

课程思政示范课程

教案

课程名称: 新媒体营销实务
授课专业: 电子商务、网络营销
开设学期及学时: 48
所在单位: 山东水利职业学院
课程负责人: 李小敬

目 录

3.1-1 微博营销概述.....	1
3.1-2 微博营销.....	5
3.2-1 微信营销概述.....	10
3.2-2 微信公众号的搭建.....	14
3.2-3 微信公众号的内容输出及推广.....	17
3.2-4 微信营销-微信小程序.....	21
3.2-5 微信视频号.....	25
3.3-1 抖音短视频营销.....	29
3.3-2 抖音账号搭建与内容选题策划.....	33
3.3-3 抖音短视频运营.....	37
3.4-1 淘宝直播平台介绍.....	41
3.4-2 淘宝直播入驻.....	45
3.4-3 淘宝直播-淘宝直播运营.....	49
3.5-1B 站简介及内容创作.....	53
3.5-2B 站内容创作及营销方式.....	57
3.6-1 今日头条营销概述.....	65
3.6-2 今日头条营销技能训练.....	69
3.7-1 知乎平台与营销技巧.....	73
3.7-2 知乎营销的引流与推广.....	77
5.1 新媒体营销数据分析.....	81

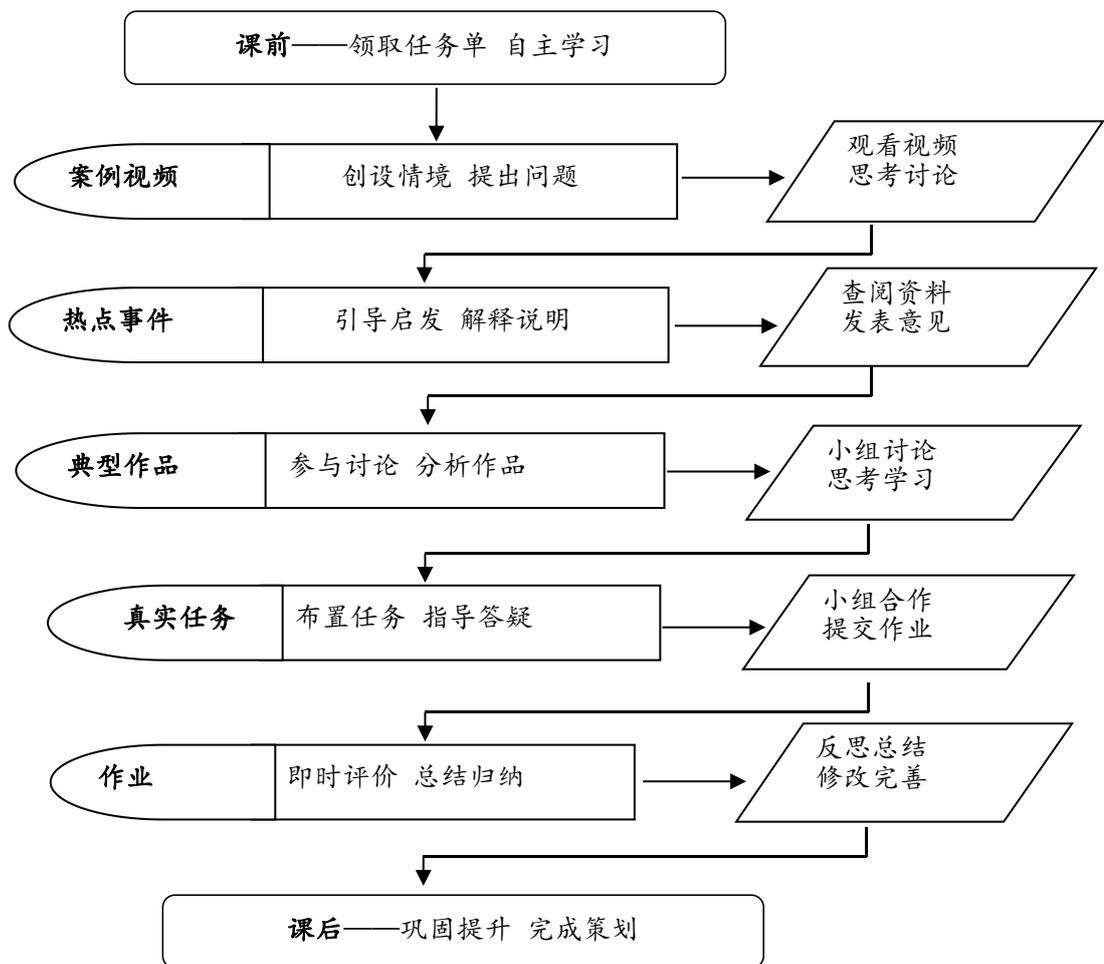
章节内容	微博营销概述		学时	2
授课场所	国家级电子商务综合实训室		授课形式	线上+线下混合式教学
学情分析	<p>学习基础及特点：学生能清晰界定新媒体、新媒体营销和新媒体营销思维；学生的学习处于新媒体营销的入门阶段。</p> <p>能力水平：掌握了部分新媒体营销的理论知识。</p> <p>思想状况：对微博、微信等新媒体营销平台的学习充满好奇和浓厚的学习兴趣。</p>			
教学目标	知识目标	能力目标	思政目标	
	<p>1.了解微博营销的概念；</p> <p>2.掌握微博功能和特点；</p> <p>3.了解微博的用户画像。</p>	<p>1.利用微博平台的特点分析企业微博账号；</p> <p>2.借助微博用户的特点精准搜寻营销对象。</p>	<p>1.强化学生的法律意识，提高新媒体营销人员的综合素养，培养学生的职业道德；</p> <p>2.培养学生爱国、敬业、诚信的社会主义核心价值观。</p>	
教学重点	微博营销的概念、功能和特点，微博用户画像			
教学难点	根据微博平台的特点，对企业的微博营销进行评价			
教学资源 (含思政资源)	<p>视频资源：小米十周年微博营销视频</p> <p>图片资源：雷军的个人微博详情 小米的企业微博详情 微博的广场型平台 微博的追星主阵地 微博用户画像</p> <p>案例库资源：《山东水利职业学院新媒体营销课程思政案例库》</p>			
	<p>本设计以岗位职业能力标准为导向，以专业国家教学标准为依据，综合分析学生学情，确定教学目标。教学实施的中以真实任务引领，通过创设问题情境、小组讨论等发挥学生的自主探究能力。课程设计中融入新媒体时代的营销伦理教育，培养学生遵纪守法、诚实守信，爱国敬业的意识。具体实施如下：</p>			

1. 课前：学生登录教学平台，依据教师的导学案完成预习任务和课前检测；关注“山东日照祥路碧海茶业有限公司”官方微博，浏览其微博内容。

2. 课中：教师**导**入微博营销成功案例—小米十周年微博营销视频，结合学生课前预习，引出本节所学内容，介绍微博和微博营销的概念，提出“粉丝经济”，培养学生诚实守信的意识，维护好企业形象和产品形象，完成知识目标1的学习；通过展示雷军的个人微博和小米的企业微博详情，学生登录学校《新媒体营销》课程思政案例库，自主**探**究微博平台的功能，将小组意见共享至教学平台，师生共同总结，引导学生树立诚信意识和法律意识，强化社会责任，完成知识目标2的学习；教师结合微博用户画像，讲解**分**析微博平台的用户特点，完成知识目标3的学习；学生在**实**践应用所学知识对山东日照祥路碧海茶业有限公司的微博平台提出优化建议，交由教师和企业营销宣传部门负责人共同**评**审核。

3. 课后：学生分析“山东日照祥路碧海茶业有限公司”的微博粉丝特征，教师跟踪辅导。

教学设计
思路



	教学内容	思政元素 及呈现形式	教学方法 或手段	时间 分配
教 学 过 程	课前： 1.登录教学平台，领取导学案 2.依据电子课件完成课前自学，完成课前自测 3.关注“山东日照祥路碧海茶业有限公司”官方微博，浏览其微博内容。	思政元素： 山东日照祥路碧海茶业有限公司微博营销的核心理念 呈现形式： 教学平台留言讨论	学生自主学习	学生自主把握
	课中： 1.案例导入（小米微博营销为什么如此成功？） 通过“小米十周年视频”的案例激发各小组讨论汇报微博营销的优势和用户画像特点，教师补充总结； 2.自主探究（微博的功能有哪些？） 学生参考“小米企业微博和雷军个人微博”，集合学校《新媒体营销》课程思政案例库，自主探究微博平台的功能，将小组意见共享至教学平台，师生共同总结出微博平台的功能； 3.讲解分析（微博用户的特征？） 教师结合微博用户画像，讲解分析微博用户的特点 4.实践应用（微博营销如何更成功？） 应用所学知识对山东日照祥路碧海茶业有限公司的微博平台提出优化建议。 5.点评总结 交由教师和企业营销宣传部门负责人共同点评审核。	思政元素： 1.微博营销就是“粉丝经济”，在粉丝经济时代，新媒体营销人员应树立诚信意识和法律意识，维护企业形象和产品形象。新媒体营销人员应遵守行业规范，引导学生树立爱国情怀，遵纪守法。 2.结合雷军的个人微博和小米公司的企业微博，总结微博平台的功能，引发对新媒体营销者诚信意识的思考。 3.结合微博用户画像，融合新媒体营销人员的基本素养，做合格的营销人员。 呈现方式： 1.视频呈现 2.讨论发言 3.学生作业	1.案例分析 2.问题情境 3.自主探究 4.小组合作	1.案例导入 8分钟 2.自主探究 20分钟 3.讲解分析 35分钟 4.实践应用 15分钟 5.点评总结 12分钟

	<p>课后: 学生预习下一节内容，尝试分析山东日照祥路碧海茶业有限公司的微博营销情况，并提出优化策略。</p>	<p>思政元素: 微博营销和粉丝经济弘扬的核心理念</p> <p>呈现方式: 学生作业</p>		
课后作业及拓展	学生预习下一节内容，尝试分析山东日照祥路碧海茶业有限公司的微博营销情况，并提出优化策略。			
课堂小结	通过本节课的学习，学生基本了解微博平台的特点和微博营销的概念，总结了微博平台的人群画像，初步能利用微博平台的特点对企业微博营销的效果进行评价；初步具备维护有利于微博平台健康和谐发展的网络环境，营造风清气正的社区生态，认真遵守微博粉丝自律公约的意识。本次课学生积极性极高，95%左右的同学的课堂作业得到了企业认可，有效达成教学目标，教学效果较好。			
教学反思	教学中的情感表达往往是通过教师引导，使得学生在“看”东两时不再是冷的、没有生命的物象，而是学会用感情观察，从而引起意识方面的联想，产生新的艺术感受，从而丰富看问题的作用和结果，产生的设计内容也就有了一定的造物特征，线条、形状、色彩、功能也就小再是一个固有的状态，看到的不再只是“物”固有的结果，而是一个全新的，具有艺术生命力的艺术形象。因此，引导学生学会观察，学会发现是新媒体营销教学经验的基础。			

章节内容	微博营销	学时	2
授课场所	国家级电子商务综合实训室	授课形式	线上+线下混合式教学
学情分析	<p>学习基础及特点：学生已经掌握了微博和微博营销的概念、微博的特点及功能以及微博用户画像；学生对学习如何实施微博营销充满浓厚的兴趣。</p> <p>能力水平：具备合理应用新媒体营销思维开展营销活动的的能力。</p> <p>思想状况：学生还不能完全认清新媒体营销人员应具备的职业素养，学生对意识形态的敏锐度不够。</p>		
教学目标	知识目标	能力目标	思政目标
	<p>1.掌握微博账号的注册流程；</p> <p>2.掌握微博的资料设置；</p> <p>3.了解微博的营销步骤。</p>	<p>1.完成微博账号的注册；</p> <p>2.完成微博账号的资料设置；</p> <p>3.分析企业微博营销情况，并提出优化策略。</p>	<p>引导学生树立诚信经营意识，通过提升用户黏性并以口碑营销形式获取经济利益与社会利益，正确利用“饭圈”文化，引导学生树立健康心态，鼓励粉丝之间良性有序竞争，共同为社会做出更有意义的价值贡献。</p>
教学重点	微博的营销技巧		
教学难点	利用微博平台策划营销方案，开展营销活动		
教学资源 (含思政资源)	<p>图片资源：雷军的个人微博名称、头像 小米的企业微博名称、头像 微博的背景模板 #雷军十年演讲#话题 #雷军十年演讲#话题词云 微博的商业化 微博数据分析</p> <p>案例库资源：《山东水利职业学院新媒体营销课程思政案例库》</p>		

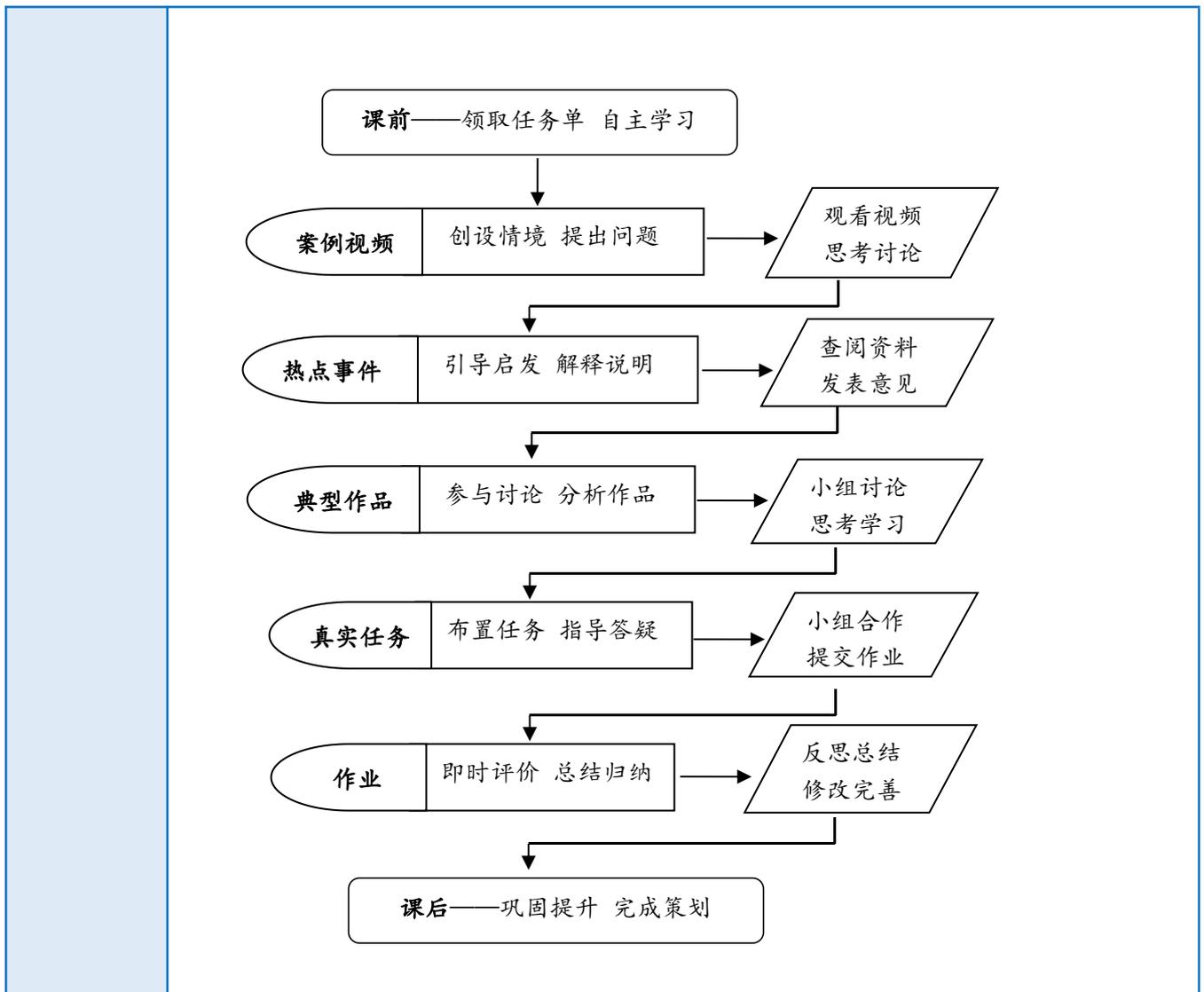
教学设计 思路

本设计以岗位职业能力标准为导向，以专业国家教学标准为依据，综合分析学生学情，确定教学目标。教学实施的中以真实任务引领，通过创设问题情境、小组讨论等发挥学生的自主探究能力。课程设计中融入新媒体时代的营销伦理教育，培养学生的健康心态，鼓励粉丝之间良性有序竞争，共同为社会做出更有意义的价值贡献。具体实施如下：

1. 课前：学生登录教学平台，依据教师的导学案完成预习任务和课前检测；浏览“山东日照祥路碧海茶业有限公司”的微博营销概况。

2. 课中：通过上节课对微博营销概念、特点等知识的学习，结合小米微博营销成功的案例，抛出问题：小米微博营销为什么能够成功？品牌微博营销技巧有哪些？教师**导**出本节所学内容-微博营销的技能，在开展营销活动之前，首先要搭建微博账号，在注册账号时要使用个人真实信息，引导学生树立诚信意识，完成知识目标1的学习；通过展示雷军个人微博的头像、名称、微博简介、背景模板和小米的企业微博的头像、名称、微博简介、背景模板等资料设置，强化学生的法律意识，在维护个人权益的同时，也要避免侵犯他人的人肖像权、名誉权等，树立健康阳光的形象意识，学生登录个人微博账号，自主**探**究微博的资料设置，将个人资料设置共享至教学平台，完成知识目标2的学习；教师结合小米的微博营销案例，讲解**分**析微博营销的重点，整个微博平台的营销重点，就是尽可能地“造热搜，上热门”，但在借助微博平台进行营销时，我们也不能一味地造热搜上热榜，要通过提升用户黏性并以口碑营销形式获取经济利益与社会利益，正确利用“饭圈”文化，引导粉丝树立健康心态，鼓励粉丝之间良性有序竞争，共同为社会做出更有意义的价值贡献，完成知识目标3的学习；学生在**实**践应用所学的微博营销知识分析山东日照祥路碧海茶业有限公司的微博营销情况，提出有针对性的优化建议，交由教师和企业营销宣传部门负责人共同**点**评审核。

3. 课后：以小组为单位，将“山东日照祥路碧海茶业有限公司”的微博营销优化建议整理成文档，教师跟踪辅导。



	教学内容	思政元素及呈现形式	教学方法或手段	时间分配
教学过程	课前： 1.登录个人微博账号，查看小米官方微博和雷军个人微博的头像、名称和简介等资料 2.依据电子课件完成课前自学，完成课前自测	思政元素： 小米微博营销的核心理念 呈现形式： 教学平台留言讨论	学生自主学习	学生自主把握
	课中： 1.问题导入（小米微博营销为什么如此成功？微博营销的成功之道？） 通过上节课对微博营销概念、特点等知识的学习，结合小米微博营销成功的案例，抛出问题：小米微博营销为什么能够成功？品牌微博营销技巧有	思政元素： 1.在注册账号时要使用个人真实信息，引导学生树立诚信意识 2.在设置账号资料时，强化学生的法律意识，在维护个人权益的同	1.案例分析 2.问题情境 3.自主探究 4.小组合作	1.问题导入 8分钟

	<p>哪些？导出本节所学内容-微博营销的技能，在开展营销活动之前，首先要搭建微博账号；</p> <p>2.自主探究（应该对微博的哪些资料进行设置？） 通过展示雷军个人微博的头像、名称、微博简介、背景模板和小米的企业微博的头像、名称、微博简介、背景模板等资料设置，学生登录个人微博账号，自主探究微博的资料设置，将个人资料设置共享至教学平台；</p> <p>3.讲解分析（微博营销的重点和步骤？） 结合小米的微博营销案例，讲解分析微博营销的重点，整个微博平台的营销重点，就是尽可能地“造热搜，上热门”。第一步，制造话题，以“话题页”为阵地，聚合内容。第二步，达人助攻，可以结合一些中腰部的达人，优质的粉丝，KOL的种草环节，进行圈层矩阵的选择。最后，邀请明星代言，这部分主要是调动饭圈文化，用饭圈文化助推话题；</p> <p>4.实践应用（微博营销如何进一步优化？） 应用所学知识分析山东日照祥路碧海茶业有限公司的微博营销情况，提出有针对性的优化建议；</p> <p>5.点评总结 交由教师和企业营销宣传部门负责人共同点评审核。</p>	<p>时，也要避免侵犯他人肖像权、名誉权等，树立健康阳光的形象</p> <p>3.在借助微博平台进行营销时，营销人员不能一味地造热搜上热搜，要通过提升用户黏性并以口碑营销形式获取经济利益与社会利益，正确利用“饭圈”文化，引导粉丝树立健康心态，鼓励粉丝之间良性有序竞争，共同为社会做出更有意义的价值贡献</p> <p>呈现方式：</p> <p>1.问题呈现 2.讨论发言 3.学生作业</p>		<p>2.自主探究 20 分钟</p> <p>3.讲解分析 35 分钟</p> <p>4.实践应用 15 分钟</p> <p>5.点评总结 12 分钟</p>
--	--	--	--	---

	<p>课后： 学生预习下一节内容，尝试分析山东日照祥路碧海茶业有限公司的微博营销情况，并提出优化策略。</p>	<p>思政元素： 微博营销和粉丝经济 弘扬的核心理念</p> <p>呈现方式： 学生作业</p>		
<p>课后作业及拓展</p>	<p>以小组为单位，将“山东日照祥路碧海茶业有限公司”的微博营销优化建议整理成文档，教师跟踪辅导。</p>			
<p>课堂小结</p>	<p>通过本节课的学习，学生学会如何注册微博账号以及微博账号的资料设置，基本了解如何利用微博平台进行微博营销，初步能利用微博平台的特点对企业微博营销的效果进行评价；初步具备维护有利于微博平台健康和谐发展的网络环境，营造风清气正的社区生态，认真遵守微博粉丝自律公约的意识。本次课学生积极性极高，98%左右的同学的课堂作业得到了企业认可，有效达成教学目标，教学效果较好。</p>			
<p>教学反思</p>	<p>对于营销来说，思维方法和设计方法无疑是极为重要的，但从完整的营销过程看，是否善于思考，是否能从感性的认知跨越到概念的认知，从而具有小断发现新问题、解决新问题的能力，则更为重要，这就取决于策划者创造性思维的水平。作为基础教育阶段，创造还应体现在处理问题、应变能力等方面。教师的神圣职责，在于引导学生通过特定的课题练习，逐步跨越各种传统的陈规旧俗，追求他们的艺术理想，解放他们的艺术潜力，创造他们自己的作品。因此，在新媒体营销教学中应将培养学生的创造性思维放在首位。</p>			

章节内容	微信营销概述	学时	2
授课场所	国家级电子商务综合实训室	授课形式	线上+线下混合式教学
学情分析	<p>学习基础及特点：学生已经学习了新媒体营销的概念、新媒体营销策划的方法、微博营销的方法，具备了一定的知识基础，拥有进一步了解其他新媒体营销的强烈意愿。</p> <p>能力水平：初步具备了新媒体营销的思维、策划新媒体营销的能力。</p> <p>思想状况：尚未形成明确的政治信念，对其他的多样化、多元化、混沌模糊的新媒体营销平台缺乏辨别能力，容易受错误的网络舆论干扰。</p>		
教学目标	知识目标	能力目标	思政目标
	<p>1. 掌握微信生态的构成；</p> <p>2. 理解构成微信社群的三要素。</p>	能够进行微信社群的管理。	<p>1. 引导学生恪守新媒体营销人员的行业规范。</p> <p>2. 引导学生树立全局观，立足整体，统筹全局；</p> <p>3. 培养学生爱国、敬业、诚信、友善的社会主义核心价值观。</p>
教学重点	微信社群营销的技能		
教学难点	微信社群营销的技能		
教学资源 (含思政资源)	<p>文本资源：</p> <p>1. 习近平主席复信美国星巴克公司董事会名誉主席霍华德·舒尔茨”新闻报道</p> <p>2. 2020-2026年中国微信营销市场分析预测及发展趋势报告</p> <p>3. 微信公众平台运营规范</p> <p>视频资源：</p> <p>1. 吴晓波频道的简介</p> <p>2. 吴晓波年终秀</p>		

图片资源:

1. 星巴克中国微信生态的相关截图

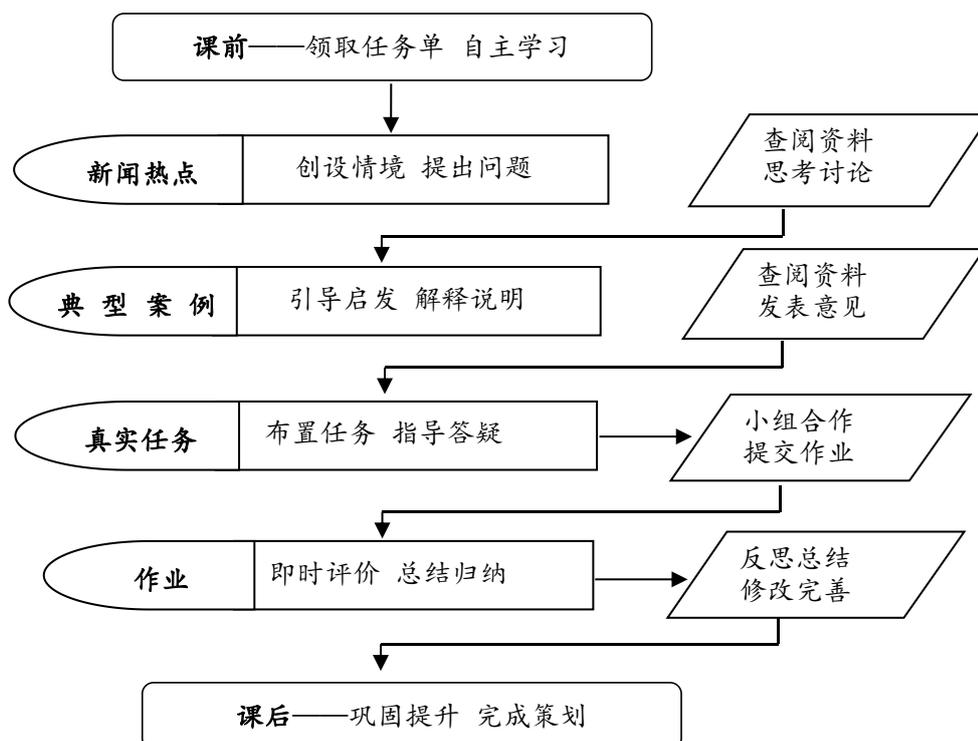
教学设计思路

本设计以岗位职业能力标准为导向，以专业国家教学标准为依据，以“能力本位”的育人理念为主线，综合分析学生学情特征，确定教学目标；在教学实施的中基于行动导向学习理论充分发挥学生的主体地位，以真实的任务为引领，通过创设问题情境、价值判断情境等充分发挥学生的自主探究能力，利用信息技术搭建智慧学习环境，使学生在线上教学资源库的支撑和教师的引导下了解微信营销较传统营销的优势所在，熟悉微信生态的概念、微信生态的特点及功能、微信电商闭环生态，掌握微信营销技能，在实践探索中积极完成课堂任务，锻炼学生学以致用，解决实际问题的能力；课程设计中融入新媒体时代的商业伦理教育，发挥课程思政的渠道功能，培养学生遵规守法、尚善尚美，服务地方社会的意识。具体实施如下：

1. 课前，学生登录教学平台，依据教师的导学案完成预习任务和课前检测；阅读“习近平主席复信美国星巴克公司董事会名誉主席霍华德·舒尔茨”相关新闻报道。

2. 课中，教师导入星巴克微信生态营销的成功案例，学生结合课前预习，自主探究微信生态营销对星巴克的意义，教师补充总结，完成知识目标1的学习；学生根据“吴晓波频道”，自主探究微信社群营销的技能，将小组意见共享至教学平台，师生共同总结，完成知识目标2的学习。

3. 课后，学生搜集微信社群营销成功案例，教师跟踪辅导。



	教学内容	思政元素及呈现形式	教学方法或手段	时间分配
教 学 过 程	课前: 1.登录教学平台, 领取导学案; 2.依据电子课件完成课前自学, 完成课前自测; 3.阅读“习近平主席复信美国星巴克公司董事会名誉主席霍华德·舒尔茨”相关新闻报道。	思政元素: 习近平总书记的相关理论的学习和领悟 呈现形式: 教学平台留言讨论	学生自主学习	学生自主把握
	课中: 1. 案例导入(星巴克微信生态营销的特点及意见) 通过关注星巴克的小程序、公众号、视频号等微信生态激发各小组讨论, 并汇报星巴克公众号菜单栏特色、小程序亮点、视频号特点等, 教师补充总结; 2. 自主探究(微信生态营销对企业有什么意义?) 学生自主探究微信生态营销对星巴克的意义, 教师补充总结, 师生共同总结出微信生态营销; 3. 小组展示(“吴晓波频道”微信社群营销的技巧) 学生根据“吴晓波频道”, 分组探究微信社群营销的技能, 将小组意见共享至教学平台, 师生共同总结出微信社群营销的技能。	思政元素: 1. 微信生态营销中渗透的恪守新媒体营销人员的行业规范的理念; 2. 微信生态中反映的树立全局观, 立足整体, 统筹全局的理念; 3. 吴晓波社群的用户认可商业之美, 崇尚自我奋斗, 乐意奉献、共享, 体现出的爱国、敬业、诚信、友善的社会主义核心价值观。 呈现方式: 1.网络链接 2.小组讨论 3.学生作业	1.案例分析 2.问题情境 3.自主探究 4.小组合作	1.案例导入 15 分钟 2.自主探究 30 分钟 3.小组展示 30 分钟
	课后: 课后, 学生搜集微信社群营销成功案例, 教师跟踪辅导。	思政元素: 微信社群营销中法律、法规的遵守。 呈现方式: 案例分析	学生自主学习	学生自主把握
课后作业及拓展	学生以小组为单位搜集微信社群营销成功案例。			

课堂小结	这节课主要是带领同学们学习了微信生态的概念、特点、功能，微信社群营销的概念、定位、管理技巧，在规定的学时内完成了相应的教学任务，突出了重点、难点。并且正确地选择和运用了教学方法，例如小组讨论法、案例教学法、自主学习法、情景教学法等，教学互动良好，学生能够较好地运用所学的知识。
教学反思	这节课基本完成了相应的教学目标。学生在自主探究、小组讨论中参与度较高，能够深入理解微信生态营销对企业的利益，并且掌握微信社群营销的技能，但是在知识学习的过程中，思政元素的融入不是很巧妙，也不确定学生吸收的程度如何，所以在以后的课堂当中，要更加注重思政元素的导入，注重学生正确价值观的引领。

章节内容	微信公众号的搭建	学时	2
授课场所	国家级电子商务综合实训室	授课形式	线上+线下混合式教学
学情分析	<p>学习基础及特点：学生已经学习了新媒体营销要素、模式及思维和微博营销，具备了一定的知识基础，在微信平台上进行营销实践的意愿强烈；</p> <p>能力水平：能够在微博平台上开展营销活动，初步具备了一定的新媒体营销能力；</p> <p>思想状况：学生还未形成明确的新媒体营销规范意识；对多样化、多元化新媒体营销内容缺乏辨别能力，容易受错误的网络舆论干扰。</p>		
教学目标	知识目标	能力目标	思政目标
	<p>1. 了解微信公众号平台的账号类型；</p> <p>2. 了解微信公众号模块装修设计。</p>	<p>1. 能进行微信公众号类型确定与注册；</p> <p>2. 能够从名称、头像、账号简介、菜单设计等方面进行公众号装修。</p>	<p>1. 引导学生恪守新媒体营销人员的行业规范,培养互联网时代下的商业嗅觉；</p> <p>2. 培养学生诚实守信的职业道德精神；</p> <p>3. 培养学生注重用户体验,站在用户角度思考问题,进行人性化设计。</p>
教学重点	微信公众号的装修		
教学难点	能够从名称、头像、账号简介、菜单设计等方面进行公众号的装修		
教学资源 (含思政资源)	<p>视频资源：播放罗胖 60 秒音频</p> <p>图片资源：罗胖 60 秒：最好用的演讲技术是什么；</p> <p>账号类型汇总图；</p> <p>逻辑思维公众号头像和名称截图；</p> <p>逻辑思维公众号简介截图；</p> <p>逻辑思维公众号菜单栏截图；</p>		
教学设计思路	<p>本设计以岗位职业能力标准为导向，以专业国家教学标准为依据，综合分析学生学情，确定教学目标。教学实施中以真实任务引领，通过创设问题情境、价值判断情境等发挥学生的自主探究能力。课程设计中融入新媒体时代的营销伦理教育，培养学生遵纪守法、尚善尚美，服务地方社会的意识。具体实施如下：</p> <p>1. 课前：学生领取导学案，完成课前预习和自测。</p>		

2. 课中：（1）教师**导**入视频案例，引发学生思考微信公众号的成功运营之道；（2）教师借助案例，引导学生**探**究公众号的四种类型号，及操作实际的注册流程，明确公众号的搭建流程（3）讲解**分**析公众号装修流程，渗透关于注重用户心理和用户体验的思考，同学们认识到要不断加强学习，增长见识，提高知识素养，才能不断丰富优化公众号形式、更新内容；（4）**实**践应用，完成课堂任务；（5）教师和企业营销宣传部门负责人共同**点**评总结。

3. 课后：学生关注“山东日照祥路碧海茶业有限公司”公众号，分析其账号搭建，提出优化建议，教师跟踪辅导。

教 学 过 程	教学内容	思政元素 及呈现形式	教学方法 或手段	时间 分配
	课前： 通过微信群发布课前任务，同学们关注一些特色微信公众号，了解其公众号的内容	思政元素： 同学们在搜集特色公众号的过程中关注微信公众号的开发，引发思考积极性 呈现形式： 学习群留言讨论	讲授法 启发指导 小组讨论 案例分析	学生 自主把握
	课中： 视频导入：罗胖 60 秒音频 ，引发同学探讨兴趣：罗振宇创办的逻辑思维公众号，为什么会成功？ 探究学习： 了解微信公众号的四种类型号； 实操演练： 实际注册一个微信订阅号，模拟其注册流程；	1.同学们进行问题探讨“逻辑思维”是如何取得成功的呢？从它的成功经验中，我们可以学习什么样的微信公众号运营之道呢？”，明白本课程学习的意义，激发学习积极性； 2.注册时要提供个人身份证和营业执照，要保证证件的真实有效，遵守诚实守信原则。	案例讨论 启发指导	视 频 导 入 10 分钟 知 识 学 习 10 分钟 实 操 演 练 15 分钟
	课中： 案例分析+讲解： “逻辑思维”公众号案例引出知识学习：从名称、头像、账号简介、菜单设计等几个方面进行公众号装修。 1.公众号名称的选择要注重降低认知成本和传播成本，使受众一秒读懂，记	案例分析：“逻辑思维”公众号案例引出： 1.注重用户心理需求，站在用户的角度进行公众号装修； 2.公众号简介内容体现功能价值，让受众获得精	讲授法 启发指导 案例分析 实践指导	案 例 分 析 + 讲 解 30 分钟

	<p>忆深刻；账号头像要突出品牌特色，设计标准是要简洁清晰有特色，吸引受众眼球；</p> <p>2.公众号简介内容要起到宣传品牌的作业，也要注重强调使命、理念、价值观、人生观等，体现功能价值；</p> <p>3.站在用户角度设置高点击率的菜单入口；</p> <p>4.公众号设计不是一成不变的，需要定期优化更新；</p> <p>5.公众号的重点是做好内容，崇尚务实，讲究实用，用优质的内容来吸引受众。</p> <p>实践应用： 搜集自己喜欢的公众号，从名称、头像、账号简介、菜单设计等几个方面分析其公众号装修；</p> <p>点评总结： 教师和企业营销宣传部门负责人借助网络教学平台共同对学生作业进行统一点评和总结。</p>	<p>神陶冶，引导学生树立正确的人生观、世界观和价值观；</p> <p>3.注重用户体验，设计注重人性化；</p> <p>4.不断加强学习，增长见识，提高知识素养；</p> <p>5.摒弃华而不实作风，踏踏实实做事，用勤勤恳恳的态度工作学习。</p> <p>呈现方式：</p> <p>1.图文资料</p> <p>2.讨论发言</p> <p>3.学生实践</p>		<p>实践应用 15 分钟</p> <p>点评总结 10 分钟</p>
	<p>课后： 关注“山东日照祥路碧海茶业有限公司”公众号，分析其账号搭建，提出优化建议。</p>	<p>思政元素： 思考公众号运营之道</p> <p>呈现方式： 交流平台分享</p>		
<p>课后作业及拓展</p>	<p>1.搜集自己喜欢的公众号，从名称、头像、账号简介、菜单设计等几个方面分析其公众号装修；</p> <p>2.关注“山东日照祥路碧海茶业有限公司”公众号，分析其账号搭建，提出优化建议。</p>			
<p>课堂小结</p>	<p>通过本节课的学习，学生基本了解了微信公众号的搭建及装修步骤，总结公众号装修各步骤需要注意的要素，初步能明确一个优秀的公众号需要具备哪些条件；初步能注重用户心理需求，站在用户的角度思考问题；能秉持诚实守信、踏实勤恳的态度工作学习。本次课学生积极性极高，95%左右的同学的课堂作业得到了企业认可，有效达成教学目标，教学效果较好。</p>			
<p>教学反思</p>	<p>教师要加大知识储备，为学生提供丰富的如图文、视频资料等课程资源，为学生自主探究提供资源基础，便于师生课堂上集中解决疑难问题，提高课堂教学的实效性；同时还要重视教学理念的更新，使学生成为学习的主体，要充分调动学生的学习积极性和主动性，创设一些有趣的活动和实训环节，让学生参与到课堂活动中，并且还要积极的给予学生一个展示、反馈的平台，通过提出问题、讨论问题，到阐述自己的观点和见解，学生打开思维，积极地融入课堂中。最后还要结合学生的年龄特点及学科专业要求，将课程思政教学资源融入专业学习中，达到潜移默化的教育效果。</p>			

章节内容	微信公众号的内容输出及推广	学时	2
授课场所	国家级电子商务综合实训室	授课形式	线上+线下混合式教学
学情分析	<p>学习基础及特点：学生已经学习了新媒体营销要素、模式及思维和微博营销，具备了一定的知识基础，在微信平台上进行营销实践的意愿强烈；</p> <p>能力水平：能够在微博平台上开展营销活动，初步具备了一定的新媒体营销能力；</p> <p>思想状况：学生还未形成明确的新媒体营销规范意识；对多样化、多元化新媒体营销内容缺乏辨别能力，容易受错误的网络舆论干扰。</p>		
教学目标	知识目标	能力目标	思政目标
	<p>1. 掌握微信公众号的内容生产的四个步骤；</p> <p>2. 了解微信公众号的推广方法。</p>	<p>1.能够从策划选题、设计标题、撰写内容、图文排版这四方面进行微信公众号的内容编排；</p> <p>2.学会运用六种微信公众号推广方法为企业获取流量。</p>	<p>1.引导学生恪守新媒体营销人员的行业规范,培养互联网时代下的商业嗅觉；</p> <p>2.培养学生诚实守信的职业道德精神；</p> <p>3.培养学生注重用户体验,站在用户角度思考问题,进行人性化设计。</p>
教学重点	微信公众号的内容生产		
教学难点	从策划选题、设计标题、撰写内容、图文排版四方面进行微信公众号的内容编排		
教学资源 (含思政资源)	<p>视频资源：播放罗胖 60 秒音频</p> <p>图片资源：逻辑思维的内容口号图；</p> <p>文章《上新特惠 “得到阅读器”内胆包，终于来了！》截图；</p> <p>文章“罗胖 60 秒：奢侈品行业的真正风险来自哪里”截图；</p> <p>文章“如何在工作中做的做更少，但效果更好”开头截图；</p> <p>《精要主义》行文截图；</p> <p>逻辑思维文章结尾截图；</p> <p>逻辑思维封面图截图；</p>		

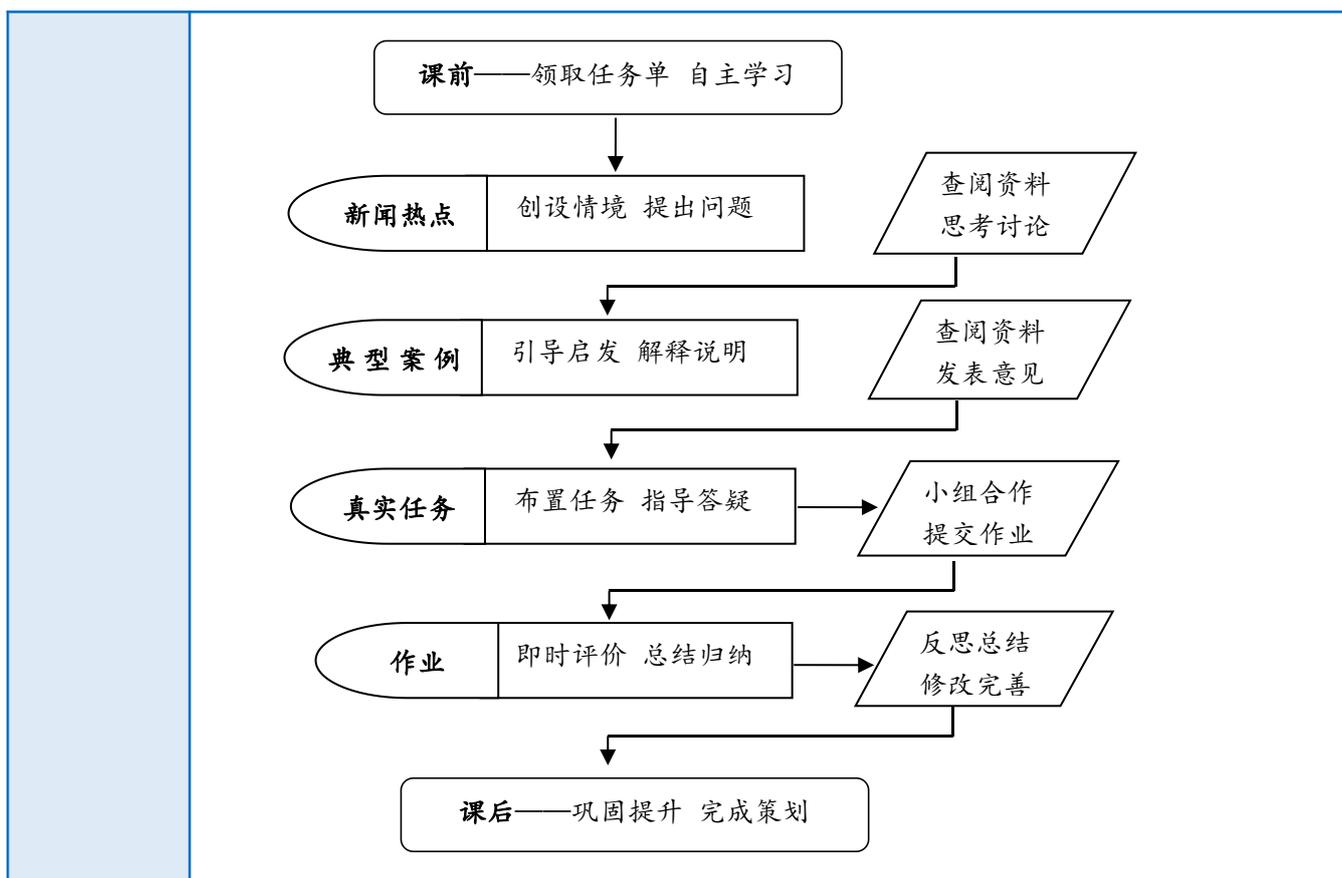
	<p>逻辑思维单图文和多图文截图；</p> <p>文章《精要主义》配图；</p> <p>文字排版截图；</p>			
<p>教学设计思路</p>	<p>本设计以岗位职业能力标准为导向，以专业国家教学标准为依据，综合分析学生学情，确定教学目标。教学实施的中以真实任务引领，通过创设问题情境、价值判断情境等发挥学生的自主探究能力。课程设计中融入新媒体时代的营销伦理教育，培养学生遵纪守法、尚善尚美，服务地方社会的意识。具体实施如下：</p> <p>1. 课前：学生领取导学案，完成课前预习和自测。</p> <p>2. 课中：（1）教师导入案例，学生思考成功的公众号要如何进行内容生产；（2）教师借助案例，引导学生探究公众号内容生产及发布注意的要点是什么，渗透关于以人为本，关注用户需求和心理，注重用户体验的思考；（3）讲解分析微信公众号运营如何最大程度地获取流量，引导学生注重用户心理感受，并恪守诚实守信的职业意识和严谨细致的规范意识；（4）实践应用，完成课堂任务；（5）教师和企业营销宣传部门负责人共同评总结。</p> <p>3. 课后：学生完成山东日照祥路碧海茶业有限公司撰写一篇公众号文章，教师跟踪辅导。</p>			
<p>教学过程</p>	<p>教学内容</p>	<p>思政元素及呈现形式</p>	<p>教学方法或手段</p>	<p>时间分配</p>
<p>课前： 通过微信群发布课前任务，同学们关注逻辑思维公众号，并了解其公众号背后的故事</p>	<p>思政元素： 逻辑思维公众号内容口号是“有种、有趣、有料”，倡导独立、理性的思考，推崇自由主义与互联网思维，凝聚爱智求真、积极上进、自由阳光、人格健全的年轻人。 呈现形式： 学习群留言讨论</p>	<p>启发指导 小组讨论 案例分析</p>	<p>学生自主把握</p>	

	<p>课中：</p> <p>1.案例导入：通过逻辑思维的内容口号，成为微信内容营销的典型案例引出本节课内容：“公众号是如何进行内容生产的”；</p> <p>2.探究学习：公众号内容生产及发布注意的要点是什么？</p> <p>通过逻辑思维公众号案例，从策划选题、设计标题、撰写内容、图文排版四部分分析怎样编排微信公众号的内容。</p> <p>1.选题要紧跟用户需求和痛点，细分用户群体，标题设计要格式独特、内容清晰明确，或加入具有强烈品牌辨识度的词语；</p> <p>2.内容撰写方面：开头要迅速锁定读者注意力，激发用户阅读兴趣；行文要给予读者好的阅读体验；结尾引发共鸣、激人深思。</p> <p>3.封面图片的选用风格要独特，视觉焦点集中于此；文章配图注重阅读体验，注重色彩、风格、尺寸统一；文字排版注重规范；</p> <p>4.根据发布时间选择发布内容，适应受众心理。</p> <p>3.讲解分析：微信公众号运营如何最大程度地获取流量？</p> <p>结合案例讲解微信公众号的六种推广方法；</p> <p>4.实践应用：搜集自己喜欢的公众号，分析从内容编排到推广工作有哪些值得借鉴的地方；</p> <p>5.点评总结：</p> <p>教师和企业营销宣传部门负责人借助网络教学平台共同对学生作业进行点评总结。</p>	<p>思政元素：</p> <p>1.以人为本，关注用户需求和心理，站在用户角度编排公众号内容，注重用户体验；</p> <p>2.要有规则意识，注重图文排版规范，严谨细致的按照规范要求编排公众号内容；</p> <p>3.公众号在内容营销和推广时要保证真实性和准确性，尊重消费者的利益，遵从诚实守信原则。</p> <p>呈现方式：</p> <p>1.图文资料</p> <p>2 讨论发言</p> <p>4.3.学生实践</p>	<p>讲授法 启发指导 案例教学 探究学习 问题情境</p>	<p>1.案例导入 3 分钟</p> <p>2.自主探究 30 分钟</p> <p>3.讲解分析 30 分钟</p> <p>4.实践应用 20 分钟</p> <p>5.点评总结 7 分钟</p>
--	---	---	--	---

	<p>课后：同学们为山东日照祥路碧海茶业有限公司撰写一篇公众号文章，公司详情请扫描下方二维码阅读查看，撰写的文章在朋友圈、微信群等进行分享。</p> 		
<p>课后作业及拓展</p>	<p>同学们为山东日照祥路碧海茶业有限公司撰写一篇公众号文章，公司详情请扫描下方二维码阅读查看，撰写的文章在朋友圈、微信群等进行分享。</p>		
<p>课堂小结</p>	<p>通过本节课的学习，学生基本了解了微信公众号的内容生产及推广方法，总结了从策划选题、设计标题、撰写内容、图文排版四部分来编排微信公众号的内容，初步能明确通过学习到的六种推广方法可以最大程度地获取流量；初步具备规则意识和诚信意识，按照规范和要求进行微信公众号的内容编排和推广；能够以人为本，关注用户需求和心理，站在用户角度编排公众号内容，注重用户体验。本次课学生积极性极高，95%左右的同学的课堂作业得到了企业认可，有效达成教学目标，教学效果较好。</p>		
<p>教学反思</p>	<p>提高大学课堂的教学质量，使教学内容与思想政治教育相结合，培养全面发展的人，要围绕政治认同、家国情怀、文化素养、宪法法治、劳动教育、心理健康、中华优秀传统文化教育，坚定学生理想信念，切实提升立德树人的成效。要切实将人才培养贯穿在课前、课中和课后各环节。因此要增加教学方案设计的多样性，丰富课堂教学形式，增加教师与学生、学生与学生之间的互动性，继续增加启发性和拓展性地问答环节，充分积极的发挥同学们的创造性思维，使课程活起来。</p>		

章节内容	微信小程序	学时	2
授课场所	国家级电子商务综合实训室	授课形式	线上+线下混合式教学
学情分析	<p>学习基础及特点：学生已经学习了新媒体营销的概念，新媒体营销策划的方法，微博营销的方法，微信社群营销的概念，微信公众号营销的方法，具备了一定的知识基础，拥有进一步了解其他微信营销方法的强烈意愿。</p> <p>能力水平：初步具备了新媒体营销的思维、策划新媒体营销的能力，初步掌握了微博营销、微信公众号营销的技能。</p> <p>思想状况：初步形成了新媒体营销的规则意识，在互联网里也需要遵纪守法的理念逐渐深化，但依然缺乏辨别能力，尚且容易受错误的网络舆论干扰。</p>		
教学目标	知识目标	能力目标	思政目标
	1. 理解微信小程序的概念； 2. 掌握微信小程序的功能； 3. 掌握微信小程序的玩法。	掌握三种微信小程序的玩法	1. 引导学生恪守新媒体营销人员的行业规范； 2. 引导学生树立全局观，立足整体，统筹全局； 3. 培养学生爱国、敬业、诚信、友善的社会主义核心价值观。
教学重点	微信小程序的功能		
教学难点	微信小程序的玩法		
教学资源 (含思政资源)	<p>文本资源：</p> 1. 中国移动互联网数据库 <p>视频资源：</p> 1. 微信小程序“国务院客户端”检索核算检测机构新闻报道 2. 使用微信小程序购物视频		

	<p>图片资源：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 星巴克微信小程序首页截图 2. 肯德基微信小程序自助点餐首页截图 3. 耐克、迪卡侬、优衣库微信小程序首页截图 4. 京喜、淘宝、京东微信小程序首页截图 5. 阿玛尼美妆官方精品商城首页截图 6. 阿迪达斯礼品卡截图 7. 屈臣氏种草社首页截图
<p>教学设计思路</p>	<p>本设计以岗位职业能力标准为导向，以专业国家教学标准为依据，以“能力本位”的育人理念为主线，综合分析学生学情特征，确定教学目标；在教学实施的中基于行动导向学习理论充分发挥学生的主体地位，以真实的任务为引领，通过创设问题情境、价值判断情境等充分发挥学生的自主探究能力，利用信息技术搭建智慧学习环境，使学生在线上教学资源库的支撑和教师的引导下了解微信营销较传统营销的优势所在，熟悉微信小程序营销的技巧，在实践探索中积极完成课堂任务，锻炼学生学以致用，解决实际问题的能力；课程设计中融入新媒体时代的商业伦理教育，发挥课程思政的渠道功能，培养学生遵规守法、尚善尚美，服务地方社会的意识。</p> <p>具体实施如下：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 课前，学生登录教学平台，依据教师的导学案完成预习任务和课前检测；搜集微信小程序营销的相关案例。 2. 课中，教师导入微信小程序“国务院客户端”检索核算检测机构新闻报道、使用微信小程序购物的视频，引出微信小程序的概念，完成知识目标 1 的学习；学生结合课前预习，自主探究微信小程序的功能，教师补充总结，完成知识目标 2 的学习；学生根据阿玛尼美妆官方精品商城、阿迪达斯礼品卡、屈臣氏种草社、微信小程序直播等，并以小组为单位探究微信小程序的玩法，将小组意见共享至教学平台，师生共同总结，完成知识目标 3 的学习。 3. 课后，学生搜集微信小程序营销成功案例，教师跟踪辅导。



	教学内容	思政元素及呈现形式	教学方法或手段	时间分配
教 学 过 程	课前： 1.登录教学平台，领取导学案； 2.依据电子课件完成课前自学，完成课前自测； 3.搜集微信小程序营销的相关案例。		学生自主学习	学生自主把握
	课中： 1.案例导入（微信小程序“国务院客户端”检索核算检测机构新闻报道、使用微信小程序购物的视频） 通过播放国务院客户端检索核算检测机构和使用微信小程序购物的视频激发同学们的讨论，引出微信小程序的概念，教师补充总结。 2.自主探究（微信小程序的功能有哪些？） 结合课前预习，自主探究微信小程序的功能，教师补充总结，师生共同总结出	思政元素： 1.微信小程序中渗透的加强疫情防控管理的理念，深化对常态化疫情防控的认识，科学防疫； 2.在讲解微信小程序的玩法时强调要尊重用户，最大程度顺应和支持业务需求设计的同时，还要提供友好、高效的用户体验，	1.案例分析 2.问题情境 3.自主探究 4.小组合作	1.案例导入 15分钟 2.自主探究 30分钟

	<p>微信小程序的功能。</p> <p>3. 小组展示（微信小程序的玩法有哪些？）</p> <p>学生根据阿玛尼美妆官方精品商城、阿迪达斯礼品卡、屈臣氏种草社、微信小程序直播等，并以小组为单位探究微信小程序的玩法，将小组意见共享至教学平台，师生共同总结。</p>	<p>实现用户与程序的共赢。</p> <p>呈现方式：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.视频播放 2.小组讨论 3.教师点拨 		<p>3.小组展示 30 分钟</p>
	<p>课后：</p> <p>任意选取一个微信小程序，以小组为单位分析其功能、玩法</p>	<p>思政元素：</p> <p>微信小程序中法律、法规的遵守</p> <p>呈现方式：</p> <p>案例分析</p>	<p>学生自主学习</p>	<p>学生 自主把握</p>
<p>课后作业及拓展</p>	<p>任意选取一个微信小程序，以小组为单位分析其功能、玩法。</p>			
<p>课堂小结</p>	<p>这节课主要是带领同学们学习了微信小程序的概念、功能、玩法，在规定的学时内完成了相应的教学任务，突出了重点、难点。并且正确地选择和运用了教学方法，例如小组讨论法、案例教学法、自主学习法、情景教学法等，教学互动良好，学生能够较好地运用所学的知识。</p>			
<p>教学反思</p>	<p>教学反思这节课基本达成了预先的知识目标、能力目标和情感与态度目标。学生在自主探究的过程中能够发表自己的见解，但是因为素材较少，所以学生总结的不是很全面，所以在以后的教学中应该加强对素材库的完善。在小组讨论中学生参与度较高，所以在以后的课堂中应该继续应用小组讨论的方法，让学生积极地参与课堂中，发挥学生的主体地位。课后作业学生完成度不高，主要是搜集材料的难度比较大，而且作业布置的比较空，学生没有积极性，所以完成度较低，以后在布置作业的时候要有针对性，能够让学生深入进去。</p>			

章节内容	微信视频号	学时	2
授课场所	国家级电子商务综合实训室	授课形式	线上+线下混合式教学
学情分析	<p>学习基础及特点：学生已基本掌握微信生态的构成，已基本了解微信社群营销、微信公众号营销、微信小程序营销。学生已具备初步的新媒体营销思维和互联网思维，拥有了一定的新媒体嗅觉。</p> <p>能力水平：能够将新媒体营销的不同手段和方法，适当应用到营销活动中，进行有效策划，制定简单的营销方案。</p> <p>思想状况：对多样复杂的新媒体平台形成一定的辨别能力，但对2020年新兴的视频号还缺乏一定的认知。</p>		
教学目标	知识目标	能力目标	思政目标
	<p>1.掌握视频号的基本概念；</p> <p>2.了解视频号的核心特征；</p> <p>3.掌握视频号的发布要求；</p> <p>4.了解视频号的营销技巧。</p>	<p>1.学会开通个人视频号，体验视频号的不同玩法；</p> <p>2.借助视频号的核心特征发表视频号动态。</p>	<p>视频号是微信的新生态，作为一名新媒体营销人员，要有互联网思维的商业嗅觉，洞察新变化，寻找新机遇，及时调整营销策略。</p>
教学重点	视频号的概念、核心特征、视频号的玩法		
教学难点	根据视频号的不同玩法设计营销活动		
教学资源 (含思政资源)	<p>视频资源：“十点读书”视频号的火爆视频</p> <p>图片资源：视频号创建界面</p> <p>视频号与公众号联动的玩法</p> <p>视频号与小程序联动的玩法</p> <p>视频号直播的玩法</p> <p>案例库资源：《山东水利职业学院新媒体营销课程思政案例库》</p>		

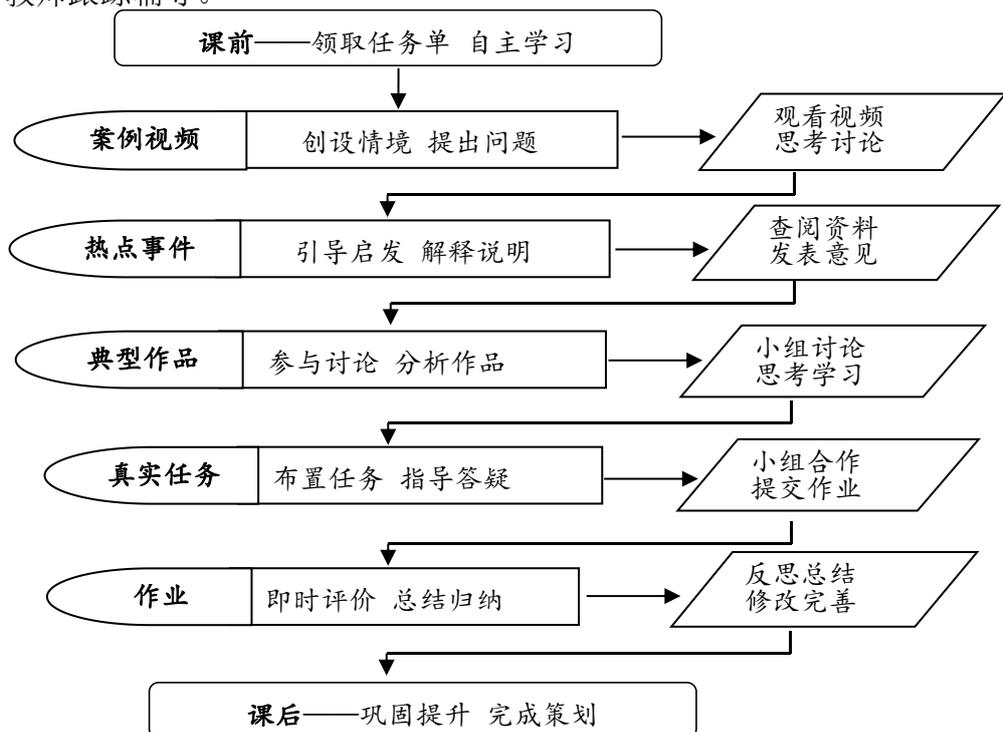
教学设计思路

本设计以岗位职业能力标准为导向，以专业国家教学标准为依据，综合分析学生学情，确定教学目标。教学实施的中以真实任务引领，通过创设问题情境、小组讨论等发挥学生的自主探究能力。课程设计中融入新媒体时代的营销伦理教育，培养学生遵纪守法、尚善尚美、爱国敬业的意识。具体实施如下：

1. 课前：学生登录教学平台，依据教师的导学案完成预习任务和课前检测；关注“十点读书”的官方视频号，浏览其视频号内容。

2. 课中：教师**导入**视频号营销的成功案例—十点读书周年微博营销视频，设置问题情境：十点读书的视频为什么能成为爆款？企业应该如何打造爆款视频号呢？引出本节所学内容，介绍视频号的基本概念和核心特征，视频号内容基于社交关系链，提醒同学们注意社交关系群的搭建，弘扬自由平等、诚信友善的社会主义核心价值观，完成知识目标 1 的学习；学生自主**探究**如何创建视频号，创建号账号后，发表一条视频，将发布截图共享至教学平台，发布视频号内容时，引导学生树立诚信意识和法律意识，强化社会责任，完成知识目标 2 的学习；教师讲解**分析**视频号的玩法，作为一名新媒体营销人员，要有互联网思维的商业嗅觉，洞察新变化，寻找新机遇，及时调整营销策略，完成知识目标 3 的学习；学生在**实践**应用所学知识总结视频号营销的技巧，整理成文档，交由教师和企业营销宣传部门负责人共同**点评**审核。

3. 课后：为“山东日照祥路碧海茶业有限公司”创建视频号，并发表一条视频，教师跟踪辅导。



	教学内容	思政元素及呈现形式	教学方法或手段	时间分配
教 学 过 程	<p>课前:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.登录教学平台, 领取导学案 2.依据电子课件完成课前自学, 完成课前自测 3.关注“十点读书”的官方视频号, 浏览其视频号内容。 	<p>思政元素:</p> <p>“十点读书”视频号运营核心理念</p> <p>呈现形式:</p> <p>教学平台留言讨论</p>	<p>学生自主学习</p>	<p>学生自主把握</p>
	<p>课中:</p> <p>1.案例导入(十点读书的视频为什么能成为爆款?)</p> <p>教师导入视频号营销的成功案例——十点读书周年微博营销视频, 设置问题情境: 十点读书的视频为什么能成为爆款? 企业应该如何打造爆款视频号呢? 引出所学内容, 介绍视频号的基本概念和核心特征;</p> <p>2.自主探究(如何创建视频号?)</p> <p>学生自主探究如何创建视频号, 创建号账号后, 发表一条视频, 将发布截图共享至教学平台;</p> <p>3.讲解分析(视频号有哪些玩法?)</p> <p>教师讲解分析视频号的玩法, 视频号与公众号联动, 与小程序联动, 视频号直播等;</p> <p>4.实践应用(视频号的营销技巧?)</p> <p>应用所学知识总结视频号营销的技巧, 整理成文档;</p> <p>5.点评总结</p> <p>交由教师和企业营销宣传部门负责人共同点评审核。</p>	<p>思政元素:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.视频号内容基于社交关系链, 提醒同学们注意社交关系群的搭建, 弘扬自由平等、诚信友善的社会主义核心价值观; 2.发布视频号内容时, 引导学生树立诚信意识和法律意识, 强化社会责任; 3.作为一名新媒体营销人员, 要有互联网思维的商业嗅觉, 洞察新变化, 寻找新机遇, 及时调整营销策略。 <p>呈现方式:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.视频呈现 2.讨论发言 3.学生作业 	<ol style="list-style-type: none"> 1.案例分析 2.问题情境 3.自主探究 4.小组合作 	<ol style="list-style-type: none"> 1.案例导入 8 分钟 2.自主探究 20 分钟 3.讲解分析 35 分钟 4.实践应用 15 分钟 5.点评总结 12 分钟

	<p>课后： 为“山东日照祥路碧海茶业有限公司”创建视频号，并发表一条视频，教师跟踪辅导。</p>	<p>思政元素： 视频号弘扬的核心理念 呈现方式： 学生作业</p>		
课后作业及拓展	<p>学生预习下一节内容，为“山东日照祥路碧海茶业有限公司”创建视频号，并发表一条视频动态。</p>			
课堂小结	<p>通过本节课的学习，学生基本了解视频号的基本概念，总结了视频号的核心特征和发布要求，以及视频号的玩法，学生能创建个人视频号并发布视频动态；初步具备维护有利于微信视频号平台健康和谐发展的网络环境，营造风清气正的社区生态，认真遵守平台的自律公约意识。本次课学生积极性极高，95%左右的同学的课堂作业得到了企业认可，有效达成教学目标，教学效果较好。</p>			
教学反思	<p>丰富的线上资源锻炼了学生的自主探究能力，便于师生课堂上集中解决疑难问题，提高了课堂教学的实效性；专创融合式教学方法激发了学生学习积极性，锻炼了学生学以致用，服务地方经济的能力；教师与企业负责人联合评价，加强了课堂教学与职业需求的对接；课程中融入的新媒体营销伦理教育，有效发挥了专业课程的思政育人渠道功能，无形中渗透着对学生良好职业素养的熏陶。在以后的教学中，一方面要进一步加强学生的实践设计，进一步挖掘学生的课堂主体地位；另一方面要深入挖掘课程的思政元素，加大对学生的职业道德教育。</p>			

章节内容	抖音短视频营销概述	学时	2
授课场所	国家级电子商务综合实训室	授课形式	线上线下、专创融合混合式教学
学情分析	<p>学习基础及特点：学生已经学习了新媒体营销概述、微信和微博营销方法，具备了一定的知识基础，在流行新媒体平台上进行营销实践的意愿强烈；</p> <p>能力水平：能够在微信、微博平台上开展营销活动，初步具备了一定的新媒体营销能力；</p> <p>思想状况：尚未形成明确的政治信念，对多样化、多元化、混沌模糊的抖音平台短视频内容缺乏辨别能力，容易受错误的网络舆论干扰。</p>		
教学目标	知识目标	能力目标	思政目标
	<p>1. 了解抖音平台的优势和人群画像；</p> <p>2. 熟悉抖音平台的自律公约；</p> <p>3. 掌握抖音平台的推荐机制。</p>	<p>能依据抖音平台自律公约和推荐机制提出提高抖音短视频曝光量的可行性建议。</p>	<p>1. 引导学生树立遵纪守法的职业道德意识；</p> <p>2. 初步培养学生尚善尚美，传播正能量，服务地方社会的能力。</p>
教学重点	抖音平台的推荐机制		
教学难点	依据抖音平台的规则和推荐机制提升短视频曝光量		
教学资源 (含思政资源)	<p>视频资源：海澜之家与国漫经典 IP《大闹天宫》合作联名款卫衣抖音短视频 抖音等 15 家短视频平台被国家网信办约谈新闻报道</p> <p>文本资源：2020 年抖音用户画像报告 2020 年中国短视频内容营销趋势报告 抖音社区自律公约 网络短视频平台管理规范 网络短视频内容审核标准细则</p> <p>图片资源：温婉因炫富和辍学等负面问题造成社会恶劣影响被抖音平台封杀 字节跳动创始人张一鸣关于算法和价值观的观点变化</p> <p>案例库资源：《山东水利职业学院新媒体营销课程思政案例库》</p>		

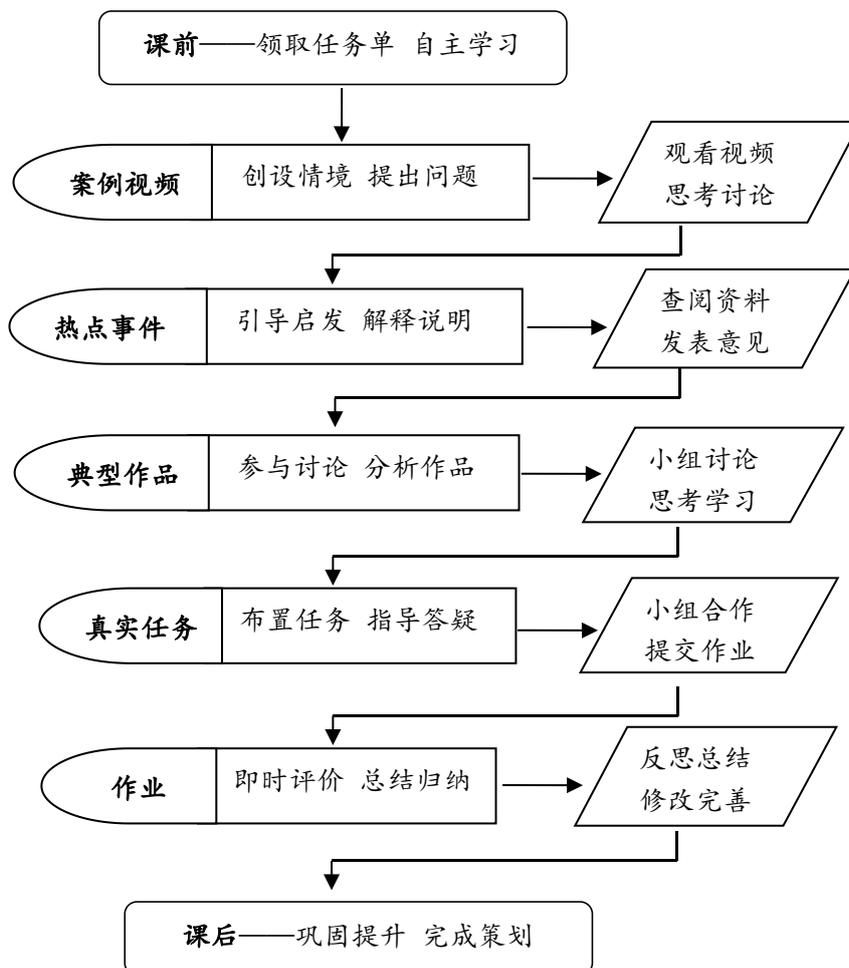
教学设计
思路

本设计以岗位职业能力标准和专业国家教学标准为依据，综合学生学情，确定教学目标。教学实施中以专创融合理念为指导，以真实任务引领，通过创设问题情境、价值判断情境等发挥学生探究能力。课程设计中融入新媒体时代的营销伦理教育，培养学生遵纪守法、尚善尚美，服务地方社会的意识。具体实施如下：

1. 课前：学生领取导学案，完成课前预习和自测。

2. 课中：（1）教师**导**入抖音短视频营销的正面案例，学生汇报抖音短视频的优势和人物画像特点，过程中引发学生思考如何将优秀传统文化通过新媒体营销发扬传播；（2）教师借助反面案例，引导学生**探**究抖音短视频平台的自律公约，渗透关于如何维护有利于健康和谐、风清气正发展的网络环境的思考；（3）讲解**分**析抖音短视频平台的推荐机制，引导学生树立尚善尚美的新媒体营销意识；（4）**实**践应用，完成课堂任务；（5）教师和企业营销宣传部门负责人共同**评**总结。

3. 课后：学生完成抖音短视频策划方案，教师跟踪辅导。



	教学内容	思政元素及呈现形式	教学方法或手段	时间分配
教 学 过 程	<p>课前:</p> <p>1.登录教学平台, 领取导学案</p> <p>2.依据电子课件完成课前自学, 完成课前自测</p> <p>3.观看山东日照祥路碧海茶叶有限公司提高抖音短视频、统计其曝光量</p>	<p>思政元素: 山东日照祥路碧海茶叶有限公司抖音短视频的核心理念</p> <p>呈现形式: 教学平台留言讨论</p>	学生自主学习	学生自主把握
	<p>课中:</p> <p>1.案例导入(抖音短视频为何会火?) 通过“海澜之家与国漫经典 IP《大闹天宫》合作联名款卫衣抖音短视频”的案例激发各小组讨论汇报抖音短视频的优势和人物画像特点, 教师补充总结;</p> <p>2.自主探究(大火的抖音短视频为何惨遭下架?) 学生参考“温婉因炫富和辍学等负面问题造成社会恶劣影响被抖音平台封杀”的反面案例, 结合学校“新媒体营销课程思政案例库”, 自主探究抖音短视频平台的自律公约, 将小组意见共享至教学平台, 师生共同总结深化抖音短视频平台的自律公约;</p> <p>3.讲解分析(如何保持抖音短视频真“火”, 持续“火”?) 教师结合正反两个案例, 讲解分析抖音短视频平台的推荐机制及如何依据各自的特点选择最有利的画面视觉和文案编剧, 提高短视频的曝光量;</p> <p>4.实践应用 学生对山东日照祥路碧海茶业有限公司的抖音短视频提出优化建议</p>	<p>思政元素:</p> <p>1.“海澜之家与国漫经典 IP《大闹天宫》合作联名款卫衣抖音短视频”中优秀传统文化与流行服饰的融合</p> <p>2.“温婉因炫富和辍学等负面问题造成社会恶劣影响被抖音平台封杀”案例中不遵守抖音社区自律公约, 宣扬和鼓励未成年人厌学、弃学等引发的关于如何维护有利于健康和谐发展的网络环境的思考。</p> <p>3.实践中体现的新媒体营销者尚美尚善的创作理念, 培养学生创新创业, 服务地方社会的意识</p> <p>呈现方式:</p> <p>1.文本资料</p> <p>2.讨论发言</p> <p>3.学生作业</p>	<p>1.案例分析</p> <p>2.问题情境</p> <p>3.自主探究</p> <p>4.小组合作</p>	<p>1.案例导入 8 分钟</p> <p>2.自主探究 20 分钟</p> <p>3.讲解分析 35 分钟</p> <p>4.实践应用 15 分钟</p>

	<p>5.点评总结 教师和企业营销宣传部门负责人借助网络教学平台共同对学生作业点评总结。</p>			<p>5.点评总结 12 分钟</p>
	<p>课后： 学生预习下一节内容，尝试为山东日照祥路碧海茶叶有限公司策划抖音短视频方案。</p>	<p>思政元素： 策划方案中尚善尚美的核心理念 呈现方式： 策划方案</p>	<p>自主学习</p>	<p>学生自主把握时间</p>
<p>课后作业及拓展</p>	<p>课后，学生预习下一节内容，尝试为山东日照祥路碧海茶叶有限公司策划抖音短视频方案。</p>			
<p>课堂小结</p>	<p>通过本节课的学习，学生基本了解抖音平台的优势和抖音短视频营销的概念，总结了抖音平台的人群画像和推荐机制，初步能利用抖音推荐机制进行作品优化；初步具备维护有利于抖音平台健康和谐发展的网络环境，认真遵守抖音社区自律公约的意识。本次课学生积极性极高，93%左右的同学的课堂作业得到了企业认可，有效达成教学目标，教学效果较好。</p>			
<p>教学反思</p>	<p>特色创新：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.丰富的线上资源给学生锻炼了学生的自主探究能力，便于师生课堂上集中解决疑难问题，提高了课堂教学的实效性； 2.专创融合式教学理念激发了学生的创新创业意识，锻炼了学生学以致用，服务地方社会的能力； 3.教师与企业负责人联合评价，加强了课堂教学与职业需求的对接； 4.课程中融入的新媒体营销伦理教育，有效发挥了专业课程的思政育人渠道功能，于无形中渗透着对学生良好职业素养的熏陶。 <p>反思诊改：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.进一步加强课堂实践活动的设计，提升学生对所学知识的应用能力，培养学生创新创业意识； 2.深入挖掘课程的思政元素，加大对学生的职业道德教育。 			

章节内容	抖音账号搭建与内容选题策划	学时	2
授课场所	国家级电子商务综合实训室	授课形式	线上+线下混合式教学
学情分析	<p>学习基础及特点：学生已经学习抖音短视频营销概述、具备了一定的知识基础，在抖音平台上学习抖音营销技能的意愿强烈。</p> <p>能力水平：能够根据后台数据分析存在的的问题，对于如何提高曝光量能够提出合理化建议</p> <p>思想状况：尚未形成短视频创意创新能力，容易跟风和模仿</p>		
教学目标	知识目标	能力目标	思政目标
	<p>1. 掌握打造企业号人设的要点和企业号风格内容分类；</p> <p>2. 掌握企业短视频的几种选题创意；</p>	<p>3. 能够进行抖音账号注册与认证；</p> <p>2. 能够根据企业的人设风格和营销目标确定选题创意；</p>	<p>1. 引导学生创新设计企业短视频的选题创意；</p> <p>2. 初步培养学生崇尚真善美，传播企业和社会正能量，服务地方社会的能力</p>
教学重点	企业短视频的选题创意方向		
教学难点	根据企业的人设风格和营销目标确定选题创意		
教学资源 (含思政资源)	<p>视频资源：《老爸评测》抖音账视频</p> <p>《小米手机》抖音短视频</p> <p>《洗衣神器》抖音短视频</p> <p>《太原酒馆》抖音短视频</p> <p>《闲置纸尿裤的神奇用法》抖音短视频</p> <p>《写不完的笔》抖音短视频</p> <p>《叶公子》抖音短视频</p> <p>《温州商报-啥是佩奇》抖音短视频</p> <p>《小米员工日常》抖音短视频</p> <p>文本资源：抖音广告创意观察报告（2019-2020 年度）</p> <p>抖音 VS 快手红人电商研究报告（2019 年 9 月 11 日- 10 月 10 日）</p>		

图片资源：抖音账号-丁香医生

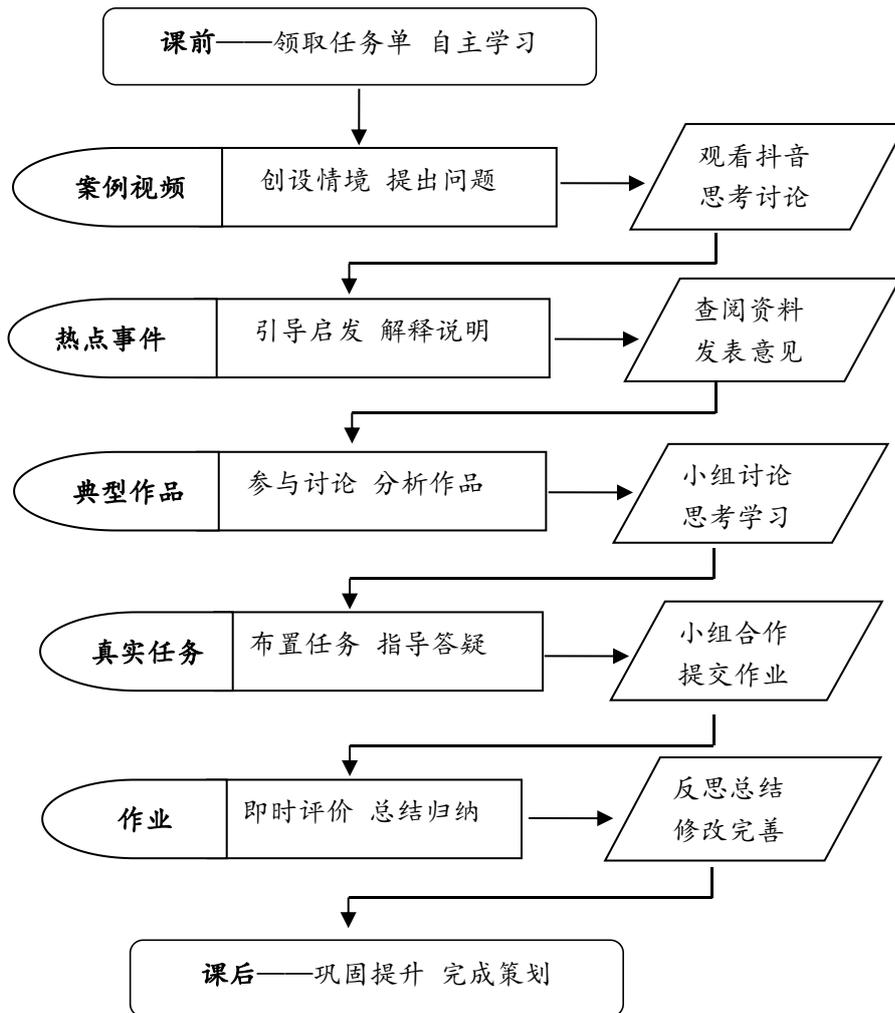
本设计以岗位职业能力标准为导向，以专业国家教学标准为依据，综合分析学生学情，确定教学目标。教学实施的中以真实任务引领，通过创设问题情境、价值判断情境等发挥学生的自主探究能力。课程设计中融入新媒体时代的营销伦理教育，培养学生遵规守法、尚善尚美，服务地方社会的意识。具体实施如下：

1. 课前：学生领取导学案，完成课前预习和自测。

2. 课中：（1）教师**导**入抖音人设成功案例—“《老爸评测》”的成功案例，学生结合课前预习，分组展示成功打造人社的要点，教师补充总结；（2）学生参考《小米手机》抖音短视频案例，登录学校《新媒体营销》课程思政案例库，自主**探**究企业抖音短视频的创意方向，将小组意见共享至教学平台；（3）教师结合《太原酒馆》等抖音账号**讲**解如何围绕企业的营销目标，本着有用、有趣、有性格和有价值观的“四有”原则生成受到用户喜欢，又能巧妙地传递企业的产品信息或品牌理念的内容选题创意创意方向；（4）**实**践应用，完成课堂任务；（5）教师和企业营销宣传部门负责人共同**评**总结。

3. 课后：学生完成抖音短视频策划方案，教师跟踪辅导。

教学设计
思路



	教学内容	思政元素及呈现形式	教学方法或手段	时间分配
教 学 过 程	<p>课前：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.登录教学平台，领取导学案 2.依据电子课件完成课前自学，完成课前自测 3.浏览山东日照祥路碧海茶叶有限公司网站根据目标用户和营销目标讨论确定内容选题创意 	<p>思政元素：山东日照祥路碧海茶叶有限公司的经营理念和中国茶文化</p> <p>呈现形式：教学平台留言讨论</p>	学生自主学习	学生自主把握
	<p>课中：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 账号注册与认证技能训练 包括个人账号注册和企业账号注册与认证训练； 2. 企业号的基础规划技能训练 包括打造企业号人设，打造企业号风格和确定企业号的内容分类，集合学校《新媒体营销》课程思政案例库，自主探究打造企业号人设和企业号的内容分类，将小组意见共享至教学平台，师生共同总结出抖音短视频平台的基础规划要点； 3.讲解分析（常见的企业级抖音短视频的内容选题创意类别） 教师结合七个典型案例，讲解分析抖音短视频平台常见的企业级抖音短视频的内容选题创意类别。 4.实践应用 学生依据所学知识对山东日照祥路碧海茶叶有限公司根据目标用户和营销目标讨论确定内容选题创意。 5.点评总结 交由教师和企业营销宣传部门负责人共同点评审核。 	<p>思政元素：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 山东日照祥路碧海茶叶有限公司抖音短视频中茶文化与企业文化的融合 2. 设计企业短视频的选题创意时的创新意识； 3.利用抖音宣传企业文化和正能量 <p>呈现方式：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.视频呈现 2.讨论发言 3.学生作业 	<ol style="list-style-type: none"> 1.案例分析 2.问题情境 3.自主探究 4.小组合作 	<ol style="list-style-type: none"> 1.案例导入 8分钟 2.自主探究 20分钟 3.讲解分析 35分钟 4.实践应用 15分钟 5.点评总结 12分钟

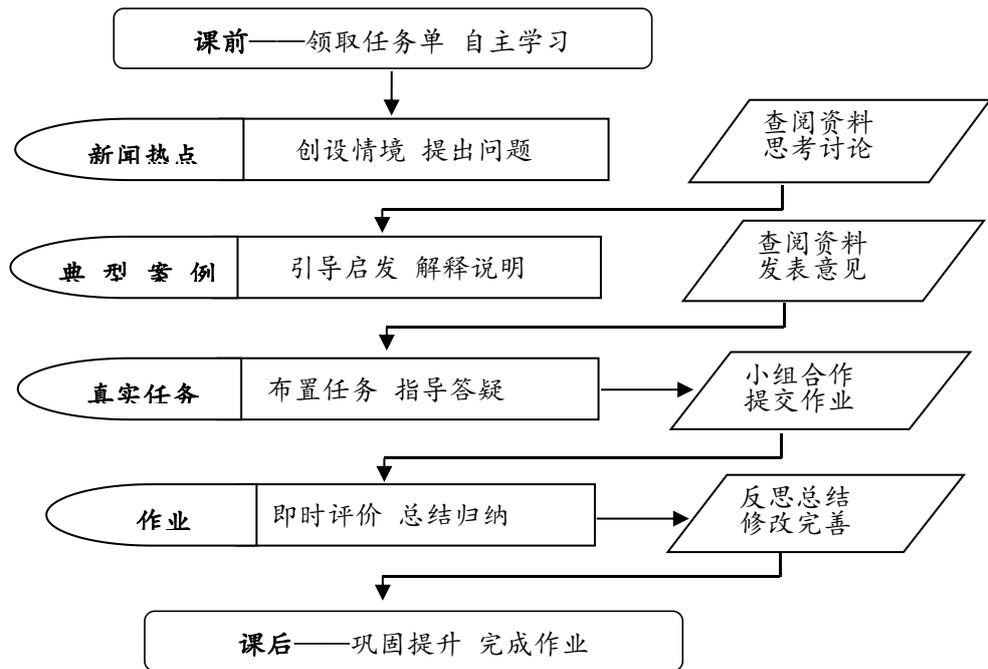
	<p>课后： 学生预习下一节内容，尝试为山东日照祥路碧海茶叶有限公司策划抖音短视频运营推广方案。</p>	<p>思政元素： 策划运营方案中弘扬的以新媒体数据洞察为基础，应用大数据智能驱动营销，赋能企业营销决策，驱动企业商业目标，实现共创共赢的核心理念。 呈现方式： 策划方案</p>		
课后作业及拓展	<p>课后，学生预习下一节内容，尝试为山东日照祥路碧海茶叶有限公司策划抖音短视频运营推广方案。</p>			
课堂小结	<p>通过本节课的学习，学生基本掌握了抖音短视频营销中的账号搭建，包括个人账号和企业账号的注册与认证、企业号的基础规划、内容选题策划。学生认识到企业抖音短视频需要根据营销目标和产品的不同进行不同的选题创意，企业抖音短视频成功的最主要因素在于内容的不断创新和持续输出。本次课学生积极性极高，97%左右的同学的课堂作业得到了企业认可，有效达成教学目标，教学效果较好。</p>			
教学反思	<p>在新媒体营销教学中还应强调培养学生的一种社会责任感和准确的判断力。每个社会人都有权利和义务通过自己的创造来改变社会、改变人们的生活方式和观念。当代营销策划和我们生活的社会息息相关，环境保护、人权与自由、战争、人类的生存状态是每个人都无法回避的客观现实，引导学生通过自己的作品来感染、改变这个社会，进而追求真诚的充满人文主义关怀的创作内容。</p>			

章节内容	抖音短视频运营	学时	2
授课场所	国家级电子商务综合实训室	授课形式	线上+线下混合式教学
学情分析	<p>学习基础及特点：学生已经进行了新媒体营销的概念、方法，微博营销，微信营销的相关知识的学习，并且对抖音的推荐机制、账号搭建、内容选题策划有了初步的了解，具备了一定的知识基础，拥有进一步了解抖音短视频营销的强烈意愿。</p> <p>能力水平：初步拥有了新媒体营销的思维，具备策划新媒体营销的能力，初步掌握了微博营销、微信营销的技能。</p> <p>思想状况：初步形成了新媒体营销的规则意识，在互联网里也需要遵纪守法的理念逐渐深化，但在鱼龙混杂的互联网社会中依然缺乏辨别能力，尚且容易受错误的网络舆论干扰。</p>		
教学目标	知识目标	能力目标	思政目标
	<p>1. 掌握抖音短视频推广的基本方法；</p> <p>2. 了解抖音盈利变现的几种方式。</p>	<p>1. 能对抖音短视频进行推广；</p> <p>2. 能根据抖音的后台数据进行数据分析。</p>	<p>1. 引导学生利用抖音短视频宣传社会和企业的正确价值观；</p> <p>2. 使学生清楚抖音短视频平台的自律公约和推荐机制，维护抖音平台健康和谐发展的网络环境，营造风清气正的社区生态；</p> <p>3. 制作积极向上的视频内容，弘扬社会正能量。</p>
教学重点	抖音短视频推广的基本方法		
教学难点	抖音短视频推广的基本方法		

<p>教学资源 (含思政资源)</p>	<p>文本资源:</p> <p>《山东水利职业学院新媒体营销课程思政案例库》</p> <p>视频资源:</p> <p>成都小甜甜代言小米手机宣传视频</p> <p>图片资源:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 抖音小视频转发截图 2. DOU+投放后台数据截图 3. 淘宝直播推广入口截图 4. 抖音分享各网站截图 5. 抖音账号“牛肉哥严选”截图 6. 抖音账号“周导聊商业”截图 7. 飞瓜数据 2020 年度带货主播榜截图 8. 抖音中有关海底捞的挑战话题截图 9. 认证企业号移动端数据中心截图
<p>教学设计思路</p>	<p>本设计以岗位职业能力标准为导向，以专业国家教学标准为依据，以“能力本位”的育人理念为主线，综合分析学生学情特征，确定教学目标；在教学实施的中基于行动导向学习理论充分发挥学生的主体地位，以真实的任务为引领，通过创设问题情境、价值判断情境等充分发挥学生的自主探究能力，利用信息技术搭建智慧学习环境，使学生在线上教学资源库的支撑和教师的引导下了解抖音短视频营销较传统营销的优势所在，熟悉抖音小视频营销内容选题策划、引流变现和数据分析方法，在实践探索中积极完成课堂任务，锻炼学生学以致用，解决实际问题的能力；课程设计中融入新媒体时代的商业伦理教育，发挥课程思政的渠道功能，培养学生遵规守法、尚善尚美，服务地方社会的意识。</p> <p>具体实施如下:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 课前：学生登录教学平台，依据教师的导学案完成预习任务和课前检测；搜集抖音头部大号的热门视频和新发布视频。 2. 课中：（1）教师播放某市市长在抖音平台进行“脱贫攻坚”直播带货专场视频，引出抖音短视频中内容运营推广的相关知识，并让学生自主探究，教师进

行总结补充，完成知识目标 1 的学习。（2）学生结合课前预习，以小组为单位探究抖音短视频营销中引流变现和数据分析的技巧，将小组意见共享至教学平台，教师补充总结，完成知识目标 2 的学习。（3）实践应用，完成课堂任务。（4）教师和同学们共同点评总结。

3. 课后：以小组为单位，为山东日照祥路碧海茶叶有限公司的抖音短视频进行内容运营推广，并对运营推广的数据进行分析。



教学 过程	教学内容	思政元素 及呈现形式	教学方法或手 段	时间 分配
	课前： 1.登录教学平台，领取学案； 2.依据电子课件完成课前自学，完成课前自测； 3.搜集抖音头部大号的热门视频和新发布视频。	思政元素： 抖音头部大号热门视频中传递出的价值观，引导同学们树立正确的价值观念。 呈现形式： 教学平台留言讨论	学生自主学习	学生自主把握
课中： 1. 案例导入(某市市长在抖音平台进行“脱贫攻坚”直播带货专场视频) 教师播放某市市长在抖音平台进行“脱贫攻坚”直播带货专场视频，引出抖音短视频中内容运营推广的相关知识，并让学生自主探究，教师进行总结补充。	思政元素： 1.脱贫攻坚的理念的渗透，引导同学们关心时事政治，拥有远大抱负； 2.使学生清楚抖音短视频平台的自律	1.案例分析 2.问题情境 3.自主探究 4.小组合作	1.案例导入 15 分钟	

	<p>2. 小组探究(淘宝直播数据分析的几种方式) 学生结合课前预习,以小组为单位探究抖音短视频营销中引流变现和数据分析的技巧,将小组意见共享至教学平台,教师补充总结。</p> <p>3. 课内任务 为山东日照祥路碧海茶业有限公司企业号的抖音短视频撰写内容运营推广文案。</p> <p>4. 点评总结 教师和学生小组组长对学生的推广文案进行点评总结。</p>	<p>公约和推荐机制,维护抖音平台健康和谐发展的网络环境,营造风清气正的社区生态。</p> <p>呈现方式:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.视频播放 2.小组讨论 3.教师点拨 		<p>2.小组探究 30 分钟</p> <p>3.课内任务 35 分钟</p> <p>4.点评总结 5 分钟</p>
	<p>课后: 以小组为单位,为山东日照祥路碧海茶叶有限公司的抖音短视频进行内容运营推广,并对运营推广数据进行分析。</p>	<p>思政元素: 制作积极向上的视频内容,弘扬社会正能量。</p> <p>呈现方式: 推广策划</p>	<p>学生自主学习</p>	<p>学生 自主把握</p>
<p>课后作业及拓展</p>	<p>以小组为单位,为山东日照祥路碧海茶叶有限公司的抖音短视频进行内容运营推广,并对运营推广的数据进行分析。</p>			
<p>课堂小结</p>	<p>通过本节课的学习,学生基本掌握了抖音短视频营销内容推广、引流变现和数据分析的技巧,初步能进行抖音短视频营销技能--内容选题策划、抖音短视频营销内容推广、引流变现和数据分析;初步具备维护有利于抖音平台健康和谐发展的网络环境,营造风清气正的社区生态,认真遵守抖音平台自律公约的意识。本次课学生积极性极高,93%左右的同学的课堂作业完成度较高,有效达成教学目标,教学效果较好。</p>			
<p>教学反思</p>	<p>这节课教学目标中知识目标、能力目标、情感与态度目标达成度均较高。学生在小组探究中活跃度较高,能够积极参与到课堂讨论中,并且兴致很高,分析原因,一是因为本节课内容契合学生的生活,二是因为本节课的教学设计比较合理,能够很好地调动学生的积极性。但是学生的课后作业完成度不高,主要原因是学生对山东日照祥路碧海茶叶有限公司了解不够,所以在以后的教学中要带领学生到现场进行考察,让学生能够深入的了解作业内容,提出自己的想法,这样更有利于学生主体性的发挥。</p>			

章节内容	淘宝直播平台介绍	学时	2
授课场所	国家级电子商务综合实训室	授课形式	线上+线下混合式教学
学情分析	<p>学习基础及特点：对微信、微博和抖音短视频等新媒体营销有一定的了解，具备了一定的新媒体营销知识基础，对流行新媒体平台上进行营销实践产生兴趣</p> <p>能力水平：能够在微信、微博和抖音短视频平台上开展营销活动，初步具备了一定的新媒体营销能力</p> <p>思想状况：形成较为明确的政治信念，对知乎平台内容有了一定的辨别能力，仍容易受错误的网络舆论干扰，对新的学习内容和课后挑战任务产生期待，同时对课程的重叠内容的产生倦怠，需要新的学习方法的刺激</p>		
教学目标	知识目标	能力目标	思政目标
	<p>1. 了解淘宝直播平台的分类和淘宝直播的营销流程，以及淘宝直播平台的用户画像</p> <p>2. 熟悉淘宝直播的平台规则</p> <p>3. 理解淘宝直播平台的“千人千面”算法和淘宝直播浮现权</p>	<p>掌握淘宝直播的分类，淘宝直播平台的用户特征，以及影响浮现权权重的六大核心维度，完成淘宝直播个人主播账号注册</p>	<p>1. 培养学生学以致用，养成利用新媒体营销提高国家国际影响力的意识</p> <p>2. 勇于承担社会责任，积极帮助社会弱势群体，守护脱贫攻坚成果</p>
教学重点	淘宝直播平台分类、用户画像及平台规则		
教学难点	依据淘宝直播平台规则进行淘宝直播营销活动		
教学资源 (含思政资源)	<p>视频资源：“史上被最多人围观的武大樱花：淘宝直播，1分钟30万人观看”视频 “淘宝天猫总裁：直播造脱贫致富新风口，2018年成交超千亿”视频</p> <p>文本资源：手机淘宝直播APP用户画像研究报告 阿里妈妈天猫双十一直播营销主播与商家研究报告 阿里妈妈天猫双十一直播营销直播间研究报告 淘宝直播平台规则</p> <p>图片资源：三大直播平台对比；淘宝达人胡可直播案例；淘宝店铺直播案例展示；淘宝全球买手直播案例展示；小米天猫旗舰店直播；2020年淘宝直播不同直播类型PV量同比变化；淘宝直播新媒体营销流程图；淘宝直播间“千人千面”解析图等</p> <p>案例库资源：《山东水利职业学院新媒体营销课程思政案例库》</p>		

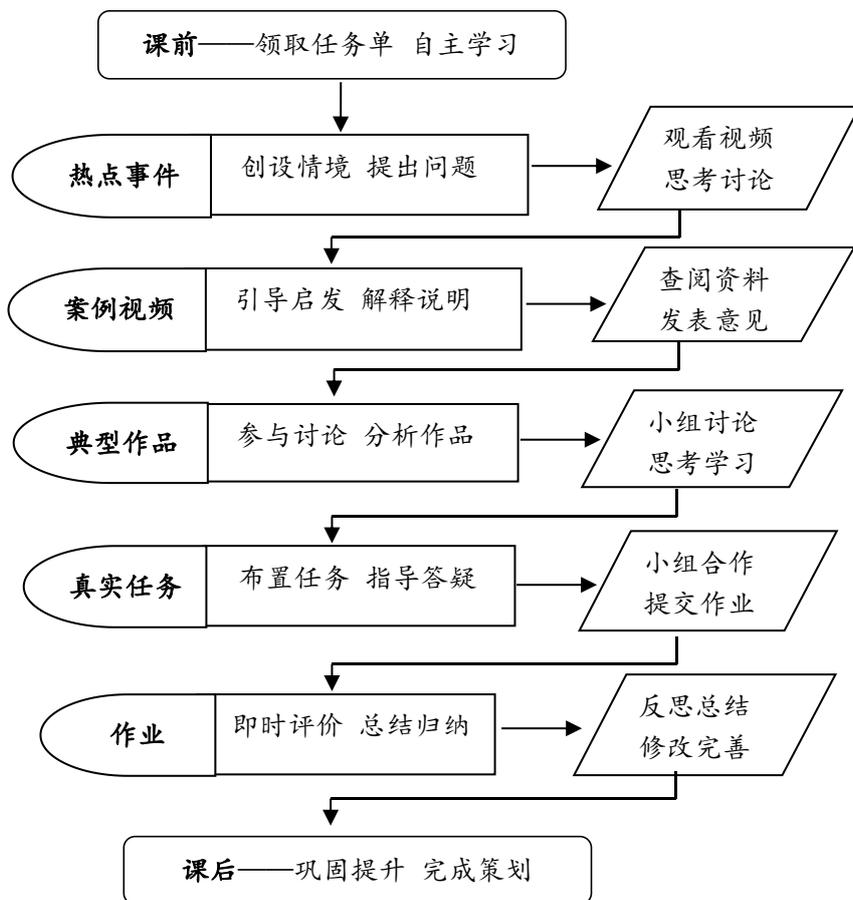
教学设计
思路

本设计以岗位职业能力标准为导向，以专业国家教学标准为依据，综合分析学生学情，确定教学目标。教学实施的中以真实任务引领，通过创设问题情境、价值判断情境等发挥学生的自主探究能力。课程设计中融入新媒体时代的营销伦理教育，培养学生遵纪守法、尚善尚美，服务地方社会的意识。具体实施如下：

1. 课前：学生领取导学案，完成课前预习和自测。

2. 课中：（1）教师**导**入淘宝直播相关介绍视频，学生汇报淘宝直播平台的分类、营销流程以及用户画像特点，过程中引发学生思考如何通过新媒体营销守护脱贫攻坚成果；（2）教师分享淘宝平台直播案例，引导学生**探**究淘宝直播营销的推荐机制；（3）讲解**分**析淘宝直播平台的平台规则，引导学生遵守社会公序良俗，树立尚善尚美的新媒体营销意识；（4）**实**践应用，完成课堂任务；（5）教师和企业营销宣传部门负责人共同**评**总结。

3. 课后：学生完成抖音短视频策划方案，教师跟踪辅导。



	教学内容	思政元素及呈现形式	教学方法或手段	时间分配
教 学 过 程	<p>课前:</p> <p>1.登录教学平台, 领取导学案</p> <p>2.依据电子课件完成课前自学, 完成课前自测</p> <p>3.观看“淘宝直播 1 分钟 30 万人观看”和“直播造脱贫致富新风口”视频, 归纳出淘宝直播平台的特点和用户画像</p>	<p>思政元素:</p> <p>引导学生思考如何通过新媒体营销守护脱贫攻坚成果</p> <p>呈现形式:</p> <p>教学平台留言讨论</p>	学生自主学习	学生自主把握
	<p>课中:</p> <p>1.案例导入（三十万人共赏樱花）</p> <p>通过“史上被最多人围观的武大樱花：淘宝直播，1 分钟 30 万人观看”视频和“淘宝天猫总裁：直播造脱贫致富新风口，2018 年成交超千亿”视频引入淘宝直播平台简介内容, 与学生讨论总结主要知识点。</p> <p>2.自主探究（淘宝达人胡可直播）</p> <p>学生根据课堂案例分享, 自主探讨淘宝直播的分类、营销流程, 以及用户画像, 将小组意见共享至教学平台, 师生共同总结深化。</p> <p>3.讲解分析（用户矩阵和知乎盐值）</p> <p>教师结合教学案例, 讲解分析淘宝直播平台的推荐机制, 包括淘宝直播平台的平台规则, 并深入讲解“千人千面”算法, 以及淘宝直播浮现权, 启发学生思考如何依据各自的特点选择最有利的淘宝直播营销方法, 达到营销目的。</p> <p>4.实践应用</p> <p>学生创建淘宝直播个人主播账号, 思考对山东日照祥路碧海茶业有限公司的淘宝直播营销提出建议。</p>	<p>思政元素:</p> <p>1.“三十万人工商樱花”体现中国文化走向国门, 走向世界, 利用新媒体营销提高国家的国际影响力。</p> <p>2.“淘宝天猫总裁：直播造脱贫致富新风口，2018 年成交超千亿”，引导学生勇于承担社会责任, 积极帮助社会弱势群体, 守护脱贫攻坚成果。</p> <p>呈现方式:</p> <p>1.文本资料</p> <p>2 讨论发言</p> <p>3.学生作业</p>	<p>1.案例分析</p> <p>2.问题情境</p> <p>3.自主探究</p> <p>4.小组合作</p>	<p>1.案例导入 8 分钟</p> <p>2.讲解分析 25 分钟</p> <p>3.自主探究 30 分钟</p> <p>4.实践应用 15 分钟</p>

	<p>5.点评总结</p> <p>教师和企业营销宣传部门负责人借助网络教学平台共同对学生作业点评总结。</p>			<p>5.点评总结 12 分钟</p>
	<p>课后:</p> <p>学生预习下一节内容,尝试为山东日照祥路碧海茶叶有限公司策划淘宝直播平台营销方案。</p>	<p>思政元素:</p> <p>策划方案中社会公序良俗、脱贫攻坚的理念</p> <p>呈现方式:</p> <p>策划方案</p>		
<p>课后作业及拓展</p>	<p>学生预习下一节内容,尝试为山东日照祥路碧海茶叶有限公司策划淘宝直播平台营销方案</p>			
<p>课堂小结</p>	<p>本节课将视频、图表、案例,以及社会热点等与教学内容紧密结合,通过本节课的学习,学生基本了解淘宝直播平台的分类、营销流程、用户画像、平台规则、“千人千面”算法以及淘宝直播浮现权等淘宝直播营销的主要知识,建立淘宝直播的个人主播账号,初步能利用淘宝直播平台推荐机制进行作品优化;初步具备维护有利于淘宝直播平台健康和谐发展的网络环境,营造风清气正的社区生态,认真遵守网络社区自律公约的意识。本次课学生积极性极高,约 93.4% 的同学的课堂作业得到了企业认可,有效达成教学目标,教学效果较好。</p>			
<p>教学反思</p>	<p>新课程改革要求教师在教学中以学生为主体,唤醒学生的主体意识,充分发挥学生的主体作用。教学实践也证明:学生的主体意识愈强,他们在参与学习活动中实现自我的自觉性就愈大,从而也就愈能在教育活动中发挥自我的能动力量,调整、改造自身知识结构、心理状态和行为方式。在以后的教学中,一方面要进一步加强学生的实践设计,进一步挖掘学生的课堂主体地位;另一方面要深入挖掘课程的思政元素,加大对学生的职业道德教育。限于时间关系,教学的案例和优秀内容制作者的推荐还应该与时俱进、不断丰富和完善,与学生的互动还应进一步关注学生上课时的状态和心理,充分发挥教师的引导作用和学生的主体作用。</p>			

章节内容	淘宝直播入驻	学时	2
授课场所	国家级电子商务综合实训室	授课形式	线上线下、专创融合混合式教学
学情分析	<p>学习基础及特点：学生已经学习了淘宝直播平台的推荐机制，具备了一定的知识基础，在流行新媒体平台上进行营销实践的意愿强烈；</p> <p>能力水平：能够在微信、微博平台上开展营销活动，初步具备了一定的新媒体营销能力；</p> <p>思想状况：学生还未形成明确的新媒体营销规范意识；对多样化、多元化新媒体营销内容缺乏辨别能力，容易受错误的网络舆论干扰。</p>		
教学目标	知识目标	能力目标	思政目标
	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握商家和个人主播开通淘宝直播条件以及开通流程； 2. 掌握优秀主播的打造技巧； 3. 掌握直播带货选品的方法； 4. 掌握目前常见的直播供应链玩法； 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 策划直播营销的人、货、场； 2. 学会打造成功的主播人设； 3. 掌握主播常用话术来留住粉丝； 4. 能够合理安排直播运营团队合作分工； 5. 明确直播带货如何选品； 6. 明确如何合理布置直播间； 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 直播活动严格遵守直播营销职业道德底线和法律红线,要诚实守信,不出售假冒伪劣商品,兑现客户服务承诺。 2. 要提高网络传播主体的传播素养,加大对正能量内容的传播,保持内容的高质量水准,才能巨大的社会效益和经济效益； 3. 培养学生的用户思维,站在用户的角度思考其需求；
教学重点	淘宝直播的三个核心营销要素：人、货、场		
教学难点	如何打造优秀的主播人设及掌握话术技巧，掌握直播带货选品的方法		

<p>教学资源 (含思政资源)</p>	<p>图片资源: 李佳琦人设图 薇娅抖音账号截图 薇娅微博账号截图 薇娅直播间抽奖截图 薇娅直播团队照片 花西子淘宝直播直播间截图 小米官方旗舰店淘宝直播间截图 卫龙食品淘宝直播截图 卫飞瓜数据 logo 图 薇娅服装直播间截图 原产地直播间截图</p> <p>文本资源: 董明珠直播带货 76 亿 拥抱互联网推动渠道变革 直播团队分工表格</p>
<p>教学设计思路</p>	<p>本设计以岗位职业能力标准为导向，以专业国家教学标准为依据，综合分析学生学情，确定教学目标。教学实施的中以真实任务引领，通过创设问题情境、价值判断情境等发挥学生的自主探究能力。课程设计中融入新媒体时代的营销伦理教育，培养学生遵纪守法、尚善尚美，服务地方社会的意识。具体实施如下：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 课前：学生领取导学案，完成课前预习和自测。 2. 课中：（1）教师导入案例，学生思考成功的公众号要如何进行内容生产；（2）教师借助案例，引导学生探究公众号内容生产及发布注意的要点是什么，渗透关于以人为本，关注用户需求和心理，注重用户体验的思考；（3）讲解分析微信公众号运营如何最大程度地获取流量，引导学生注重用户心理感受，并恪守诚实守信的职业意识和严谨细致的规范意识；（4）实践应用，完成课堂任务；（5）教师和企业营销宣传部门负责人共同点评总结。 3. 课后：学生完成主播带货实战演练，教师跟踪辅导。

	教学内容	思政元素及呈现形式	教学方法或手段	时间分配
教 学 过 程	<p>课前： 通过微信群或云班课发布课前任务，要求同学们关注淘宝特色农产品直播，思考提升特色农产品直播带货量的关键是什么</p>	<p>思政元素： 淘宝特色农产品直播为新媒体营销模式开启扶农助农新领域； 呈现形式： 交流平台留言讨论</p>	启发指导 小组讨论 案例分析	学生 自主把握
	<p>课中： 1.案例导入： 格力电器董事长董明珠的四次直播带货成绩实现爆炸式增长，在不到 40 天的时间里，累计达 76 亿元，让董明珠决定推进格力的渠道变革。引出本课内容：怎样做好淘宝直播； 2.知识学习： 首先明确商家和个人主播开通淘宝直播条件以及开通流程；其次明确做好淘宝直播的三个核心营销要素：人、货、场； 3.自主探究：淘宝直播带货的核心营销要素“人”，如何打造优秀主播、粉丝和运营团队？ 根据案例探究：教师给出李佳琦、薇娅优秀直播间案例，学生探究如何打造人设，总结优秀主播的特点，重点探讨主播人设和话术； 教师布置任务，学生分小组模拟主播带货实战，在活动过程中体会如何通过话术与粉丝互动，以及小组团队间的配合来完成一次直播带货模拟实训； 4.讲解分析：淘宝直播带货怎样选品以及直播场地要怎样布置 案例对比薇娅直播营销成功和淘宝食品主播“主播在成都”失败案例，分析淘宝直播带货怎样选品才能获得用户的认可；根据薇娅服装直播间场地布置案例，思考如何通过场</p>	<p>思政元素： 1.要提高网络传播主体的传播素养，加大对正能量内容的传播，保持内容的高质量水准，才能巨大的社会效益和经济效益； 2.培养学生的用户思维，站在用户的角度思考其需求； 3.严格遵守直播营销职业道德底线和法律红线，并输出对顾客有价值的直播内容。 4.把好直播带货产品关，诚信选品，恪守诚实守信的良好品德。</p> <p>呈现形式： 1.图本资料 2 讨论发言</p>	讲授法 启发指导 小组讨论 案例分析	1.案例导入 4 分钟 2.知识学习 10 分钟 3.自主探究 25 分钟 4.讲解分析 15 分钟

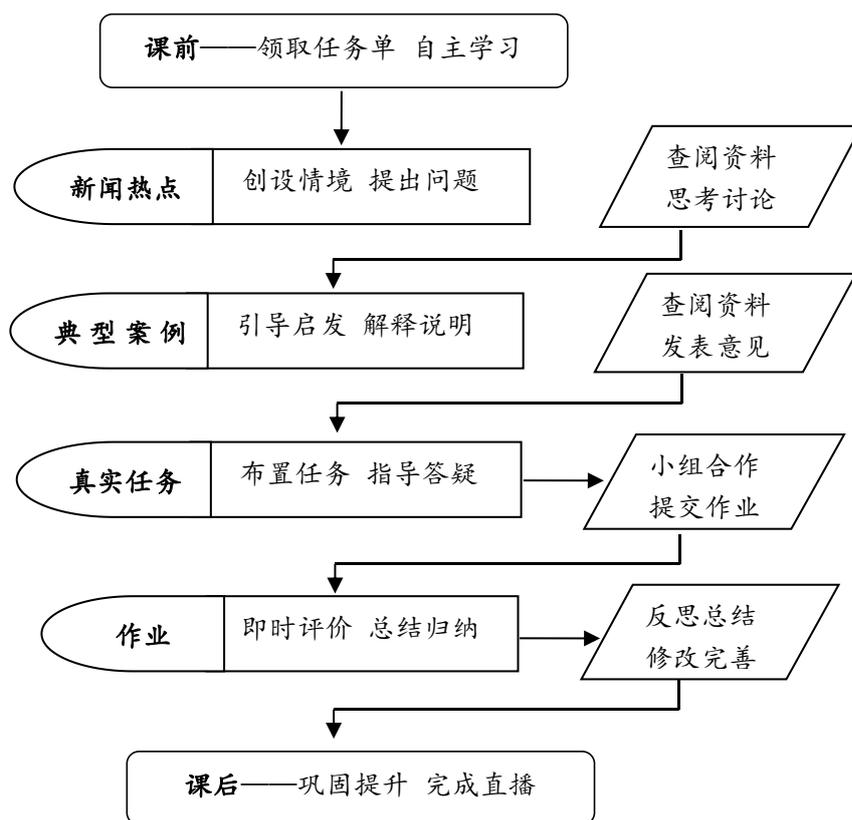
	<p>地布置来吸引并留住粉丝；</p> <p>5.实践应用： 学生分小组模拟主播带货实战，注重从人设打造、与粉丝互动话术、团队间合作、选品与场地布置等方面来进行。</p> <p>6.点评总结： 教师和企业营销宣传部门负责人借助网络教学平台对学生作业点评总结。</p>	<p>3.学生实践</p>		<p>5.实践应用 30 分钟</p> <p>6.点评总结 6 分钟</p>
	<p>课后： 学生继续完成主播带货实战演练，各小组讨论并总结直播带货经验</p>	<p>思政元素： 小组合作总结经验，形成团队合作精神</p> <p>呈现方式： 实训演练</p>		
<p>课后作业及拓展</p>	<p>同学们运用本节课所学知识和技能，为当地的特色农产品按照直播的流程制定一整套相关的淘宝直播话术，助力当地农产品销售。</p> <p>同学们列举最近因为违反平台规则被相关机构处罚的带货主播并分析事件的经过和给我们带来的经验教训。</p>			
<p>课堂小结</p>	<p>通过本节课的学习，学生基本了解了商家和个人主播开通淘宝直播条件以及开通流程，明确了淘宝直播带货的核心营销要素“人”、“货”、“场”，如何打造优秀主播、粉丝和运营团队，淘宝直播带货如何选品以及直播场地要怎样布置才能吸引粉丝留住，初步具备用户思维，严格遵守直播营销职业道德底线和法律红线，把好直播带货产品关，诚信选品，恪守诚实守信的良好品德，并输出对顾客有价值的直播内容。本次课学生积极性极高，95%左右的同学的课堂作业得到了企业认可，有效达成教学目标，教学效果较好。</p>			
<p>教学反思</p>	<p>要融合先进教育理念和科学技术，使课程教学实现从单纯教知识到教能力的转变，在能力塑造的同时，也要注重塑造同学们的品德和价值观，从课程本身的特点自然而然的引出思政教育内容，达到润物细无声的效果，也要换位到学生的角度，让学生听到有温度的课程。对于淘宝直播课程，是与电商专业的同学们的生活和以后的工作领域息息相关的课程，要积极的与社会现实相结合，结合当今网络营销时事热点事件讲授知识，真正使教学内容落地落心。</p>			

章节内容	淘宝直播-淘宝直播运营	学时	2
授课场所	国家级电子商务综合实训室	授课形式	线上+线下混合式教学
学情分析	<p>学习基础及特点：学生已经进行了新媒体营销的概念、方法，微博营销，微信营销，抖音短视频营销，淘宝直播概念、淘宝直播中的人货场的相关知识的学习，具备了一定的知识基础，拥有进一步了解具体淘宝直播方法的强烈意愿。</p> <p>能力水平：初步具备了新媒体营销的思维、策划新媒体营销的能力，初步掌握了微博营销、微信营销、抖音短视频营销的技能。</p> <p>思想状况：初步形成了新媒体营销的规则意识，在互联网里也需要遵纪守法的理念逐渐深化，但在鱼龙混杂的互联网社会中依然缺乏辨别能力，尚且容易受错误的网络舆论干扰。</p>		
教学目标	知识目标	能力目标	思政目标
	<p>1. 掌握淘宝直播内容策划的技巧；</p> <p>2. 了解淘宝直播数据分析的几种方式。</p>	<p>1. 能进行淘宝直播的内容策划；</p> <p>2. 能够为淘宝店铺直播引流推广和后台数据进行数据分析。</p>	<p>1. 使学生清楚和遵守淘宝直播平台的规则和推荐机制,维护平台健康和谐发展的网络环境；</p> <p>2. 直播活动严格遵守直播营销职业道德底线和法律红线,要诚实守信,不出售假冒伪劣商品,兑现客户服务承诺。</p>
教学重点	淘宝直播的内容策划		
教学难点	淘宝直播的内容策划		
教学资源 (含思政资源)	<p>文本资源：</p> <p>1. 东方季道单品直播脚本</p> <p>2. 丹尼尔惠灵顿间整场直播脚本</p>		

	<p>视频资源：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 薇娅 2020 年双十一直播带货视频片段 2. 李佳琦 2020 年双十一直播带货视频片段 <p>图片资源：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 淘宝主搜、猜你喜欢模块 2. 淘宝直播看点按钮 3. 淘宝直播推广入口 4. 认证企业号移动端数据中心 5. 淘宝直播生意参谋截图 6. 淘宝直播中控台 7. 阿里创作平台 <p>案例库资源：</p> <p>《山东水利职业学院新媒体营销课程思政案例库》</p>
<p>教学设计思路</p>	<p>本设计以岗位职业能力标准为导向，以专业国家教学标准为依据，以“能力本位”的育人理念为主线，综合分析学生学情特征，确定教学目标；在教学实施的中基于行动导向学习理论充分发挥学生的主体地位，以真实的任务为引领，通过创设问题情境、价值判断情境等充分发挥学生的自主探究能力，利用信息技术搭建智慧学习环境，使学生在线上教学资源库的支撑和教师的引导下了解淘宝营销较传统营销的优势所在，熟悉淘宝直播带货技巧，在实践探索中积极完成课堂任务，锻炼学生学以致用，解决实际问题的能力；课程设计中融入新媒体时代的商业伦理教育，发挥课程思政的渠道功能，培养学生遵规守法、尚善尚美，服务地方社会的意识。</p> <p>具体实施如下：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 课前：学生登录教学平台，依据教师的导学案完成预习任务和课前检测；搜集淘宝直播内容策划的相关资料。 2. 课中：（1）教师播放某县长“脱贫攻坚”直播带货专场视频，引出淘宝直播的内容策划的相关知识，完成知识目标 1 的学习。（2）学生结合课前预习，以小组为单位探究淘宝直播数据分析的几种方式，将小组意见共享至教学平台，教

师补充总结，完成知识目标 2 的学习。（3）实践应用，完成课堂任务。（4）教师 and 同学们共同点评总结。

3. 课后：以小组为单位，学生下载安装最新的淘宝主播 APP，注册成为淘宝主播，学习主播学院相关视频，从中进行选品，根据选品撰写直播脚本，开启直播，直播过程中进行直播引流，直播后进行数据分析。



教学过程	教学内容	思政元素及呈现形式	教学方法或手段	时间分配
	<p>课前：</p> <p>1.登录教学平台，领取导学案；</p> <p>2.依据电子课件完成课前自学，完成课前自测；</p> <p>3 搜集淘宝直播内容策划的相关资料。</p>		学生自主学习	学生自主把握
<p>课中：</p> <p>1.案例导入（某县长“脱贫攻坚”直播带货专场视频）</p> <p>通过播放某县长“脱贫攻坚”直播带货专场视频，激发同学们的讨论，引出淘宝直播的内容策划的相关知识，教师补</p>	<p>思政元素：</p> <p>1.脱贫攻坚的理念的渗透，引导同学们关心时事政治，拥有远大抱负；</p> <p>2.在撰写淘宝直播</p>	<p>1.案例分析</p> <p>2.问题情境</p> <p>3.自主探究</p> <p>4.小组合作</p>	<p>1.案例导入 15 分钟</p> <p>2.小组探究 30 分钟</p> <p>3.实践应用 35 分钟</p>	

	<p>充总结。</p> <p>2. 小组探究(淘宝直播数据分析的几种方式)</p> <p>学生结合课前预习,以小组为单位探究淘宝直播数据分析的几种方式,将小组意见共享至教学平台,教师补充总结。</p> <p>3. 实践应用</p> <p>以小组为单位,利用淘宝主播 APP 从淘宝村播食品基地选品 3-5 件,讨论确定活动主题并撰写直播脚本。</p> <p>4. 点评总结</p> <p>教师和小组成员共同对直播脚本进行点评总结。</p>	<p>脚本的过程中使学生清楚和遵守淘宝直播平台的规则和推荐机制,维护平台健康和谐发展的网络环境。</p> <p>呈现方式:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.视频播放 2.小组讨论 3.教师点拨 		<p>4.点评总结 5 分钟</p>
	<p>课后:</p> <p>以小组为单位,学生下载安装最新的淘宝主播 APP,注册成为淘宝主播,学习主播学院相关视频,从中进行选品,根据选品撰写直播脚本,开启直播,直播过程中进行直播引流,直播后进行数据分析。</p>	<p>思政元素:</p> <p>直播活动时强调要严格遵守直播营销职业道德底线和法律红线,要诚实守信,不出售假冒伪劣商品,兑现客户服务承诺。</p> <p>呈现方式:</p> <p>案例分析</p>	学生自主学习	学生自主把握
课后作业及拓展	以小组为单位,学生下载安装最新的淘宝主播 APP,注册成为淘宝主播,学习主播学院相关视频,从中进行选品,根据选品撰写直播脚本,开启直播,直播过程中进行直播引流,直播后进行数据分析。			
课堂小结	通过本节课的学习,学生基本了解淘宝直播内容策划的技巧,初步能进行淘宝直播内容的策划;能对直播进行引流并进行数据分析;初步具备维护有利于淘宝直播平台健康和谐发展的网络环境,营造风清气正的社区生态,认真遵守淘宝直播自律公约的意识。本次课学生积极性极高,95%左右的同学的课堂作业完成度较高,有效达成教学目标,教学效果较好。			
教学反思	这节课在知识目标、能力目标和情感与态度目标上达成度较高。学生在小组探究和实践应用中参与度很高,究其原因,一是本节课讲的涉及的内容是学生感兴趣的直播话题,贴近学生的生活,二是形式丰富多样,能够调动学生的积极性。并且在教学过程中能够很好地融入课程思政的元素,让学生在润物无声中树立了正确的价值观。在以后的课堂教学中应该借鉴这堂课的教学方式,以学生为主体,将课堂还给学生。			

章节内容	B 站简介及内容创作	学时	2
授课场所	国家级电子商务综合实训室	授课形式	线上线下、专创融合 混合式教学
学情分析	<p>学习基础及特点：学生已经学习了新媒体营销概述、微信、微博、抖音短视频、淘宝直播的营销方法，具备了一定的知识基础，在流行新媒体平台上进行营销实践的意愿强烈。</p> <p>能力水平：学生已经具备了一定的创作、分析能力，能够在微信、微博平台上开展营销活动，初步具备了一定的新媒体营销能力。但是面对新鲜事物，学习能力还有待加强。</p> <p>思想状况：尚未形成明确的政治信念，对多样化、多元化、混沌模糊的 B 站平台内容缺乏辨别能力，容易受错误的网络舆论干扰。</p>		
教学目标	知识目标	能力目标	思政目标
	<ol style="list-style-type: none"> 了解 B 站的特征； 掌握 B 站的产品形态、核心业务、B 站 UP 主； 掌握 B 站的推荐机制。 	<ol style="list-style-type: none"> 能够完成 B 站的账号注册和资料设置； 能够在 B 站找出一个热门视频，分析它的特点 	<ol style="list-style-type: none"> 凝练整合案例，多层次、多角度培养学生增强电子商务职业素养与家国情怀。 宣传中国的传统文化与创新的时代精神。
教学重点	B 站的推荐机制		
教学难点	B 站的推荐机制		
教学资源 (含思政资源)	<p>视频资源：“后浪”，“哔哩哔哩视频卫星” 升空视频 “雷军入驻 B 站，小米发力 B 站营销” 视频 “钉钉本钉，在线求饶” 视频</p> <p>文本资源：2020 年 B 站用户画像报告 B 站平台规则与推荐机制</p> <p>图片资源：B 站的人群画像</p> <p>案例库资源：《山东水利职业学院新媒体营销课程思政案例库》</p>		

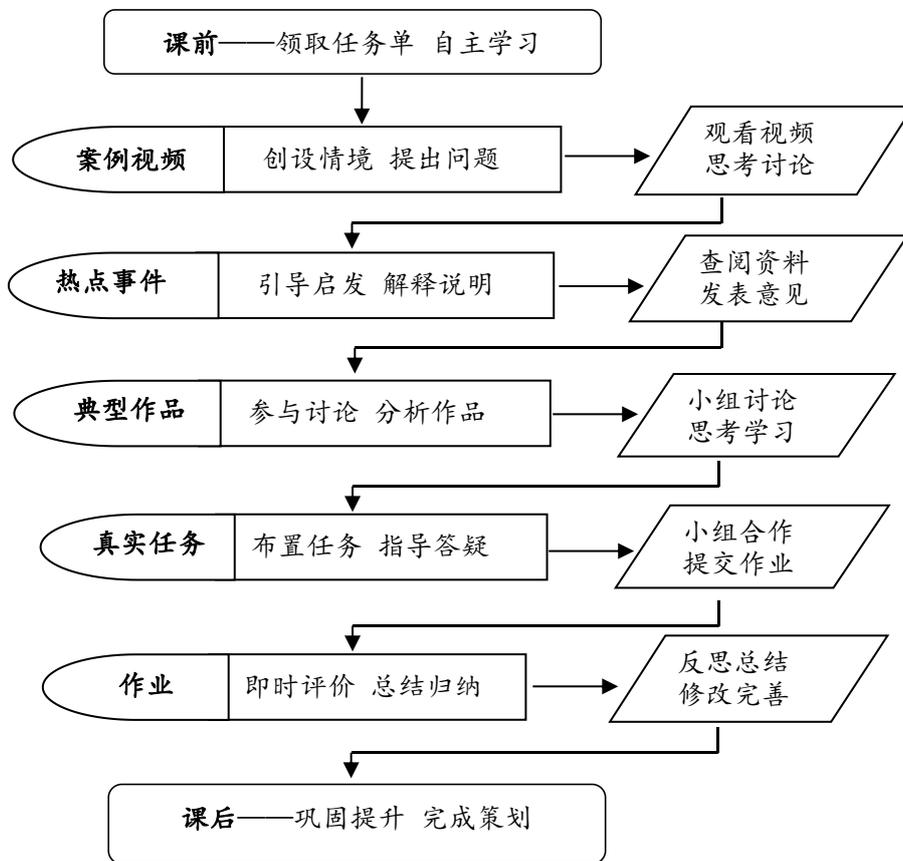
教学设计
思路

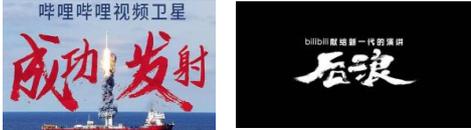
本设计以岗位职业能力标准为导向，以专业国家教学标准为依据，综合分析学生学情，确定教学目标。教学实施的中以真实任务引领，通过创设问题情境、价值判断情境等发挥学生的自主探究能力。课程设计中融入新媒体时代的营销伦理教育，培养学生遵规守法、尚善尚美，服务地方社会的意识。具体实施如下：

课前：课前，学生登录蓝墨云平台，依据教师的导学案完成预习任务和课前检测，便于老师了解学情，学生了解 B 站平台。

课中：（1）教师**导入**B 站营销的正面案例，学生汇报各小组讨论汇报 B 站营销的优势。过程中凸显中国优秀的企业文化，引发学生思考如何将优秀传统文化通过新媒体营销发扬传播；（2）教师通过视频案例和《新媒体营销》课程思政案例库，引导学生**探究**B 站平台的特点、人群画像、产品形态、核心业务、B 站 UP 主。渗透拼搏奋斗和爱国主义情怀。（3）讲解**分析**B 站平台的推荐机制，引导学生培养中国的传统文化与创新的时代精神。（4）**实践**应用，完成课堂任务；（5）教师和企业营销宣传部门负责人共同点评总结。

课后：学生完成 B 站策划方案，教师跟踪辅导。



	教学内容	思政元素及呈现形式	教学方法或手段	时间分配
教学 过 程	<p>课前:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.登录蓝墨云班课教学平台, 领取导学案 2.依据电子课件完成课前自学, 完成课前自测 3.观看“后浪”, “哔哩哔哩视频卫星”升空等视频, 统计曝光量并发起讨论。 	<p>思政元素: “后浪”, “哔哩哔哩视频卫星”升空等视频等体现的拼搏奋斗和爱国主义情怀。</p> <p>呈现形式: 教学平台留言讨论</p>	<p>任务发布</p> <p>学生自主学习</p>	<p>学生自主把握</p>
	<p>课中:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.案例导入 (B 站营销的优势) 通过“雷军入驻 B 站, 小米发力 B 站营销”的案例激发各小组讨论汇报 B 站营销的优势, 教师补充总结; 2.自主探究 (B 站概述) 通过“钉钉本钉, 在线求饶”视频案例学习 B 站平台的特点。小组案例讨论 B 站的人群画像并总结其特点。 集合学校《新媒体营销》课程思政案例库, 自主探究 b 站的产品形态、核心业务、B 站 UP 主等知识点, 将小组意见共享至教学平台, 师生共同总结; 3.讲解分析 (B 站的推荐机制) 教师结合“主播说联播”栏目介绍 B 站推荐机制及如何依据各自的特点选择最有利的推荐……, 提高 B 站视频的曝光量; 4.实践应用 学生依据所学知识总结 B 站平台的特征, 并且找出一个热门视频, 找到他们的特点。 	<p>思政元素:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. “雷军入驻 B 站, 小米发力 B 站营销”中优秀的企业文化。 2. “钉钉本钉, 在线求饶”视频案例中疫情期间中国人民奋勇抗疫的和谐奋进的爱国主义情怀。 3. “主播说联播”栏目弘扬的中国的传统文化与创新的时代精神。 <p>呈现方式:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.视频呈现 2.讨论发言 3.学生作业 	<p>案例讨论</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1.案例导入 8 分钟 2.自主探究 20 分钟 3.讲解分析 35 分钟 4.实践应用 15 分钟

	<p>5.点评总结 教师和企业营销宣传部门负责人借助网络教学平台共同对学生作业点评总结。</p>			<p>5.点评总结 12 分钟</p>
	<p>课后: 学生预习下一节内容,分小组完成课后作业。</p>	<p>思政元素: 小组分析展示成果,体现互相协助的团队精神。 呈现方式: 小组讨论</p>		
<p>课后作业及拓展</p>	<p>课后,学生预习下一节内容,尝试为山东日照祥路碧海茶叶有限公司策划 B 站方案。</p>			
<p>课堂小结</p>	<p>这节课主要讲解通过本节课的学习,学生基本了解 B 站的定义、人群画像、产品形态、核心业务、B 站 UP 主,总结了 B 站的推荐机制。初步能利用 B 站推荐机制进行作品优化;初步具备电子商务职业素养与家国情怀。培养学生中国的传统文化与创新的时代精神。本次课学生积极性极高,95%左右的同学的课堂作业得到了企业认可,有效达成教学目标,教学效果较好。</p>			
<p>教学反思</p>	<p>在新媒体营销课程教学中,施教者应有意识的创造学生择业的多种可能性。由于我们招生体制的局限性,导致每个学生所选择的专业具有一定的盲目性。每个学生的性格、喜好和资质的不同,决定了他将来可能从事专业以外的职业。所以新媒体教学教育应该从大的角度着眼而不仅仅局限于“专业设计特色”,对学生更有意义更有帮助,尽可能得帮助每个学生打下更宽的基础。以“学”为中心另外应突出教学深入生活,引导学生主动去体验生活,培养学生感知生活和变化的能力,在实践中发现设计素材,充分尊重他们对生活的理解和创造。</p>			

章节内容	B 站内容创作及营销方式	学时	2
授课场所	国家级电子商务综合实训室	授课形式	线上线下、专创融合混合式教学
学情分析	<p>学习基础及特点：学生已经学习了新媒体营销概述、微信、微博、抖音短视频、淘宝直播的营销方法，另外通过上节课的学习学生已经掌握了 B 站的基本知识，对于如何在 B 站创作视频与营销实践的意愿强烈。</p> <p>能力水平：学生已经具备了一定的创作、分析能力，能够在微信、微博、抖音短视频、淘宝直播平台上开展营销活动，初步具备了一定的新媒体营销能力。但是对于新媒体平台的创作与营销，学习能力还有待加强。</p> <p>思想状况：尚未形成独立思考的意识，对各个平台的数据分析能力欠缺，没有形成系统的逻辑思维能力。</p>		
教学目标	知识目标	能力目标	思政目标
	<p>1. 掌握 B 站的内容创作形式和技巧；</p> <p>2. 掌握 B 站的营销方式。</p>	<p>1. 能够依据平台创作要求创作 B 站优质视频。</p> <p>2. 能够掌握 B 站的营销方式，学会利用 B 站的营销方式开展营销。</p>	<p>1. 培养学生创作的专注、创新等方面的工匠精神。</p> <p>2. 引导学生维护 B 站平台健康和谐发展的网络环境，营造风清气正的社区生态。</p>
教学重点	B 站的内容创作形式和技巧与营销方式		
教学难点	B 站的营销方式		
教学资源 (含思政资源)	<p>视频资源：“钉钉本钉，在线求饶”视频 拼多多、阿里云、喜马拉雅等品牌号 B 站创作视频 美团「外卖圣杯战争」的视频 华为与 UP 主何同学合作创作测试视频 UP 主敬汉卿用可口可乐+咖啡进行“不正经测试”</p> <p>文本资源：钉钉《在线求饶》视频</p>		

B 站的创作公约

纳豆败诉 B 站违约案案例

案例库资源：《山东水利职业学院新媒体营销课程思政案例库》

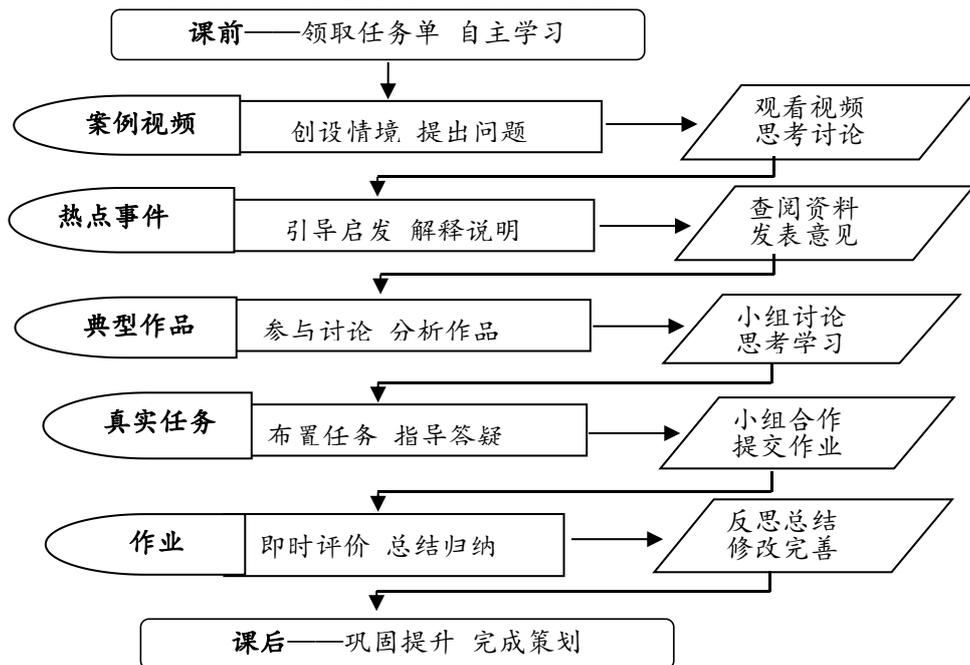
本设计以岗位职业能力标准为导向，以专业国家教学标准为依据，综合分析学生学情，确定教学目标。教学实施的中以真实任务引领，通过创设问题情境、价值判断情境等发挥学生的自主探究能力。课程设计中融入新媒体时代的营销伦理教育，培养学生创作的专注、创新等方面的工匠精神。具体实施如下：

课前：课前，学生登录蓝墨云平台，依据教师的导学案完成预习任务和课前检测，便于老师了解学情，学生了解 B 站的创作方式。

课中：（1）教师**导**入钉钉《在线求饶》的正面案例，学生汇报各小组讨论汇报钉钉在 B 站创作的特点。过程中体现视频创作的专注、创新等方面的工匠精神，引发学生思考。（2）教师通过视频案例和《新媒体营销》课程思政案例库，引导学生**探**究 B 站的创作形式。维护 B 站平台健康和谐发展的网络环境，营造风清气正的社区生态。（3）讲解**分**析 B 站平台的营销方式，引导学生创作视频时，保证内容真实感与价值感。（4）**实**践应用，完成课堂任务；（5）教师和企业营销宣传部门负责人共同**评**总结。

课后：学生完成 B 站策划方案，教师跟踪辅导。

教学设计思路



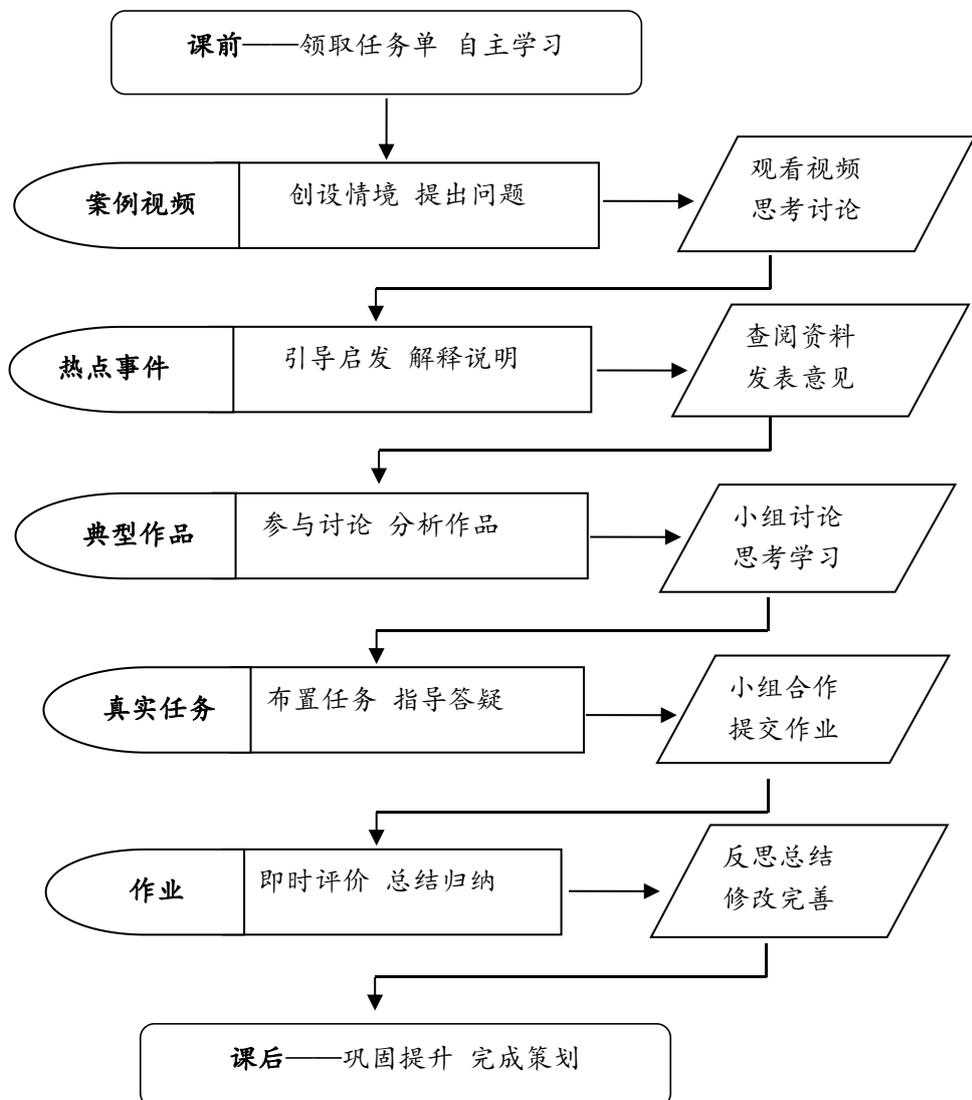
	教学内容	思政元素及呈现形式	教学方法或手段	时间分配
教 学 过 程	<p>课前:</p> <p>1.登录蓝墨云班课教学平台, 领取导学案</p> <p>2.依据电子课件完成课前自学, 完成课前自测</p> <p>3.观看山东日照祥路碧海茶叶有限公司提高抖音短视频、统计其曝光量。</p>	<p>思政元素: 山东日照祥路碧海茶叶有限公司 B 站的理念</p> <p>呈现形式: 教学平台留言讨论</p>	<p>任务发布</p> <p>学生自主学习</p>	<p>学生自主把握</p>
	<p>课中:</p> <p>1.案例导入 (B 站营销成功案例)</p> <p>通过钉钉《在线求饶》的案例激发各小组讨论 B 站营销成功的原因, 引发怎么创作优秀视频的思考, 教师补充总结;</p> <p>2.自主探究 (B 站的创作形式)</p> <p>学习 B 站的创作公约, 讨论纳豆败诉 B 站违约案, 结合学校“新媒体营销课程思政案例库”, 自主探究 B 站平台的自律公约, 将小组意见共享至教学平台, 师生共同总结深化 B 站平台的自律公约;</p> <p>通过拼多多、阿里云、喜马拉雅等品牌号 B 站创作形式以及美团的「外卖圣杯战争」的视频, 小组讨论学习如何制作出优质的作品。</p> <p>3.讲解分析 (B 站的营销方式)</p> <p>教师结合案例分析: 华为与 UP 主何同学合作创作测试视频、UP 主敬汉卿用可口可乐+咖啡进行“不正经测试”。以及 B 站的视频创作历史, 讲授 B 站的圈层内容营销的三种方式。</p> <p>4.实践应用</p> <p>学生依据所学知识利用数据平台进行后期传播效果核查和舆情观察。</p>	<p>思政元素:</p> <p>1.钉钉《在线求饶》的案例中视频创作的专注、创新等方面的工匠精神;</p> <p>2.学习 B 站的创作公约, 纳豆败诉 B 站违约案, 维护 B 站平台健康和谐发展的网络环境, 营造风清气正的社区生态;</p> <p>3.通过案例讨论培养学生在创作中的专注、独立思考、创新创造等方面的工匠精神。</p> <p>4.通过讲解 B 站营销方式指出品牌信息植入创作视频时, 保证内容真实感与价值感, 做到“有趣有料”。用户、品牌、UP 主之间一定要深度沟通和强化信任、激发共鸣。</p>	<p>1.案例分析</p> <p>2.问题情境</p> <p>3.自主探究</p> <p>4.小组合作</p>	<p>1.案例导入 8 分钟</p> <p>2.自主探究 20 分钟</p> <p>3.讲解分析 35 分钟</p> <p>4.实践应用 15 分钟</p>

	<p>5.点评总结 教师和企业营销宣传部门负责人借助网络教学平台共同对学生作业点评总结。</p>	<p>呈现方式: 1.视频呈现 2.讨论发言 3.学生作业</p>		<p>5.点评总结 12 分钟</p>
	<p>课后: 学生预习下一节内容,尝试为山东日照祥路碧海茶叶有限公司策划 B 站方案,并进行营销宣传。</p>	<p>思政元素: 策划方案中尚善尚美的核心理念 呈现方式: 策划方案</p>		
<p>课后作业及拓展</p>	<p>课后,学生预习下一节内容,尝试为山东日照祥路碧海茶叶有限公司策划 B 站方案并进行营销宣传。</p>			
<p>课堂小结</p>	<p>这节课主要讲解通过本节课的学习,学生基本了解 B 站的创作内容、营销方式。初步能利用 B 站的创作要点进行作品优化;初步具备电子商务职业素养。培养学生创作视频的专注、创新等方面的工匠精神。维护 B 站平台健康和谐发展的网络环境,营造风清气正的社区生态。本次课学生积极性极高,92%左右的同学的课堂作业得到了企业认可,有效达成教学目标,教学效果较好。</p>			
<p>教学反思</p>	<p>丰富的线上资源给学生锻炼了学生的自主探究能力,便于师生课堂上集中解决疑难问题,提高了课堂教学的实效性;专创融合式教学方法激发了学生学习积极性,锻炼了学生学以致用,服务地方经济的能力;教师与企业负责人联合评价,加强了课堂教学与职业需求的对接;课程中融入的新媒体营销伦理教育,有效发挥了专业课程的思政育人渠道功能,于无形中渗透着对学生良好职业素养的熏陶。在以后的教学中,一方面要进一步加强学生的实践设计,进一步挖掘学生的课堂主体地位;另一方面要深入挖掘课程的思政元素,加大对学生的职业道德教育。</p>			

章节内容	今日头条营销概述	学时	2
授课场所	国家级电子商务综合实训室	授课形式	线上线下、专创融合混合式教学
学情分析	<p>学习基础及特点：学生已经学习了微信、微博、抖音、淘宝、B站的营销方法，具备了一定的知识基础，在流行新媒体平台上进行营销实践的意愿强烈</p> <p>能力水平：能够在微信、微博、抖音、淘宝、B站平台上开展营销活动，初步具备了一定的新媒体营销能力</p> <p>思想状况：尚未形成明确的职业素养，对今日头条平台还停留在资讯平台的认识阶段</p>		
教学目标	知识目标	能力目标	思政目标
	<p>1. 了解头条的用户特征；</p> <p>2. 理解头条的推荐机制和审核要点</p>	<p>1. 能够根据头条的推荐机制创作内容；</p> <p>2. 能够创作符合头条用户需求的头条文章、微头条、视频。</p>	<p>1. 引导学生树立遵纪守法的职业道德意识</p> <p>2. 按照评优原则让创作者在评优标准的基础上努力为个人、企业和社会创作更多优质、原创度高、有价值的内容</p>
教学重点	今日头条的推荐机制		
教学难点	依据今日头条平台的规则和推荐机制提升作品曝光量		
教学资源 (含思政资源)	<p>视频资源：今日头条官方宣传片 考清华和中 500 万哪个更难</p> <p>文本资源：头条专栏学院-优质内容评定标准</p> <p>图片资源：今日头条-重温“酒”时光——我与老酒的故事有奖征文活动</p> <p>案例库资源：《山东水利职业学院新媒体营销课程思政案例库》</p>		
教学设计思路	<p>本设计以岗位职业能力标准为导向，以专业国家教学标准为依据，综合分析学生学情，确定教学目标。教学实施的中以真实任务引领，通过创设问题情境、价值判断情境等发挥学生的自主探究能力。课程设计中融入新媒体时代的营销伦理教育，培养学生遵纪守法、尚善尚美，服务地方社会的意识。具体实施如下：</p> <p>1. 课前：学生领取导学案，完成课前预习和自测。</p>		

2. 课中：（1）教师**导**入今日头条营销的正面案例，学生汇报今日头条营销的基本数据和人物画像特点，过程中引发学生思考如何将优秀传统文化通过新媒体营销发扬传播；（2）教师借助案例，引导学生**探**究抖优质内容评定标准，渗透关于按照评优原则让创作者在评优标准的基础上努力为个人、企业和社会创作更多优质、原创度高、有价值内容的思考；（3）讲解**分**析今日头条平台的推荐机制，引导学生树立遵规守法的新媒体营销意识；（4）**实**践应用，完成课堂任务；（5）教师和企业营销宣传部门负责人共同点**评**总结。

3. 课后：学生完成今日头条营销的策划方案，教师跟踪辅导。



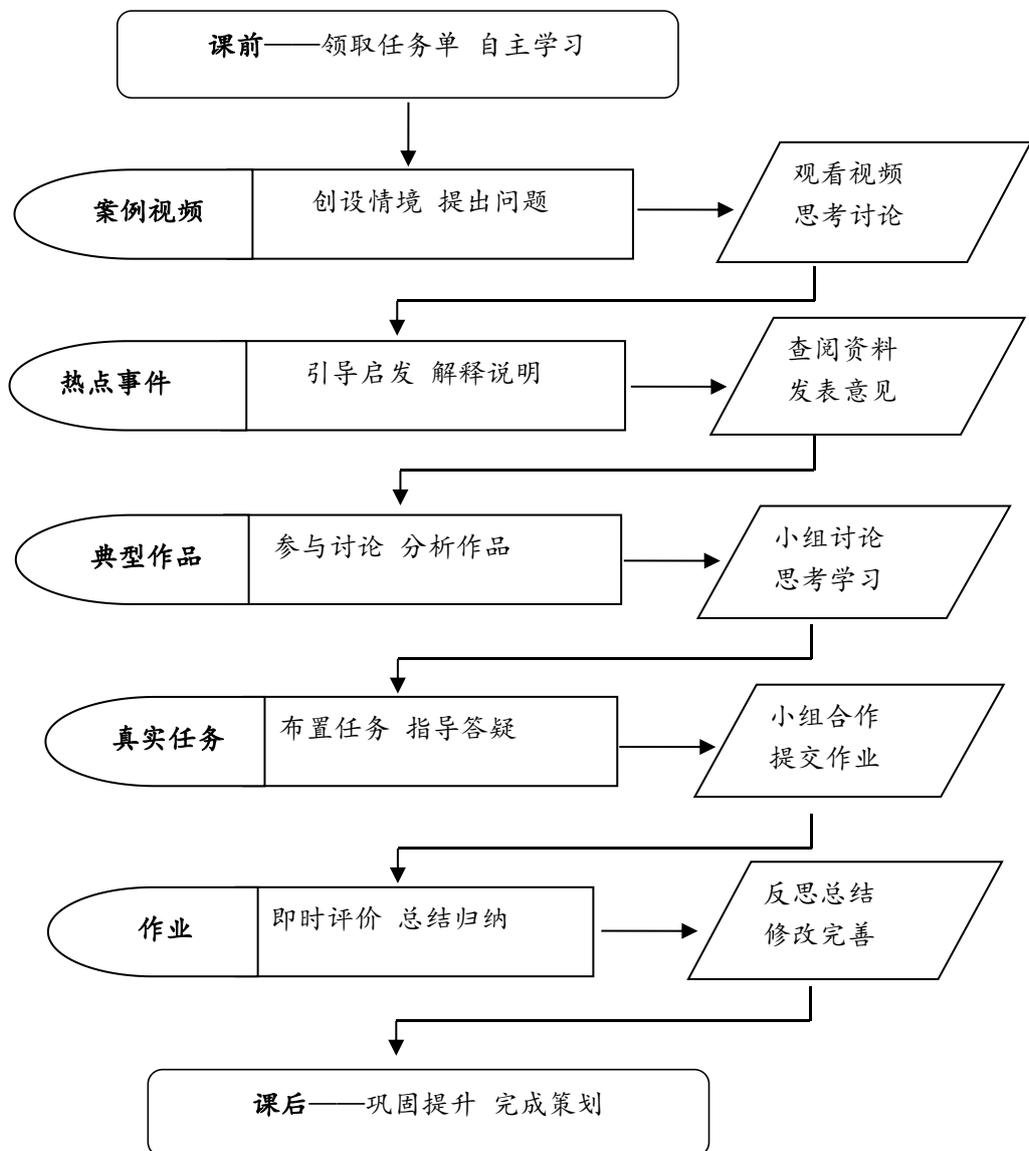
	教学内容	思政元素及呈现形式	教学方法或手段	时间分配
教 学 过 程	<p>课前:</p> <p>1.登录教学平台, 领取导学案</p> <p>2.依据电子课件完成课前自学, 完成课前自测</p> <p>3.观看山东日照祥路碧海茶叶有限公司提高抖音短视频、统计其曝光量</p>	<p>思政元素: 山东日照祥路碧海茶叶有限公司的核心经营理念</p> <p>呈现形式: 教学平台留言讨论</p>	学生自主学习	学生自主把握
	<p>课中:</p> <p>1.案例导入(今日头条的营销价值)</p> <p>通过“五粮液‘老酒回家’活动联合今日头条发起重温“酒”时光——我与老酒的故事有奖征文活动”的案例激发各小组讨论汇报今日头条的优势和人物画像特点, 教师补充总结;</p> <p>2.小组讨论(企业设立今日头条号对企业有什么意义?)</p> <p>学生搜索案例中提到的相关话题内容, 选择最喜欢的一条进行分析: 发布这条内容的账号是什么性和为什么吸引你, 将小组意见共享至教学平台, 师生共同总结深化优质内容评定标准;</p> <p>3.讲解分析(今日头条的平台简介、用户画像和内容推荐机制)</p> <p>教师结合案例, 讲解分析今日头条平台的推荐机制及如何依据各自的特点选择最有利的画面视觉和文案编剧, 提高短视频的曝光量;</p> <p>4.实践应用</p> <p>本着“课程为本、地化服务”的原则, 运用本课所学知识为山东日照祥路碧海茶业有限公司构建今日头条平台的用户画像。</p>	<p>思政元素:</p> <p>1. “五粮液‘老酒回家’活动联合今日头条发起重温“酒”时光——我与老酒的故事有奖征文活动”中企业文化与新媒体的融合</p> <p>2. 通过优质内容评定标准的讨论引发内容创作中的原创、精益、专注、创新等方面的职业精神的思考。</p> <p>3. 实践中体现的新媒体营销者的个性化创作的理念</p> <p>呈现方式:</p> <p>1. 文本资料</p> <p>2. 讨论发言</p> <p>3. 学生作业</p>	<p>1.案例分析</p> <p>2.问题情境</p> <p>3.自主探究</p> <p>4.小组合作</p>	<p>1.案例导入 8分钟</p> <p>2.自主探究 20分钟</p> <p>3.讲解分析 35分钟</p> <p>4.实践应用 15分钟</p>

	<p>5.点评总结 教师和企业营销宣传部门负责人借助网络教学平台共同对学生作业点评总结。</p>			<p>5.点评总结 12 分钟</p>
	<p>课后: 学生预习下一节内容,尝试为山东日照祥路碧海茶叶有限公司策划今日头条宣传文案。</p>	<p>思政元素: 策划方案中个性化创作的核心理念</p> <p>呈现方式: 策划方案</p>		
<p>课后作业及拓展</p>	<p>课后,学生预习下一节内容,尝试为山东日照祥路碧海茶叶有限公司策划今日头条宣传文案。</p>			
<p>课堂小结</p>	<p>通过本节课的学习,学生基本了解学习了今日头条的基础知识,包括平台简介和用户画像,主要学习了今日头条推荐系统的三个维度和头条推荐过程的九个步骤,学习和领会了内容创作中的原创、精益、专注、创新等方面的职业精神。本次课学生积极性极高,96%以上的学生认识到今日头条覆盖了中国最主流的消费群体,是一个非常重要的新媒体营销平台,同学的课堂作业得到了企业认可,有效达成教学目标,教学效果良好。</p>			
<p>教学反思</p>	<p>新媒体营销课程的教学不仅为后几年的专业学习打基础,而且学生从丰富的、可灵活选择的基础课开始,就可形成个性化的基础性知识和技能框架,在更为广阔的领域中找到学习的兴趣点和自身发展的潜在方向。对多种技能的了解和尝试,为学生今后的项目实践提供扎实有力的支持,并为创造性的解决问题提供可供迁移、综合的知识技能储备。新媒体营销课程的教学不仅为后几年的专业学习打基础,而且学生从丰富的、可灵活选择的基础课开始,就可形成个性化的基础性知识和技能框架,在更为广阔的领域中找到学习的兴趣点和自身发展的潜在方向。对多种技能的了解和尝试,为学生今后的项目实践提供扎实有力的支持,并为创造性的解决问题提供可供迁移、综合的知识技能储备。</p>			

章节内容	今日头条营销概述	学时	2
授课场所	国家级电子商务综合实训室	授课形式	线上线下、课创融合混合式教学
学情分析	<p>学习基础及特点：学生已经学习了微信、微博、抖音、淘宝、B站的营销方法，具备了一定的知识基础，在流行新媒体平台上进行营销实践的意愿强烈</p> <p>能力水平：能够在微信、微博、抖音、淘宝、B站平台上开展营销活动，初步具备了一定的新媒体营销能力</p> <p>思想状况：尚未形成明确的职业素养，对今日头条平台还停留在资讯平台的认识阶段</p>		
教学目标	知识目标	能力目标	思政目标
	<p>1. 了解头条的用户特征；</p> <p>2. 理解头条的推荐机制和审核要点</p>	<p>1. 能够根据头条的推荐机制创作内容；</p> <p>2. 能够创作符合头条用户需求的头条文章、微头条、视频。</p>	<p>1. 引导学生树立遵纪守法的职业道德意识</p> <p>2. 按照评优原则让创作者在评优标准的基础上努力为个人、企业和社会创作更多优质、原创度高、有价值的内容</p>
教学重点	今日头条的推荐机制		
教学难点	依据今日头条平台的规则和推荐机制提升作品曝光量		
教学资源 (含思政资源)	<p>视频资源：今日头条官方宣传片 考清华和中 500 万哪个更难</p> <p>文本资源：头条专栏学院-优质内容评定标准</p> <p>图片资源：今日头条-重温“酒”时光——我与老酒的故事有奖征文活动</p> <p>案例库资源：《山东水利职业学院新媒体营销课程思政案例库》</p>		
教学设计思路	<p>本设计以岗位职业能力标准为导向，以专业国家教学标准为依据，综合分析学生学情，确定教学目标。教学实施的中以真实任务引领，通过创设问题情境、价值判断情境等发挥学生的自主探究能力。课程设计中融入新媒体时代的营销伦理教育，培养学生遵纪守法、尚善尚美，服务地方社会的意识。具体实施如下：</p> <p>1. 课前：学生领取导学案，完成课前预习和自测。</p>		

2. 课中：（1）教师**导**入今日头条营销的正面案例，学生汇报今日头条营销的基本数据和人物画像特点，过程中引发学生思考如何将优秀传统文化通过新媒体营销发扬传播；（2）教师借助案例，引导学生**探**究抖优质内容评定标准，渗透关于按照评优原则让创作者在评优标准的基础上努力为个人、企业和社会创作更多优质、原创度高、有价值内容的思考；（3）讲解**分**析今日头条平台的推荐机制，引导学生树立遵规守法的新媒体营销意识；（4）**实**践应用，完成课堂任务；（5）教师和企业营销宣传部门负责人共同点**评**总结。

3. 课后：学生完成今日头条营销的策划方案，教师跟踪辅导。



	教学内容	思政元素及呈现形式	教学方法或手段	时间分配
教 学 过 程	<p>课前:</p> <p>1.登录教学平台, 领取导学案</p> <p>2.依据电子课件完成课前自学, 完成课前自测</p> <p>3.观看山东日照祥路碧海茶叶有限公司提高抖音短视频、统计其曝光量</p>	<p>思政元素: 山东日照祥路碧海茶叶有限公司的核心经营理念</p> <p>呈现形式: 教学平台留言讨论</p>	学生自主学习	学生自主把握
	<p>课中:</p> <p>1.案例导入(今日头条的营销价值)</p> <p>通过“五粮液‘老酒回家’活动联合今日头条发起重温“酒”时光——我与老酒的故事有奖征文活动”的案例激发各小组讨论汇报今日头条的优势和人物画像特点, 教师补充总结;</p> <p>2.小组讨论(企业设立今日头条号对企业有什么意义?)</p> <p>学生搜索案例中提到的相关话题内容, 选择最喜欢的一条进行分析: 发布这条内容的账号是什么性和为什么吸引你, 将小组意见共享至教学平台, 师生共同总结深化优质内容评定标准;</p> <p>3.讲解分析(今日头条的平台简介、用户画像和内容推荐机制)</p> <p>教师结合案例, 讲解分析今日头条平台的推荐机制及如何依据各自的特点选择最有利的画面视觉和文案编剧, 提高短视频的曝光量;</p> <p>4.实践应用</p> <p>本着课程为本地化服务的原则, 运用本课所学知识为山东日照祥路碧海茶叶有限公司构建今日头条平台的用户画像。</p>	<p>思政元素:</p> <p>3. “五粮液‘老酒回家’活动联合今日头条发起重温“酒”时光——我与老酒的故事有奖征文活动”中企业文化与新媒体的融合</p> <p>4. 通过优质内容评定标准的讨论引发内容创作中的原创、精益、专注、创新等方面的职业精神的思考。</p> <p>3.实践中体现的新媒体营销者的个性化创作的理念</p> <p>呈现方式:</p> <p>1.文本资料</p> <p>2 讨论发言</p> <p>3.学生作业</p>	<p>1.案例分析</p> <p>2.问题情境</p> <p>3.自主探究</p> <p>4.小组合作</p>	<p>1.案例导入 8 分钟</p> <p>2.自主探究 20 分钟</p> <p>3.讲解分析 35 分钟</p> <p>4.实践应用 15 分钟</p>

	<p>5.点评总结 教师和企业营销宣传部门负责人借助网络教学平台共同对学生作业点评总结。</p>			<p>5.点评总结 12 分钟</p>
	<p>课后： 学生预习下一节内容，尝试为山东日照祥路碧海茶叶有限公司策划今日头条宣传文案。</p>	<p>思政元素： 策划方案中个性化创作的核心理念</p> <p>呈现方式： 策划方案</p>		
<p>课后作业及拓展</p>	<p>课后，学生预习下一节内容，尝试为山东日照祥路碧海茶叶有限公司策划今日头条宣传文案。</p>			
<p>课堂小结</p>	<p>通过本节课的学习，学生基本了解学习了今日头条的基础知识，包括平台简介和用户画像，主要学习了今日头条推荐系统的三个维度和头条推荐过程的九个步骤，学习和领会了内容创作中的原创、精益、专注、创新等方面的职业精神。本次课学生积极性极高，96%以上的学生认识到今日头条覆盖了中国最主流的消费群体，是一个非常重要的新媒体营销平台，同学的课堂作业得到了企业认可，有效达成教学目标，教学效果良好。</p>			
<p>教学反思</p>	<p>在新媒体营销教学中应纠正过去基础课与专业课“各自为政”的脱节现象，使基础课名副其实地成为专业的“基础”，打破原有狭隘的基础课教学格局，超越单纯技巧和经验的传授。为纠正基础课教学与专业课脱节的现象，有些院校也做了相关改革，比如将文字、版面等基础课程溶入到编辑设计等专业课中，除了这些以外，更应该从宏观上考虑新媒体营销课所从属的专业课和生产一线的需要，注意培养以下能力：一方面培养视觉反应力，增强视觉接受信息的能力，即感悟能力；另一方面开发想象能动性和对未知领域自觉探索即创新能力；还有，培养分析、思维能力，锻炼对事物的把握能力，努力使新媒体营销课程教学适应营销其他专业课的需要。</p>			

章节内容	今日头条营销技能训练	学时	2
授课场所	国家级电子商务综合实训室	授课形式	线上线下、专创融合混合式教学
学情分析	<p>学习基础及特点：学生已经学习了微信、微博、抖音、淘宝、B站的营销方法，并且学习了平台的基础知识，在流行新媒体平台上进行营销实践的意愿更强烈</p> <p>能力水平：能够在微信、微博、抖音、淘宝、B站平台上开展营销活动，初步具备了依据今日头条平台的规则和推荐机制提升作品曝光量的能力</p> <p>思想状况：超越了对今日头条平台是一家资讯平台的认识阶段，初步形成明确的新媒体营销人员职业素养</p>		
教学目标	知识目标	能力目标	思政目标
	1.掌握头条的账户创建方法； 2.掌握头条的内容创作形式和技巧。	1.掌握文章内容输出的要点； 2.掌握微头条内容输出和西瓜视频内容输出的要点； 3.掌握头条号内容推广、引流变现和运营数据分析的技巧	1.内容创作中的敬业、精益求精、专注、创新等方面的工匠精神； 2.通过标题吸引大量阅读和评论,但是不随波逐流成为标题党。
教学重点	今日头条的推荐机制		
教学难点	依据今日头条平台的规则和推荐机制提升作品曝光量		
教学资源 (含思政资源)	<p>视频资源：李永乐老师的西瓜视频-如何才能摆脱贫穷？穷人和富人有什么差别 【诺贝尔经济学奖解读】</p> <p>文本资源：头条文章《看到这样的任正非，我们又怎能忍心负了他和华为》 头条账号-果树圈子的文章“12个退出江湖的冷门苹果品种，你希望哪一个能重出江湖？”</p> <p>图片资源：头条号“李永乐老师”的微头条</p> <p>案例库资源：《山东水利职业学院新媒体营销课程思政案例库》</p>		

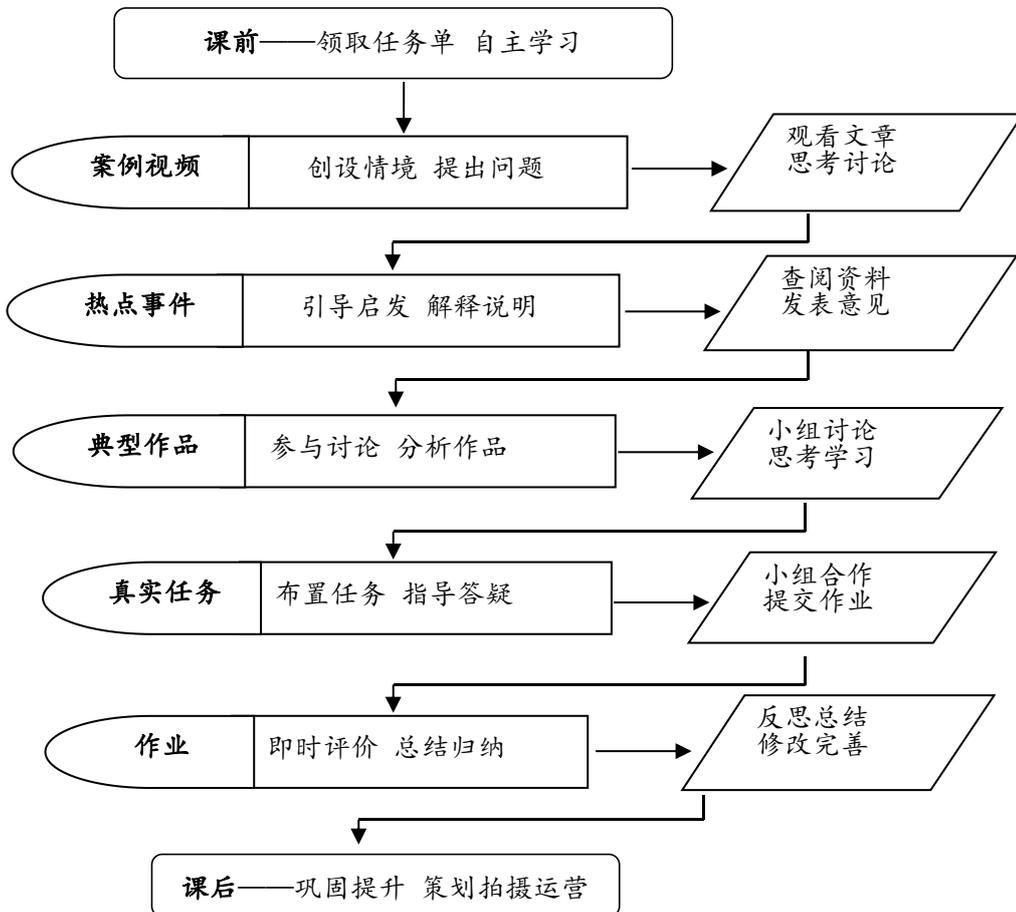
教学设计
思路

本设计以岗位职业能力标准为导向，以专业国家教学标准为依据，综合分析学生学情，确定教学目标。教学实施的中以真实任务引领，通过创设问题情境、技能训练等发挥学生的自主探究能力。课程设计中融入新媒体时代的营销伦理教育，培养学生内容创作中的敬业、精益、专注、创新等方面的工匠精神和服务地方社会的意识。具体实施如下：

1. 课前：学生领取导学案，注册个人头条号，完成课前预习和知识自测。

2. 课中：（1）教师**导入**今日头条账号-中国网，发布的关于丁克夫妇的文章题目的正面案例，学生汇报今日头条文章输出的关键环节，过程中引发学生思考如何通过标题吸引大量阅读和评论同时做到不随波逐流成为标题党；（2）教师借助头条号“李永乐老师”的微头条案例，引导学生**探究**爆款微头条都有哪些特点；（3）结合视频《考清华和中 500 万哪个更难》讲解**分析**今日头条平台的西瓜视频运营要点，引导学生树立遵规守法的新媒体营销意识；（4）结合企业今日头条平台账号数据，引**导**学生学会头条号内容推广、引流变现和运营数据分析；（5）实**践**应用，完成课堂任务；（6）教师和企业营销宣传部门负责人共同点**评**总结。

3. 课后：学生完成今日头条营销的策划方案，教师跟踪辅导。



	教学内容	思政元素及呈现形式	教学方法或手段	时间分配
教 学 过 程	课前： 1.登录教学平台，领取导学案 2.依据电子课件完成课前自学，完成课前知识自测 3.注册个人头条号	思政元素： 内容创作中的敬业、精益、专注、创新等方面的工匠精神 呈现形式： 教学平台留言讨论	学生自主学习	学生自主把握
	课中： 1.案例导入（今日头条文章输出的关键环节） 通过今日头条账号-中国网，发布的关于丁克夫妇的文章题目的正面案例，学生汇报今日头条文章输出的关键环节，过程中引发学生思考如何通过标题吸引大量阅读和评论同时做到不随波逐流成为标题党，教师补充总结。 2.小组讨论（爆款微头条都有哪些特点） 学生搜索头条号“李永乐老师”的微头条，引导学生讨论爆款微头条都有哪些特点，将小组意见共享至教学平台，师生共同总结。 3.讲解分析（今日头条平台的西瓜视频运营要点） 教师结合案例，讲解分析今日头条平台的西瓜视频运营要点。 4.讲解分析（今日头条平台的西瓜视频运营要点） 结合企业今日头条平台账号数据，引导学生学会头条号内容推广、引流变现和运营数据分析的基本技巧。 5.实践应用 本着课程为本地化服务的原则，运用本课所学知识为山东日照祥路碧海茶业	思政元素： 1. 通过标题吸引大量阅读和评论，但是不随波逐流成为标题党。 2.通过优质内容要点的讨论引发内容创作中的原创、精益、专注、创新等方面的职业精神的思考。 3.实践中体现的新媒体营销人员的创新创作的理念。 呈现方式： 1.文本资料 2 讨论发言 3.学生作业	1.案例分析 2.问题情境 3.自主探究 4.小组合作	1.案例导入 8 分钟 2.自主探究 20 分钟 3.讲解分析 35 分钟 4.实践应用 15 分钟 5.点评总结 12 分钟

	<p>有限公司撰写一篇品牌与文化方面的文章，并且引流推广。</p> <p>6.点评总结 教师和企业营销宣传部门负责人借助网络教学平台共同对学生作业点评总结。</p>			
	<p>课后： 学生预习下一节内容，利用手机软件尝试为山东日照祥路碧海茶业有限公司拍摄制作宣传企业文化的西瓜视频。</p>	<p>思政元素： 策划方案中创新创意的核心理念</p> <p>呈现方式： 策划方案</p>		
<p>课后作业及拓展</p>	<p>课后，学生预习下一节内容，尝试为山东日照祥路碧海茶业有限公司拍摄制作宣传企业文化的西瓜视频。</p>			
<p>课堂小结</p>	<p>通过本节课的学习，学生基本掌握今日头条的营销技能-账号注册认证及文章内容输出、微头条内容输出和西瓜视频内容输出的运营要点，基本掌握了头条号内容推广、引流变现和运营数据分析的基本技巧。本次课学生积极性极高，争做优质内容创作者，提供原创度高、有价值的内容。除了追求内容和创意，意识到还需要不断加强学习和练习，从而具备持续的内容产出能力。同学的课堂作业得到了企业认可，有效达成教学目标，教学效果良好。</p>			
<p>教学反思</p>	<p>教师是教学的组织者；知识的传授者；学生学习的引导者。教师的专业素质、教学能力，直接影响着教学质量和教学效果。面对经济文化的全球性交融与碰撞，教学改革方兴未艾，高职教育的扩招与大众化趋势，日益殷切的德育需要努力地迎合着事物的急促变化教师的高谈阔论也同样地面对学生在认识和方法论层面上的断裂和曲解。因此，作为营销专业教师应认真研究，深入反思自身差距，采取切实有效的方法和措施，弥补自身缺陷以适应现代教育对新媒体营销专业教师的高要求。</p>			

章节内容	知乎平台与营销技巧	学时	2
授课场所	国家级电子商务综合实训室	授课形式	线上+线下混合式教学
学情分析	<p>学习基础及特点：对目前流行平台（微博、今日头条等）的新媒体营销有一定的了解，对组内营销模拟的授课模式产生兴趣；</p> <p>能力水平：在之前的平台营销的授课中知识水平体系不断丰富，能够在微博、今日头条等平台上开展营销活动，具备了一定的新媒体营销能力；</p> <p>思想状况：形成较为明确的政治信念，对知乎平台内容有了一定的辨别能力，仍容易受错误的网络舆论干扰，对新的学习内容和课后挑战任务产生期待，同时对课程的重叠内容的产生倦怠，需要新的学习方法的刺激。</p>		
教学目标	知识目标	能力目标	思政目标
	<p>1. 了解知乎平台的优势和知乎营销的概念，以及知乎平台的人群画像；</p> <p>2. 熟悉知乎的产品矩阵；</p> <p>3. 掌握知乎盐值、知乎推荐机制和知乎的创作形式。</p>	<p>进行知乎账号注册与认证，并依据用户特点和推荐机制选择创作主题。</p>	<p>1. “有问题，就会有答案”培养建立学生积极求知、乐于探索的思维模式；</p> <p>2. 甄别和创作“主旋律”的内容。引导学生学习和输出对客户和社会有价值的知乎内容。</p>
教学重点	知乎平台推荐机制		
教学难点	依据知乎产品矩阵和知乎盐值创作内容		
教学资源 (含思政资源)	<p>视频资源：“知乎是什么”——知乎介绍视频 知乎：我们如何创造未来视频</p> <p>文本资源：2020年知乎用户调查报告 知乎平台规则与推荐机制——知乎盐值</p> <p>图片资源：知乎档案表；知乎产品矩阵；知乎话题汇总；知乎创作模块；挑选问题流程；优秀机构号——沪江；好的内容创作特点；个人经历开头法举例；专业经验开头法举例；原创保证开头法举例；主论点分论点写作举例；如何提高可信度举例；丰富可视化举例；故事型回答举例；分享型回答举例；盘点型回答举例</p> <p>案例库资源：《山东水利职业学院新媒体营销课程思政案例库》</p>		

教学设计 思路

本设计以岗位职业能力标准为导向，以专业国家教学标准为依据，综合分析学生学情，确定教学目标。教学实施的中以真实任务引领，通过创设问题情境、价值判断情境等发挥学生的自主探究能力。课程设计中融入新媒体时代的营销伦理教育，培养学生遵纪守法、尚善尚美，服务地方社会的意识。具体实施如下：

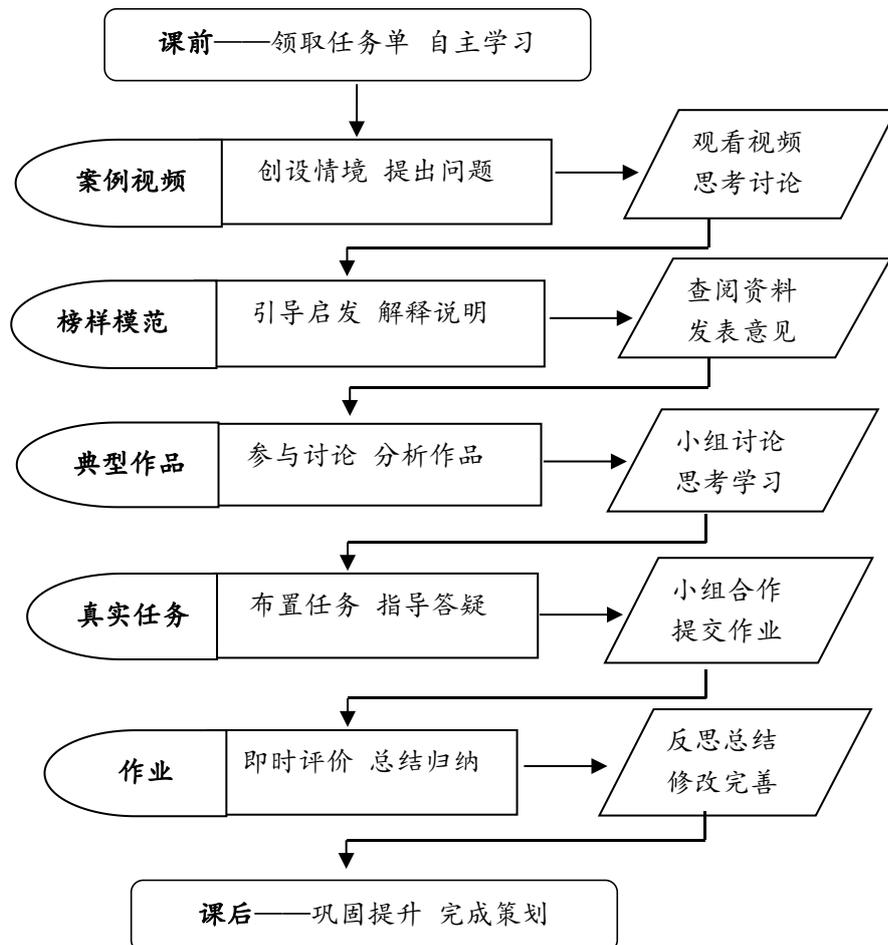
1. 课前：学生领取导学案，完成课前预习和自测。

2. 课中：（1）教师**导入**知乎介绍视频，学生汇报知乎平台的特征和用户画像特点，过程中引发学生思考如何将新时代的求知精神通过新媒体营销发扬传播；

（2）讲解**分析**知乎平台的推荐机制——知乎盐值，引导学生树立尚善尚美的新媒体营销意识；（3）教师分享习总书记外交场合的开场白内容，引导学生**探究**如何在知乎营销中挖掘好问题和创作好内容；（4）**实践**应用，完成课堂任务；（5）

教师和企业营销宣传部门负责人共同**点评**总结。

3. 课后：学生尝试为山东日照祥路碧海茶叶公司策划知乎内容引流推广方案。



教学 过 程	教学内容	思政元素 及呈现形式	教学 方法或手段	时间 分配
	<p>课前:</p> <p>1.登录教学平台, 领取导学案</p> <p>2.依据电子课件完成课前自学, 完成课前自测</p> <p>3.观看“知乎是什么”——知乎介绍视频和知乎: 我们如何创造未来视频, 归纳出知乎平台的特点和用户画像</p>	<p>思政元素:</p> <p>借助知乎平台品牌 slogan, 倡导积极地求知精神</p> <p>呈现形式:</p> <p>教学平台留言讨论</p>	学生自主学习	学生自主把握
<p>课中:</p> <p>1.案例导入 (奥迪开通知乎机构账号)</p> <p>通过“习总书记反复强调的十个问题”互动提问与案例——“奥迪开通知乎机构账号, 开展知乎平台营销”引入知乎简介内容和知识点 (产品矩阵), 要求学生课后完成注册知乎账号。</p> <p>2.讲解分析 (用户矩阵和知乎盐值)</p> <p>互动提问“你所了解的知乎内容生产者有哪些”, “结合使用经验, 说一说知乎用户是怎样的”——引出知乎用户的内容和知识点。</p> <p>学生试讲和回答“知乎盐值的概念和分类”, “提升机构知乎盐值的方法”, “提升个人知乎盐值的方法”, 教师总结、补充和完善知识点。</p> <p>3.自主探究 (跟着习总书记学说开场白, 举例优秀答主)</p> <p>互动提问“知乎的创作形式有哪些?”, 学习挖掘合适的问题的步骤: 分别举例具有关注度高、长效问题、站内搜索、利用话题等特征的案例。</p> <p>通过人民网跟着“习近平学说开场白!”, 引出学习优秀内容创作的特点: 开篇引人入胜、框架清晰, 以及其他回答技巧。</p>	<p>思政元素:</p> <p>1.通过“习总书记反复强调的十个问题”引出知乎平台品牌 Slogan——“有问题, 就会有答案”</p> <p>2.推荐“中国新闻网”、“中国新闻周刊”等优质知乎内容生产者, 加强主流传媒的影响</p> <p>3.基础信用是知乎盐值重要组成部分, 公德良序贯穿整个知乎的推荐机制, 做遵纪守法、传播正能力的用户</p> <p>培养学生会提问、能提好问题的求知品质</p> <p>4.举例习近平开场白, 向领导人学习创作优秀内容的思路, 发挥榜样作用</p> <p>呈现方式:</p> <p>1.文本资料</p> <p>2.讨论发言</p> <p>3.学生作业</p>	<p>1.案例分析</p> <p>2.问题情境</p> <p>3.自主探究</p> <p>4.小组合作</p>	<p>1.案例导入 8 分钟</p> <p>2.讲解分析 30 分钟</p> <p>3.自主探究 25 分钟</p>	

	<p>4. 实践应用</p> <p>学生创建个人知乎账号，根据账号定位在知乎平台提出一个问题。</p> <p>5. 点评总结</p> <p>教师和企业营销宣传部门负责人借助网络教学平台共同对学生作业点评总结。</p>			<p>4. 实践应用 15 分钟</p> <p>5. 点评总结 12 分钟</p>
	<p>课后:</p> <p>学生预习下一节内容，尝试为山东日照祥路碧海茶叶有限公司策划知乎内容引流和推广方案。</p>	<p>思政元素:</p> <p>策划方案中尚善尚美的核心理念</p> <p>呈现方式:</p> <p>策划方案</p>		
<p>课后作业及拓展</p>	<p>课后作业: 学生预习下一节内容，尝试为山东日照祥路碧海茶叶有限公司策划知乎内容引流和推广方案</p> <p>拓展: 1. 依据账号定位领域，搜索领域热点话题，并认真撰写回答 2. 寻找一条热点话题里的优质回答，分析回答思路，并做优缺点点评</p>			
<p>课堂小结</p>	<p>本节课将视频、图表、案例，以及习总书记语录等与教学内容紧密结合，通过本节课的学习，学生基本了解知乎产品矩阵、用户画像、推荐机制和挖掘问题、创作内容等知乎营销的主要知识，初步能利用知乎推荐机制进行作品优化；初步具备维护有利于知乎平台健康和谐发展的网络环境，营造风清气正的社区生态，认真遵守知乎社区自律公约的意识。本次课学生积极性极高，92%左右的同学的课堂作业得到了企业认可，有效达成教学目标，教学效果较好。</p>			
<p>教学反思</p>	<p>教育部宣布大幅度扩大高职教育招生规模以来，我国的设计教育进入了一个空前的发展时期。这其中，数量与质量之间的矛盾日益凸显。在短时期内，在大部分条件都没有准备好的情况下，各种资源在应对高校扩招时都显得捉襟见肘。与此同时，作为与社会，文化，政治，经济等因素具有密切关系的新媒体营销，在面对当前新技术，新媒体，新理念的强烈冲击下，其设计的内涵在变化的社会环境中似乎正日益稀薄。相应的这种变化对旧有模式下的新媒体营销教育带来了严峻的挑战，这种挑战甚至在一定程度上引发了思想认识的混乱，也因此带来了教学的盲目性和错位。应该加强教师自身的学科专业知识建设，更多地践行“以学生为教学主题”的原则，针对学生个体的具体反应，及时给出专业的指导和回应。</p>			

章节内容	知乎营销的引流与推广	学时	2
授课场所	国家级电子商务综合实训室	授课形式	线上+线下混合式教学
学情分析	<p>学习基础及特点：在对知乎营销基本知识全面了解的基础上，从普通知乎用户到知乎营销策划人，学生逐渐有了一个具体的知乎营销选题，对课程实战跃跃欲试；</p> <p>能力水平：在之前的平台营销的授课中知识水平体系不断丰富，能够在微博、今日头条等平台上开展营销活动，具备了一定的新媒体营销能力；</p> <p>思想状况：形成较为明确的政治信念，对的知乎平台内容有了一定的辨别能力，仍容易受错误的网络舆论干扰，对新的学习内容和课后挑战任务产生期待。</p>		
教学目标	知识目标	能力目标	思政目标
	<p>1. 熟悉知乎平台的5个方面的引流技巧；</p> <p>2. 了解知乎平台的推广技巧。</p>	能应用知乎引流和推广的基本方法和知乎运营基本技巧。	<p>1. “有问题，就会有答案”培养建立学生积极求知、乐于探索的思维模式；</p> <p>2. 甄别和创作“主旋律”的内容。引导学生学习和输出对客户和社会有价值的知乎内容。</p>
教学重点	知乎平台的引流和推广技巧		
教学难点	恰当应用知乎平台的引流和推广技巧		
教学资源 (含思政资源)	<p>视频资源： 外国知乎热门问题——为什么这多人喜欢中国 上海-新闻夜线：知乎称全面清理站内“送养”信息并永封相关账号</p> <p>文本资源： 知乎热榜 知乎“知+”使用说明 网络信息内容生态治理规定 中国互联网发展报告 2020 全文</p> <p>图片资源： 盘点型内容导流案例；蓝大仙人电视选购攻略、引流变现案例；简介引流案例；专栏引流案例；知乎“知+”功能展示；知乎利用插件功能实时转化展示；知乎热榜展示；知乎百度推广案例</p> <p>案例库资源： 《山东水利职业学院新媒体营销课程思政案例库》</p>		

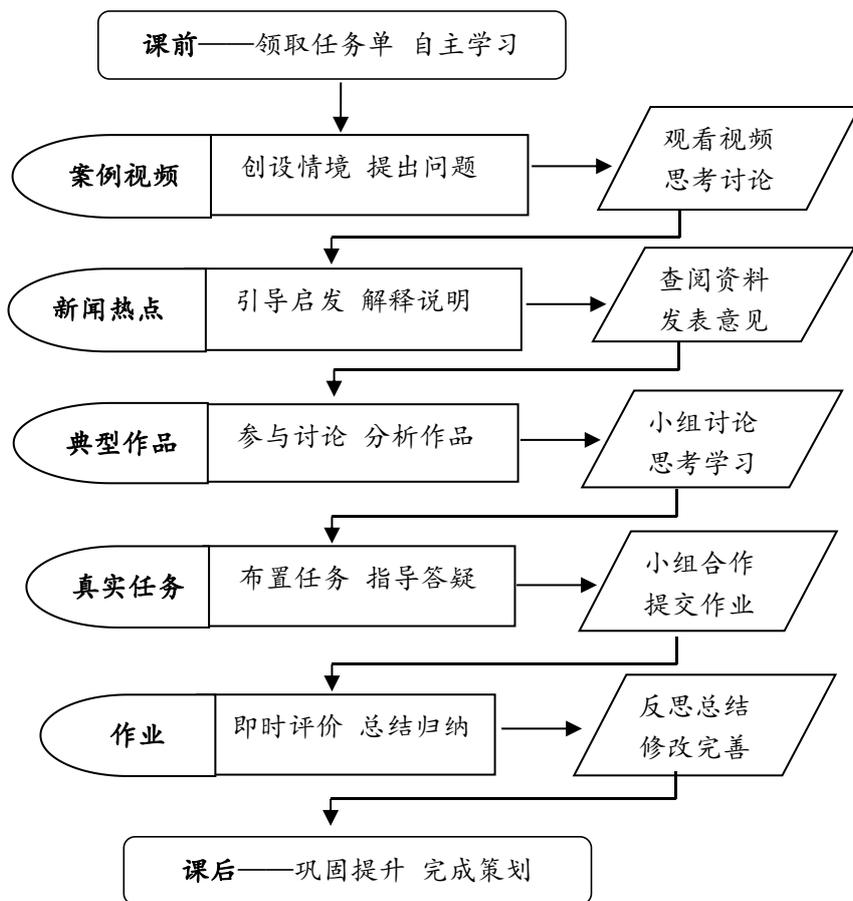
教学设计
思路

本设计以岗位职业能力标准为导向，以专业国家教学标准为依据，综合分析学生学情，确定教学目标。教学实施的中以真实任务引领，通过创设问题情境、价值判断情境等发挥学生的自主探究能力。课程设计中融入新媒体时代的营销伦理教育，培养学生遵纪守法、尚善尚美，服务地方社会的意识。具体实施如下：

1. 课前：学生领取导学案，完成课前预习和自测。

2. 课中：（1）教师**导**入外国知乎热门问题短视频的正面案例，学生汇报知乎引流和推广的方法，过程中引发学生思考如何将中国优秀文化通过新媒体营销发扬传播；（2）教师借助反面案例，引导学生**探**究知乎平台的自律公约，渗透关于如何培养积极求知、乐于探索的思维模式的思考；（3）讲解**析**知乎平台 5 个方面的引流技巧，以及推广技巧，引导学生树立尚善尚美的新媒体营销意识；（4）实**践**应用，完成课堂任务；（5）教师和企业营销宣传部门负责人共同点**评**总结。

3. 课后：学生完成知乎内容引流和推广方案，教师跟踪辅导。



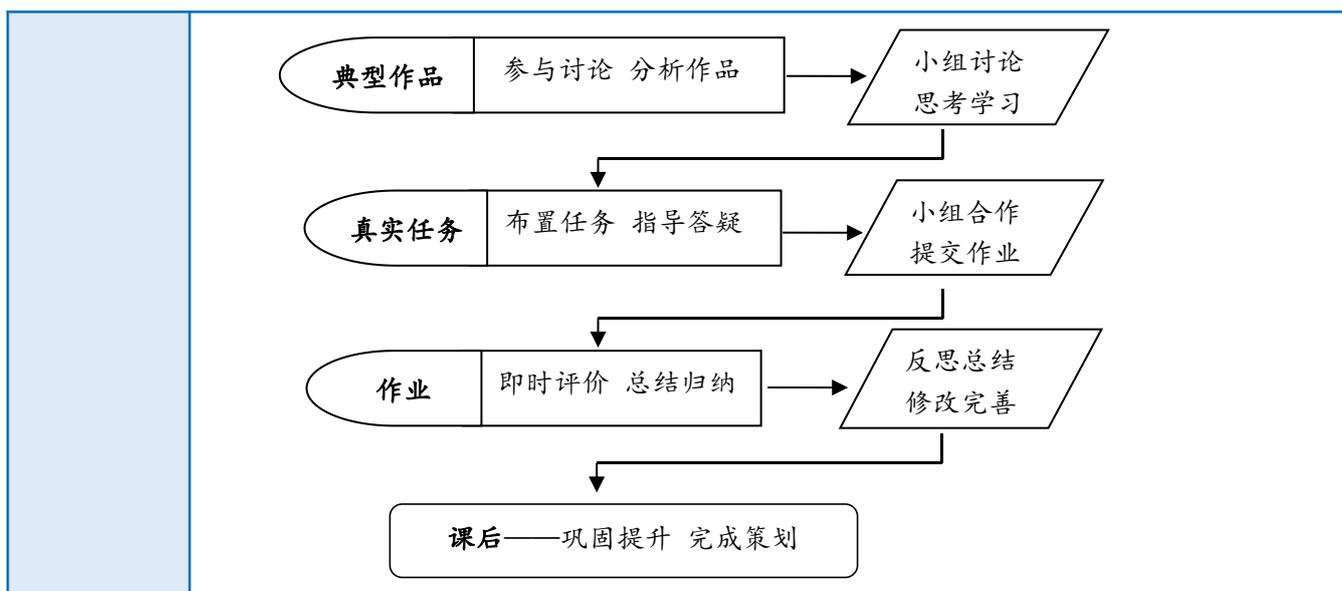
	教学内容	思政元素及呈现形式	教学方法或手段	时间分配
教 学 过 程	<p>课前：</p> <p>1.登录教学平台，领取导学案</p> <p>2.依据电子课件完成课前自学，完成课前自测</p> <p>3.查看上节课推荐的“中国新闻网”、“中国新闻周刊”等作者的有关问答，回顾上节课的知识点，整理归纳其中体现的引流和推广技巧</p>	<p>思政元素：</p> <p>借助知乎优质内容生产者的问答内容，培养关系国事的兴趣爱好</p> <p>呈现形式：</p> <p>教学平台留言讨论</p>	学生自主学习	学生自主把握
	<p>课中：</p> <p>1.案例导入（外国知乎热门问题视频）</p> <p>通过“外国知乎热门问题——为什么这么多人喜欢中国”互动提问，带领学生回顾上节课的知识点。</p> <p>通过“上海—新闻夜线：知乎称全面清理站内‘送养’信息并永封相关账号”视频反面案例，引起学生对于维护网络生态环境的关注。</p> <p>2.自主探究（蓝大仙人引流变现）</p> <p>根据“蓝大仙人知乎引流变现”案例，结合之前营销授课的内容，以及学生使用知乎的经验，引导学生分享关于知乎平台引流和推广技巧的知识点。</p> <p>3.讲解分析（知乎引流和推广技巧）</p> <p>教师结合正反两个案例，逐一讲解分析知乎引流的五个方面技巧，以及推广技巧，鼓励学生结合实例补充和加强应用构思，加深学生对知识点的理解。</p> <p>4.实践应用</p> <p>学生对山东日照祥路碧海茶业有限公司的知乎营销提出优化建议。</p>	<p>思政元素：</p> <p>1.“国知乎热门问题——为什么这么多人喜欢中国”中体现中国世界地位，进一步唤起学生爱国主义意识</p> <p>2.“上海—新闻夜线：知乎称全面清理站内‘送养’信息并永封相关账号”视频中体现维护良好网络生态环境，自觉创作优质问答内容</p> <p>呈现方式：</p> <p>1.文本资料</p> <p>2.讨论发言</p> <p>3.学生作业</p>	<p>1.案例分析</p> <p>2.问题情境</p> <p>3.自主探究</p> <p>4.小组合作</p>	<p>1.案例导入 8分钟</p> <p>2.自主探究 30分钟</p> <p>3.讲解分析 25分钟</p> <p>4.实践应用 15分钟</p>

	<p>5.点评总结</p> <p>教师和企业营销宣传部门负责人借助网络教学平台共同对学生作业点评总结。</p>			<p>5.点评总结 12 分钟</p>
	<p>课后：</p> <p>学生预习下一节内容，完成为山东日照祥路碧海茶叶有限公司策划知乎内容引流和推广方案。</p>	<p>思政元素：</p> <p>策划方案中尚善尚美的核心理念</p> <p>呈现方式：</p> <p>策划方案</p>		
<p>课后作业及拓展</p>	<p>学生预习下一节内容，完成为山东日照祥路碧海茶叶有限公司策划知乎内容引流和推广方案</p>			
<p>课堂小结</p>	<p>通过本节课的学习，学生基本了解知乎营销中的五方面引流技巧，以及知乎营销中的推广技巧，初步能利用知乎推荐机制进行作品优化；初步具备维护有利于知乎平台健康和谐发展的网络环境，营造风清气正的社区生态，认真遵守知乎社区自律公约的意识。本次课学生积极性极高，约 93.1%的同学的课堂作业得到了企业认可，有效达成教学目标，教学效果较好。</p>			
<p>教学反思</p>	<p>提高教学质量，教学改革是先导，只有不断改革，才能跟紧等教育发展步伐，也才能为学校的发展提供足够动力。而建设具有中国特色的现代新媒体营销基础教学体系是一个需要深入研究的理论问题，更是一个需要不断探索的实践问题。新媒体教学作为边缘学科和交叉学科，与艺术、与技术、与经济等诸多学科都具有深刻而广泛的联系，新媒体营销基础教育必须重新审视自身，进而把握事物的本质。教学就是教与学，两者是相互联系，不可分割的，有教者就必然有学者，学生是被教的主体。所以，了解和分析学生状况，有针对性地教学是必要的。</p>			

章节内容	新媒体营销数据分析	学时	2
授课场所	国家级电子商务综合实训室	授课形式	线上线下、专创融合混合式教学
学情分析	<p>学习基础及特点：学生已经学习了新媒体营销概述、微信、微博、抖音短视频、淘宝直播的营销方法，另外通过上节课的学习学生已经掌握了B站的基本知识，对于如何在B站创作视频与营销实践的意愿强烈。</p> <p>能力水平：学生已经具备了一定的创作、分析能力，能够在微信、微博、抖音短视频、淘宝直播平台上开展营销活动，初步具备了一定的新媒体营销能力。但是对于新媒体平台的创作与营销，学习能力还有待加强。</p> <p>思想状况：尚未形成独立思考的意识，对各个平台的数据分析能力欠缺，没有形成系统的逻辑思维能力。</p>		
教学目标	知识目标	能力目标	思政目标
	<p>1.掌握新媒体数据分析的定义、意义、数据分析的步骤。</p> <p>2.掌握常见的自媒体数据分析工具，四种常见的第三方分析工具，了解其功能。</p> <p>3.掌握数据分析的直接判定法、对比分析法、描述性统计分析法、回归分析法。</p> <p>4.掌握微信公众号的用户分析和图文分析的方法。</p>	<p>1. 能够使用自媒体分析工具、第三方数据分析工具以及 excel 工具分析数据分析数据。</p> <p>2.能够用以上四种方法对抖音、微博、知乎、微信等新媒体数据进行迁移分析。</p> <p>3.能够使用常见的数据分析方法；</p> <p>4.能够对微信公众号进行进行内容分析；</p>	<p>1.转变学生思维方式，培养数据思维，培养学生的严谨性。</p> <p>2.培养学生严谨、细致、准确的工作态度，清晰的逻辑思维。</p> <p>3.以新媒体数据洞察为基础，应用大数据智能驱动营销，赋能企业营销决策，驱动企业商业目标，实现共创共赢。</p>
教学重点	数据分析方法、数据分析工具		
教学难点	实施微信公众号的数据分析。		

教学资源 (含思政资源)	<p>文本资源：艾瑞&微博-2020年疫情下的中国社交媒体价值分析报告； 2020年直播电商数据分析报告-面朝研究院； 抖音数据分析； 小程序2020年中报告； 人群分层化营销-劲酒春节营销案例； 政务新媒体七大案例</p> <p>案例库资源：《山东水利职业学院新媒体营销课程思政案例库》</p>
-------------------------------	---

教学设计思路	<p>本设计以岗位职业能力标准为导向，以专业国家教学标准为依据，综合分析学生学情，确定教学目标。教学实施的中以真实任务引领，通过创设问题情境、价值判断情境等发挥学生的自主探究能力。课程设计中融入新媒体时代的营销伦理教育，培养学生培养学生严谨、细致、准确的工作态度，清晰的逻辑思维。具体实施如下：</p> <p>课前：课前，学生登录蓝墨云平台，依据教师的导学案完成预习任务和课前检测，便于老师了解学情，学生学习新媒体数据分析。</p> <p>课中：（1）教师导入世界互联网大会·互联网发展论坛圆满闭幕的案例，过程中体现思维方式，数据思维。（2）教师通过视频案例和《新媒体营销》课程思政案例库，引导学生自主探究七大平台的数据分析板块，尝试分析实现的功能。逐渐培养数据思维的能力；精益求精的科学探索精神，提高数据思维的能力。（3）讲解析新媒体数据分析方法，培养学生严谨、细致的工作态度。（4）实践应用，完成课堂任务；（5）教师和企业营销宣传部门负责人共同评总结。</p> <p>课后：学生完成B站策划方案，教师跟踪辅导。</p> <pre> graph TD A[课前——领取任务单 自主学习] --> B[案例视频 创设情境 提出问题] B --> C[/观看视频 思考讨论/] C --> D[热点事件 引导启发 解释说明] D --> E[/查阅资料 发表意见/] E --> F[] </pre>
---------------	--



教学 过程	教学内容	思政元素 及呈现形式	教学方法或手 段	时间 分配
	课前: 1.登录蓝墨云班课教学平台, 领取导学案 2.依据电子课件完成课前自学, 完成课前自测 3.登陆各个平台查看各自的数据内容, 尝试进行分析。	思政元素: 转变学生思维方式, 培养学生数据思维, 对数字敏感。 呈现形式: 教学平台留言讨论	任务发布 学生自主学习	学生自主把握
	课中: 1.案例导入 (B 站营销成功案例) 通过世界互联网大会·互联网发展论坛圆满闭幕的文本资料激发各小组讨论数据分析对当前社会的影响, 引发如何做好新媒体数据分析的思考, 指出数据营销的重要性。教师补充总结; 2.自主探究 (B 站的创作形式) 小组学习“2020 年直播电商数据分析报告-面朝研究院”、抖音数据分析等资料, 结合学校“新媒体营销课程思政案例库”, 自主探究七大平台的数据分析板块, 尝试分析实现的功能。将作业共享至教学平台, 师生共同总结其他平台的自媒体分析工具。	思政元素: 1.通过案例讨论了解数据分析的重要性, 为营销活动提供技术支持。 2.通过自主探究培养同学们善于挖掘数据本质, 逐渐培养数据思维的能力; 培养同学们精益求精的科学探索精神, 提高学生的探索意识, 挖掘数据本质, 逐渐培养数据思维的能力; 3.在讲解过程中需	1.案例分析 2.问题情境 3.自主探究 4.小组合作	1.案例导入 8 分钟 2.自主探究 20 分钟

	<p>3.讲解分析（新媒体数据分析方法） 教师结合案例分析，讲解数据分析的直接判定法、对比分析法、描述性统计分析法、回归分析法。分小组自主学习其他数据分析方法。</p> <p>4.实践应用 学生依据所学知识自主探索微信公众号的用户分析、图文分析，并且对分析结果提出建议。分小组汇报，教师总结。</p> <p>5.点评总结 教师和企业营销宣传部门负责人借助网络教学平台共同对学生作业点评总结。</p>	<p>要学生多方面考虑、灵活处理问题，提高找到解决办法的能力。</p> <p>呈现方式：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.文本资料 2.讨论发言 3.学生作业 		<p>3.讲解分析 35 分钟</p> <p>4.实践应用 15 分钟</p> <p>5.点评总结 12 分钟</p>
	<p>课后： 以小组为单位，为山东日照祥路碧海茶叶有限公司开展一次营销活动，选择合适的评估工具、运用分析方法，利用自有平台对数据效果进行评估，将制作内容进行展示和汇报。</p>	<p>思政元素： 策划方案中尚善尚美的核心理念</p> <p>呈现方式： 策划方案</p>		
<p>课后作业及拓展</p>	<p>课后，以小组为单位，为山东日照祥路碧海茶叶有限公司开展一次营销活动，选择合适的评估工具、运用分析方法，利用自有平台对数据效果进行评估，将制作内容进行展示和汇报。</p>			
<p>课堂小结</p>	<p>这节课主要讲解通过本节课的学习，学生基本了解各个平台的数据分析思路、工具、方法，初步能利用数据分析工具对微信公众号进行用户分析、图文分析。初步具备电子商务职业素养。培养学生数据思维，形成严谨、细致、准确的工作态度，清晰的逻辑思维。本次课学生积极性极高，93%左右的同学的课堂作业得到了企业认可，有效达成教学目标，教学效果较好。</p>			
<p>教学反思</p>	<p>教师应加强教学方法的研究。教师是教学的主导，其教学方法亦体现着教师的教学能力，关系到教学的成败。古人云：“事必有法，然后而成”，好的教学方法如同一把万能钥匙，能打开学生不同个性的思维，启迪才智的发展，新媒体营销专业教师应顺应时代发展趋势，加强教学方法的研究，以适应新媒体营销教学的培养目标需要。帮助学生打破局限，从对每个问题的不同解决方法中获知解决问题的各种潜在因素和设计方案的多样性，鼓励用概念来发展技巧，冲破传统的习惯性的思维方法，摆脱简单的“对”与“错”这样的作业答案，让学生直接面对各种各样的开放式的问题，自动自觉地去寻求多样化的解决方案。</p>			