

山东水利职业学院

课程思政教学设计方案

课程名称： 《新媒体营销》

授课专业： 电子商务

课程性质： ☒ 专业课 ☐ 公共基础课

授课教师： 徐斌

学 时 数： 56

上课学期： ☐ 上半年 / ☒ 下半年

所在系部： 商务管理系

2021 年 2 月

一、目的意义：教育部《高等学校课程思政建设指导纲要》指出，所有教师、所有课程都承担好育人责任；中共中央国务院印发的《深化新时代教育评价改革总体方案》要求“坚持把立德树人成效作为学校评价的根本标准”，“改革教师评价，推进践行教书育人使命，坚决克服重科研轻教学、重教书轻育人等现象，把师德表现作为教师资格定期注册、业绩考核、职称评聘、评优奖励首要要求，强化教师思想政治素质考察，推动师德师风建设常态化、长效化。”我校广大教师要深入挖掘本门课程所蕴含的思想政治教育元素和所承载的思想政治教育功能，紧紧围绕政治认同、家国情怀、文化素养、宪法法治意识、道德修养、职业素养、做人做事的道理等重点优化课程思政内容供给，结合各类课程进行中国特色社会主义和中国梦教育、社会主义核心价值观教育、法治教育、劳动教育、心理健康教育、中华优秀传统文化教育和德技并修教育，以专业知识、技能为载体，达到价值塑造、知识传授、能力培养“三位一体”的教学目标，形成课程思政与思政课程同向同行的协同效应，共同构建全校三全育人格局。

二、课程思政整体设计思路（可加附页）

1. 本课程共包含 4 章（或多少个项目、任务），18 节，周学时 4
2. 知识目标：
 - (1) 认知新媒体和新媒体营销；
 - (2) 了解新媒体营销的方式；
 - (3) 了解新媒体营销思维；
 - (4) 掌握新媒体营销的目标分类；
 - (5) 掌握构建用户画像基本步骤；
 - (6) 掌握构建新媒体营销矩阵基本步骤；
 - (7) 掌握微博、微信、今日头条、知乎、淘宝直播、抖音、B 站等新媒体平台的简介、用户画像和推荐机制等基础知识；
 - (8) 掌握新媒体营销评估第三方分析工具和基本评估方法。
3. 能力目标：
 - (1) 能够灵活运用新媒体营销思维和新媒体营销的方式进行营销；
 - (2) 能够根据营销目标构建用户画像和新媒体营销矩阵；
 - (3) 能够帮助企业在微博、微信、今日头条、知乎、淘宝直播、抖音、B 站等新媒体平台进行账号注册、账号搭建、内容策划、引流推广、变现盈利和数据分析；
 - (4) 能够综合运用第三方分析工具和基本评估方法进行新媒体营销的评估。
4. 思政目标：
 - (1) 激发学生对新媒体的兴趣，引导提高学生的新媒体运营洞察和策划能力；
 - (2) 让学生学会借助新媒体平台，弘扬社会主义核心价值观，传播企业和社会的正能量，宣扬品牌文化、企业文化和中华民族传统文化，宣传积极向上的流行时代风尚和生活方式；培养优秀新媒体内容创作者紧跟时代发展步伐，勇于创新、积极创新的工作态度；
 - (3) 培养内容创作中的敬业、精益、专注、创新等方面的工匠精神；
 - (4) 培养新媒体营销从业人员的职业素养和职业道德。

5. 思政主线：

以“新媒体时代的商业伦理”为主线，以“诚信、守法、和合竞争、创新”为重点。

6. 融入的主要思政元素：

- (1) “严把道德关”《认识新媒体营销》课程思政案例库；
- (2) “诚实守信，道德为先”《新媒体营销方式》课程思政案例库；
- (3) “无我利他服务社会”《新媒体营销思维》课程思政案例库；
- (4) “增强民族自信，弘扬传统文化”《确定营销目标与营销目标工具分析》课程思政案例库；
- (5) “在工作中秉持科学严谨的态度”《构建用户画像》课程思政案例库；
- (6) “增强民族自信，弘扬传统文化”《策划营销内容》课程思政案例库；
- (7) “坚持创新思维，积极开拓进取”《构建新媒体营销矩阵》课程思政案例库；
- (8) 《微博营销》课程思政案例库——营销讲究人文情怀；
- (9) 《微信个人号营销》课程思政案例库——关注个性，打造个人品牌；
- (10) 《微信公众平台营销》课程思政案例库——学会表达爱意；
- (11) “信息创造价值”《今日头条营销》课程思政案例库；
- (12) “寻根问底，真知造价值”《知乎营销》课程思政案例库；
- (13) “严守道德底线”《直播营销》课程思政案例库；
- (14) “厚商德、明规范、强技能”《抖音短视频营销》课程思政案例库；
- (15) “聚焦 Z 世代，引领 Z 势代”《B 站营销》课程思政案例库；
- (16) “疫情下的数据”《新媒体营销评估概述》课程思政案例库；
- (17) “挖掘数据本质 培养数据思维”《第三方分析工具》课程思政案例库；
- (18) “方法总比困难多”《新媒体营销评估方法》课程思政案例库

二、课程思政具体设计方案

教学单元(项目或章节)	主要知识点	提炼的课程思政元素	挖掘的相关思政素材	实现方法和载体途径	预期成效
项目 1: 认识新媒体营销	1. 认知新媒体; 2. 新媒体营销方式; 3. 新媒体营销思维	1. 认识我国新媒体营销现状, 勇于面对市场变化, 接受挑战并学会站在他人角度分析问题, 提升共情能力; 2. 严格遵守新媒体营销职业道德底线和法律红线, 输出对顾客有价值的产品; 3. 掌握新媒体营销思维, 输出对顾客有价值的信息和产品。	1. 褚橙励志, 橙箱定制 (文本素材); 2. 招商银行抛出漂流瓶 (文本素材); 3. 唯品会: 微信闪购 (文本素材); 4. 江小白: 玩转瓶身营销 (文本素材); 5. 康师傅冰红茶, 快乐不下线 (文本素材); 6. 小米手机饥饿营销 (文本素材); 7. “XXXX 发动机国外获奖” 虚假营销 (文本素材); 8. 孟晚舟事件营销 (文本素材); 9. 微信“跳一跳” (文本素材); 10. 粉丝思维营销逻辑思维 (文本素材); 11. 用户思维谷歌案例 (文本素材); 12. 流量思维百度广告 (文本素材)	1. 经典案例引领导入。“褚橙励志, 橙箱定制” 经典案例引领导入新媒体营销的基础知识; 康师傅冰红茶快乐不下线经典案例引领导入新媒体营销的基础知识; 微信“跳一跳” 经典案例引领导入新媒体营销思维的基础知识。 2. 辨析学习与讨论。媒体类型与特点辨析学习讨论, 学习讨论媒体类型与特点, 进行褚橙新媒体营销案例分析; 分析新媒体运营案例“江小白: 玩转瓶身营销”, 对比分析新媒体营销与新媒体运营, 并强调站在别人的角度, 做有利于社会的事情, 产品终将得到认可; 学习讨论新媒体营销方式, 总结营销成功与失败的原因, 强调网络传播主体的传播素养对于提高营销数据的重要性, 强调诚实守信的必要性; 事件营销和饥饿营销案例辨析学习讨论。分析孟晚舟在加拿大被捕案例强调客户至上、诚实守信, 利用合适的时机激发爱国情怀进行爱国主义教育; 学习讨论新媒体营销思维, 进行用户营销思维成功和流量营销思维失败案例分析, 强调服务客户的必要性; 用户思维营销和流量思维营销案例辨析学习讨论; 结合谷歌的页面和百度广告, 分析案例强调客户至上、做好服务, 做有利于他人和社会的事情。 3. 根据任务选择媒体项目教学。以小组为单位,	1. 培养市场需要的“德技”并重的营销管理人才, 达到德性素养与技术技能的统一。 2. 营造公平竞争的市场环境, 助力全面复工复产达产。 3. 培养学生始终站在客户的角度, 服务大众的思维方式。

				为某服装公司准备销售的一新款 T 恤，选择合适的媒体进行营销；以小组为单位，为某服装公司准备销售一新款 T 恤，小组讨论确定营销方式并选择策划营销的过程，最后制作内容进行展示和汇报；以小组为单位，分析案例，讨论确定新媒体营销思维方式，最后进行展示和汇报。	
项目 2：策划 新媒体营销	1.确定营销目标与营销目标； 2.构建用户画像； 3.策划营销内容； 4.构建新媒体营销矩阵	1.弘扬社会主义核心价值观、热爱中国传统文化、增强民族自信； 2.民族企业自强不息、开拓进取的精神和在市场调研工作中脚踏实地、严谨科学的态度； 3.弘扬中国传统文化、增强民族自信； 4.培养学生优秀新媒体内容创作者的精益求精、开拓创新的工作态度； 5.紧跟时代发展步伐，保持勇于创新、积极创新	1.李宁体育产品系列广告（视频、图片素材）； 2.回力产品系列广告（视频、图片素材）； 3.李宁公司 2015-2020 销售情况表（图片素材）； 4.可口可乐陷入市场调研陷阱（文本素材）； 5.海尔在美国成功的奥秘（文本素材）； 6.人群分层化营销-劲酒春节营销案例（文本素材）； 7.李子柒短视频（视频素材）； 8.万达集团矩阵（图片素材）； 9.锤子微博矩阵（图片素材）； 10.二更（涵盖二更视频和二更食堂）（图片素材）； 11.《第一届文物戏精大会》（图片素材）	1.经典案例引领与讨论。导入案例-李宁公司——民族传统文化元素引发的市场共鸣；组织学生讨论此案例，并分析：可口可乐推出新产品失败的原因是什么；导入案例-李子柒短视频；教学内容引入万达集团矩阵、锤子微博矩阵、二更（涵盖二更视频和二更食堂）。 2.引入。教学内容引入回力公司案例；组织学生讨论此案例，并分析：海尔在美国市场取得成功的原因是什么？劲酒的市场调研有什么特点；教学内容引入抖音《第一届文物戏精大会》。视频内容在设计上使更多年轻人加深了对这些中华民族文化瑰宝的关注和认知，更引发了人们到这些博物馆去看看“本尊”的强烈欲望。 3.内容选题策划练习。引导学生对回力公司进行 SWOT 分析；提供基础数据，引导学生对某种产品的主要消费客户进行数据画像；引导学生进行某种产品新媒体营销内容的策划和设计；引导学生讨论新媒体矩阵的宣传效果。	1.提升学生的民族自信、文化自信，发扬爱国情怀； 2.培养学生学习在困境中坚持创新、永不言败的企业家精神。 3.培养学生在工作中一切从实际出发、秉持严谨、科学的态度开展工作。 4.培养学生格调高雅的审美观、弘扬中国的传统文化。 5.培养学生重视创新、用于创新的精神和态度。

		的工作态度。			
项目 3： 实施 新媒体营销	1.微博营销； 2.微信营销； 3.今日头条营销； 4.知乎营销； 5.直播营销； 6.抖音短视频营销； 7.B 站营销	1.有故事才会有情怀，有情怀才会有品牌； 2.关注个性，打造个人品牌； 3.学会表达浓浓的温情和爱意； 4.内容创作中的敬业、精益、专注、创新等方面的工匠精神； 5.借助知乎平台，弘扬社会主义核心价值观，宣扬品牌文化、企业文化和中华民族传统文化，传播企业和社会的正能量，明是非，懂善恶； 6.让学生学会先利国利民再利己的经营之道； 7.严格遵守直播营销职业道德底线和法律红线，	1.野兽派花店故事营销案例（文本素材）； 2.联合利华驰援湖北活动推广案例（文本素材）； 3.良品铺子年货节微博明星营销案例（视频素材）； 4.罗辑思维经典案例（文本素材）； 5.“新世相”内容输出经典案例（文本素材）； 6. 腾讯 99 公益活动推广案例（文本素材）； 7.星巴克营销案例（文本素材）； 8.“凯叔讲故事”内容营销案例（文本素材）； 9.咖啡陪你 <i>caffebene</i> 活动推广案例（文本素材）； 10.头条专栏学院-优质内容评定标准（文本素材）； 11.今日头条-重温“酒”时光——我与老酒的故事有奖征文活动（图片素材）； 12.考清华和中 500 万哪个更难（视频素材）； 13.知乎营销视频介绍（视频素材）； 14.丁香医生文章一：一位平凡的	1..经典案例导入。野兽派花店故事营销案例导入；罗辑思维经典案例导入；星巴克营销案例导入；《我与老酒的故事》有奖征文活动案例导入；首先通过视频资源了解知乎平台营销的特点，然后与学生一起进入知乎，找到入驻知乎的成功企业，介绍排名第一个丁香医生是如何成功的；董明珠直播带货经典案例引领，导入直播基础知识；国内品牌-海澜之家价值引领；小米集团 CEO 雷军入驻 B 站。 2.经典案例讨论与训练。联合利华内容营销案例讨论与训练；“新世相”内容输出经典案例讨论与训练；“凯叔讲故事”经典内容案例讨论与训练；今日头条文章内容输出案例讨论与训练；以企业营销视角案例再审视，对丁香的医生企业品牌塑造成功因素分析；学习《淘宝直播平台管理规则》，进行淘宝直播成功和失败案例分析，强调网络传播主体的传播素养对于提高直播数据重要性和遵守直播平台管理规则的必要性；打造企业号人设；以《老爸评测》抖音号为案例进行展示学习四步打造企业号人设；学习 B 站的创作公约，学习触发红线的内容，讨论纳豆败诉 B 站违约案，讨论不遵守平台自律公约的后果。 3.项目教学。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微博营销活动推广；以个人为单位，为山东日照祥路碧海茶叶有限公司开展一次朋友圈内容营销推广活动，确定活动主题并活动内容；以小组为单位，为山东日照祥路碧海茶叶有	1.激发学生的人文情怀、企业情怀； 2.关注学生的个性发展，利用个人形象创建属于自己的品牌，从而赢得亲朋好友和目标客户的信任和喜爱； 3.挖掘学生关心、爱护他人的意识，以及如何表达真实的情感； 4.培养内容创作中的敬业、精益、专注、创新等方面的工匠精神； 5.培养良好的学术探究能力，确立正确的价值取向，以社会利益、企业和个人正能量人设为出发点，为社会和他

		输出对顾客有价值的直播内容； 8.借助抖音平台，弘扬社会主义核心价值观，传播企业和社会的正能量，宣扬品牌文化、企业文化和中华民族传统文化，宣传积极向上的流行时代风尚和生活方式； 9.B 站创作中的专注、创新等方面的工匠精神。 10.凝练整合案例，多层次、多角度培养学生增强其电子商务职业素养与家国情怀。	医生，永远留在了冬天（文本素材）； 15.丁香医生文章二：16 年扎了 2 万多针，有人以为他在吸毒（文本素材）； 16.丁香医生问答：如何正确地喝水？（文本素材）； 17.丁香医生知乎营销成功之道分析（文本素材）； 18.创造有价值的品牌视频（视频素材）； 19.雀巢奶粉案例（文本素材）； 20.董明珠直播带货 76 亿 拥抱互联网推动渠道变革（文本素材）； 21.薇娅和她的双十一（文本素材）； 22.淘宝直播失败案例分析（文本素材）； 23.【口红直播对比】你做李佳琦的姐妹还是薇娅的女人（视频素材）？ 24.海澜之家《大闹天宫》抖音短视频（视频素材）； 25.温婉地下车库跳舞视频截图（图片素材）； 26.抖音社区自律公约（文本素材）； 27.《老爸评测》抖音账号首页（图	限公司开展一次公众平台营销推广活动，小组讨论确定活动目标并选择活动推广形式； 视频内容输出案例讨论与训练；知乎平台文章创作项目教学；直播平台策划项目教学；内容选题策划；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 B 站内容营销，以小组为单位进行展示和汇报。	人提供有价值的知识； 6.网络直播在满足网民生活需求的同时，抵制内容低俗、夸大宣传、售卖假冒伪劣商品等现象； 7.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； 8.培训学生独立思考、创新创造的能力。
--	--	---	---	--	--

			片素材)； 28.《小米手机》抖音短视频； 29.雷军入驻 B 站，小米发力 B 站营销（文本素材）； 30.钉钉 B 站营销（视频素材）； 31.B 站创作公约（文本素材）； 32.纳豆败诉 B 站违约案：停播 6 个月，并赔偿 100 万元（文本素材）； 33.“外卖圣杯之战”（文本素材）； 34.B 站护肤品投放案例（文本素材）		
项目 4： 评估 新媒体营销	1.新媒体营销评估概述； 2.第三方分析工具； 3.新媒体营销评估方法	1.疫情当前增强学生的民族自信心和自豪感，激发青年学生的爱国热情，培养立志献身祖国的远大理想，坚定“四个自信”、牢树“四个意识”； 2.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	1.世界互联网大会·互联网发展论坛圆满闭幕（文本素材）； 2.艾瑞&微博-2020 年疫情下的中国社交媒体价值分析报告（文本素材）； 3.2020 年直播电商数据分析报告-面朝研究院（文本素材）； 4.抖音数据分析（文本素材）； 5.小程序 2020 年中报告（文本素材）； 6.人群分层化营销-劲酒春节营销案例（文本素材）； 7.政务新媒体七大案例（文本素材）	1.新闻案例引领导入。世界互联网大会新闻案例引领导入；直播电商报告案例引领导入；劲牌有限公司发展数据引领导入指出数据营销的重要性。 2.疫情对新媒体营销的影响学习讨论。疫情对新媒体营销的影响学习讨论；抖音、小程序数据分析案例案例讨论；政务数据分析的应用学习讨论。 3.策划项目教学。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，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；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，将制作内容进行展示和汇报；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，对数据效果运用分析方法进行评估，将制作内容进行展示和汇报。	1.在疫情面前，构建和维护一个“和平、安全、开放、合作、有序”的网络空间； 2.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；

		赢； 3.培养学生诚实守信、团结协作、勇于探索的科学精神； 4.培养同学们善于挖掘数据本质，逐渐培养数据思维的能力。			3.通过案例讨论了解数据分析的重要性以及数据分析方法的应用，为营销活动提供技术支持。
--	--	--	--	--	--

【说明】

- 1.课程思政目标：描述根据课程专业教育要求，有机融入习近平新时代中国特色社会主义思想、社会主义核心价值观、中华优秀传统文化教育、宪法法治、职业理想和职业道德、做人做事的道理等教育内容。
- 2.提炼的思政元素：指要对学生进行哪方面的思政教育；
- 3.挖掘的思政素材：指承载思政功能的有关素材，要有内容或案例名称，载体形式可包括图片、文本、视频影像、以及其他形式等。
- 3.实现方法和载体途径：描述诸如信息化载体、教师讲述、学生讲述、学生寻找提交有关资料、参观体验、课堂讨论、翻转课堂、考核评价，以及使用教材等。
- 4.预期成效：可从课程思政目标达成情况（具体到哪方面的目标）、教书育人效果、课堂气氛、学生学习积极性、创新精神、获得感等方面来描述，要可观察、可评估。