

高纲 4341

江苏省高等教育自学考试大纲

# 14470 新媒体营销与社群电商

南京财经大学编（2024 年）

## I 课程的性质及其设置的目的和要求

### 一、课程的性质、地位与任务

随着国内外电子商务行业的发展与变化,建立在互联网新媒体基础上的营销实践方兴未艾,《新媒体营销与社群电商》是在互联网及移动互联网迅猛发展的背景下,介绍新媒体营销领域最新研究成果和发展趋势的应用性较强的一门课程;《新媒体营销与社群电商》也是研究和解决新媒体营销理论与实务问题的一门学科,是电子商务专业(专升本)中的一门专业选修课。课程阐述了新媒体营销的理论与方法,在细述新媒体营销相关概念与理论的基础上,结合大量实例,深入探讨新媒体营销的具体策略与方法,全面涵盖新媒体营销的主要领域。通过本课程的学习,可以让考生了解并掌握新媒体营销的基本知识、相关原理以及最新进展,使得考生不仅能够接触到业界前沿的最新成果,而且能够提升利用当下流行媒介分析和解决营销实际问题的能力。

### 二、本课程的基本要求

通过本课程学习,要求考生:

- 1.掌握新媒体营销的基本性质及理论,以及新媒体营销的理念和做法。
- 2.掌握各类不同新媒体营销的特点和运作模式,了解相关的开展变化趋势,掌握各种新媒体领域的营销策略和方法。
- 3.掌握新媒体营销基本的创新创业知识与方法,培养创新创业的能力和素质。
- 4.能够基于新媒体营销理论,深入分析新媒体营销领域的新问题与新方法,增强分析问题和解决问题的能力。
- 5.具备新媒体营销设计和规划以及方案制定的创新能力,能够就复杂的新媒体营销应用问题与业界同行及社会公众进行有效沟通和交流。

## II 课程内容与考核目标

### 第一章 新媒体营销基础

#### 一、考核知识点

- (一) 初识新媒体
- (二) 初识新媒体营销
- (三) 新媒体营销人员的职业素养

#### 二、考核要求

- (一) 初识新媒体

识记：①新媒体的概念；②新媒体的特征；③新媒体的类型；④新媒体的发展趋势。

- (二) 初识新媒体营销

识记：①新媒体营销的概念；②新媒体营销的特征；③新媒体营销平台。

- (三) 新媒体营销人员的职业素养

领会：①新媒体营销人员的素质要求；②新媒体营销岗位的技能要求。

### 第二章 新媒体营销策略

#### 一、考核知识点

- (一) 新媒体营销的核心法则
- (二) 新媒体营销的经典策略
- (三) 新媒体营销定位

#### 二、考核要求

- (一) 新媒体营销的核心法则

识记：①趣味法则；②利益法则；③互动法则；④个性法则。

- (二) 新媒体营销的经典策略

识记：①饥饿营销；②场景营销；③事件营销；④互动营销；⑤口碑营销；⑥情感营销；⑦知识营销；⑧软文营销；⑨IP 营销；⑩跨界营销。

领会：①获取流量的策略；②理解社会化思维的3个角度；③如何撬动社会网络；④信息与数据的联系与区别；⑤社会化思维；⑥数据思维。

### （三）新媒体营销定位

识记：①用户定位；②价值定位；③内容定位。

应用：①如何运用新媒体营销思维；②运用用户思维分析新媒体营销案例；③能够运用新媒体营销思维为电商企业或平台提供新媒体运营策划。

## 第三章 新媒体数据分析

### 一、考核知识点

#### （一）初识新媒体数据分析

#### （二）常用的第三方数据分析工具

### 二、考核要求

#### （一）初识新媒体数据分析

识记：①新媒体数据分析的作用；②新媒体数据分析的维度。

领会：①新媒体数据分析的基本步骤；②新媒体数据分析的基本方法。

#### （二）常用的第三方数据分析工具

领会：①新榜；②清博智能；③飞瓜数据；④卡思数据；⑤蝉妈妈。

## 第四章 短视频营销

### 一、考核知识点

#### （一）初识短视频营销

#### （二）短视频营销策划

#### （三）短视频营销推广

#### （四）短视频营销数据分析

### 二、考核要求

#### （一）初识短视频营销

识记：①短视频营销的优势；②短视频营销的方法；③短视频营销的类型；

④短视频营销平台；⑤短视频账号的设置。

### （二）短视频营销策划

领会：①短视频营销选题策划；②短视频内容策划；③短视频整体优化。

### （三）短视频营销推广

领会：①聚焦用户需求；②增强推广效果。

应用：①构建引流矩阵。

### （四）短视频营销数据分析

识记：①短视频数据分析的主要内容。

应用：①短视频竞品营销分析。

## 第五章 直播营销

### 一、考核知识点

#### （一）初始直播营销

#### （二）直播营销活动前的筹备事项

#### （三）直播营销活动的开展

#### （四）直播营销活动的二次传播

#### （五）直播营销活动复盘

### 二、考核要求

#### （一）初始直播营销

识记：①直播营销的优势；②直播营销的方式；③直播营销的商业模式；④主流直播平台的特点。

#### （二）直播营销前的筹备事项策划

领会：①策划直播方案；②明确直播目标；③做好直播定位。

应用：①撰写直播脚本；②搭建直播间；③直播宣传与引流。

#### （三）直播营销活动的开展

识记：①直播营销话术的运用。

领会：①直播营销的互动。

#### （四）直播营销活动的二次传播

领会：①二次传播方案的拟定；②二次传播的方法。

#### （五）直播营销活动复盘

领会：①直播营销活动复盘的基本思路；②直播营销活动经验总结。

应用：①直播营销活动数据分析。

## 第六章 音频营销

### 一、考核知识点

#### （一）初识音频营销

#### （二）音频营销的策略

#### （三）音频数据分析

### 二、考核要求

#### （一）初识音频营销

识记：①音频营销优势；②主流音频营销特点。

#### （二）音频营销的策略

识记：①找准用户需求；②选择合适的营销模式。

领会：①录制高质量音频。

#### （三）音频数据分析

识记：①音频数据分析的主要内容。

领会：①音频数据分析与应用。

## 第七章 微信公众号营销

### 一、考核知识点

#### （一）初识微信公众号

#### （二）微信公众号营销策划

#### （三）微信公众号营销的文案策划

#### （四）微信公众号数据分析

## 二、考核要求

### （一）初识微信公众号

识记：①微信公众号营销优势；②微信公众号基本设置。

### （二）微信公众号营销策划

领会：①微信公众号品牌构建策略；②微信公众号内容推送策略。

应用：①做好微信群定位；②起个好的微信群名称；③设置微信群门槛；④设置微信群群规。

### （三）微信公众号营销的文案策划

领会：①文案写作技巧；②文案排版技巧。

应用：①撰写微信公众号文章。

### （四）微信公众号数据分析

领会：①用户分析；②内容分析；③菜单分析；④消息分析。

应用：①识别不同类型的微信公众号及其营销步骤；②能够利用微信平台对特定产品进行营销推广。

## 第八章 微博营销

## 一、考核知识点

### （一）初识微博营销

### （二）微博营销文案与话题的策划

### （三）微博营销活动的策划

### （四）微博数据分析

## 二、考核要求

### （一）初识微博营销

识记：①微博营销的概念；②微博营销的价值。

### （二）微博营销文案与活动策划

识记：①微博营销文案写作与发布；②微博话题发布。

应用：①能够利用微博营销策略对企业官方微博的运营提供建议。

### （三）微博营销活动的策划

识记：①微博营销的策划要点；②微博营销的注意事项。

领会：①微博营销的特点；②微博在企业危机策略中的作用。

应用：①能够依据产品特点为企业提供相应产品的微博营销方案。

### （四）微博数据分析

识记：①基本数据分析；②粉丝数据分析；③博文数据分析；④互动数据的分析。

## 第九章 社群营销

### 一、考核知识点

#### （一）初识社群营销

#### （二）社群营销的策略

#### （三）社群数据分析

### 二、考核要求

#### （一）初识社群营销

识记：①社群的概念；②社群营销的关键点；③社群创建与管理。

#### （二）社群营销的策略

识记：①发布内容；②设计活动；③开展线上活动和线下活动。

领会：①社群裂变的方式；②社群营销的策略。

应用：①为某品牌奶茶店策划设计一套社群运营方案；②运用合适的社群运营工具为某电商平台的社群运营策略提供指导。

#### （三）社群数据分析

识记：①社群数据分析的内容；②社群数据分析的常用指标。

## 第十章 自媒体营销

### 一、考核知识点

#### （一）初识自媒体



(二) 头条号营销

(三) 知乎号营销

## 二、考核要求

(一) 初识自媒体

识记：①自媒体特点；②自媒体与新媒体关系；③自媒体的商业模式；④主流自媒体平台。

(二) 头条号营销

识记：①头条号概念；②头条号账号定位。

领会：①头条号营销内容创造策略。②头条号推广策略；③头条号数据分析。

(三) 知乎号营销

识记：①知乎号定位；②知乎平台的特点；③知乎营销的概念。

领会：①知乎号营销的优势；②知乎营销的模式；③知乎推广策略；④知乎数据分析。

应用：①能够利用知乎对特定产品进行营销推广。

## 第十一章 新媒体营销矩阵

### 一、考核知识点

(一) 初识新媒体营销矩阵

(二) 构建新媒体营销矩阵的基本步骤

(三) 新媒体营销矩阵运营团队的搭建

### 二、考核要求

(一) 初识新媒体营销矩阵

识记：①新媒体营销矩阵类型；②新媒体营销矩阵的作用；③新媒体营销矩阵的要点；④新媒体营销矩阵对营销人员的能力要求。

(二) 构建新媒体营销矩阵的基本步骤

领会：①营运分析；②细分目标人群；③选择媒体平台；④布局新媒体矩阵；⑤创建人格化账号。

应用：①针对实例分析新媒体营销矩阵。

（三）新媒体营销矩阵运营团队的构建

领会：①运营团队的人员配置；②运营团队的 KPI 设置。

## 第十二章 新媒体内容变现

### 一、考核知识点

（一）广告变现

（二）电商“带货”变现

（三）知识付费变现

（四）IP 变现

### 二、考核要求

（一）广告变现

识记：①适合变现的广告形式；②新媒体广告营销策略；③承接新媒体广告的方法的要点；④做好广告变现的关键。

（二）电商“带货”变现

领会：①电商“带货”变现的常见模式；②电商“带货”变现的技巧。

（三）知识付费变现

领会：①知识付费的价值和特征；②知识付费变现的类型；③知识付费变现的常见模式；④知识付费变现的技巧。

（四）IP 变现

领会：①IP 变现的常见模式；②IP 变现的技巧。

## III 有关说明与实施要求

为使本大纲的规定在个人自学、社会助学和考试命题中得到贯彻和落实，兹对有关问题作如下说明，并进而提出具体要求。

### 一、关于考核目标的说明

为使考试内容具体化和考试要求标准化，本大纲在列出考试内容的基础上，对各章规定了考核目标，包括考核知识点和考核要求。明确考核目标，使考生能够进一步明确考试内容和要求，更有目的地系统学习教材；使社会助学者能够更全面地有针对性地进行辅导；使考试命题能够更加明确命题范围，更准确地安排试题的知识能力层次和难易度。

本大纲在考核目标中，按照识记、领会、应用三个层次规定其应达到的能力层次要求。三个能力层次是递进等级关系。各能力层次的含义是：

识记：能知道有关的名词、概念、知识的意义，并能正确认识和表达，是较低层次的要求。

领会：在识记的基础上，能全面把握基本概念、基本原理、基本方法、能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系，是较高层次的要求。

应用：在领会的基础上，能运用基本概念、基本原理、基本方法分析和解决有关的理论问题和实际问题。

## **二、关于自学教材**

本课程使用教材为：《新媒体营销》（慕课版），解鹏程，赵丽英主编，人民邮电出版社，2022 年。

## **三、自学方法指导**

1. 在全面系统学习的基础上掌握基本理论、基本知识、基本方法。本课程内容涉及新媒体营销的各个方面，知识范围广泛，各章之间既有联系又有很大区别，甚至有的还有相对独立性。考生应首先全面系统地学习各章，记忆应当识记的基本概念、名词，深入理解基本理论，弄懂基本方法的内涵；其次，要认识各章之间的联系，注意区分相近的概念和相类似的问题，并掌握它们之间的联系；再次，在全面系统学习的基础上掌握重点，有目的地深入学习重点章节。

2. 重视理论联系实际，结合我国当前新媒体营销发展的实践进行学习。

## **四、对社会助学的要求**

1. 社会助学者应根据本大纲规定的考核内容和考试目标，认真钻研指定教材，明确本课题与其他课程的不同特点和学习要求，对考生进行切实有效的辅导，引导他们防止自学中的各种偏向，把握社会助学的正确导向。

2. 要正确处理基础知识和应用能力的关系，努力引导考生将识记、领会同应用联系起来，把基础知识和理论转化为应用能力，在全面辅导的基础上，着重培养和提高考生的分析问题和解决问题的能力。

3. 要正确处理重点和一般的关系。课程内容有重点和一般的区别，但考试内容是全面的，而且重点与一般是相互联系的，不是截然分开的。社会助学者应指导考生全面系统地学习教材、掌握全部考试内容和考试知识点，在此基础上再突出重点。总之，要把重点学习同兼顾一般结合起来，切勿孤立地抓重点，把考生引向猜题押题。

## **五、关于命题考试的若干要求**

1. 本课程的命题考试，应根据本大纲所规定的考试内容和考试目标来确定考试内容和考核要求，不要任意扩大或缩小考试范围，提高或降低考核要求，考试命题是覆盖到各章，并适当突出重点章节，体现本课程的内容重点。

2. 本课程在考试试题中对不同能力层次要求的分数比例，一般为：识记占 20%，领会占 30%，应用占 50%。

3. 试题要合理安排难度结构。试题难易度可分为易、较易、较难、难四个等级。每份试卷中，不同难易度试题的分数比例，一般为易占 20%，较易占 30%，较难占 30%，难占 20%。必须注意，试题的难易度与能力层次不是一个概念，在各能力层次中都会存在不同难度的问题，切勿混淆。

4. 本课程考试试卷中可能采用的题型有：单项选择题、填空题、名词解释题、简答题以及论述题等。

5. 考试方式为闭卷、笔试，考试时间为 150 分钟。评分采用百分制，60 分为及格。考生只准携带 0.5 毫米黑色墨水的签字笔、铅笔、圆规、直尺、三角板、橡皮等必需的文具用品，不可携带计算器。

## 附录 题型举例

### 一、单项选择题

1. 以下属于新媒体的是（ ）

A. 报纸    B. 杂志    C. 电视    D. 微博

参考答案：D

### 二、填空题

1. 新媒体营销的特征包括应用载体广泛、准确定位用户、拉近用户距离和\_\_\_\_\_。

参考答案：营销成本较低

### 三、名词解释题

1. 内容营销

参考答案：是指以图片、文字、动画等介质将企业的相关信息传达给用户、促进销售的过程。

### 四、简答题

1. 简述新媒体时代消费者行为的特点。

参考答案：

（1）寻求趣味性；（2）注重互动；（3）追求个性消费；（4）容易超前消费。

### 五、论述题

1. 试述构建新媒体营销矩阵的基本步骤。

参考答案：

（1）分析运营状况；（2）细分目标人群及其需求；（3）选择媒体平台；（4）布局新媒体矩阵；（5）创建人格化账号。