

课程教学进度计划表

一、基本信息

课程名称	网络产品运营与推广				
课程代码	2050407	课程序号	3106	课程学分/学时	2/32
授课教师	张莉娅	教师工号	21039	专/兼职	兼职
上课班级	数媒技术 B22-4 数媒技术 B22-5	班级人数	37	上课教室	四教 112
答疑安排	每周二 12:00~13:00				
课程号/课程网站					
选用教材	《新媒体运营》李东临、9787557644611、天津科学技术出版社、2018-07				
参考教材与资料	2050175 数字媒体导论(2), 2050034 多媒体技术(2)				

二、课程教学进度安排

课次	课时	教学内容	教学方式	作业
1	1	1. 新媒体课程概述; 2. 新媒体的类型和形态; 3. 新媒体经济; 4. 新媒体的发展	讲课	平台及案例收集;
2	1	1. 什么是新媒体运营; 2. 新媒体运营岗位职能; 3. 企业新媒体的运营策略; 4. 案例收集分析及指导建议	讲课	平台及案例收集;
3	2	1. 新媒体运营的方法及策略; 2. 用户画像的指定规则 3. 产品运营类别分析; 4. 什么是内容营销; 5.案例分析	讲课、边讲边练	制定策划案大纲

4	2	1. 公众号的建立及运营维护; 2. 新媒体运营的策划及执行 3. 案例分析 4. 新媒体策划案大纲的分析及指导 5. 确定新媒体运营方案的策划方向	边讲边练、 讨论课	制定策划 案大纲
5	2	1. 短视频运营的魅力 2. 短视频运营变现能力 3. 直播的类型及形式 4. 如何提高直播变现的能力 5. 案例分析	讲课	新媒体运 营方案
6	8	1.运营策划方案分析及最终确定; 2.根据策划方案制定执行方案及工作内容安排	汇报、讨论 课	新媒体运 营方案
7	8	1. 根据制定的方案进行实践操作及实验测试; 2. 分析账号运营的问题, 及时进行调整; 3. 了解新媒体运营的基本执行内容;	实践	产品实践 运营
8	8	1. 策划方案汇报, 实践数据汇报, 实践体验分享; 2. 策划方案及实践执行点评	汇报、实践	产品实践 运营

三、考核方式

总评构成	占比	考核方式
X1	10%	平台及案例收集
X2	10%	策划案大纲
X3	40%	产品实践运营报告
X4	40%	新媒体策划方案

任课教师: 张莉娅

系主任审核: 张贝贝

日期: 2024. 02