文化与传播学院

网络与新媒体微专业人才培养方案

一、专业培养目标

在新文科建设大背景以及学校“数智化转型”新方向指导下，网络与新媒体微专业以培养适应新技术、新业态的学科交叉型人才为总体目标，培养学生运用新兴媒体技术对智媒时代新闻传播学领域涌现的新问题、新现象进行探索。经过一年的微专业学习，学生在网络媒体研究、智能传播、社交媒体分析、新媒体广告、数字广告、智媒营销等方面的专业素质和复合能力将得到全面提升，为今后的职业和学术发展开拓新的路径。

微专业培养过程中，学生将具备以下知识和能力：

1.掌握网络与新媒体领域的基础理论知识，了解新媒体变革时代新闻传播学领域出现的新现象和新问题。

2.经过实践类、技术类课程的训练，能熟练应用新技术进行新媒体内容生产、传播、运营等实操技能，满足智媒时代对新型传播人才的基本要求。

二、毕业要求

微专业独立开班，学制一年，共6门课程，学生在本科毕业或结业离校前，修完微专业培养方案规定的所有课程，且成绩全部合格的，将取得学校颁发的微专业合格证书。

三、招生对象与条件

微专业面向全校大一至大三年级的全日制本科生，招生人数控制在50人左右，报名人数较多时，将以面试方式进行择优录取。具体报名条件如下：

1.德智体美劳全面发展；

2.能完成主修专业学习任务，主修专业全部必修课程及格（重修重考及格课程视为及格），学有余力；

3.对网络与新媒体微专业学习充满热情。

四、学分与证书

微专业共6门课程，每门课程2学分，共计12学分。春季学期和秋季学期分别开设三门课程。学生修完微专业培养方案规定的所有课程，且成绩全部合格的，将取得学校颁发的微专业合格证书。

同时，修完《新媒体广告全景》课程并考试合格的学生，将取得抖音集团巨量引擎平台颁发的数字营销职业能力认证证书，该认证证书为“一岗双认”模式，在获得平台认证的同时获北京人社部门职业技能等级认定。

《智媒广告与营销实战》课程中的优秀学员作品，选送参加由中国广告协会指导、南方都市报社主办的未来金理奖·全国大学生IMC（整合营销传播）等大赛。

《AIGC视觉创意与未来设计思维 》课程中的作品，参与中经网公益广告展。

《未来媒体与智能传播》课程，参与开发中经网未来媒体实验室线上产品。

五、课程设置

网络与新媒体微专业课程设置及教学进程计划表

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程名称 | 课程代码 | 学分 | 总学时 | 学时分 配 | | | | 考核  方式 | 开课单位 | 开课  时间 |
| 理论 | 实践 | 线上学时 | 线下学时 |
| 数字媒介素养 | V0624012B | 2 | 32 | 16 | 16 |  | 32 | 考查 | 文传学院 | 秋季 |
| 未来媒体与智能传播 | V0624022B | 2 | 32 | 16 | 16 |  | 32 | 考查 | 文传学院、经济日报社、中经网 | 春季 |
| 新媒体广告全景 | V0624032B | 2 | 32 | 16 | 16 | 16 | 16 | 考查 | 文传学院、巨量引擎 | 秋季 |
| 网络影视产品运营管理 | V0624042B | 2 | 32 | 16 | 16 |  | 32 | 考查 | 文传学院  爱奇艺 | 春季 |
| AIGC视觉创意与未来设计思维 | V0624052B | 2 | 32 | 13 | 19 |  | 32 | 考查 | 文传学院  中经网 | 春季 |
| 智媒广告与营销实战 | V0624062B | 2 | 32 | 12 | 20 |  | 32 | 考查 | 文传学院、  南方都市报等行业机构 | 春季 |
| 合计 |  | **12** | **192** | **89** | **103** | **16** | **176** |  | **-** | **-** |

备注：

1. 总学时=理论学时+实践学时（实践教学含实验和上机教学），总学时=线上学时+线下学时；

2. 课程代码由教务处统一编制；“开课学期”根据4年制内实际开课学期填写1-1、1-2、2-1、2-2、3-1、3-2、4-1、4-2填写，“考核方式”填写考试、考查；

3. 开课单位填写任课教师所在部门或单位。

六、课程简介

对本微专业拟开设的课程进行简要介绍，包括课程主要内容、课程教学设计等，每门课300字以内。

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **序号** | **课程名称** | **课程简介** |
| 1 | 数字媒介素养 | 本课程将从媒介观念的演进、媒介系统的渗透、媒介时空的转型、媒介技术的反思等引人入胜的问题入手，帮助学生理解媒介逻辑正如何隐形地塑造人类社会生活，引导学生掌握一种“以媒介为入射角重新观照世界”的能力。在此基础上，进一步突出社交媒体这一具象的数字媒介形态，集中讨论其所形塑的用户、平台、技术以及相关分析方法，探究数字媒介与社交媒体对人类社会生活的全面影响。课程以专题讲授（共计16个专题）为主，辅以材料阅读、小组讨论等形式，让学生掌握基础知识的同时，还能运用前沿理论及方法对数字媒介社会展开深入的观察与系统的研究，以此作为本校学生更为熟悉的经济逻辑或政治逻辑的有益补充。 |
| 2 | 未来媒体与智能传播 | 本课程是一门在梳理大数据、物联网、VR、云计算等传播技术更新迭代的基础上大胆探索未来媒体发展方向的创造性实践课程，使学生能够在认识各类新兴媒体、智能媒体现象的基础上举一反三、触类旁通，启发学生的发散性和批判性思维。同时，它也是一门运用传播学理论透析智能传播的基本特性、发展规律及未来趋势的系统性理论课程，提供最具有前沿色彩的思想和实践指导。  理论学习16学时，以校内教师讲授智能传播理论为主；实践学习16学时，以校外导师讲授未来媒体的实践应用和行业发展为主，此部分主要与校部共建的实习基地经济日报社、中经网合作。 |
| 3 | 新媒体广告全景 | 课程将带领学生以发展的视角深度探索数智化时代最前沿的广告革新、消费者心理与技术驱动下的策划创意实践，并结合行业需求为学生提供实践能力的切实提升。学生将在本课程中把握新媒体技术与广告生产的关系逻辑；还将以消费者心理与行为学研究为基础，探讨数智化时代消费者行为学的发展趋势和理论方法之深刻变化。  作为校企合作赋能类课程，《新媒体广告全景》将与字节跳动旗下的巨量引擎合作认证体系合作，以线上线下融合方式授课。学生可在包含电商、运营、广告、创意等四个类目的12个认证方向中自主选择，完成课程并通过认证考试即可获得由平台方颁发的认证证书（该认证证书为“一岗双认”模式，在获得平台认证的同时获北京人社部门职业技能等级认定）。 |
| 4 | 网络影视产品运营管理 | 本课程的主要内容是以整个影视产业链（创、投、制、宣、发、放、衍）为结构脉络，教授学生从整体上把握网络影视产品的运作规律和产业链上各个环节的性质特点，并能够运用媒介经营管理学的思维理念，借鉴国外网络影视产品运营管理的经典案例与成功经验，结合我国网络影视产业的发展现状，掌握适合我国网络影视产品运营管理的创新模式及方式方法。  在教学设计上，将理论分析与实践能力相结合。通过引入网络影视产品运营管理的典型案例，带领学生以案例研究、小组讨论、专家进课堂等形式提升学习兴趣，养成自主学习和主动探索的学习习惯。除此之外，针对数字时代背景下的电影产业变革，本课程从影视产品的角度出发，渗透“电影产业链重构”和“电影价值链重构”的相关内容，引导学生关注当下数字技术对于电影产业各个环节的影响与重塑，以更好地开阔学生视野，贴合影视产业未来的发展趋势。 |
| 5 | AIGC视觉创意与未来设计思维 | 本课程是一门涉及人工智能、创意设计、未来科技和设计思维的综合性课程。该课程旨在培养学生在视觉创意和未来设计思维方面的能力，以适应不断发展的科技和社会需求。本课程包括人工智能的基本原理和应用、创意设计基础、未来设计思维、项目实践四个部分。课程强调设计思维的重要性，培养学生从用户需求出发，发现问题、分析问题和解决问题的能力。使学生了解AIGC技术的应用领域、AIGC生图关键词、AIGC生成视频等各种设计品类的相关知识等内容，掌握前沿的AIGC视觉创意方式和技术，实现学生掌握创意设计多样化的AIGC人机共创视觉设计产品的技能。 |
| 6 | 智媒广告与营销实战 | 本课程涉及数字广告创意、策划、执行与整合营销全流程，通过本课程的学习，使学生较为扎实的把握数字广告策划、广告创意的内容与具体运作方法，掌握数字广告传播过程中的策划方案，使广告活动取得预期效果。该课程由校内老师和行业教师共同授课，外邀蓝色光标、爱德曼国际公关、因赛集团、新榜、南方都市报等头部广告营销机构的营销操盘手现场授课，讲述在营销实战中的方法论、数智时代营销新趋势，并结合当下出圈的营销案例进行亮点剖析。同时结合由中国广告协会指导、南方都市报社主办未来金理奖·全国大学生IMC（整合营销传播）大赛（或其它奖赛），进行赛题拆解、规则讲解、模拟提案等，全面综合考核学生在理论学习与实战应用，评价学生的创意策划、整合营销、品牌经营、商业思维、实效转化等多元整合思维。 |