅读文献参考书目及作业等)
		讲授	实验课	习题课	课程讨论	其他环节	
第一周	2	2	0	0	0	0	互联网商业化发展时代的新媒体形态更迭：我国互联网商业化发展时代下新媒体主要呈现形态（终端形态、传播形态、业务形态、实体组织形态）的具体更选历程。 网络营销概述 介绍《写给大家看的设计书》 教学方法：讲授法

第二周	2	2	0	0	0	0	互联网商业化发展语境下的新媒体特征：互联网商业化发展语境下的新媒体各类形态的动态演变特征。 网络营销 教学方法：讲授法
第三周	2	0	0	0	2	0	讨论《怪诞行为学》 教学方法：课堂汇报
第四周	2	2	0	0	0	0	互联网时代新媒体组织的市场化运营概述：新媒体运营的概念和构成要素。新媒体运营的演变特征。 搜索引擎营销 教学方法：讲授法
第五周	2	0	0	0	2	0	讨论：《引爆点：如何制造流行》 教学方法：课堂汇报
第六周	2	2	0	0	0	0	基于用户需求的主要互联网产品类型：互联网应用产品的两大分类。基于用户上网需求的四类互联网软件应用产品的概况。 Email 营销 教学方法：讲授法
第七周	2	0	0	0	2	0	讨论：《影响力》 教学方法：课堂汇报
第八周	2	2	0	0	0	0	新媒体组织产品运营的主要过程与策略：新媒体组织产品运营的主要环节和具体过程。产品运营各环节的主要策略。 微博营销 教学方法：讲授法
第九周	2	0	0	0	2	0	讨论：《助推：我们如何做出最佳选择》 教学方法：课堂汇报
第十周	2	2	0	0	0	0	互联网产品的一般商业模式与具体收入模式 微信营销 教学方法：讲授法
第十一周	2	0	0	0	2	0	讨论：《众包：大众力量缘何推动商业未来》 教学方法：课堂汇报

第十二周	2	2	0	0	0	0	<p>新媒体组织的平台型产业运营概述：新媒体平台型产业运营的契机与基本运营模式。新媒体平台型产业的竞争环境与防御机制。</p> <p>IM 营销</p> <p>教学方法：讲授法</p>
第十三周	2	2	0	0	0	0	<p>主要类型新媒体平台发展现状与产业运营模式</p> <p>问答及百科营销</p> <p>教学方法：讲授法</p>
第十四周	2	2	0	0	0	0	<p>新媒体组织的商业生态型运营概述：商业生态系统的内涵、构成要素及特征。互联网商业生态系统与传统商业生态系统的区别及自身规律。</p> <p>网络广告</p> <p>教学方法：讲授法</p>
第十五周	2	2	0	0	0	0	<p>互联网商业生态的具体建构模式：互联网商业生态建构的主要特征与现实路径。互联网垂直型商业生态建构的主要特点和路径、方式。互联网水平型商业生态建构的主要特点和路径、方式。</p> <p>网络营销效果评估与优化</p> <p>教学方法：讲授法</p>
第十六周	2	0	0	0	2	0	<p>学生作品展示</p> <p>教学方法：课堂汇报</p>
总计	3 2	2 0	0	0	12	0	
备注 (Notes)							