



《新媒体运营》说课

课程定位

一

教学目标

二

学情分析

三

教学内容及重难点

四

教学策略

五

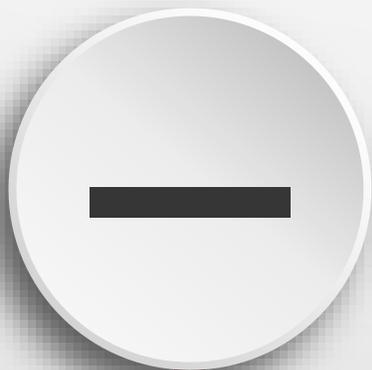
考核评价

六

教学特色

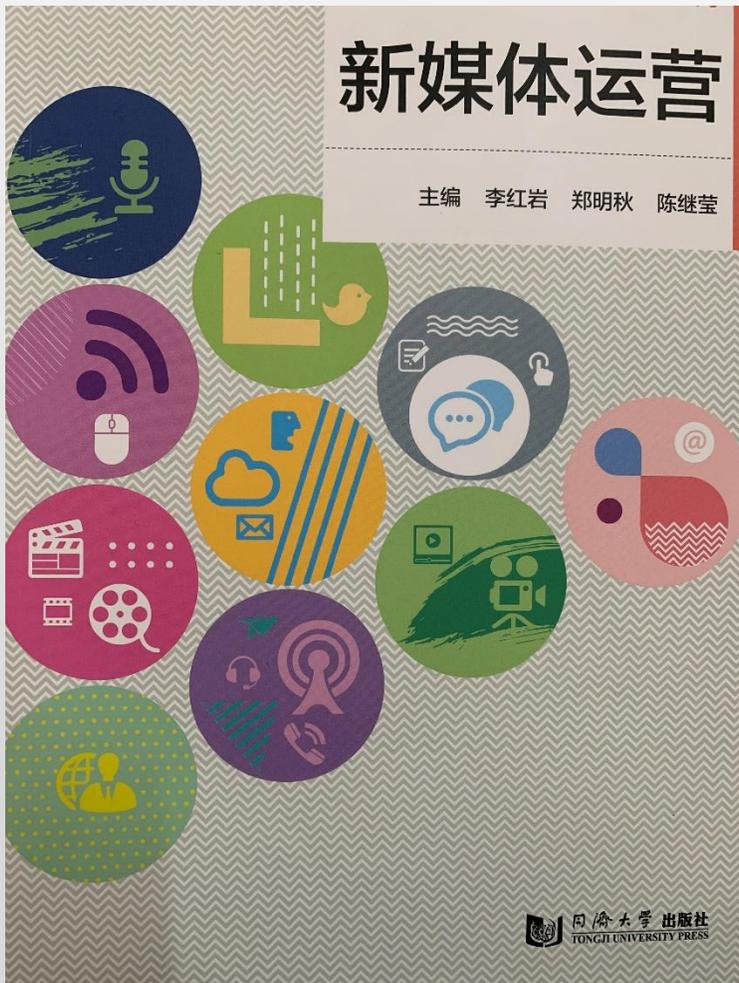
七

目录



课程定位

课程简介



《新媒体运营》课程

网络新闻与传播专业**核心**课程

创新创业实践孵化课程

课程性质、地位与作用



课程性质、地位与作用

性质

01

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核心课程，该课程兼顾理论和实践，具有明显的实践性及可操作性



地位

02

本课程培养学生掌握新媒体的运营技巧和基本方法，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，具备从事新媒体运营的基本能力



作用

03

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就业创业的方向，增强了学生就业的核心竞争力





教学目标



教学目标



知识目标

1. 掌握新媒体、新媒体运营的概念、内涵，以及产品运营、内容运营、活动运营、用户运营的基础理论知识；
2. 掌握抖音、快手、小红书、B站等新媒体平台的特点和发展趋势；
3. 了解新媒体运营从业者应具备的职业素养。

B



能力目标

1. 能够将新媒体运营理论知识投入实践，进行抖音账号运营尝试；
2. 能够撰写产品策划方案、内容选题策划书、活动策划方案和对用户进行画像；
3. 能够依照运营计划将方案落实。



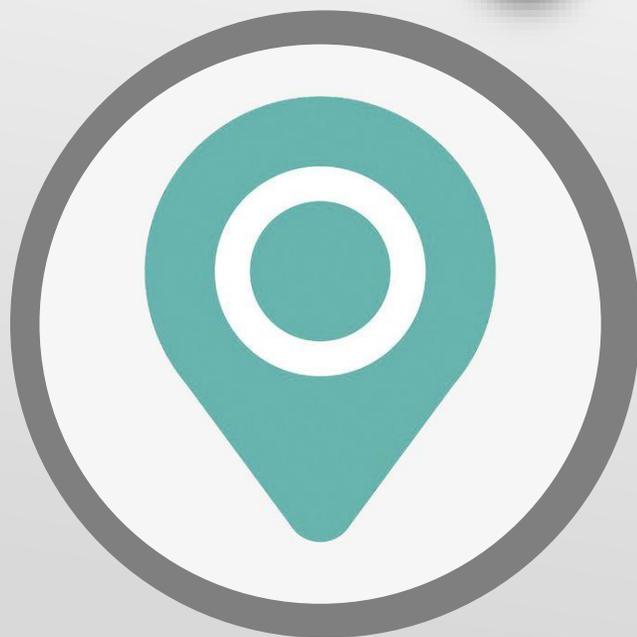
素质目标

1. 提升学生的新媒体运营水平；
2. 培养学生不断创新的精神；和良好的职业道德；
3. 培养学生职业认同感和良好的职业道德。



学情分析

学情分析



1



经过大二的学习，学生对新媒体和互联网知识已经形成初步认识，多数学生也已经能够熟练操作微博、微信、抖音、快手等新媒体软件；

2



“00后”活泼好动、动手实践能力强，学生对实践性环节的学习兴趣明显高于理论课程的学习，应当在课程中加强实践教学，给学生更多发挥特长的机会；

3



相比接受纯理论知识的灌输，学生更喜欢以互动、探索的形式进行学习；

4



相对与文字学生对视频、H5、音频等信息形态更加感兴趣，教师会在教学环节加入视频、图片等展示内容，丰富课堂。

四

教学内容及重难点

教学内容

1. 新媒体运营认知

4. 内容运营

2. 新媒体运营者

5. 活动运营

3. 产品运营

6. 用户运营

重点难点

重点

- (1) 掌握新媒体运营四大模块的基础理论知识，例如：用户分类的RFM模型，产品运营的工作思路、活动运营的完整流程和关键环节；
- (2) 掌握当下流行新媒体平台的特性，了解抖音等热门平台的传播规律；
- (3) 掌握新媒体运营的职业道德要求，坚守新时代传播大方向。

难点

- (1) 能够结合学校现有的条件进行新媒体运营实践尝试；
- (2) 能够把新媒体运营理论知识运用到新媒体运营实践中去，使实践与理论相互促进提升；
- (3) 提升新媒体媒介素养。

五

教学策略

教学模式



班级授课模式

教学理念和思路

- ◆ 以能力为培养核心。
- ◆ 以岗位要求为出发点。
- ◆ 以学生为主体、教师为主导。



教学理念和思路

教学章节	教学内容	活动设计	教学技术与资源	能力培养
第一章 新媒体运营认知	<ol style="list-style-type: none">1.认识新媒体与传统媒体2.新媒体运营概述3.讲解抖音、快手、小红书、B站的平台的特点和发展趋势	活动：学生选取自己喜爱的新媒体产品进行维度分析	超星学习通 抖音、快手、小红书、B站等自媒体平台	提升学生的新媒体认知度； 提升学生职业认同感，为爱岗敬业奠基；
第二章 新媒体运营者	<ol style="list-style-type: none">1.新媒体运营的基本素质2.新媒体运营的岗位职责	活动：学生分析新媒体运营经典案例（咪蒙（负面）薇娅（负面）、李子柒（正面）、阿木爷爷（正面））	超星学习通	提升学生职业认知度，明晰学习目标和方向； 强化学生职业道德素养；
第三章 产品运营	<ol style="list-style-type: none">1.产品运营的工作思路2.产品类型及策略3.产品生命周期及运营重点	活动：创建写媒体账号；写产品策划书	超星学习通	提升学生对新媒体产品运营理论认知度； 提升动手实践和创新能力

教学理念和思路

教学章节	教学内容	活动设计	教学技术与资源	能力培养
第四章 内容运营	<ol style="list-style-type: none">1.内容运营的7个核心环节2.如何策划长内容和段内容提升运营效果	活动：结合热点撰写本学期内容选题计划书	超星学习通	提升学生对新媒体内容运营理论认知度； 提升对网络热点敏感度； 提升动手实践和创新能力；
第五章 活动运营	<ol style="list-style-type: none">1.活动运营的完整流程及关键环节2.怎样设计活动规划并提前统筹3.确保活动精确执行，用好三大表单	活动：结合热点，策划运营活动	超星学习通	提升学生对新媒体活动运营理论认知度； 提升动手实践和创新能力
第六章 用户运营	<ol style="list-style-type: none">1.如何做出清晰的用户画像2.RFM用户体系3用户精细化运营	活动：完成用户画像图	超星学习通	提升学生对新媒体用户运营理论认知度； 提升动手实践和创新能力

教学方法

理论教学法

启发教学法

案例分析法

项目驱动法

小组合作法

讨论法

教学过程

课前预习

学生自主学习

课堂学习

情境创设

知识提升

项目实施

反馈评价

课后拓展

展示成果

教学过程

课前预习



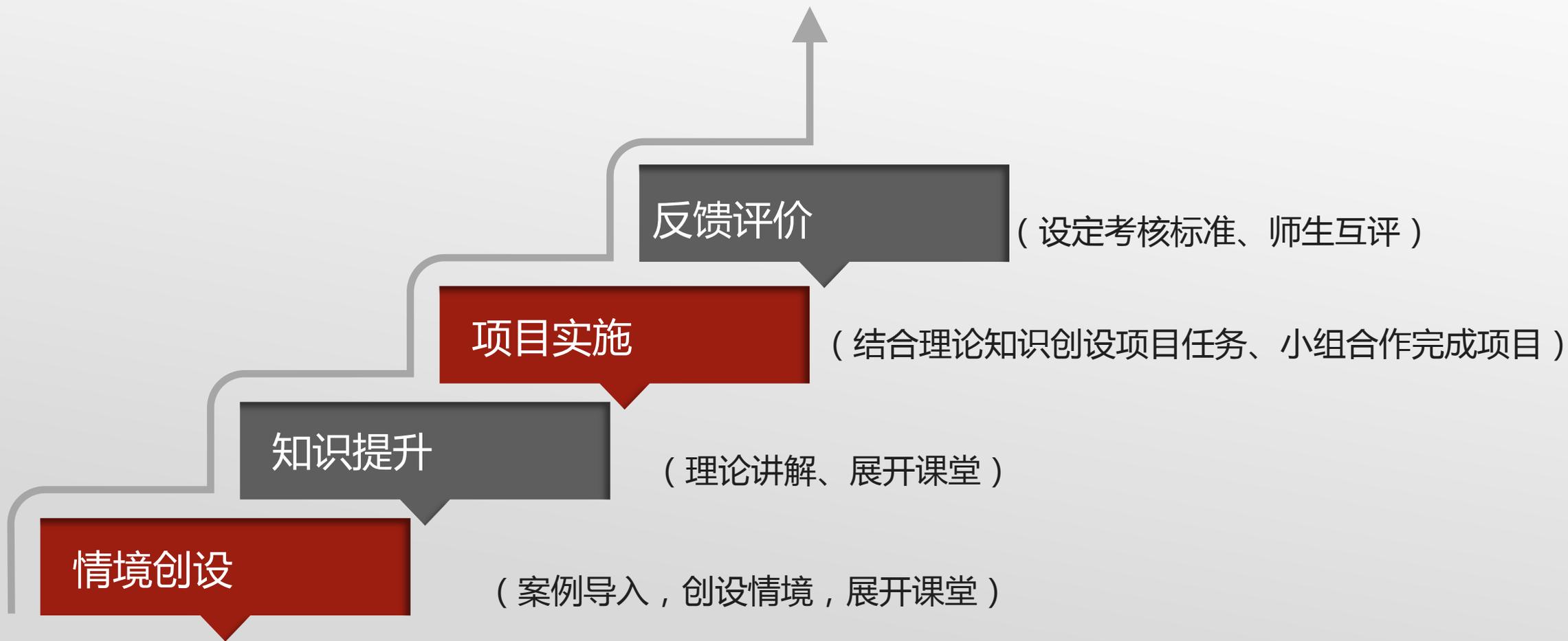
资料
学习

发布
任务

摸底
自测

教学过程

课堂学习



查漏补缺

- 盘点课堂项目完成情况，与优秀案例对比，对知识查漏补缺

拓展思维

- 教师分享成功案例给学生学习和模仿，拓展学生思维

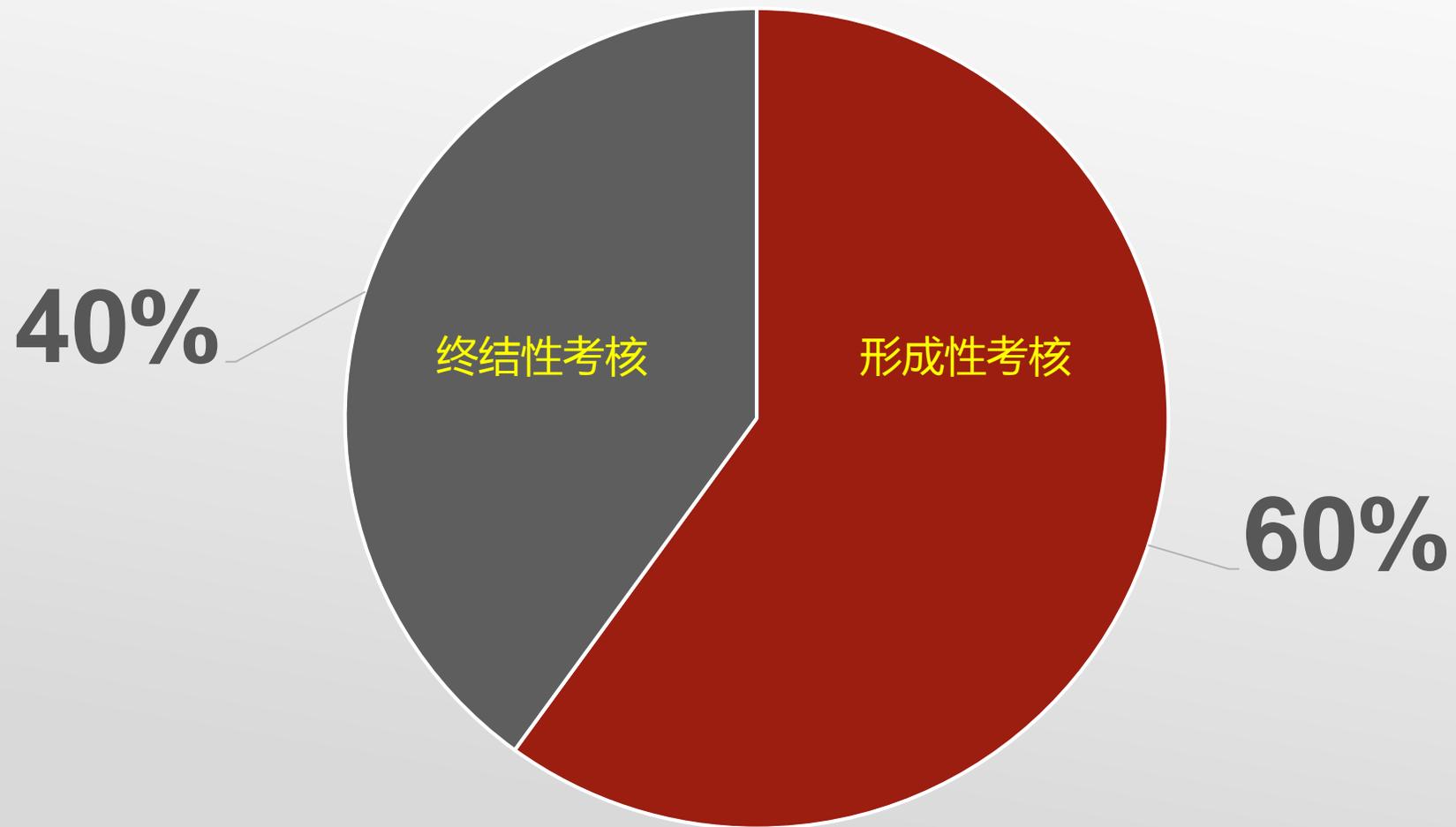
成果展示

- 教师鼓励学生将自己的新媒体运营作品在网络平台上进行多渠道推广



考核评价

考核构成



考核方式



七

教学特色

教学特色

教学特色

1

引入真实运营项目进课堂，接触实战快速提升

2

信息化手段快速突破重难点

3

实际案例激发学生兴趣



请批评指正