

广州城建职业学院

课 程 标 准

课 程 名 称： 新媒体运营

教 研 室： 新媒体教研室

教 学 单 位： 人文学院

执 笔 人： 綦诗羽

审 核 人： 沈亚圆

制 订 时 间： 2021 年 8 月

教务处制

2021 年 8 月

《新媒体运营》课程标准

一、课程基本信息

课程代码		课程名称	新媒体运营
课程学分	2.5	课程学时	48
课程类别	专业课	考核方式	考查
开设学期	大二第一学期	适用专业	传播与策划专业、网络新闻与传播专业
先修课程	创意文案写作 数字摄像		
后续课程	《网络直播应用》		

二、课程定位

（一）课程性质

1. 课程性质：本课程为传播与策划专业、网络新闻与传播专业所开设的专业大类课程，该课程兼顾理论和实践，具有明显的实践性及可操作性。

2. 课程任务：本课程培养学生掌握微博、微信等新媒体的运营技巧和基本方法，内容主要包括数字新媒体的种类、传播特点、新媒体营销的优势，以及各种新媒体运营平台和手段等知识，培养学生在新媒体运营、策划与创意方面的能力，能够根据企业实际需求进行各新媒体平台的运营和内容撰写，通过各新媒体平台进行品牌推广营销，具备从事新媒体开发与网络传播工作的基本能力。

3. 课程定位：本课程是一门兼具理论与实践的创新创业实践孵化课程，开设于大二第一学期，共 48 学时，是在学习创意文案写作、数字摄像等理论与实践课的基础上更深入的一门实践技能课。该课程紧跟行业发展动态，为学生即将开展的顶岗实习提供了一个从业创业的方向，增强了学生从业的核心竞争力。

（二）课程功能定位

表 1 课程功能定位分析表

类别	对接的工作岗位/内容	对接培养的职业岗位能力
岗位	新媒体运营师	1. 新媒体平台运营能力
		2. 新媒体创作能力
		3. 新媒体运营与营销能力

X 证书	无	无
竞赛	无	无

三、课程目标

（一）总目标

通过本门课程的学习，着重培养学生在新媒体运营、策划与创意方面的能力，为培养适应数字信息时代发展、从事新媒体开发与网络传播的应用型人才奠定基础。

（二）具体目标

1.知识目标

- （1）培养新媒体营销思维；
- （2）掌握新媒体编辑需知的技能；
- （3）掌握微博营销技巧；
- （4）掌握微信营销手段；
- （5）掌握社群运营的方法；
- （6）掌握文案运营的方法；
- （7）掌握粉丝经济的诀窍和模式；
- （8）巧用新媒体工具助力营销。

2.能力目标

- （1）能具有利用新媒体进行出版物营销的意识；
- （2）能对模拟营销的产品进行网站营销计划；
- （3）撰写营销方案；
- （4）能运营社群；
- （5）能运营微博；
- （6）能运营微信；
- （7）能综合运用网站、微博、微信等进行营销；
- （8）能运用视频营销。

3.素质目标

- （1）培养学生的运营意识；
- （2）培养学生的策划能力；
- （3）培养学生的沟通及合作意识。

(4) 树立社会主义核心价值观。在实践中知荣明耻，明辨是非善恶，践行社会主义核心价值观，成为高素质的技能型人才。

(5) 能够运用社会主义道德理论正确分析社会道德现象。能用正确的是非观和良好的道德标准判断和评价社会事件，并知行合一。

四、课程内容与教学设计

本课程的设计遵循高职学生职业能力培养的基本规律，以真实工作任务及其工作过程为依据整合教学内容，贯穿以项目驱动为主体的高职教学改革思想，力争做到教、学、做相结合，理论与实践一体化。

本课程共 48 学时，划分为 8 个学习任务（教学单元）。通过一整学期的理论学习及项目实训，能够让学生从理论和实践上掌握网红孵化的基本路径与方法，教会学生网络直播的基本手段，切实提升学生在日益激烈的市场经济下的适应能力和岗位竞争能力，促进学生就业。

（一）内容模块

表 2 课程内容模块及学时分配

序号	项目	任务	学时		
			理论	实践	小计
1	新媒体运营 认知	新媒体概述	2	4	6
		新媒体与传统媒体			
		实训任务一			
2	新媒体运营 者（技能）	新媒体运营者的基本素养	2	4	6
		新媒体运营者的岗位职责和职业发展			
3	新媒体运营 与营销（用 户运营）	新媒体运营与营销的基础知识	2	4	6
		新媒体运营与营销的方式			
		实训任务二			
4	新媒体运营 与大数据 （内容运 营）	新媒体运营与大数据的基础知识	4	6	10
		大数据对新媒体运营的影响			
		实训任务三			
5	新媒体运营 与活动策划	掌握新媒体活动规划的方法	6	4	10
		实训任务四			
6	新媒体运营 的策划与技 巧探索	复盘整场运营，回顾总结；小组间运营 技巧探索	8	2	10
		实训任务五			
合 计			24	24	48

（二）教学设计

表 3 课程教学设计

序号	项目（模块）	教学内容	任务名称	教学方法与手段	学时安排	考核方式
1	新媒体运营认知	新媒体概述	认识新媒体	（1）案例教学法：教师通过介绍抖音、快手、火山、西瓜的平台的调性，让学生理解直播市场； （2）研讨式教学法：教师创设问题情境启发思考，如各个直播平台有什么不同？主播之间有什么不同？如何快速从小白变身网络红人等。	2	教师评价 考核内容： 任务 1： 完成多平台直播平台搭建和账号注册。
		新媒体与传统媒体			4	
2	新媒体运营者（技能）	新媒体运营者的基本素养 新媒体运营者的岗位职责和职业发展	组建新媒体运营团队	（1）示范教学法：教师通过操作示范，让学生快速掌握网络直播的基本话术；	6	
3	新媒体运营与营销（用户运营）	新媒体运营与营销的基础知识	分析对应目标用户啊特点	（1）任务驱动法：教师在授课过程中融入仿真的任务案例，手把手进行指导；	2	教师评价 考核内容： 任务 2： 完成多人设对应的用户画像分析
		新媒体运营与营销的方式			4	
4	新媒体运营与大数据（内容运营）	掌握内容运营的 7 个核心环节，能综合运用微博、微信、博客等进行营销	撰写新媒体运营全年规划	（1）任务驱动法：教师在授课过程中融入仿真的任务案例，手把手进行指导； （2）案例教学法：在教学过程中，教师扮演“案例设计者”和“激励者”的角色，鼓励学生积极参与讨论，让学生能够快速掌握本项目知识点。	4	教师评价 考核内容： 任务 3： 按照要求，撰写竞品分析表
		选题规划、内容策划、形式创意等；			6	

5	新媒体运营与活动策划	新媒体活动运营的流程，如何设计活动规划	完成一场符合最新热点的营销策划	(1) 示范教学法：教师通过操作示范，让学生快速掌握活动运营策划的基本逻辑； (2) 任务驱动法：教师在实训过程中融入仿真的任务案例，激发学生的学习兴趣，从而掌握本项目知识点；	10	教师评价 考核内容： 任务 4： 按照要求，完成一次活动运营计划表（三大表单的运用）
6	新媒体运营的策划与技巧探索	复盘各小组运营情况，展示并相互点评，小组间交流运营技巧。	完成新媒体个人 IP 运营企划书	(2) 任务驱动法：教师在实训过程中融入仿真的任务案例，激发学生的学习兴趣，从而掌握本项目知识点； (3) 案例教学法：通过当下的网红大 V 成熟的运营风格，总结经验，引导学生找到适合自己的运营风格。	10	教师评价 考核内容： 任务 5： 按照要求，完成运营计划书和技巧分析

（三）实践项目（任务）设计

表 4 课程实践项目（任务）设计

序号	项目（任务）名称	学生实践结果（可展示）	学时安排
1	运营账号“人设”制定	个人能力清单及任务分配表	4
2	用户画像制作	用户画像图	4
3	竞品分析表	形成竞品分析表	4
4	活动运营计划表	形成活动策划三大表单	4
5	新媒体个人 IP 运营企划书	作品集和案例分析拆解表 ppt	8

五、课程考核

课程考核采用形成性考核和终结性考核相结合。形成性考核占 60%，终结性考核占 40%。形成性考核包括课堂考勤 15%、课堂表现 10%、作业 35%。终结性考

核为直播设计稿一份。

（一）成绩构成

形成性考核占 60%，终结性考核占 40%。形成性考核包括课堂考勤 10%、课堂表现 10%、作业 40%。终结性考核为直播设计稿一份占比 40%。

（二）评价指标

表 5 课程考核方案

考核类型	权重	内容	总分
形成性考核	60%	课堂考勤 10%	100 分
		课堂表现 10%	
		平时作业 40%	
终结性考核	40%	新媒体运营企划书占 40%	

六、教学实施建议

（一）授课教师基本要求

- （1）熟练掌握抖音、小红书、微信等新媒体平台的使用；
- （2）具有运营经验及营销的技能；
- （3）熟悉新媒体运营模式的实战型教师、熟悉高职教育模式的教师；
- （4）应具有灵活组织课堂教学的能力，能够充分调动学生的学习兴趣与积极主动性；
- （5）课内主讲教师必须具备现场实际工作经历 1 年以上或实践指导教学 2 年以上；
- （6）具备设计基于行动导向的教学法的设计应用能力。

（二）实践教学条件基本要求

表 6 课程校内外实践教学条件

序号	实践教学场地名称	校内/校外	主要实践设备（含软件）
1	智慧课室	校内	满足小组研讨的场景

2	户外	校内	手机、电脑等新媒体工具
---	----	----	-------------

（三）教材选用与编写

本课程未指定使用教材，提供参考教材 2 本，参考教材符合党和国家的方针政策，适应培养方案和课程体系改革要求，利于学生知识、能力、素质协调发展，保持相对稳定性和适用性，教材内容的先进，并能辅助网络直播应用课程的教学要求。

表 7 课程教材选用表

序号	教材名称	教材类型	出版社	主编	出版日期
	无				

表 8 课程教学参考书选用表

序号	教材名称	教材类型	出版社	主编	出版日期
1	《新媒体运营》		同济大学出版社	李红岩主编	2020 年
2	《新媒体运营》		人民邮电出版社出版	秋叶主编	2018 年

（四）课程数字化教学资源

表 9 课程数字化资源表

序号	数字化资源名称	资源网址
1	腾讯课堂	https://ke.qq.com
2	抖音大学	http://douyindaxue.com

七、其他说明

附件：

授课计划表

周次	教学内容（章节名称、主要知识点）	课时数			备注
		理论	实操	小计	
1	新媒体运营认知	2	4	6	

3	新媒体运营者（技能）	4	2	6	
3-5	新媒体运营与营销（用户运营）	2	4	6	
5-7	新媒体运营与大数据（内容运营）	6	4	10	
8-10	新媒体运营与活动策划	6	4	10	
10-12	新媒体运营的策划与技巧探索	4	6	10	
合计		24	24	48	