传播学专业课程大纲

《公共关系学》课程教学大纲

执笔人：黄彪文 编写日期：2016年1月

**一、课程基本信息**

1．课程编号：

2．课程体系/类别：专业类/专业选修课

3．学时/学分：32学时/2学分

4．先修课程：传播学概论、新闻传播史

5．适用专业：传播学专业

**二、课程教学目标**

本课程的主要目标和任务是通过学习公共关系的基本理论和研究方法，更好地理解公共事件及传媒现象，加强学生的演讲表达以及策划传播能力，培养优秀的公关从业者及品牌传播人员。

1.熟悉掌握公共关系学的基本理论和研究方法，理解公共关系发展历程以及基本流派；

2. 结合理论解析经典的公共关系及品牌传播案例，更好地认识社会传播现象；

3.介绍公共关系的业界经验，掌握公共关系的操作实务。

4.通过公关策划、新闻发布演练等，提高学生的表达能力以及公关从业素养。

**三、课程目标和毕业要求的对应关系**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 毕业要求 | 毕业要求指标点 | 课程目标 |
| 1.理论知识 | 1.3.3学生获得完整的广告、公共关系、营销理论； | 1 |
| 2.研究方法 | 2.6 熟练将研究方法与传播学问题相结合 | 2 |
| 3.专业技能 | 3.4营销方案设计 | 3、4 |
| 4.新媒体前沿技术技能 | 4.5 将新媒体前沿技能运用到新闻、广告、公关等实践领域 | 2 |
| 6.传播与社会 | 6.3在具体实践活动中，有意识综合考虑全方位社会因素，将环境要素纳入实践环节。 | 2、3 |
| 7.传播学前沿理论与实践 | 7.3将业界最新动态融入课堂，确保学生能够及时掌握了解业内动态 | 1、3 |
| 9.表达与沟通 | 9.1学生能够撰写清晰的课堂讨论报告和研究论文，日常表达具备较强的逻辑性 | 3、4 |
| 11.创新素质能力 | 11.3保持传播理念更新状态 | 3、4 |

**四、课程教学内容和要求**

本课程主要介绍结合公关关系学的相关理论，了解传播思想史，对相关的社会现象进行深度解析，并培养学生的研究能力与批判思维。课程主要内容、要求及课时分配安排如下：

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 知识单元（章节） | 知识点 | 要求 | 推荐学时 | 支撑毕业要求指标点 |
| 1 | 课程介绍 | 明确课程的内容、结构、基本要求；  课程汇报的主题、要求等 | 了解 | 2 | 1.3.3 |
| 2 | 公共关系史纲 | 先秦公关思想  古希腊公关思想  巴纳姆、艾维李、伯内斯等现代公关之父的公关思想 | 理解 | 4 | 1.3.3 |
| 3 | 公共关系的基本问题 | 公共关系的元理由  公共关系的学源  从宣传、说服到对话；  公关的管理、传播、关系等三大流派 | 掌握 | 4 | 1.3.3  2.6 |
| 4 | 公关的范式——双向均衡模式 | 介绍格鲁尼格双向均衡模式的基本思想及应用 | 理解 | 2 | 1.3.3  2.6 |
| 5 | 公关的范式——对话范式 | 事实—价值模型；  对话范式的告知、叙事、转换、契合、引领、结晶等路径 | 掌握 | 4 | 1.3.3  2.6  6.3 |
| 6 | 危机公关 | 危机传播管理的基本问题  危机传播管理的事实路径  危机传播管理的价值路径  业界讲座：危机公关案例评析 | 掌握 | 4 | 2.6  6.3  7.3 |
| 7 | 舆论引导及议题管理 | 议题管理的基本问题  议题管理的主要策略  舆论引导中的权力、框架与建构  业界讲座：公关策划与创意 | 理解 | 4 | 2.6  6.3  7.3 |
| 8 | 公关叙事与修辞 | 修辞与认同；  母题与叙事结构  业界讲座：新媒体时代的公关话语 | 理解 | 4 | 1.3.3  2.6  6.3  7.3 |
| 9 | 公共关系批判 | 公关的效果与后果  霸权、权力、主体与公关批判  公关伦理与道德 | 理解 | 2 | 6.3  11.3 |
| 10 | 课程汇报 | 公关策划、案例分析或理论探索 | 掌握 | 2 | 3.4  9.1  11.3 |

**五、教学基本要求**

本课程采用“课程讲授+学生发表+业界讲座+公关策划案”等多种形式的教学方式，具体如下：

* 1. 课堂讲授：以教材为主，多媒体音频、视频素材为辅，结合学界与业界的最新研究成果，展现公共关系学的全貌；
  2. 学生发表：要求学生围绕某一热点事件进行个案研究，围绕公关理论进行分析，形成课程论文。
  3. 业界讲座：本课程将邀请知名公关公司的从业者来介绍最新的公关案例和实务，力求为学生展现最新的业界动态和发展要求。
  4. 公关策划案：围绕课程的理论和实务讲授，学生将分组完成相应的公关策划案，从主题设计到执行方案都严格按照业界标准，提升学生的公关策划能力。

**六、考核**

本课程最后的总评成绩由下表中若干部分组成：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 考核环节 | 建议分值 | 考核/评价细则 | 对应的课程目标 |
| 课堂表现 | 10% | 课堂出勤率、课堂发言 | 1 |
| 分组课程展示 | 30% | 学生对公关案例进行理论分析，课堂展示/理论与现象的匹配程度，分析深度、表达 | 1、2 |
| 期末报告 | 60% | 公关策划、案例分析或理论探索 | 3、4 |

**六、本课程与其它课程的联系与分工**

本课程在大三上学期（第五学期）开设，要求学生具有一定的专业基础，要求的先修或关联课程包括《传播学概论》、《新媒体概论》等。

**七、建议教材及教学参考书**

教材：

[1] 胡百精：《公共关系学》，中国人民大学出版社，2008年

主要参考资料：

[1] 吴宜蓁：《危机传播——公共关系与语艺观点的理论与实证》，台北，五南图书

[2] 胡百精：《说服与认同》，中国传媒大学出版社，2014年。

[3] 让·鲍德里亚：《消费社会》，南京大学出版社，2001年

[4] 沃尔特·李普曼：《公众舆论》，上海人民出版社，2006年。

《媒介与社会》课程教学大纲

执笔人：黄彪文 赵艳明 编写日期：2016年1月

**一、课程基本信息**

1．课程编号：

2．课程体系/类别：专业类/专业选修课

3．学时/学分：32学时/2学分

4．先修课程：传播学概论、新闻传播史

5．适用专业：传播学专业本科生

**二、课程教学目标**

本课程的主要目标和任务是通过学习媒介社会学的基本理论和研究方法，提升学生理解和分析传媒社会现象的能力，锻炼学生的独立思考能力和批判思维，提高学生进行社会科学研究的水平。

1.熟悉掌握大众传播学以及媒介社会学的基本理论和研究方法；

2.通过理论学习提高运用传播学知识来解释和分析社会现象的能力；

3.通过大众传播学研究方法训练提高社会科学研究能力。

4.通过媒介批判等视角提高学生的批判思维。

**三、课程目标和毕业要求的对应关系**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 毕业要求 | 毕业要求指标点 | 课程目标 |
| 1.理论知识 | 1.4.1 学生能够掌握基础的社会科学研究理论 | 1 |
| 2.研究方法 | 2.6 熟练将研究方法与传播学问题相结合 | 2 |
| 6.传播与社会 | 6.2学生能够理解传媒对政治、经济、文化等全方位影响及其深层次关系。 | 2、3 |
| 7.传播学前沿理论与实践 | 7.1 授课环境应当涉及政策传播、健康传播、科技传播等细分领域的相关知识 | 1 |
| 9.表达与沟通 | 9.1学生能够撰写清晰的课堂讨论报告和研究论文，日常表达具备较强的逻辑性 | 2 |
| 11.创新素质能力 | 11.3保持传播理念更新状态 | 3、4 |

**四、课程教学内容和要求**

本课程主要介绍结合传播学与社会学的相关理论，对相关的社会现象进行深度解析，并培养学生的研究能力与批判思维。课程主要内容、要求及课时分配安排如下：

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 知识单元（章节） | 知识点 | 要求 | 推荐学时 | 支撑毕业要求指标点 |
| 1 | 传播与社会 | 明确课程的内容、结构、基本要求；  课程汇报的主题、要求等  传播与社会的关系 | 了解 | 2 | 1.4.1 |
| 2 | 传播社会学史 | 历史的多张面孔  传播研究诞生的历史背景  传播研究史的主要取径  大师巨擘  里程碑式  内容分析  政经结构  典范转型  社会学中的传播思想 | 掌握 | 4 | 1.4.1 |
| 3 | 宣传与公众舆论 | 现代宣传的背景及定义  宣传的技巧及模式  宣传与社会动员  李普曼的公众舆论 | 掌握 | 4 | 2.6  6.2 |
| 4 | 说服与社会心理 | 霍夫兰说服理论  卡茨的说服矩阵  弗洛伊德的精神分析  勒庞的乌合之众 | 掌握 | 4 | 2.6  6.2 |
| 5 | 对话与社会认同 | 巴赫金的对话理论  吉登斯的社会认同  景观社会 | 掌握 | 4 | 2.6  6.2 |
| 6 | 媒介文化批判 | 法兰克福学派与文化工业批判  政治经济学派  伯明翰学派  雷蒙威廉斯文化研究 | 掌握 | 4 | 2.6  6.2 |
| 7 | 环境传播 | 环境传播的主要理论  贝克的风险社会  环境话语与政治经济权力  环境事件个案分析 | 理解 | 4 | 7.1  6.2 |
| 8 | 健康传播 | 健康传播的主要理论  专家与公众的风险认知差异  健康传播中的医患关系  新媒体与健康传播 | 理解 | 4 | 7.1  6.2 |
| 9 | 课程汇报 | 运用媒介社会学理论解析传播社会现象 | 掌握 | 2 | 9.1  11.3 |

**五、教学基本要求**

本课程除了介绍媒介社会学的基本知识、基本理论和基本要素与结构之外，还将结合当前的热点媒介现象、公共事件进行讲解和讨论。本课程采用“课程讲授+学生发表+课堂讨论”等多种形式的教学方式，具体如下：

* 1. 课堂讲授：以教材为主，多媒体音频、视频素材为辅。充分利用课时，组织召开围绕某一热点现象或最新技术的课堂分析、展示活动，在教师的引导与带领下，采用以学生为中心的教学模式，积极领会媒介社会学的精髓；
  2. 学生发表：要求学生围绕某一热点事件进行个案研究，最后形成可以在期刊发表的论文并在课堂上进行展示汇报。
  3. 课堂讨论：要求每节课的课前15分钟，学生将对上一周在影响力较大的事件进行理论分析，围绕相关事件进行课堂讨论。

**六、考核**

本课程最后的总评成绩由下表中若干部分组成：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 考核环节 | 建议分值 | 考核/评价细则 | 对应的课程目标 |
| 课堂表现 | 10% | 课堂出勤率、课堂发言 | 2 |
| 分组课程展示 | 20% | 学生对上一周在公共事件进行理论分析，课堂展示/理论与现象的匹配程度，分析深度、表达 | 1、2 |
| 读书笔记 | 20% | 阅读相关的社会学理论读物并撰写读书笔记/问题意识、方法、逻辑 | 1、2、3 |
| 期末报告 | 50% | 运用媒介社会学理论来分析传播现象，并进行相对完整严谨的研究，形成论文/主题、理论与现象的解释力、原创性、学术规范 | 3、4 |

**七、本课程与其它课程的联系与分工**

本课程在大二下学期（第四学期）开设，要求学生具有一定的专业基础，要求的先修或关联课程包括《传播学概论》、《新闻传播史》等。

**七、建议教材及教学参考书**

教材：

[1] 詹姆斯·库兰：《大众媒介与社会》，华夏出版社，2014年

主要参考资料：

[1] 吉登斯：《社会学》，北京大学出版社，2009年。

[2] 古斯塔夫·勒庞：《乌合之众》，新世界出版社，2011年

[3]伊莱休·卡茨著、常江译：《媒介研究经典文本解读》北京大学出版社，2010年。

[4] 沃尔特·李普曼：《公众舆论》，上海人民出版社，2006年。

**《新闻采写》课程教学大纲**

执笔人：董媛媛 黄彪文 编写日期：2016年1月

**一、课程基本信息**

1．课程编号：60L790Q

2．课程体系/类别：专业类/专业选修课

3．学时/学分：32学时/2学分

4．先修课程：《传播学概论》、《新闻学原理》

5．适用专业：传播学

**二、课程教学目标**

本课程是传播学专业教学的重要组成部分，旨在帮助学生掌握新闻采访技巧，各种不同题材和体裁的新闻写作基本理论知识和实际写作方法，培养学生对新闻的敏锐感知能力和对新闻价值的判断力，使学生学会采写新闻以及能够写出好新闻。课程目标如下：

1.掌握新闻价值规律，理解新闻专业主义对新闻报道的基本要求、培养新闻敏感；

2.掌握基本的新闻采访能力，学会撰写采访提纲，具备一定的采访技巧；

3.掌握基本的新闻写作能力，熟练消息、深度报道、评论等各种新闻文体的写作；

4.具备良好的新闻选题策划能力，熟悉媒体的采编流程

**三、课程目标和毕业要求的对应关系**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 毕业要求 | 毕业要求指标点 | 课程目标 |
| 1.理论知识 | 1.3.1学生获得合理的新闻采写编评基础理论； | 1 |
| 3.专业技能 | 3.1.1 新闻采写能力 | 2、3 |
| 3.专业技能 | 3.1.2 能够适应融合媒体环境下新闻编辑工作 | 2、3 |
| 7.传播学前沿理论与实践 | 7.3将业界最新动态融入课堂，确保学生能够及时掌握了解业内动态 | 1、4 |
| 9.表达与沟通 | 9.1学生能够撰写清晰的课堂讨论报告和研究论文，日常表达具备较强的逻辑性 | 2、3 |
| 11.创新素质能力 | 11.3保持传播理念更新状态 | 1、4 |

**四、课程教学内容和要求**

本课程共分十三个知识单元，课内总学时为32学时。课程主要内容、要求及课时分配安排如下：

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 知识单元（章节） | 知识点 | 要求 | 推荐学时 | 支撑毕业要求指标点 |
| 1 | 新闻报道 | 新闻的定义 | 理解 | 2 | 1.3.1  3.1.1 |
| 新闻报道的基本要求 | 掌握 |
| “用事实说话”与“合理想象” | 掌握 |
| 2 | 新闻采访 | 采访与写作的关系 | 理解 | 2 | 1.3.1  3.1.1  9.1 |
| 现场模拟记者招待会 | 掌握 |
| 采访形式与采访技巧 | 掌握 |
| 3 | 消息及其基本构成 | 消息的种类 | 理解 | 4 | 1.3.1  3.1.1  3.1.2 |
| 标题的形式与制作 | 掌握 |
| 导语的类型和写作 | 掌握 |
| 新闻主体的写法 | 掌握 |
| 消息的其它构成元素 | 掌握 |
| 4 | 新闻结构形式 | “倒金字塔式”结构 | 掌握 | 4 | 1.3.1  3.1.1  3.1.2 |
| 悬念式结构 | 掌握 |
| 并列式结构 | 掌握 |
| 新闻的其它结构形式 | 理解 |
| 5 | 新闻主题 | 辨析“主题先行” | 理解 | 2 | 1.3.1  3.1.1  3.1.2 |
| 如何提炼新闻主题 | 掌握 |
| 6 | 新闻材料 | 新闻材料的类型 | 了解 | 2 | 1.3.1  3.1.1  3.1.2 |
| 新闻报道如何选材 | 掌握 |
| 7 | 新闻语言 | 新闻语言的特点 | 掌握 | 4 | 1.3.1  3.1.1  3.1.2 |
| 新闻报道语言案例分析 | 掌握 |
| 如何克服“新闻腔” | 理解 |
| 改写一篇新闻报道 | 掌握 |
| 8 | 敏锐感知与辨别新闻 | 新闻敏感的培养路径 | 掌握 | 2 | 1.3.1  3.1.1  3.1.2  11.3 |
| 新闻价值的选择标准 | 掌握 |
| 新闻政策与新闻价值的关系 | 掌握 |
| 9 | 各类新闻的写作（一） | 标题新闻的写法及案例分析 | 理解 | 2 | 1.3.1  3.1.1  3.1.2  9.1 |
| 简明新闻的写法及案例分析 | 掌握 |
| 动态新闻的写法及案例分析 | 掌握 |
| 综合新闻的写法及案例分析 | 掌握 |
| 述评新闻的写法及案例分析 | 掌握 |
| 事件新闻的写法及案例分析 | 掌握 |
| 10 | 各类新闻的写作（二） | 非事件新闻的写法及案例分析 | 掌握 | 2 | 1.3.1  3.1.1  3.1.2  9.1 |
| 人物新闻的写法及案例分析 | 掌握 |
| 会议新闻的写法及案例分析 | 掌握 |
| 社会新闻的写法及案例分析 | 掌握 |
| 批评性新闻的写法及案例分析 | 掌握 |
| 11 | 通讯写作的基本知识 | 通讯的主题 | 掌握 | 2 | 1.3.1  3.1.1  3.1.2 |
| 通讯的结构 | 理解 |
| 通讯的表达方法 | 掌握 |
| 12 | 其它新闻文体的写作 | 花絮的写法 | 了解 | 2 | 1.3.1  3.1.1  3.1.2 |
| 调查报告的写法 | 理解 |
| 广播电视新闻的写法 | 掌握 |
| 精确新闻的写法 | 掌握 |
| 13 | 中外新闻报道及写作比较 | 新闻报道与意识形态 | 了解 | 2 | 3.1.1  3.1.2  7.3 |
| 平衡手法与人文关怀 | 掌握 |
| 国际传播时代的媒体写作 | 掌握 |

**五、课程教学安排**

本课程的参考教材为分析媒体写作实践提供理论知识和基础框架。讲义和参考资料逐年更新。课程教学环节主要包括：课堂讲授、作业及讲评和专题讨论、案例分析。在实施研究性教学过程中，对课堂讲授、分析研究报告作业和专题讨论、案例分析等的要求如下：

1.课堂讲授具体内容细节和表达方式可体现教师个人风格，强调注重教学过程师生之间的互动，使学生能够掌握较扎实的理论知识，形成对《新闻采写》课程的总体认识。

2.本课程的少量部分内容需要学生通过自学完成，教师仅在课内进行概括性提示。

3.撰写新闻报道：根据教师提供的新闻通讯，提炼新闻主题，改写成一篇消息，要求包括消息的要素和具备消息的结构。

4.评析学生的作品：教师点评学生作业，将实际写作中的问题指出，并形成讨论。

5.案例分析：《新闻采写》的课程特点要求教师不仅教会学生理论知识，更重要的是学会如何采写新闻，加强实践性，因此在课堂上会有大量的新闻报道案例分析，通过讨论使学生更加能够理解如何采写新闻。

**六、考核**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 考核环节 | 建议分值 | 考核/评价细则 | 对应的课程目标 |
| 课堂表现 | 20% | 课堂出勤率、课堂发言、课堂训练等 | 1、2 |
| 平时作业 | 30% | 新闻标题、通讯、评论等多种问题的写作训练 | 2、3 |
| 期末报告 | 50% | 新闻专题报道/选题、深度、新颖、规范 | 2、3、4 |

**七、本课程与其它课程的联系与分工**

本课程的先修课包括：《传播学概论》、《新闻学原理》等，后续课为《新闻评论》等。先修课程为本课程理解和掌握关键新闻传播学概念奠定基础，后续课在本课程的基础上延展学生的理论和实践能力。

**八、建议教材及教学参考书**

教材：

[1] 周胜林、尹德刚：当代新闻写作（第二版），上海：复旦大学出版社，2011年5月第2版。

主要参考资料：

[1] 刘海贵：当代新闻采访（第二版），上海：复旦大学出版社，2005年6月第2版。

[2] 刘明华、徐泓、张征：新闻写作教程，北京：中国人民大学出版社，2005年8月第1版。

[3] [美]罗伯特·M·奈特：最佳写作要领，北京：新华出版社，1999年10月第1版。

[4] [美]梅尔文·门彻，新闻报道与写作，北京：华夏出版社，2003年8月第1版**。**

**《广播电视概论》课程教学大纲**

执笔人：赵艳明 编写日期：2016年1月

**一、课程基本信息**

1．课程编号：

2．课程体系/类别：专业类/专业选修课

3．课程性质：限选

4．学时/学分：32/2

5．先修课程：无

6．适用专业：传播学

**二、课程教学目标**

1、掌握作为传播学重要方向之一的广播电视学的基础理论知识。

2、理解当代广播电视领域的前沿问题和趋势。

3、能够运用基本原理和方法，对当代广播电视节目和现象进行思考、评价和分析。

4、了解广播电视节目的制作流程，获得广播电视节目策划的基本训练，在此过程中提升学生的创新能力。

5、在作业完成过程中培养和锻炼研究能力、表达能力和团队合作精神。

**三、课程目标和毕业要求的对应关系**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 毕业要求 | 毕业要求指标点 | 课程目标 |
| 1.理论知识 | 1.3具有完备的业务基础理论水平 | 1 |
| 2.研究方法 | 2.6 熟练将研究方法与传播学问题相结合 | 3 |
| 3.专业技能 | 3.2影像制作 | 4 |
| 6.传播与社会 | 6.2学生能够理解传媒对政治、经济、文化等全方位影响及其深层次关系。  6.3在具体实践活动中，有意识综合考虑全方位社会因素，将环境要素纳入实践环节； | 3 |
| 7.传播学前沿理论与实践 | 7.3将业界最新动态融入课堂，确保学生能够及时掌握了解业内动态 | 2 |
| 9.表达与沟通 | 9.1学生能够撰写清晰的课堂讨论报告和研究论文，日常表达具备较强的逻辑性 | 5 |
| 11.创新素质能力 | 11.1持续获取新鲜资讯的能力  11.3保持传播理念更新状态 | 2、4 |

**四、课程教学内容和要求**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 知识单元（章节） | 知识点 | 要求 | 推荐学时 | 支撑毕业要求指标点 |
| 1 | 广播电视发明与技术基础 | 广播电视技术发展史 | 了解 | 2 | 1.3 |
| 广播电视传播特性 | 理解 |
| 2 | 广播电视的体制 | 商营广播电视体制 | 理解 | 4 | 1.3 |
| 公共广播电视体制 |
| 国营广播电视体制 |
| 3 | 世界广播电视概述 | 世界广播电视概况 | 理解 | 4 | 6.2  6.3 |
| 欧美广电发展的新趋势 | 掌握 |
| 4 | 中国广播电视概述 | 早期中国广播电视发展史 | 理解 | 4 | 6.2  6.3 |
| 广播电视的市场转型 | 掌握 |
| 中国广播电视的规制管理 | 掌握 |
| 5 | 新闻、纪录片类节目 | 新闻节目、新闻频道的编排 | 掌握 | 4 | 3.2  9.1 |
| 纪录片节目 |
| 6 | 电视娱乐 | 电视真人秀研究 | 掌握 | 4 | 11.1  11.3 |
| 电视娱乐化现象 |
| 电视剧研究 |
| 7 | 广播电视的经营管理 | 广播电视的生产、经营及管理 | 掌握 | 2 | 7.3 |
| 8 | 广播电视的受众 | 传播效果研究 | 掌握 | 4 | 2.6 |
| 收视率调查 |
| 9 | 广播电视与社会 | 当代广播电视的社会环境 | 掌握 | 4 | 6.2  6.3 |
| 广播电视媒介批评 |

**五、课程教学方法**

1、课堂讲授：以教材为主线，多媒体音频、视频素材为辅，大量地补充案例和最新热点话题。以案例教学为核心，充分地利用相关理论进行讲授、分析。

2、课堂展示：要求学生根据不同的选题，在课下完成资料的收集、整理以及课堂上的汇报，在课堂上教师和其他同学可以进行点评和互评。

3、作业：要求学生根据某一个现象和话题进行独立思考和分析，或针对某一个节目类型进行调研及策划设计，然后撰写作业并提交，从而培养学生解决复杂问题的能力。

4、课堂讨论和辩论：通过课堂提问等方式引导学生讨论，或给定一个选题并组织学生进行课堂辩论，从而引发学生的主动学习和思考。

**六、课程考核**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 考核环节 | 建议分值 | 考核/评价细则 | 对应的课程目标 |
| 课堂表现 | 10 | （1）考勤；  （2）课堂发言的数量和质量。 | 3、5 |
| 小组课堂展示 | 10 | （1）根据不同的课题，分组进行搜集材料、分析研究、制作ppt并在课堂上回报展示；  （2）根据课堂展示的质量进行加权，通过填写自评和互评的评分表给出每个学生的课堂展示分数。 | 4、5 |
| 平时作业 | 15 | （1）根据课程内容，完成平时作业并提交；  （2）根据作业质量和学生的掌握情况进行评分。 | 2、3、4 |
| 期末考试 | 50 | （1）卷面成绩100分，以卷面成绩乘以其在总评成绩中所占的比例计入课程总评成绩。  （2）主要考核理论知识的掌握情况，以及用理论和方法分析实际问题的能力。考试题型为：名词解释、简答题、论述题等。 | 1、2 |

**七、本课程与其它课程的联系与分工**

本课程是传播学专业本科生的一门概论性课程，属于影视传播类课程的基础课，为学生了解并理解当代视觉传播媒介打下基础，学生可在此课程的基础上继续学习视觉传播、视觉文化、影视鉴赏等课程。

**八、建议教材及教学参考书**

**教材：**郭镇之、苏俊斌著.《当代广播电视教程:当代广播电视学(新世纪版)》.上海.复旦大学出版社.2012年

**教学参考书：**

1. 赵玉明主编.《中国广播电视通史》.中国传媒大学出版社.2006年
2. 约翰·费斯克著.《电视文化》.商务印书局.2005年
3. 张丽著.《世界广播电视发展趋势研究》.中国传媒大学出版社.2012年
4. 阿伯克龙比著.《电视与社会》.南京大学出版社.2007年
5. 学术期刊《中国电视》、《中国广播电视学刊》、《电视研究》、《现代传播》等

**《视觉文化》课程教学大纲**

执笔人： 夏丽志 编写日期：2016年1月

**一、课程基本信息**

1．课程编号：60L739Q

2．课程体系/类别：专业选修课

3．课程性质：限选

4．学时/学分：2

5．先修课程：传播学概论，新媒体概论，传播学研究方法，视听语言理论与实践

6．适用专业：传播学专业

**二、课程教学目标**

本课程是传播学专业的专业限选课，是关于视觉文化分析的专业特色课程。在一个被各种各样的视觉形象（电影、电视、广告、摄影、图片、画像、建筑、雕塑、动漫画片、电脑图像……）包围的世界中，“视觉”已经变得越来越重要，作为一种“文化”，它深刻地制约了人们理解、想象生活、世界和自我的方式。此课程汇集了当代对这种文化现象的最新研究成果,介绍特定视觉文本内涵的理论解释，涵盖了图像学、艺术史、意识形态、符号学、解释学等理论框架，聚集了“看的方法”、“日常生活”、“身体与空间”、“种族、认同与主体性”和“性别与观看的政治”等多个方面的问题，在从美术到摄影、电影、电视和新媒体等媒介的范围内，以不同的角度对每个方面所选择的问题，开展视觉文化的解析，力图显示出视觉文化学习与研究的多样性和现实性。作为一项跨学科和方法论上交叉的领域的探究，视觉文化研究把某些讨论从一些学科框架下解脱出来，为人们建构文化的视觉意义重写文化提供了可能性。此课程是一门教会学生如何去“看”的入门课程，注重培养学生独立解析视觉文本的传播内容和传播方式，主张学生用独立眼光对视觉文本进行密切主动的仔细观察，使学生不但了解视觉理论的基本概念和相关权威著作，也能体会到视觉文化分析的乐趣和意义。

学习该课程后，学生知识、能力和素质等方面应达到以下目标：

1. 了解视觉文化在人类文明史中的发展历程，认识人类的“观看之道”及视觉文化的内涵，理

解人类以视觉理解和建构世界、生活及自我的意义过程，认知当代全球化文化视觉转向的重

重图像冲击下本土文化意义传播与构建的重要性，提升文化自信力；

1. 掌握视觉信息文本——大众传媒、商业广告、通俗图像、电影电视、摄影绘画、电脑图像等

——传播内容和传播方式审视批评的观看方式及分析方法，实现视觉文化观念、理论、方法

的知识体系的构建，提高视觉感知、理解和审美能力；

1. 运用视觉文化研究的观念、理论、方法，以问题意识，分析全球化背景下不同行为主体其

视觉文本意义构建的多样性和现实性，聚焦其中的视觉文化现象，思考“看的方法”、“日常

生活”、“身体与空间”、“种族、认同与主体性”和“性别与观看的政治”等问题，研究求解问题解决的方法和途经，获得人文与社会科学研究的方法基本训练，掌握视觉文化的研究方法；培养问题意识和批判思维；

4.在学习与运用视觉文化研究的观念、理论、方法的过程中，培养团队合作中发挥作用的能力及人文情怀。

**三、课程目标和毕业要求的对应关系**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 毕业要求 | 毕业要求指标点 | 课程目标 |
| 1.理论知识 | 1.1.1掌握完善系统的传播学理论；1.2熟悉了解新闻传播历史；1.3.1学生获得合理的新闻采写编评基础理论；1.3.2获得完整的影视传播及制作理论；1.4 学生能够掌握完整系统的传播学研究方法；1.5 掌握国际传播理论1.5.1 学生具备专业水准的英语水平；1.5.2 学生具备国际传播的基础理论水平；1.6 学生能够掌握新媒体传播的基本理论。 | 1 |
| 2.研究方法 | 2.1掌握基础的问卷设计、随机抽样能力；2.2 具备多元回归以上层次的统计分析能力；2.4能够掌握基本数据挖掘及分析能力；2.5 能够掌握高级研究方法；2.6 熟练将研究方法与传播学问题相结合。 | 2 |
| 3.专业技能 | 3.1.2 能够适应融合媒体环境下新闻编辑工作；3.1.3 能够熟悉并掌握新闻评论的技能； 3.2.3 影像审美与批评能力；3.2.1摄影摄像基本技能学习；3.2.2非线性编辑实践技能及后期相关制作工作；3.2.3 影像审美与批评能力；3.3.1广告创意策划能力3.3.2广告文案制作技能。 | 3 |
| 4.新媒体前沿技术技能 | 4.1 熟悉了解互联网相关语言、网页设计制作；4.2熟悉并能够使用新媒体在内容制作方面的最新工具；4.3具备数据挖掘能力，并掌握前沿理念及工具；4.4 达到数据可视化方面的能力；4.5 将新媒体前沿技能运用到新闻、广告、公关等实践领域。 | 4 |
| 5.外语能力 | 5.2 完成专业领域内英语的学习及文献阅读；5.3在学习过程中，应当包含阅读英语报道、观察国外媒体发展、熟悉国际前沿业界动态的内容；5.4 掌握跨文化交流的技能，系统学习跨文化传播的理论，并且达到国际、跨文化传播的专业水平。 | 5 |
| 6.传播与社会 | 6.1 自觉将中国国情与传播实践相结合；6.2学生能够理解传媒对政治、经济、文化等全方位影响及其深层次关系；6.3在具体实践活动中，有意识综合考虑全方位社会因素，将环境要素纳入实践环节。 | 6 |
| 7.传播学前沿理论与实践 | 7.1 授课环境应当涉及政策传播、健康传播、科技传播等细分领域的相关知识；7.2介绍学术界最前沿的理论动态，并有意识与国际接轨；7.3将业界最新动态融入课堂，确保学生能够及时掌握了解业内动态。 | 7 |
| 8.新闻传播职业规范 | 8.1牢固树立马克思主义新闻观，深入了解中国特色社会主义传播体系；8.2熟悉新闻传播工作的法律法规；8.3自觉遵守职业道德准则；8.4 对受众有深入了解，并培育公共道德情怀。 | 8 |
| 9.表达与沟通 | 11.1持续获取新鲜资讯的能力；11.2持续跟进新技术、新方法能力；11.3保持传播理念更新状态；11.4培育新媒体传播迭代、更新、优化的工作意识，并系统建立相应技能。 | 9 |

**四、课程教学内容和要求**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 知识单元（章节） | 知识点 | 要求 | 推荐学时 | 支撑毕业要求指标点 |
| 1 | 视觉文化课程导论 | 视觉文化提出的时代背景 | 理解 | 1 | 1.1；1.3.2；1.4；1.6；2；6；7；8； |
| 视觉文化的概念及研究范围界定 | 理解 |
| 视觉文化研究的特点及学理价值 | 理解 |
| 2 | 视觉文化简史 | 口语时代的视觉文化 | 理解 | 4 | 1.1；1.2；1.3.2；1.4；1.6；2；6；7；8； |
| 文字时代的视觉文化 | 理解 |
| 印刷时代的视觉文化 | 理解 |
| 电子时代的视觉文化 | 理解 |
| 数字时代的视觉文化 | 理解 |
| 3 | 视觉性 | 视觉性的认知与界定 | 掌握 | 1 | 1.1；1.3.2；1.4；1.6；2；3.2.3；6；7；8 |
| 视觉性的现代文化表征 | 掌握 |
| 视觉性的后现代文化表征 | 掌握 |
| 案例分析 | 掌握 |
| 4 | 图像学与视觉文化 | 图像学界定 | 掌握 | 4 | 1.1；1.3.2；1.4；1.6；2；3.2.3；6；7；8 |
| 图像学理论观念与方法的认识 | 掌握 |
| 视觉文化的图像学批评反思 | 掌握 |
| 案例分析 | 掌握 |
| 5 | 符号学与视觉文化 | 符号学的界定 | 掌握 | 4 | 1.1；1.3.2；1.4；1.6；2；3.2.3；6；7；8 |
| 符号学理论、观念与方法的认识 | 掌握 |
| 视觉文化的符号学批评反思 | 掌握 |
| 案例分析 | 掌握 |
| 6 | 解释学与视觉文化 | 解释学的界定 | 掌握 | 4 | 1.1；1.3.2；1.4；1.6；2；3.2.3；6；7；8 |
| 解释学理论、观念与方法的认识 | 掌握 |
| 视觉文化的解释学批评反思 | 掌握 |
| 案例分析 | 掌握 |
| 7 | 意识形态与视觉文化 | 意识形态界定 | 掌握 | 4 | 1.1；1.3.2；1.4；1.6；2；3.2.3；6；7；8 |
| 意识形态理论观念与方法的认识 | 掌握 |
| 视觉文化的意识形态批评反思 | 掌握 |
| 案例分析 | 掌握 |
| 8 | 身体叙事与视觉文化 | 身体叙事的界定 | 掌握 | 4 | 1.1；1.3.2；1.4；1.6；2；3.2.3；6；7；8 |
| 身体叙事理论观念与方法的认识 | 掌握 |
| 视觉文化的身体叙事批评反思 | 掌握 |
| 案例分析 | 掌握 |
| 9 | 摄影、电影 | 摄影与电影的文化发展 | 理解 | 2 | 1.1；1.3.2；1.4；1.6；2；3.2.3；6；7；8 |
| 摄影电影视觉文本的观看解读 | 掌握 |
| 案例分析 | 掌握 |
| 10 | 电视、数字媒体 | 电视与数字媒体的文化发展 | 理解 | 2 | 1.1；1.3.2；1.4；1.6；2；3.2.3；6；7；8 |
| 电视和数字媒体视觉文本的观看解读 | 掌握 |
| 案例分析 | 掌握 |
| 11 | 视觉全球化与视觉消费 | 全球化界定 | 理解 | 2 | 1.1；1.3.2；1.4；1.6；2；3.2.3；6；7；8 |
| 传播全球化与视觉技术发展 | 理解 |
| 消费文化的视觉消费 | 理解 |
| 视觉文化意义解读的人文价值批评 | 掌握 |

**五、课程教学方法**

视觉文化，作为一项跨学科和方法论上交叉的领域的探究，面向读图时代和媒介文化环境下的“观看”行为事实，——这种事实一是指向日常生活世界中真实的存在——被各种各样的视觉形象（电影、电视、广告、摄影、图片、画像、建筑、雕塑、动漫画片、电脑图像……）包围世界中“视觉”已经变得越来越重要，作为一种“文化”，它深刻地制约了人们理解、想象生活、世界和自我的方式。这些行为体（包括学习者在内）的文化体验的意图、行为和言论；二是指向有关事实的视觉文本，即上述行为体本身如新闻记者、影视导演、网络群体等视觉文化内容与形式之间的内在逻辑关系和媒介传播的特征与影响的描述、表现和解释。视觉文化传播为人们把某些讨论提供了可能性。视觉领域乃是种种文化意义得以建构的场域，正是在这个场域中，人们在对视觉文化的所表之实和所表之意的观察和体验过程中，在认识理论的解释限度同时，破解理论的局限，努力从一些学科框架下解脱出来，其提出问题的思考和探究意义解释的途经，为重写文化提供了可能性。

作为一项跨学科和方法论上交叉领域的探究，视觉文化课程涵盖了图像学、艺术史、意识形态、符号学、解释学等理论框架，聚集了“看的方法”、“日常生活”、“身体与空间”、“种族、认同与主体性”和“性别与观看的政治”等多个方面的问题，在从美术到摄影、电影、电视和新媒体等媒介的范围内，以不同的角度对每个方面所选择的问题，开展视觉文化的解析，力图显示出视觉文化学习与研究的多样性和现实性。在视觉文化学习与研究的过程中，引导学生观察体味媒介文本的形式表现，分析理解媒介文本内容及媒介的视觉表现特征，认识把握媒介形式与内容的视觉文化意义建构过程中的逻辑关系内涵的阐释，深刻领悟体会其中的观看之道。教学中，将视觉文化的理论和观念的知识性学习与媒介情境体验观看的认知性探索及观看主题情境问题的研究性学习相结合，将理论学习与观看实践相结合，课堂学习与课外自主学习相结合，个体学习活动与小组协作和讨论相结合，观看情境问题求解和实际视觉文化案例与实践相结合。在教会学生如何去“看”的过程中，使之体会到视觉文化分析的乐趣和意义。具体如下：

(一)教学：

结合情境案例进行视觉文化的观念、理论、方法的学习研究。案例教学的设计原则，关注视觉案例学习和其文化研究所选案例的历史在场性——案例的现象过程——还原所选案例的具体场景的观看。细化之，即：从观看主题情境的体验与文本的视读中，观察发现媒介文本视觉表现形式的内容与特征，以理论与观念的学习与研究，分析解读媒介文本视觉意义的建构与阐释过程，领悟媒介文本的观看之道及其中所氤氲而生的文化意义。教学案例的选择分两个层次/阶段,第一层次/阶段——视觉文化主题案例的情境现象观察阶段，在此阶段，引导学生开展文化主题下视觉文本的情境观看，引导学生发现视觉文化情境观看中形式与内容关联中所存在的问题，引发其对提出问题的进一步观察审视；第二阶段，就前一阶段所提出的问题，开展主题式的理论文献的阅读和思考，与此同时，观照所选案例，在进行情境案例的观看研究中，引导学生直观事实本身，以多维度的角度，面对不同的视觉变量，在微观分析中展现多维视角，在协商、认同与论证的过程中，构建观看的“意义的空间”，使得视觉案例的时空边界的本身与研究者所选的文化概念、问题的理论框架进行链接并进而组成“认知边界”，结合主题语境情境式观看实现“格物致知”。在教学上，配合以多媒体课件和影像资料的演示，授课教师进行文化理论观念的阐释和视觉案例解读与分析，强调视觉文化所涉及问题的复杂性，发觉、呈现、解释这些问题。在视觉案例分析与文化研究的整个过程，引导学生以学习研究小组的形式开展课堂内外的主题情境的问题讨论，将视觉文化的理论、观念、方法与视觉情境案例进行观看实践场域结合，开展视觉文化主题语境下视觉观看实践与观看问题的思考与研究。

(二)作业与考评

结合情境案例教学的两个层次/阶段,第一层次，选取视觉文化主题语境情境案例的现象观察阶段，即提出视觉文化情境观看中形式与内容关联中所存在的问题，引发其对提出问题的进一步体验式观察审视性思考；第二阶段，就第一阶段所提出的问题，开展主题式的理论文献的研读及问题求解性的分析研究，要求学生完成下列作业：

1.关注主题语境下情境案例的选择与观看，直观事实本身，发现视觉文化情境观看中视觉文本形式与内容关联中所存在的问题；提交案例事实报告并进行PPT展示，此两项作业分别占课程总成绩的10%；

2.就提交的案例报告，结合课堂的视觉文化理论、观念和方法的学习，开展主题式的理论文献的研读及问题求解性研究，以多维度的角度审视观看，面对不同的视觉变量，在微观分析中展现多维视角，在协商、认同与论证的过程中，使得案例的时空边界的本身与研究者所选的概念、问题的理论框架进行链接并进而组成“认知边界”，提交主题式情境问题分析报告，并课堂PPT展示案例分析报告，此两项作业各占课程总成绩的20%；

3.提交视觉文化读书报告，占课程总成绩40%。

**六、课程考核**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 考核环节 | 建议分值 | 考核/评价细则 | 对应的课程目标 |
| 主题式情境案例事实报告 | 10 | 引导学生开展主题语境下视觉文本的“直观事实本身”的体验式观看，关注视觉文本媒介形式表现的特征，发现情境观看中存在的问题，展开视觉文化理论观念知识点的问题认识性学习与思考。 | 1,2,3,4,5,6,7,8,9 |
| 主题式情境案例事实PPT展示 | 10 | 引导学生开展主题语境下视觉文本“直观事实本身”的的体验式观看，关注视觉文本媒介形式表现的特征，发现情境观看中存在的问题，展开视觉文化理论观念知识点的问题认识性学习与思考。 | 1,2,3,4,5,6,7,8,9 |
| 主题式情境案例分析报告 | 20 | 引导学生开展主题语境下的视觉文本“直观事实本身”的审视性观看，启发学生以多维度的角度，面对不同的视觉变量，在微观分析中展现多维视角，在协商、认同与论证的过程中，构建观看的“意义的空间”，使得视觉案例的时空边界的本身与研究者所选的文化概念、问题的理论框架进行链接并进而组成“认知边界”，结合主题语境情境式观看实现“格物致知”。 | 1,2,3,4,5,6,7,8,9 |
| 主题式情境案例分析PPT展示 | 20 | 引导学生开展主题语境下的视觉文本“直观事实本身”的审视性观看，启发学生以多维度的角度，面对不同的视觉变量，在微观分析中展现多维视角，在协商、认同与论证的过程中，构建观看的“意义的空间”，使得视觉案例的时空边界的本身与研究者所选的文化概念、问题的理论框架进行链接并进而组成“认知边界”，结合主题语境情境式观看实现“格物致知”。 | 1,2,3,4,5,6,7,8,9 |
| 读书报告 | 40 | 以主题语境下情境问题的思考为读书的前提，展开问题意识的读书思考，开展文化主题语境下的理论与观念的文献梳理，分析认知视觉情境问题的方法与途径，搭建视觉文化主题情境的问题求解的研究性理论认识框架。 | 1,2,3,4,5,6,7,8,9 |

**七、本课程与其它课程的联系与分工**

本课程为传播学专业的限选课程，其先修课程为传播学概论，新媒体概论，传播学研究方法，新媒体数据挖掘与应用，视听语言理论与实践。其后续课程为媒介批评，影视鉴赏与传播，新媒体应用案例研究，国际艺术传播。

**八、建议教材及教学参考书**

**建议教材：**

[英]理查德•豪厄尔斯（Richard Howells）著，葛红兵等译，《视觉文化》（*Visual Culture*），

广西师范大学出版社，2007。

**参考文献：**

1.[美]保罗•梅萨里（Paul Messaris）著，王波译，《视觉说服：形象在广告中的作用》（The Role of Images in Advertising），新华出版社2004。

2.陈永国主编，《视觉文化研究读本》，北京大学出版社，2009。

3.[法]居伊·德波著，王昭风译，《景观社会》，南京大学出版社，2006。

4.[英]马尔科姆•巴纳德（Malcolm Barnard）著，《理解视觉文化的方法》（*Approaches to Understangding Visual Culture*），商务印书馆，2005。

5.孟建等主编，《图像时代：视觉文化传播的理论诠释》，复旦大学出版社，2005。

6.[法]克里斯蒂安·麦茨等著，吴琼编，《凝视的快感--电影文本的精神分析》，中国人民大学出版社，2005。

7.[美]尼古拉斯•米尔佐夫（Nicholas Mirzoeff）著，倪伟译，《视觉文化导论》（*An Introduction to Visual Culture*），江苏人民出版社，2006。

8.[德]瓦尔特•本雅明（Walter Benjamin）著，许绮玲等译，《迎向灵光消逝的年代》（*A Short History of Photography: the work of Art in the Age of Mechanical Reproduction*），广西师范大学出版社，

2008年。

9.[英]约翰•伯格，（John Berger）著，刘惠媛译，《看》（*About Looking*），广西师范大学出版社，2005。

10.[英]约翰•伯（John Berger）著，戴行钺译《观看之道》（*Ways of Seeing*），，广西师范大学出版社，2007。

11.王海龙著，《视觉人类学》，上海文艺出版社，2007。

**《广告学概论》课程教学大纲**

执笔人：文卫华 编写日期：2015年12月

**一、课程基本信息**

1．课程编号：

2．课程体系/类别：传播学专业基础课

3．课程性质：选修

4．学时/学分：32学时/2学分

5．先修课程：传播学概论、新闻学概论

6．适用专业：传播学专业本科生

**二、课程教学目标**

《广告学概论》是高等院校新闻学专业、传播学专业开设的一门重要的专业选修课。本课程的教学目标为：

1. 掌握广告概述、广告发展简史、广告管理与伦理、广告产业等《广告学》的基础知识；

2. 理解广告调查在广告策划中的重要地位与意义，掌握广告调查的内容、重点以及调查方法；

3. 掌握经典的广告创意观以及在新媒体环境下广告创意的新趋势，引导学生以品牌项目组的形式进行广告创意和表现；

4. 掌握广告媒体的分析评价与选择，引导学生设计符合实际的、合理的广告媒体计划；

5. 掌握广告文案、广告受众心理、广告效果等知识，引导学生以品牌项目组的形成完成一份完整、规范、有一定设计感的广告策划案；

6. 在广告策划案的制作过程中培养和锻炼学生的调查能力、创意能力、表达能力和团队合作精神及在团队中发挥作用的能力。

**三、课程目标和毕业要求的对应关系**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 毕业要求 | 毕业要求指标点 | 课程目标 |
| 3、专业技能 | 3.3.1 广告创意策划能力 | 1、2、3 |
| 3.3.2 广告文案制作能力 | 4、5 |
| 9. 表达与沟通 | 9.1学生能够撰写清晰的课堂讨论报告和研究论文，日常表达具备较强的逻辑性 | 5 |
| 10. 团队意识 | 10.3 具备实习工作岗位的多角色转变，并能够主动与合作方建立良好的工作关系 | 6 |

**四、课程教学内容和要求**

本课程主要介绍广告学的基础理论与实际应用，包括广告简史、广告法与广告伦理、广告产业、广告调查、广告创意与表现、广告媒体、广告文案、广告受众以及广告效果等主要内容。通过本课程的学习使学生对广告业有一个基本的认识与了解，能够合作完成一份完整、规范的广告策划书。课程主要内容、要求及课时分配安排如下：

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 知识单元（章节） | 知识点 | 要求 | 推荐学时 | 支撑毕业要求指标点 |
| 1 | 课程介绍：  对广告的初步认识 | 课程内容、课程重点和要求、参考书目、评分标准 | 了解 | 2 | 3.3.1 |
| 什么是广告？广告有什么作用？你容易受到广告的影响吗？ | 理解 |
| 2 | 广告概述 | 广告的含义和基本特征；  广告的分类；  现代广告的影响和作用；  广告学与其他学科的关系 | 了解 | 3 | 3.3.1 |
| 3 | 广告管理与广告伦理 | 广告管理：广告法  广告伦理 | 掌握 | 4 | 3.3.1 |
| 4 | 广告产业 | 广告产业的构成  广告主、广告代理公司、媒体广告组织的角色及工作流程  广告交易制度 | 掌握 | 4 | 3.3.1 |
| 5 | 广告策划（调查） | 广告策划的含义、特性、内容  如何进行调查  调查的注意事项 | 掌握 | 3 | 3.3.1 |
| 6 | 广告创意与表现 | 经典广告创意观  广告创意发展趋势  广告创意方法  广告创意应注意的问题  广告创意表现  广告演员的选择 | 掌握 | 5 | 3.3.1 |
| 7 | 广告媒体 | 广告媒体的含义  各类广告媒体的特点分析  广告媒体的分析评价与选择  媒体计划书 | 掌握 | 3 | 3.3.2 |
| 8 | 广告文案 | 广告文案的含义和构成  广告文案的基本要求  广告文案的写作：标题、正文、口号、附文 | 掌握 | 2 | 3.3.2 |
| 9 | 广告受众心理 | 广告受众一般心理  广告心理策略  广告心理诉求 | 理解 | 2 | 3.3.2 |
| 10 | 广告效果 | 广告效果的含义  广告的经济效果  广告传播效果测定  广告社会效果测定  影响广告效果的因素分析 | 理解 | 2 | 3.3.2 |
| 11 | 广告提案会 | 学生组成品牌项目组，进行广告提案。邀请客户代表参加。学生根据教师、客户代表的点评，修改提案，最终完成广告策划案。 |  | 2 | 9.1 |

**五、课程教学方法**

本课程除了介绍广告的基本知识之外，偏重于广告实务。因此，在进行本课程的教学时，应注意：课堂学习与课外自主学习相结合，以教材为主的知识点学习与项目形式（进行广告策划）的探索性学习相结合，个体学习活动与小组协作和讨论相结合，口头交流活动与笔头写作活动相结合。具体如下：

* 1. 课堂讲授：以教材为主，多媒体音频、视频素材为辅。充分利用课时，组织召开模拟广告说明会、比稿、课堂展示活动，在教师的引导与带领下，采用以学生为中心的教学模式，积极领会广告学的精髓；
  2. 作业：分两种类型。第一种类型为课程汇报，要求每个学生推荐一条好广告，在课堂上展示，并运用所学知识简要点评该广告，尤其是广告创意中值得学习要点或应该避免的问题。第二种类型为分小组（模拟品牌项目组）完成一份完整、规范的广告策划书。目的是使学生对所学习的内容有融会贯通的掌握。

**六、课程考核**

本课程为考查课，最后的总评成绩由下表中若干部分组成：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 考核环节 | 建议分值 | 考核/评价细则 | 对应的课程目标 |
| 考勤 | 10 | 每学期随机点四次名，一次无故不到扣2.5分，三次无故不到取消考试资格 |  |
| “每人一条好广告” | 10 | （1）每个学生推荐一条好广告，在课堂上进行展示，并运用所学知识简要点评该广告，尤其是广告创意中值得学习要点或应该避免的问题。  （2）所选择、推荐的广告占4分，对广告的分析、点评占6分 | 1、3、6 |
| 广告提案（创意与表现） | 20 | （1）学生组成品牌项目组，每组推选1-2名同学进行广告提案，重点汇报广告创意与表现。  （2）教师和客户代表根据选题、创意、表现、报告和答辩情况综合评分。 | 2、3、6 |
| 广告策划书 | 60 | （1）学生以品牌项目组为单位，合作撰写完成广告策划书。  （2）教师从结构清晰、内容完整、写作规范，且有一定的设计感等方面对广告策划书进行综合评分。 | 4、5 |

**七、本课程与其它课程的联系与分工**

本课程在大二上学期开设，要求学生具有一定的专业基础，要求的先修课程包括《传播学概论》、《新闻学概论》等，后续课程包括《视听语言理论与实践》（上、下）、《融合媒体编辑》等

**八、建议教材及教学参考书**

教材：

[1] 印富贵主编. 广告学概论. 第二版. 电子工业出版社. 2009年.

[2] 倪宁编著. 广告学教程. 中国人民大学出版社. 2009年.

教学参考书：

[1]（美）威廉阿伦斯著. 丁俊杰等译. 当代广告学. 人民邮电出版社. 2006年.

[2] 黄合水著. 广告心理学. 高等教育出版社. 2005年.

[3] 陈培爱著. 广告学原理. 复旦大学出版社. 2008年.

[4] 乔治费尔顿著. 陈安全译. 广告创意与文案. 中国人民大学出版社. 2005年.

[5] 沈虹著. 广告文案创意教程. 北京大学出版社. 2008年.

[6] 黄升民, 段晶晶著. 广告策划. 北京广播学院出版社. 2006年.

**《媒介批评》课程教学大纲**

执笔人：张梓轩 编写日期：2015年12月

**一、课程基本信息**

1．课程编号：60L759Q

2．课程体系/类别：专业类

3．课程性质：选修

4．学时/学分：32/2

5．先修课程：《传播学概论》《新闻学原理》等

6．适用专业：传播学

**二、课程教学目标**

1．本课程是传播学专业选修课，让学生在学习传播学所有课程的基础上，掌握传播学领域的批判流派的基本理论与发展历史；

2．在掌握批判基本理论的前提下，训练对于实际媒介案例的分析能力；

3．培养学生的批判性思维能力、独立思考精神分析，去看待现实生活中存在的媒介问题；

4．对整个传播学专业的一种反思与批判，使学生学会审慎地、批判地看待传播与媒介。

**三、课程目标和毕业要求的对应关系**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 毕业要求 | 毕业要求指标点 | 课程目标 |
| 1.理论知识 | 1.2学生熟悉了解新闻传播历史； | 1 |
| 2.研究方法 | 2.6 熟练将研究方法与传播学问题相结合 | 2 |
| 6.传播与社会 | 6.2学生能够理解传媒对政治、经济、文化等全方位影响及其深层次关系。 | 3 |
| 8.新闻传播职业规范 | 8.2熟悉新闻传播工作的法律法规；  8.3自觉遵守职业道德准则。 | 4 |

**四、课程教学内容和要求**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 知识单元（章节） | 知识点 | 要求 | 推荐学时 | 支撑毕业要求指标点 |
| 1 | 批判性思维 | 批判流派, 工具理性,价值理性 | 了解 | 2 | 1.1.1；1.1.2 |
| 2 | 媒介生产规范 | 媒介与个人的关系 | 理解 | 2 | 8.2；8.4 |
| 媒介与事实的关系 | 掌握 | 2 |
| 3 | 媒介功能批评 | 结构-功能主义 | 理解 | 2 | 6.2 |
| 经验学派与批判学派对比 | 掌握 | 2 |
| 传播政治经济学 | 掌握 | 4 |
| 法兰克福学派 | 掌握 | 4 |
| 4 | 媒介文本批评 | 意识形态，文化霸权，结构主义符号学 | 掌握 | 2 | 1.2 |
| 种族主义 | 掌握 | 2 |
| 东方主义 | 理解 | 2 |
| 女性主义 | 理解 | 2 |
| 5 | 媒介批评实践训练 | 理论与实际的结合 | 掌握 | 4 | 2.6 |

**五、课程教学方法**

**（一）课堂讲授**

第1讲至第13讲（1-13周）以课堂讲授为主，使用电子教案及多媒体进行视频案例播放。并注重课堂讨论式教学的应用，提高学生的参与度，培养他们的理论联系实际的能力。

**（二） 学生作业实践、课堂展示**

第14-15周以学生进行媒介批评实践为主，该门课具有很强的对于现实的批判性，如何用理论指导对于实际问题的分析是重要的训练环节。要求学生以所学的理论知识选取新近的媒介事件进行深入分析。

**（三） 答疑**

第16周为课程总结及答疑时间，学生针对自己的研究进行自由提问，教师进行针对性的解答。

**六、课程考核**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 考核环节 | 建议分值 | 考核/评价细则 | 对应的课程目标 |
| 出勤 | 10 | 主要考核学生课堂出勤率与对每章节的学习态度； |  |
| 课堂参与 | 10 | （1）根据发言的活跃程度、语言的组织与表达能力、理论运用的恰当性评判  （2）随机考查学生对各个章节的掌握了解、理解与掌握进度。 | 1、2 |
| 课堂展示 | 20 | （1）要求学生以批判思维、用理论指导对于实际问题的分析；  （2）阶段考试成绩以百分计，乘以其在总评成绩中所占的比例计入总评成绩。 | 1、2、3 |
| 期末考试 | 60 | （1）考查学生对于各个批判流派观点的掌握程度，以最新的媒介事件与媒介热点为案例，让同学们运用所学理论与批判流派观点进行深入剖析，以批判的思维看待当下的媒介环境。  （2）形式以结课论文的形式进行，要求选用恰当的批判理论对媒介现实进行分析。 | 3、4 |

**七、本课程与其它课程的联系与分工**

本课程的先修课理论上来讲是传播学专业大一到大三的所有课程，因为本门课是对整个传播学专业的一种反思与批判，为学生将来走出校园走向传播行业提供必要的价值理性。

**八、建议教材及教学参考书**

教材：

约翰•斯道雷 著，常江 译. 文化理论与大众文化导论（第5版）. 北京. 北京大学出版社. 2010年.

参考书：

[1]王君超. 媒介批评——起源•标准•方法. 北京. 北京广播学院出版社. 2001年.

[2]胡智锋、江逐浪. “真相”与“造像”：电视真实再现探密. 北京. 中国广播电视出版社. 2006年.

[3]郭镇之、展江. 守望社会：电视暗访的边界线. 北京. 中国广播电视出版社. 2006年.

[4]詹庆生. 欲望与禁忌. 电影娱乐的社会控制. 北京. 清华大学出版社. 2011年.

[5]清华大学新闻与传播学院. 全球传媒评论. 北京. 清华大学出版社. 2009年-2012年.

[6]洛厄里、德弗勒 著. 刘海龙 译. 大众传播效果研究的里程碑. 北京. 中国人民大学出版社. 2009年.

**《影视鉴赏与传播》课程教学大纲**

执笔人：张杰 编写日期：2015年1月

**一、课程基本信息**

1．课程编号：

2．课程体系/类别：专业基础课

3．课程性质：选修

4．学时/学分：32/2

5．先修课程：传播学概论、视听语言基础

6．适用专业：传播学

**二、课程教学目标**

《影视鉴赏与传播》以人类社会客观存在的影视传播作品与现象为研究对象，主要教学目标包括：

1. 培养和提高学生理解、鉴赏影视作品和现象和运用影视传播理论分析作品和现象的能力。
2. 使学生了解影视艺术的历史发展简史；
3. 掌握从不同的视角进行影视批评和鉴赏的方法；
4. 提升学生对影视传播作品与现象的审美能力，提升其影视媒介素养；

**三、课程目标和毕业要求的对应关系**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 毕业要求 | 毕业要求指标点 | 课程目标 |
| 1、**理论知识：能够专业知识用于解决实际问题，具备宽阔研究视野** | 1.3具有完备的业务基础理论水平 | 1，2 |
| **3.专业技能：能够熟练完成新闻采写编评、影像制作、广告业务、营销方案设计、媒体经营管理五个方面的专业工作** | 3.2影像制作 | 3，4 |
| **4.新媒体前沿技术技能：能够掌握新媒体前沿的技术技能，并能够运用所学解决传播学学术研究、业务实践的问题。** | 4.5 将新媒体前沿技能运用到新闻、广告、公关等实践领域 | 3，4 |
| **7.传播学前沿理论与实践：能够跟进传播学理论最新动态，掌握前沿知识，并且熟悉业界新的业务模式，并且能够深入系统的进行专题学习** | 7.2介绍学术界最前沿的理论动态，并有意识与国际接轨  7.3将业界最新动态融入课堂，确保学生能够及时掌握了解业内动态 | 1，4 |

**四、课程教学内容和要求**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 知识单元（章节） | 知识点 | 要求 | 推荐学时 | 支撑毕业要求指标点 |
| 1 | 导论 | 学习此门课程的意义 | 了解 | 2 | 1.3  7.2  7.3 |
| 教学目的、教学安排的介绍 |
| 2 | 影视艺术综论 | 影视与科技 | 了解 | 4 | 1.3  7.2  7.3 |
| 影视作为综合艺术 | 了解 |
| 影视作为大众传媒 | 了解 |
| 影视作为文化产业 | 了解 |
| 影视的社会影响 | 了解 |
| 3 | 影视艺术发展简史 | 电影艺术发展简史 | 了解 | 6 | 1.3  7.2  7.3 |
| 电视艺术发展简史 |
| 中国电视剧的8次轰动效应 |
| 4 | 影视鉴赏方法介绍 | 影视鉴赏的不同角度；影视鉴赏的不同方法 | 掌握 | 4 | 3.2 |
| 5 | 美国经典电影鉴赏 | 《西线无战事》内容鉴赏、影像鉴赏、结构鉴赏 | 掌握 | 4 | 3.2 |
| 《出水芙蓉》内容鉴赏、影像鉴赏、结构鉴赏 | 掌握 |
| 《关山飞渡》内容鉴赏、影像鉴赏、结构鉴赏 | 掌握 |
| 6 | 欧洲电影鉴赏 | 《野草莓》内容鉴赏、影像鉴赏、结构鉴赏 | 掌握 | 2 | 3.2 |
| 《广岛之恋》内容鉴赏、影像鉴赏、结构鉴赏 | 掌握 |
| 7 | 亚洲电影鉴赏 | 《天堂的孩子》内容鉴赏、影像鉴赏、结构鉴赏 | 掌握 | 4 | 3.2 |
| 《小城之春》内容鉴赏、影像鉴赏、结构鉴赏 | 掌握 |
| 《霸王别姬》内容鉴赏、影像鉴赏、结构鉴赏 | 掌握 |
| 《罗生门》内容鉴赏、影像鉴赏、结构鉴赏 |
| 8 | 影视传播与新媒体 | 影视新媒体定义 | 理解 | 4 | 4.5  7.2  7.3 |
| 影视新媒体新型态 |
| 影视新媒体发展趋势 |
| 9 | 复习答疑 |  | 掌握 | 2 | 1.3  7.2  7.3  3.2 |

**五、课程教学方法**

基于此门课程实践性较强的特点，采取讨论为主的教学手段。在使学生掌握基本理论和基础知识的前提下，根据学生的具体情况以及教学环境、教学设备、教学目标、教学内容的特点，有针对性地采取讲授式、问答式、讨论式、启发式等相应的教学方法。

**六、课程考核**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 考核环节 | 建议分值 | 考核/评价细则 | 对应的课程目标 |
| 平时作业 | 30 | （1）考查应用所学知识解决实际问题的实践能力、口头和文字表达能力以及团队合作能力  （2）教师根据学生考勤、选题、设计文稿、程序、报告和答辩情况评分 | 1,2,3,4 |
| 期末考试 | 70 | （1）卷面成绩100分，以卷面成绩乘以其在总评成绩中所占的比例计入课程总评成绩。  （2）主要考查应用所学知识解决实际问题的实践能力。 | 1、2,3,4 |

**七、本课程与其它课程的联系与分工**

《影视鉴赏与传播》是大学三年级的专业选修课程，通过这门课的学习，为进一步学习媒介批评等课程打下基础。

**八、建议教材及教学参考书**

**1、**盘剑等著，《世界经典名片分析》（第1版），杭州：浙江大学出版社2015年8月

2、袁智忠主编，《影视传播概论》（第1版），重庆：西南师范大学出版社2007年8月

3、戴建华著，《中国影视新媒体发展创新研究》（第1版），北京：中国传媒大学出版社2014年1月版

**《纪录片理论与实践》课程教学大纲**

执笔人：赵艳明 编写日期：2016年1月

**一、课程基本信息**

1．课程编号：

2．课程体系/类别：专业类/专业选修课

3．课程性质：限选

4．学时/学分：32/2

5．先修课程：广播电视概论、视听语言

6．适用专业：传播学

**二、课程教学目标**

1、掌握纪录片的基础理论知识。

2、了解中外纪录片的历史，理解当下中国纪录片的发展状况。

3、能够运用专业理论，对纪录片作品进行分析和解读。

4、制作完成一部微纪录片作品，获得从纪录片的选题、拍摄到编辑全过程实践的基本训练。在此过程中提升学生的影视制作水平以及对理论问题的深入认识。

5、在纪录片作品完成过程中培养和锻炼表达能力以及团队合作精神。

**三、课程目标和毕业要求的对应关系**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 毕业要求 | 毕业要求指标点 | 课程目标 |
| 1.理论知识 | 1.3具有完备的业务基础理论水平 | 1、3 |
| 3.专业技能 | 3.2影像制作 | 4 |
| 6.传播与社会 | 6.1 自觉将中国国情与传播实践相结合  6.2学生能够理解传媒对政治、经济、文化等全方位影响及其深层次关系 | 2、3 |
| 7.传播学前沿理论与实践 | 7.3将业界最新动态融入课堂，确保学生能够及时掌握了解业内动态 | 2 |
| 9.表达与沟通 | 9.2 具有主动沟通与自我表达意识 | 4、5 |
| 10.团队意识 | 10.3 具备实习工作岗位的多角色转变，并能够主动与合作方建立良好的工作关系 | 4、5 |

**四、课程教学内容和要求**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 知识单元（章节） | 知识点 | 要求 | 推荐学时 | 支撑毕业要求指标点 |
| 1 | 纪录片基本理论 | 纪录片定义 | 了解 | 6 | 1.3 |
| 纪录片的真实性 | 理解 |
| 纪录片的类型 |
| 2 | 案例分析 | 选题意识：《归途列车》 | 理解 | 6 | 6.2  7.3 |
| 道德伦理：《麦收》 |
| 人物魅力与剪辑：《音乐人生》 |
| 3 | 纪录片选题与提案 | 预调研及提案要求 | 理解 | 4 | 3.2  10.3 |
| 学生微纪录片提案 | 掌握 |
| 4 | 纪录片的结构 | 纪录片如何讲故事 | 理解 | 4 | 3.2  10.3 |
| 学生创作进度报告 | 掌握 |
| 5 | 外国纪录片发展史概述 | 代表人物、流派及作品概述 | 掌握 | 4 | 1.3  7.3 |
| 6 | 中国纪录片发展史概述 | 80年代-90年代初 | 掌握 | 6 | 6.1  6.3 |
| 90年代末到2010年 |
| 2010年至今：新媒体纪录片 |
| 7 | 作品展示与点评 | 学生微纪录片作品展示与点评 | 掌握 | 2 | 9.2 |

**五、课程教学方法**

1、课堂讲授：以教材为主线，多媒体音频、视频素材为辅，以案例教学为核心，充分地利用相关理论进行讲授、分析。

2、课堂讨论：设定问题，引导学生对某个纪录片作品进行讨论，引发学生的主动学习和思考。

3、平时作业：要求学生对某个纪录片作品进行独立思考和分析，然后撰写作业并提交。

4、项目作业：学生要完成一部微纪录片从选题、拍摄、后期编辑到发布的全过程实践，课程要全程跟踪学生的完成进度并进行指导，以项目制的形式督促学生共同完成项目作业。

5、作业展示：学生在课堂上进行作品展示，邀请专业老师和纪录片领域的专家现场对作品进行点评和提问，从而共同致力于作品的完善和学生专业素养的提高。

**六、课程考核**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 考核环节 | 建议分值 | 考核/评价细则 | 对应的课程目标 |
| 课堂表现 | 10 | （1）考勤；  （2）课堂发言的数量和质量。 | 3、5 |
| 平时作业 | 20 | （1）根据课程内容，完成平时作业并提交；  （2）根据作业质量和学生的掌握情况进行评分。 | 1、2、3 |
| 项目作业 | 40 | （1）学生完成微纪录片作品并进行展示；  （2）评委专家对作品进行打分，最后取平均分作为项目作业成绩。根据每个项目成员对作品的贡献，给出每个学生成绩。 | 4、5 |
| 期末考试 | 30 | （1）卷面成绩100分，以卷面成绩乘以其在总评成绩中所占的比例计入课程总评成绩。  （2）主要考核纪录片理论知识的掌握情况，以及用理论分析具体作品的能力。考试题型主要为简答题和论述题。 | 1、2、3 |

**七、本课程与其它课程的联系与分工**

本课程是传播学专业本科生在影视传播方向上的一门进阶课程，大三上学期（第五学期）开设，学生需要有基本的广播电视学和视听语言基础，并具有一定的影视拍摄和编辑能力。先修课程有《广播电视概论》、《视听语言》。

**八、建议教材及教学参考书**

**教材：**迈克尔·拉毕格著.《纪录片创作完全手册》.北京.中国传媒大学出版社.2005年

**教学参考书：**

1. 埃里克·巴尔诺.《世界纪录电影史》.中国电影出版社.1992年
2. 单万里.《中国纪录电影史》.中国电影出版社.2006年
3. 比尔·尼克尔斯.《纪录片导论》.中国电影出版社.2007年
4. 单万里.《纪录电影文献》.中国广播电视出版社.2001
5. 张同道.《大师影像》.南方日报出版社.2003年
6. 单万里、张宗伟.《纪录电影分析》.中国广播电视出版社，2007年
7. 吕新雨.《纪录中国》.三联书店.2003年
8. 平杰主编.《另眼相看》.文汇出版社.2006年
9. 梅冰、朱靖江.《中国独立纪录片档案》.陕西师大出版社.2004
10. 罗森塔尔.《纪录片编导与制作（第三版）》.复旦大学出版社.2006年
11. 朱靖江《.DV宝典》.中央编译出版社.2003

**《跨文化传播》课程教学大纲**

执笔人：夏丽志 李冰 编写日期：2016年1月

**一、课程基本信息**

1．课程编号：60L798Q

2．课程体系/类别：专业核心课

3．课程性质：必修

4．学时/学分：64/4

5．先修课程：传播学概论，传播学研究方法，新闻传播史

6．适用专业：传播学专业

**二、课程教学目标**

**《**跨文化传播》是传播学专业的核心课程。这门课程于整体上关涉人类文化与传播的知识系统，以对现实的人类文化生存世界的观察为基础，以跨文化传播的理论形态和研究范式，探究不同文化背景下的跨文化传播现象和机制，揭示跨文化传播情境中传播主体构建意义的行为与过程，理解跨文化传播情境与主体的社会行动间的意义关联，以此构建学习者跨文化传播的立体思维，在探求跨文化传播的学理意义和价值中，探求理论指导下的跨文化传播实践层面的可能途经，换言之，即关注和思考特定的理论问题，并将之推延到对日常生活世界中的具体跨文化传播现象的观察，“面向事实的本身”，实现理论学习本身所应有的理性的观照和感性的呈现，在对具体现象呈现、理解、分析、解释的构建意义的过程中，使学习者不再仅是跨文化传播课程理论学习的“接受者”，而且成为跨文化传播现象的“认识者”，进而成为跨文化传播领域的“实践者”和“创新者”。学习该课程后，学生知识、能力和素质等方面应达到以下目标：

1.理解跨文化传播学的学科界定和发展历程，认同与遵循平等交往文明对话的跨文化传播原则；

2.掌握跨文化传播的研究范式和理论形态，实现观念、理论、方法的课程理论知识体系的构建；

3.应用跨文化传播的观念、理论、方法，分析全球化背景下不同文化、族群、本土社区和国家社会的传播机制与行动的变化，聚焦跨文化传播现象，思考其中存在的问题，研究求解问题解决的方法和途经；

4.获得人文与社会科学研究方法的基本训练，掌握跨文化传播学研究方法；

5.在理论学习问题研究的过程中，提升文化自信力，培养跨文化传播能力及问题意识和批判思维。

**三、课程目标和毕业要求的对应关系**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 毕业要求 | 毕业要求指标点 | 课程目标 |
| 1.理论知识 | 1.4.1 学生能够掌握基础的社会科学研究理论；  1.5 学生能够掌握国际传播理论 | 1 |
| 2.研究方法 | 2.6 熟练将研究方法与传播学问题相结合 | 2 |
| 5.外语能力 | 5.4 掌握跨文化交流的技能，系统学习跨文化传播的理论，并且达到国际、跨文化传播的专业水平 | 3 |
| 6.传播与社会 | 6.1 自觉将中国国情与传播实践相结合6.2学生能够理解传媒对政治、经济、文化等全方位影响及其深层次关系。 | 4 |
| 7.传播学前沿理论与实践 | 7.2介绍学术界最前沿的理论动态，并有意识与国际接轨 | 5 |
| 9.表达与沟通 | 9.1学生能够撰写清晰的课堂讨论报告和研究论文，日常表达具备较强的逻辑性；9.2 具有主动沟通与自我表达意识；9.3有效提升学生国际交流能力，提升跨文化交际水平 | 6 |
| 11.创新素质能力 | 11.3保持传播理念更新状态 | 7 |

**四、课程教学内容和要求**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 知识单元（章节） | 知识点 | 要求 | 推荐学时 | 支撑毕业要求指标点 |
| 1 | 跨文化传播的学科**概说** | 文化与传播 | 理解 | 8 | 1.2;1.4.1.;1.4.3.;1.5;5;6;7;9;11 |
| 跨文化传播历程 | 理解 |
| 跨文化传播学学科诞生 | 理解 |
| 跨文化传播研究的“问题视域” | 理解 |
| 2 | 跨文化传播的语言与非语言**符号** | 符号学研究的思想基础 | 掌握 | 8 | 1.2;1.4.1.;1.4.3.;1.5;2.5;2.6;5;6;7;9;  11 |
| 跨文化传播的语言符号 | 理解 |
| 跨文化传播的非语言符号 | 理解 |
| 文化中的时空 | 掌握 |
| 3 | 差异与冲突：基于跨文化的**观念** | 文化差异与文化冲突 | 理解 | 8 | 1.2;1.4.1.;1.4.3.;1.5;2.5;2.6;5;6;7;9;  11 |
| 跨文化的观念体系 | 掌握 |
| 媒介/文化帝国主义理论 | 掌握 |
| 文化相对主义与民族中心主义 | 理解 |
| 4 | 社会互动与认同建构：基于跨文化的**规范** | 跨文化的规范体系 | 掌握 | 8 | 1.2;1.4.1.;1.4.3.;1.5;2.5;2.6;5;6;7;9;  11 |
| 社会互动与人际关系的文化差异 | 掌握 |
| 认同的定义与建构 | 掌握 |
| 文化认同、民族认同与国家认同 | 掌握 |
| 5 | 跨文化传播的**认知**体系与文化**心理** | 认知的基础:感知与思维的方式 | 理解 | 8 | 1.2;1.4.1.;1.4.3.;1.5;2.5;2.6;5;6;7;9;11 |
| 态度的类型 | 掌握 |
| 跨文化心理研究 | 理解 |
| 6 | 跨文化传播**技术**影响与传播全球化 | 跨文化传播的技术空间 | 掌握 | 8 | 1.2;1.4.1.;1.4.3.;1.5;2.5;2.6;5;6;7;9;  11 |
| 数字/网络的跨群体跨文化传播理论 | 理解 |
| 传媒世界化理论 | 理解 |
| 文化的“全球化”与“同质化” | 理解 |
| 文化传统及现代化 | 理解 |
| 7 | 跨文化传播**能力**与有效传播 | 文化休克与文化适应 | 掌握 | 8 | 1.2;1.4.1.;1.4.3.;1.5;2.5;2.6;5;6;7;9;11 |
| 跨文化传播能力的基础与构成 | 掌握 |
| 有效传播及认同的协商与管理理论 | 掌握 |
| 有效跨文化传播的模式 | 掌握 |
| 8 | 文化权利与**文化自觉** | 文化的权力关系与后殖民主义 | 理解 | 8 | 1.2;1.4.1.;1.4.3.;1.5;2.5;2.6;5;6;7;9;11 |
| 文化多样性与文化相对主义 | 理解 |
| 跨文化传播的全球伦理与传播秩序 | 掌握 |
| 文化对话与合作及“文化共同体” | 掌握 |

**五、课程教学方法**

跨文化传播课程面向“跨文化传播的事实”——“跨文化关系的事实”，这种事实一是指向日常生活世界中真实的存在——“共文化”群体、跨文化生存者、旅居者个体以及跨文化的国际组织或跨国公司等行为体本身，以及这些行为体（包括学习者在内）的跨文化体验的意图、行为和言论；二是指向有关事实的文本，即上述行为体本身如新闻记者、影视导演、网络群体、跨国公司及政府组织等对于跨文化传播关系事实的描述、表现和解释。跨文化传播关系事实即是不同文化背景人(群）之间的互动，体现着文化间、群体间、个体间相互关系、相互影响和相互作用，这其实就是跨文化传播理论表述的场域，正是在这个场域中，人们在对跨文化传播理论所表之实和所表之意的观察及体验的过程中，提出问题并探究意义解释的途经，在认识理论解释限度的同时，破解理论的局限，探求拓展其所需的跨文化传播实践。

本课程涵盖量较大，在较短的时间内学生要完成跨文化传播知识理论体系的学习，并且构建其自身在全球化视域下的跨文化国际传播理论知识框架，开展跨文化情境的问题研究与传播实践，因此，在进行本课程的教学时，应注意：以跨文化传播的理论和观念为主的知识性学习与主题性研究和情境问题的探索性学习相结合，将理论学习与运用与实践相结合，课堂学习与课外自主学习相结合，个体学习活动与小组协作和讨论相结合，情境问题求解和实际跨文化传播案例与实践相结合。具体如下：

(一)教学：

结合情境案例进行跨文化传播的观念、理论、方法的学习研究。案例教学的设计原则，关注案例学习和研究所选案例的历史在场性——即案例的现象过程，即在还原到所选案例的具体场景中，从其跨文化传播的现象中，发现和解决问题，从而认识、理解跨文化传播的理论与观念。教学案例的选择分两个层次/阶段,第一层次，选取跨文化传播案例的现象观察阶段，即提出跨文化现象的存在和引发的观察及问题思考，第二阶段，就观察跨文化传播现象所提出的问题，开展主题式的理论文献的阅读和思考，与此同时，观照所选案例，在进行情境案例的研究中，引导学生直观事实本身，在协商、认同与论证的过程中，以多维度的角度，面对不同的变量，在微观分析中展现多维视角，构建“意义的空间”。使得案例的时空边界的本身与研究者所选的概念、问题的理论框架进行链接，并进而组成“认知边界”，案例分析与研究的整个过程，强调跨文化传播现象所涉及问题的复杂性，发觉、呈现、解释这些问题，结合语境式学习实现“格物致知”。教师配合以多媒体课件和历史影像资料的演示，在课堂上进行理论陈述和案例评析，结合情境案例及问题，引导学生展开主题下的跨文化传播原典的理论文献的研读与思考；学生以学习研究小组的形式开展课堂内外的主题情境的问题讨论，将跨文化传播理论、观念、方法与情境案例进行实践场域的结合，进行跨文化传播课程的研究实践性学习。

(二)作业：

结合情境案例教学的两个层次/阶段,第一层次，选取跨文化传播案例的现象观察阶段，即提出跨文化现象的存在和引发的观察及问题思考，第二阶段，就观察跨文化传播现象所提出的问题，开展主题式的理论文献的研读及问题求解性研究，要求学生完成下列作业：

1.关注跨文化国际传播领域内的现象及问题热点，进行案例的研究；直观事实本身，提交案例事实报告并进行PPT展示，此项作业占课程总成绩的20%；

2.就提交的案例报告，结合课堂的跨文化传播的理论、观念和方法的学习，开展主题式的理论文献的研读及问题求解性研究，在协商、认同与论证的过程中，以多维度的角度，面对不同的变量，在微观分析中展现多维视角，使得案例的时空边界的本身与研究者所选的概念、问题的理论框架进行链接并进而组成“认知边界”，提交主题式情境问题文献综述报告，并课堂展示案例研究报告，此两项作业占课程总成绩的40%；

3.课程结课考试，占课程总成绩的40%。

**六、课程考核**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 考核环节 | 建议分值 | 考核/评价细则 | 对应的课程目标 |
| 案例事实书面报告及PPT展示 | 20 | 考查学生对课程理论框架知识点的情境构建。 | 1,2,3,4,5,6,7 |
| 主题性问题研究文献综述 | 20 | 考核学生课程理论框架的主题搭建和问题认知。 | 1,2,3,4,5,6,7 |
| 案例问题研究书面报告及PPT展示 | 20 | 考查学生应用理论求解情境问题的理论应用实践的能力。 | 1,2,3,4,5,6,7 |
| 期末考试 | 40 | （1）卷面成绩100分，以卷面成绩乘以其在总评成绩中所占的比例计入课程总评成绩。  （2）主要考核学生对跨文化与国际传播领域相关的概念与理论的掌握情况，及其学生在跨文化国际传播实践情境中运用相关概念理论求解的问题应用能力。考试题型为：术语解释、简答题及分析题。 | 1,2,3,4,5,6,7 |

**七、本课程与其它课程的联系与分工**

本课程为传播学专业的必修课程，其先修课程为传播学概论，新闻传播史，传播学研究方法，专业英语，传播学理论前沿。其后续课程：国际传播，媒介批评，组织沟通。

**八、建议教材及教学参考书**

教材：

孙迎春，跨文化传播学，北京：北京大学出版社，2015.

教学参考书：

**Original Version：**

1.Ali Mohammadi (ed.). *International Communication and Globalization.* Sage Publication,1997.

2.Angela M. Crack. *Global Communication and Trans-national Public Spheres*. Palgrave Macmillan,

2008.

3.Daya Thussu (ed.). *Electronic Empires: Global Media and Local Resistance*. Oxford University

Press,1998.

4.Douglas A. Newson. *Bridging the Gap in Global Communication*. Blackwell Publishing Ltd.,

2007.

1. Kathryn Sorrells and Sachi Sekimoto, *Globalizing Intercultural Communication: A Reader*. Thousand

Oaks, California: Sage Publications, Inc. 2016

6.Howard.H.Frederick, *Global Communication and International Relations.* Wadsworth Publishing

Company, 1993.

7.Jongsuk Chay, ed., *Culture and International Relations*, New York, NY: Praeger, 1990.

8. John Fornâs, *Cultural Identity and Late Modernity*, London, UK: Sage, 1995.

9.Larry A. Samovar, Richard E. Porter, Edwin R. McDaniel, *Intercultural Communication: A Reader*(12th

edition) , Boston, USA: Wadsworth Cengage Learning, 2009.

10.Molefi Kete Asante, Yoshitaka Miike and Jing Yin, *The Global Intercultural Communication*

*Reader* (2nd), New York: Routledge, 2014.

11. William Gudykunst, ed., *Cross-cultural and Intercultural Communication*, Thousand Oaks, CA:

Sage, 2003.

12.William Gudykunst and Young Yun Kim, *Communicating with Strangers*, New York, NY:

McGrwa-Hill, 2003.

13. William Gudykunst, ed., *Theorizing about Intercultural Communication*.Thousand Oaks, CA:

Sage, 2005.

14. Maureen Guirdham, *Communicating Across Cultures*, London, UK: Macmillan, 1999.

15. Edward Hall and Mildred Hall, *Understanding Cultural Differences*, Yarmouth, ME:Intercultural,

1990.

16. Fred Jandt, *Intercultural Communication*, London, UK: Sage, 1998.

17. Richard Jenkins, *Social Identity*, London, UK: Routledge, 1996.

18. Young Yun Kim, *Becoming Intercultural*, New York, NY: Sage, 2000.

19.Mayron Lustig and Jolence Koester, *Intercultural Competence*, New York, NY: Longman, 1999.

20. Edward Said, *Culture and Imperialism*, New York, NY: Vintage, 1994.

21. Larry Samovar and Richard Porter, *Communication between Cultures*, Belmont, CA: Wadsworth,

2004..

22. Lewis Mumford: *Technics and Civilization*, New York, NY: Harcourt, Brace and Company, 1934.

23.Louis Spindeler, *Culture Change and Modernization*, Prospect Heights, IL:Waveland, 1984.

24.Stella Ting-Toomey, *Communicating across Cultures*, New York, NY: The Guilford Press, 1998.

25.Harry Triandis, *Individualism and Collectivism*, Boulder Co: Westview Press, 1995.

26. Richard Wiseman, ed., *Intercultural Communication Theory*, Thousand Oaks, CA:Sage, 1995.

27.Kath Woodward, *Questioning Identity*, New York, NY: Routledge,2000.

**Translated Version**:

1.[法]阿芒.马特拉, 陈卫星译，《世界传播与文化霸权》，北京：中央编译出版社，2001。

2.[美]爱德华.霍尔,居延安译，《超越文化》，上海文化出版社，1988。

3.[美]爱德华.霍尔,刘建荣译，《无声的语言》，上海人民出版社，1991。

4. [美]爱德尔.萨义德, 王宇根译，《东方学》，北京：生活.读书.新知三联书店，1999 。

5.[美]爱德华.萨义德, 李琨译，《文化与帝国主义》，北京：生活.读书.新知三联书店，2003。

6.[美]安东尼.马尔塞拉等, 肖振远等译，《跨文化心理学》，长春：吉林文史出版社，1991。

7.[英]本尼迪克特.安德森, 吴叡人译，《想象的共同体》，上海人民出版社，2003。

8.[美]布拉德福德.霍尔, 麻争旗等译，《超越文化障碍》，北京广播学院出版社，2003。

9.[英]达雅.屠苏，董关鹏译，《国际传播--延续与变革》，北京：新华出版社，2004.

10.[英]戴维.莫利，凯文.罗宾斯，司艳译，《认同的空间：全球媒介，电子世界景观与文化边界》，

南京：南京大学出版社，2001。

11.[美]丹尼尔.贝尔, 赵一凡等译，《资本主义文化矛盾》，北京：生活.读书.新知三联书店，1989。

12.[德]格哈特.马勒茨克：《跨文化交流》，北京大学出版社，2001。

13.[美]卡罗尔.恩伯等, 潘亚玲译，《文化的变异》，杜彬彬译，沈阳：辽宁人民出版社，1988。

14.[美]克利福德.格尔茨,韩莉译，《文化的阐释》，上海：译林出版社，1999。

15.[美]拉里.萨默瓦，理查德.波特, 麻争旗等译，《文化模式与传播方式》，北京广播学院出版社，

2003。

16.[美]罗兰.罗伯森，梁光严译，《全球化：社会理论与全球文化》，上海：上海人民出版社，2000.

17.[美]罗伯特.尤林,何国强译，《理解文化》，北京大学出版社，2005年版。

18.[英]理查德.刘易斯, 关世杰等译，《文化的冲突与共融》，北京：新华出版社，2002。

19.[美]鲁思.本尼迪克特,吕万和等译，《菊与刀》，北京：商务印书馆，2003。

20.[美]鲁思.本尼迪克特, 王炜等译，《文化模式》，北京：生活.读书。新知三联书店，1988。

21.[美]罗伯特.沃斯诺尔等,李卫民等译，《文化分析》，上海人民出版社，1990。

22.[德]马克斯.韦伯, 胡景北译，《社会学的基本概念》，上海人民出版社，2000。

23.[德]马克斯.韦伯, 于晓等译，《新教伦理与资本主义精神》，西安：陕西师范大学出版社，2006。

24.[加拿大]玛丽.蔚庞德, 郭镇之译，《传媒的历史与分析》，北京广播学院出版社，2003。

25.[美]曼纽尔.卡斯特,曹荣湘译，《认同的力量》，北京：社会科学文献出版社，2006。

26.[美]欧文.拉兹洛等, 戴侃等译，《多种文化的星球》，北京：社会科学文献出版社，2001。

27.[美]塞穆尔.亨廷顿, 周琪等译，《文明冲突与世界秩序的重建》，北京：新华出版社，1998。

28.[美]史蒂夫.莫滕森, 关世杰等译，《跨文化传播学》，北京：中国社会科学出版社，1999。

29.[英]约翰.汤林森, 郭英剑译，《全球化与文化》，南京大学出版社，2002。

30.[英]约翰.汤林森,冯建三译，《文化帝国主义》，上海人民出版社，1999。

31.[德] 尤尔根.哈贝马斯,曹卫东译 ，《后民族结构》，上海人民出版社，2002。

32.[英]詹姆斯.弗雷泽, 徐育新等译，《金枝》，北京：新世界出版社，2006。

**Chinese Version:**

1.陈卫星：《传播的观念》，北京：人民出版社，2004。

2.陈卫星主编，《国际关系与全球传播》，北京：北京广播学院出版社，2003.

3.陈序经：《文化学概观》，北京：中国人民大学出版社，2005。

4.程曼丽，《国际传播学教程》，北京：北京大学出版社，2006。

5.郭可，《国际传播学导论》，上海：复旦大学出版社，2004。

6.李智，《全球传播学引论》，北京：新华出版社，2010。

7.梁漱溟：《中国文化要义》，上海：学林出版社，1987。

8.刘利群，张毓强主编：《国际传播概论》，北京：中国传媒大学出版社，2011.

9.刘笑盈，何兰主编，《国际传播史》，北京：中国传媒大学出版社，2011.

10.孙英春：《大众文化：全球传播的范式》，北京：中国传媒大学出版社，2005。

11.孙英春：《跨文化传播学导论》，北京大学出版社，2008。

12.余英时：《中国思想传统的现代诠释》，南京：江苏人民出版社，2004。

**《社会学概论》课程教学大纲**

执笔人： 刘凯 编写日期：2016年1月

**一、课程基本信息**

1．课程编号：60L260T-02

2．课程体系/类别：任选课

3．课程性质：选修课

4．学时/学分：32/2

5．先修课程：

6．适用专业：人文社科类本科生

**二、课程教学目标**

本课程的重点是介绍社会学基础理论及相关研究问题领域，在此基础上讲解相应的社科研究方法及思路，并且针对社会学研究历史上出现的重要理论流派进行系统的阐述。本课程的目的在于：

1.在理论训练上，让传播学专业的学生掌握基础的社会学理论和社科类的思维方式，锻炼学生跨学科学习视域,

2.在观察问题能力上，能够运用社科思维方式对传播现象做出深入系统的解读,

3.在今后社会实践能力上，能够透过现象深入社会运行层次，进行深入理解及分析。

**三、课程目标和毕业要求的对应关系**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 毕业要求 | 毕业要求指标点 | 课程目标 |
| 1、理论知识 | 1.4.1 学生能够掌握基础的社会科学研究理论 | 1 |
| 2、研究方法 | 2.6 熟练将研究方法与传播学问题相结合 | 2 |
| 3、传播与社会 | 6.2学生能够理解传媒对政治、经济、文化等全方位影响及其深层次关系 | 3 |

**四、课程教学内容和要求**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 知识单元（章节） | 知识点 | 要求 | 推荐学时 | 支撑毕业要求指标点 |
| 1 | 社会学导论 | 社会学的基本知识框架、研究问题及方法原则。 | 掌握 | 2 | 1.4 |
| 2 | 社会学起源及人的社会化 | 介绍社会学起源的现实及理论渊源，并对社会学主要理论流派进行系统阐述， | 理解 | 4 | 1.4 |
| 人的社会化过程及内在机制、类型及偏差 | 掌握 |
| 3 | 社会角色理论 | 介绍社会角色理论相关概念，并对社会角色的类型进行分类讲解，结合现实案例课堂互动，重点讲述社会角色扮演和社会角色失调两部分的理论，并使学生能够运用知识分析现实现象。 | 理解 | 2 | 1.4 |
| 4 | 社会互动 | 介绍社会互动的含义及情境过程，并对社会互动的类型和维度进行划分，在此基础上重点突出讲解社会集合行为的特征及典型性行为，借此详解分析其在传播学中的应用。 | 理解 | 4 | 1.4 |
| 5 | 社会群体 | 介绍社会群体存在的基础及类型，讲解内在规范及内部关系，对初级社会群体概念及基本特点、功能和形成条件进行延展性分析。 | 掌握 | 2 | 1.4 |
| 6 | 社会组织 | 首先介绍社会组织的概述及目标，对社会组织结构及管理进行系统讲解，针对我国转型期的社会组织结构特点和任务进行前沿分析，并对最近出现的创新性社会组织管理进行解读。 | 掌握 | 2 | 6.2 |
| 7 | 社会分层与流动 | 介绍社会分层类型及两大理论传统，同时对社会分层研究的主要内容和定性定量研究方法进行系统讲解，对我国社会流动和社会分层状况进行分析讲述，并结合现实案例课堂讨论。 | 掌握 | 4 | 6.2 |
| 8 | 社会设置 | 主要内容：介绍社会设置的主要概念和含义，结合当前社会现实，指出社会设置的内在意义及其影响。 | 掌握 | 2 | 6.2 |
| 9 | 社会变迁及现代化 | 对我国社会化变迁进行历史回顾，对比中西现代化进程中的不同规律，并且深入分析现代化中出现的问题，在此基础上总结学术界对于现代化理论的研究。 | 掌握 | 2 | 6.2 |
| 10 | 社会问题及控制 | 对社会控制的功能和意义及社会转型期的表现进行系统阐述，对社会控制过程、手段及程度进行课堂讨论，并涉及社会越轨的含义和相关类型。 | 理解 | 2 | 6.2 |
| 11 | 社会科学研究方法简介 | 对定性定量研究方法进行区分，对社会学研究逻辑、实施过程进行分析，重点讲述问卷调查和个案研究的方法，对抽样技术和数据处理进行基础的讲解和介绍。 | 理解 | 4 | 2.6 |
| 12 | 期末课程报告及答疑 | 进行课程作业展示，并进行知识梳理及解答 | 理解 | 2 | 7.2 |
| 理解 |

**五、课程教学方法**

根据上述指导思想，在本教学方案中运用多种教学手段，主要形式及组织方式见下表：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | 教学内容 | 组织方式 | 教学载体 |
| 1 | 课堂理论系统讲述，并结合现实案例分析。 | 教师讲述为主，并且调动学生参与积极性，将理论运用于现实案例的结合。 | 主要通过课堂PPT展示及课堂互动完成。 |
| 2 | 课堂分组讨论、推举代表发言。 | 选择最新国内外热点社会现象，结合讲课内容，组织同学对相关内容进行深入解读，分析讨论 | 课堂上分组并就近期热点事件进行讨论、推举代表发言。 |
| 3 | 课程报告 | 同学利用课堂所学到的知识，对相应社会现象进行分析，并结合相关案例谈谈对自己的启发 | 要求简短PPT展示。 |

**六、课程考核**

本课程是新闻传播学专业的必修课程，重点在于基本属于和观察分析能力的培养，学生的课堂讨论和PPT展示十分重要，因此相关资料收集和PPT制作的分量很大。课堂采取教师讲授与学生发言相结合的原则，教师通对以社会学理论为重点的讲授，启发学生对相关的内容进行分析讨论，学生还要经常阅读课外文章、进行PPT演示，这些是平时成绩的重要组成部分。期末考核采用闭卷考试的形式。

平时考核成绩占总成绩的40%，期末考核成绩占60%。具体考核评价标准见下表：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 平时成绩 40分 | 考勤 10分 4次×2.5分 | |
| 作业 30分 | PPT质量 5分 |
| PPT内容 10分 |
| PPT阐述 15分 |
| 期末考试 60分 | 课程论文 | |

**七、本课程与其它课程的联系与分工**

本课程是人文社会科学基础课程，是其他相关类课程的基础入门，旨在培养学生社会科学思维，并初步建立起基础的社会科学知识体系，为其他专业类课程打下扎实理论基础。

**八、建议教材与教学参考书**

1、建议教材：

《社会学概论新修第三版》，郑杭生等著，中国人民大学出版社，2003

2、建议扩展阅读：

艾尔·巴比，2008，《社会学研究方法第十一版》， 社会科学文献出版社

罗家德，2012，《社会网络分析讲义》，清华大学出版社

彼得布劳《社会生活中的交换与权力》　华夏出版社

欧文﹒戈夫曼《日常生活中的自我呈现》　浙江人民出版社

乔治﹒米德《心灵、自我与社会》　上海译文出版社

**《传播学概论》课程教学大纲**

执笔人：董媛媛 编写日期：2016年3月

**一、课程基本信息**

1．课程编号：60L791Q

2．课程体系/类别：专业课/专业必修课（主干课）

3．课程性质：必修

4．学时/学分：64学时/4学分

5．先修课程：无

6．适用专业：传播学

**二、课程教学目标**

本课程是传播学专业大一学生的主干课程，是传播学教学的重要组成部分。旨在帮助学生理解和掌握传播学研究的基本理论和关键概念，培养学生对传播学专业的研究兴趣，提高学生的独立思考能力和批判意识，拓展学生的学术视野以及提高学生的媒介素养，为传播学本科阶段的进一步深入学习打下基础。

**三、课程目标和毕业要求的对应关系**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **毕业要求** | **毕业要求指标点** | **课程目标** |
| 1.理论知识：能够将专业知识用于解决实际问题，具备宽阔的研究视野； | 1.1具有系统的新闻传播学理论； | 1、2、4、7、9、14 |
| 6.传播与社会：能够对传播所辐射影响的领域有系统了解，掌握基本知识，构建学生综合化的传播观念和意识，并且在相关领域有深入分析，培养全局意识。 | 6.2学生能够理解传媒对政治、经济、文化等全方位影响及其深层次关系；  6.3在具体实践活动中，有意识综合考虑全方位社会因素，将环境要素纳入实践环节； | 3、5、6、8 |
| 7.传播学前沿理论与实践：能够跟进传播学理论最新动态，掌握前沿知识，并且熟悉业界新的业务模式，并且能够深入系统的进行专题学习。 | 7.2介绍学术界最前沿的理论动态，并有意识与国际接轨；  7.3将业界最新动态融入课堂，确保学生能够及时掌握了解业内动态 | 10、11、12、13 |

**四、课程教学内容和要求**

本课程共分七个知识单元。课内总学时为64学时，其中讲授56学时，学生读书报告6学时，课程回顾与总结2学时。课程主要内容、要求及课时分配安排如下：

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 知识单元（章节） | 知识点 | 要求 | 推荐学时 | 支撑毕业要求指标点 |
| 1 | 传播学的研究对象和基本问题 | 传播的定义 | 理解 | 4 | 1.1.1 |
| 传播学学科特点 | 掌握 | 1.1.1. |
| 精神交往论 | 掌握 | 1.1.2 |
| 2 | 人类传播的历史与发展 | 从动物传播到人类传播 | 理解 | 4 | 1.1 |
| 人类传播的发展进程 | 掌握 | 1.1 |
| 信息社会与信息传播 | 掌握 | 6.2 |
| 3 | 人类传播的符号和意义 | 符号在人类传播中的作用 | 掌握 | 4 | 1.1 |
| 人类传播中的意义交流 | 掌握 | 6.2 |
| 象征性社会互动 | 掌握 | 6.2 |
| 象征性文化与现代社会 | 理解 | 6.3 |
| 4 | 人类传播的过程与系统结构 | 传播的基本过程 | 掌握 | 4 | 1.1 |
| 几种主要的传播过程模式 | 掌握 | 1.1.1 |
| 社会传播的系统结构 | 掌握 | 1.1 |
| 5 | 人内传播与人际传播 | 人内传播的过程与结构 | 掌握 | 4 | 1.1 |
| 个人信息处理的基模理论 | 理解 | 6.2 |
| 人际传播与自我表达 | 掌握 | 1.1 |
| 6 | 群体传播与组织传播 | 群体传播的类型 | 了解 | 4 | 1.1 |
| 集合行为及其传播机制 | 掌握 | 6.2 |
| 流言传播中的“信息流” | 掌握 | 6.3 |
| 组织传播的过程与机制 | 掌握 | 6.2 |
| 7 | 大众传播 | 大众传播的定义和社会功能 | 了解 | 4 | 1.1.1 |
| 大众传播的产生与发展过程 | 掌握 | 1.1.1 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 知识单元（章节） | 知识点 | 要求 | 推荐学时 | 支撑毕业要求指标点 |
| 8 | 媒介技术与媒介组织 | 媒介技术与社会发展 | 理解 | 4 | 6.2 |
| 麦克卢汉的媒介理论 | 掌握 | 6.2 |
| 媒介组织的性质和社会作用 | 掌握 | 6.3 |
| 9 | 传播制度与媒介规范理论 | 传播制度与媒介控制 | 掌握 | 4 | 1.1 |
| 关于传播制度的几种规范理论 | 掌握 | 1.1 |
| 我国的传播制度分析 | 理解 | 6.2 |
| 10 | 社会转型与受众变迁 | 大众社会理论 | 掌握 | 4 | 1.1 |
| 几种主要的受众观 | 掌握 | 7.2 |
| 分众理论及其研究 | 理解 | 7.2 |
| “使用与满足理论” | 理解 | 1.1.1 |
| 11 | 传播效果研究 | 传播效果研究的领域 | 掌握 | 4 | 7.2 |
| 传播效果研究的历史与发展 | 掌握 | 1.1 |
| 传播效果的产生过程与制约 | 掌握 | 7.2 |
| 12 | 大众传播效果理论 | 议程设置理论 | 掌握 | 4 | 7.2 |
| 沉默的螺旋理论 | 掌握 | 7.2 |
| 新闻框架理论 | 掌握 | 7.3 |
| 13 | 国际传播与全球传播 | 国际传播与全球传播的概念 | 了解 | 4 | 7.2 |
| 世界信息传播新秩序 | 理解 | 7.2 |
| 信息与国家主权 | 掌握 | 1.1 |
| 文化帝国主义 | 掌握 | 7.3 |
| 14 | 传播学的主要学派 | 传播学的经验学派 | 掌握 | 4 | 1.1.1 |
| 传播学的批判学派 | 掌握 | 1.1.1 |

**五、课程教学安排**

本课程的参考教材为传播学研究提供理论知识和基础框架。课程教学环节主要包括：课堂讲授、读书报告讲评和专题讨论、案例分析。在实施研究性教学过程中，对课堂讲授、分析读书报告作业和专题讨论、案例分析等的要求如下：

1.课堂讲授具体内容细节和表达方式可体现教师个人风格，强调注重教学过程师生之间的互动，使学生能够掌握较扎实的理论知识，形成对《传播学概论》课程的总体认识。

2.研究性教学课堂讨论：在授课的过程中，教师对基本知识点涉及到的问题形成专题形式，引导学生进行课堂讨论。讨论题目建议如下：自我传播中的“主我”和“客我”理论在实践中的表现；当前媒介环境中的“信息环境的环境化”现象；群体性传播中的集合行为及其传播机制研究；麦克卢汉的“媒介社会”到德波的“景观社会”变化；新闻框架理论在网络媒介环境中的运用；文化帝国主义问题在当今社会的表现形态等。

3.评讲学生读书报告：教师点评学生读书报告作业，将实际写作中的问题指出，并形成讨论。

4.案例分析：《传播学概论》课程上会通过多种不同的视角分析大量传播学案例，帮助学生更好地掌握传播学研究的思维和研究方法。

**六、课程的考核**

1. 形式与分数比例

平时学习情况占40%。其中，出勤情况占10％，个人读书报告作业成绩以及课堂讨论占30％。期末考核占60%。

2. 本课程考核的基本要求

期末闭卷考试的内容范围与要求程度应符合本教学大纲对各章教学内容的基本要求，主要考核课堂上讲述的重要理论知识以及运用这些知识分析问题的能力。

**七、本课程与其它课程的联系与分工**

本课程是针对大一新生的专业主干课，也是为本科阶段所有传播学课程打下基础的概论式课程，无先修课程，后续课程包括《视觉传播》、《商业传播概论》、《跨文化传播》等，在本课程的基础上，后续课程可以进行不同研究领域的拓展学习。

**八、建议教材及教学参考书**

教材：

[1] 郭庆光：传播学教程（第二版），北京：中国人民大学出版社，2011年4月第2版。

主要参考资料：

[1] [美]赛弗林，坦卡德，郭镇之主译：传播理论：起源、方法与应用，北京：中国传媒大学出版社，2007年1月第1版。

[2] [美]施拉姆、波特：传播学概论，北京：新华出版社，1984年。

[3] [美]巴兰，戴维斯：大众传播理论：基础、争鸣与未来，北京：清华大学出版社，2004年。

[4] [法]古斯塔夫•勒庞：乌合之众：大众心理研究，北京：中央编译出版社，1998年。

[5] [美]尼尔•波兹曼：娱乐至死，桂林：广西师范大学出版社，2011年6月。

[6] [英]巴勒特：媒介社会学，北京：社会科学文献出版社，1989年。

[7] [美]丹尼尔，戴扬：媒介事件：历史的现场直播，北京：北京广播学院出版社，2000年。

[8] [加]文森特•莫斯克：传播政治经济学，北京：华夏出版社，2000年。

**《传播学经典原著选读》课程教学大纲**

执笔人： 夏丽志 编写日期：2016年1月

**一、课程基本信息**

1．课程编号：60L796Q

2．课程体系/类别：专业选修课

3．课程性质：限选

4．学时/学分：32/2

5．先修课程：传播学概论，新闻传播史，新闻学概论,传播学研究方法

6．适用专业：传播学专业

**二、课程教学目标**

传播学在中国发展历史较短，其内容主要引自西方。因此，国内众多高校的传播学专业本科开始尝试进行传播学双语课程的教学。通过对传播学原著经典的释读，采用国外原典文献授课,能够使学生更加近距离了解传播学专业的原貌，进而在专业学习中巩固和提高专业学术英语水平，在学术英语学习中了解和研究专业知识。本课程为传播学专业限选课，同时也是一门双语教学课程。采用教材为传播学大师级学者的经典文献，内容涉及传播学各个理论学派大师的经典著作。

通过本课程教学，学生应达到下列学习目标：

1. 对传播学的历史和理论发展有更加深入的了解，进一步扩展和提升专业学理素养；
2. 理解掌握传播学专业关键术语、经典论述，熟悉适应传播学专业原典的学术话语系统和理论思维；
3. 具备传播学专业原典文献阅读能力，能够理解和分析专业原典文献和学术资料；
4. 突破中国新闻传播学教育研究的樊篱，了解传播学最新、最深刻的内容，构建自身传播学专业知识体系的学习系统，增强学生的研究能力和阅读能力，为今后研究性学习和创新性实践打好基础。

**三、课程目标和毕业要求的对应关系**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 毕业要求 | 毕业要求指标点 | 课程目标 |
| 1.理论知识 | 1.1具有系统的新闻传播学理论1.2学生熟悉了解新闻传播历史；1.4 学生能够掌握完整系统的传播学研究方法；1.5.1 学生具备专业水准的英语水平； | 1 |
| 5.外语能力 | 5.2 完成专业领域内英语的学习及文献阅读；5.4 掌握跨文化交流的技能，系统学习跨文化传播的理论，并且达到国际、跨文化传播的专业水平 | 2 |
| 6.传播与社会 | 6.1 自觉将中国国情与传播实践相结合；6.2学生能够理解传媒对政治、经济、文化等全方位影响及其深层次关系；6.3在具体实践活动中，有意识综合考虑全方位社会因素，将环境要素纳入实践环节 | 3 |
| 7.传播学前沿理论与实践 | 7.1 授课环境应当涉及政策传播、健康传播、科技传播等细分领域的相关知识；7.2介绍学术界最前沿的理论动态，并有意识与国际接轨；7.3将业界最新动态融入课堂，确保学生能够及时掌握了解业内动态 | 4 |
| 9.表达与沟通 | 9.1学生能够撰写清晰的课堂讨论报告和研究论文，日常表达具备较强的逻辑性；9.2 具有主动沟通与自我表达意识；9.3有效提升学生国际交流能力，提升跨文化交际水平 | 5 |

**四、课程教学内容和要求**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 知识单元（章节） | 知识点 | 要求 | 推荐学时 | 支撑毕业要求指标点 |
| 1 | 导论 | 传播学科的构成：史、论和应用 | 理解 | 2 | 1.1；1.2；1.4；1.5；2.6；5.2；5.3；5.4；6.2；6.3；7.2；7.2；9；11.3 |
| 经典与学术史的阐释 | 理解 |
| 经典思想与理论的价值 | 掌握 |
| 2 | 沃尔特.李普曼:公众舆论 | 舆论与公众舆论的界定 | 理解 | 4 | 1.1；1.2；1.4；1.5；2.6；5.2；5.3；5.4；6.2；6.3；7.2；7.2；9；11.3 |
| 刻板成见概念 | 掌握 |
| 议程设置理论 | 掌握 |
| 拟态环境理论 | 掌握 |
| 3 | 拉扎斯菲尔德：人民的选择 | 传播与社会/政治的关系：伊利选举 | 了解 | 4 | 1.1；1.2；1.4；1.5；2.6；5.2；5.3；5.4；6.2；6.3；7.2；7.2；9；11.3 |
| 传播学研究方法：定量分析 | 理解 |
| 大众传播的有限效果论 | 理解 |
| 两级传播与舆论领袖的观念 | 掌握 |
| 4 | 霍金斯：自由而负责任的传媒 | 传媒机构自由与责任的相互关系 | 了解 | 4 | 1.1；1.2；1.4；1.5；2.6；5.2；5.3；5.4；6.2；6.3；7.2；7.2；9；11.3 |
| 自由出版的社会责任论 | 掌握 |
| 传媒的政治功能 | 理解 |
| 大众媒体在公共事件中的教育功能 | 掌握 |
| 5 | 霍夫兰：传播与说服 | 人际传播研究的心理实验方法 | 了解 | 4 | 1.1；1.2；1.4；1.5；2.6；5.2；5.3；5.4；6.2；6.3；7.2；7.2；9；11.3 |
| 传播效果形成的条件 | 理解 |
| 传播中说服与态度的关系 | 理解 |
| 说服的方式与技巧 | 掌握 |
| 传播者、传播讯息、阅听人及阅听人反应的界定 | 理解 |
| 6 | 哈罗德·拉斯韦尔：社会传播的结构与功能 | 5W传播模式及传播学研究的五大基本内容 | 掌握 | 4 | 1.1；1.2；1.4；1.5；2.6；5.2；5.3；5.4；6.2；6.3；7.2；7.2；9；11.3 |
| 大众传播的基本功能 | 掌握 |
| 内容分析法 | 理解 |
| 7 | 施拉姆：大众传播学 | 大众传播的发展 | 了解 | 4 | 1.1；1.2；1.4；1.5；2.6；5.2；5.3；5.4；6.2；6.3；7.2；7.2；9；11.3 |
| 大众传播的结构和作用 | 理解 |
| 大众传播的过程与语义原则 | 掌握 |
| 大众传播内容 | 理解 |
| 大众传播的受众 | 理解 |
| 8 | 麦克卢汉：理解媒介-论人的延伸 | 媒介与文明发展的关系 | 了解 | 4 | 1.1；1.2；1.4；1.5；2.6；5.2；5.3；5.4；6.2；6.3；7.2；7.2；9；11.3 |
| 媒介即信息的观念 | 理解 |
| 媒介是人的延伸的观念 | 理解 |
| 冷热媒介的分类及过热媒介的逆转说 | 掌握 |
| 地球村说 | 理解 |
| 9 | 结语 | 经典研究与问题发现 | 理解 | 2 | 1.1；1.2；1.4；1.5；2.6；5.2；5.3；5.4；6.2；6.3；7.2；7.2；9；11.3 |

**五、课程教学方法**

本课程涵盖量较大，学生要在较短的时间内完成传播史上重要学者的原典的阅读，理解掌握传播学专业关键术语、经典论述，熟悉适应传播学专业原典的学术话语系统和理论思维，因此，在进行本课程的教学时，应注意：课堂学习与课外自主学习相结合，以原典为主的知识点学习与主题性研究和问题探索性学习相结合，个体学习活动与小组协作和讨论相结合，书目阅读与读书写作相结合。具体如下：

(一)教学：开课即将授课计划、阅读参考材料、原典著作和课上阅读的篇目告知学生，让学生在课前阅读，对每次学习的原典的思想和理论内容进行主题式的阅读和理解。在课堂学习上，配合以多媒体课件的演示，和案例研究，引导学生以学习研究小组的形式积极参与讨论，将传播史、理论和方法结合，进行研究性学习，课后学生撰写原典读书报告。教师要阅读大量的原文著作，从历史学、社会学、哲学等角度切入传播学的理论视域，配合多媒体课件的制作，和历史影像资料，在课堂上进行理论陈述和案例演示，开展原典的导读和学术评析。

(二)作业：

1.阅读：一是结合教学进程，开展自主性指定篇目的阅读；二是根据指定篇目的主题，开展自主性延展阅读；三是根据研究问题，开展自主性问题导入阅读。

2.报告：一是章节读书报告，以指定章节的内容为阅读对象，从主题式研究的角度进行批判式阅读，撰写主题评析的读书报告。二是结课读书报告，以课程阅读原典为研究对象，从问题式研究的角度进行批判式阅读，撰写问题研究的读书报告。

3.课堂展示PPT：以课程指定的学者原典为展示和评述对象，制作多媒体展示课件，开展课堂交流和讨论。

**六、课程考核**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 考核环节 | 建议分值 | 考核/评价细则 | 对应的课程目标 |
| 学习小组研读读书报告 | 15 | 评价学生对原典文献的思想和理论内容的理解和掌握情况；主题研读过程中，问题意识和批判性思维的表现；文献综述与语言能力；团队合作能力。 | 1,2,3,4,5 |
| 学习小组研读读书报告PPT | 15 | 评价学生对原典文献的思想和理论内容的理解和掌握情况；主题研读过程中，问题意识和批判性思维的表现；文献综述与语言能力；团队合作能力。 | 1,2,3,4,5 |
| 个人主题式读书报告 | 20 | 评价学生对原典文献的思想和理论内容的理解和掌握情况，主题研读过程中，问题意识和批判性思维的表现；文献综述与语言能力 | 1,2,3,4,5 |
| 期末问题式读书报告 | 50 | 评价学生对原典文献的思想和理论内容的理解和掌握情况，主题研读过程中，问题意识和批判性思维的表现；文献综述与语言能力 | 1,2,3,4,5 |

**七、本课程与其它课程的联系与分工**

本课程为传播学专业的限选课程，其先修课程为传播学概论，传播史，新闻学原理，传播学研究方法；其后续课程：媒介批评。

**八、建议教材及教学参考书**

(一)教材：．熊澄宇选编，《西方新闻传播学经典名著选读》，北京：中国人民大学出版社，第1版，2004；

(二)参考书目：

1.郭建斌等选编，《中外传播学名著导读》，杭州：浙江大学出版社，2005年。

2.弥尔顿等著，顾孝华译注，《西方新闻传播学名著选译》，上海：上海社会科学院出版社，2008年。

3.其他相关传播史、传播理论、传播方法的书目和资料。

**《传播学理论前沿》课程教学大纲**

执笔人：陈静茜 编写日期：2016年01月

**一、课程基本信息**

1．课程编号：

2．课程体系/类别：专业必修课

3．学时/学分：32学时/2学分

4．先修课程：传播学概论、新闻传播史、社会学概论

5．适用专业：传播学专业

**二、课程教学目标及学生应达到的能力**

1. 梳理传播学前沿理论，使学生了解全球化格局中不断变化的传播学研究趋势，掌握传播学理论流派最新动态与发展。
2. 通过传播理论专题的讲授，提高学生的理论研判能力，使学生能把握政治、经济、社会、科技变革与传播理论之间的互动关系。
3. 强化学生的理论论文撰写能力，系统讲授传播学理论论文的撰写方法，使学生能够结合前沿传播理论，独立完成具有问题导向的理论论文。

**三、课程教学内容和要求**

本课程以全球化视野中的传播学前沿理论讲授为主要内容，解释新传播现象，开展专题研讨前沿传播理论,引导学生开展研究性学习。本课程共分七个单元。课内总学时为32学时。课程主要内容、要求及课时分配安排如下：

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 知识单元（章节） | 知识点 | 要求 | 推荐学时 |
| 1 | 语境：全球化中的媒介 | 全球化的结构 | 了解 | 2 |
| 全球化对媒介的影响 | 掌握 |
| 全球传播的语境 | 掌握 |
| 全球化的未来 | 理解 |
| 2 | 公共新闻事业 | 公共新闻事业的建筑形式 | 理解 | 6 |
| 公共新闻学与民主理论 | 掌握 |
| 新闻学与公共生活社会学 | 理解 |
| 公共新闻事业的挑战 | 掌握 |
| 3 | 媒介可持续性 | 媒体可持续性的基本要素 | 掌握 | 2 |
| 可持续发展中政府的因素 | 理解 |
| 社区媒体的可持续性 | 掌握 |
| 保持新兴媒体的可持续性 | 掌握 |
| 4 | 媒介效果前沿研究 | 大众传媒与态度改变 | 掌握 | 6 |
| 媒介消费与社会现实认知 | 掌握 |
| 少数族群与大众媒介 | 了解 |
| 媒介对个人和公众健康的影响 | 掌握 |
| 信息技术与互动媒介的社会及心理影响 | 理解 |
| 5 | 媒介文化与受众 | 作为公民的受众 | 理解 | 6 |
| 新媒介与新受众 | 了解 |
| 电子公众的形成 | 掌握 |
| 后现代媒介文化 | 理解 |
| 中国互联网文化 | 掌握 |
| 6 | 传播政治经济分析 | 国家、市场与社会 | 理解 | 4 |
| 帝国时代的世界传播 | 了解 |
| 世界结构中的中国传播 | 掌握 |
| 7 | 传播理论写作专题 | 论文题目的拟定 | 理解 | 6 |
| 文献回顾撰写 | 掌握 |
| 文献引用 | 掌握 |
| 概念的操作化 | 掌握 |
| 写作风格 | 了解 |
| 写作心理 | 了解 |

**四、课程教学安排**

1. 教学：教师在课程初始，将授课计划、教材和相关阅读书目及拓展书目告知学生，让学生对课程的结构框架和知识要点和有整体的认识。教师介绍课程的考评方式，强调课堂研讨在本门课程中的考核比重，鼓励同学开展进行专题理论研讨。

课前，教师将学生分为适宜人数的学习小组，通过课前布置讨论题目，督促学生课前完成文献阅读。在此基础上，在课堂中引导学生开展以专题研讨为主的互动教学。

任课教师在专题研讨的不同版块中，介绍传播学理论前沿，揭示传播观念、技术变迁与传播理论之间的关系，引导学生进行系统深入的学习，鼓励学生课外开展延伸阅读和论文撰写。

2.作业：

（1）阅读：首先，教师结合教学进程，每周让同学在课前完成指定阅读；其次，教师引导学生根据阅读书目和课程单元，开展专题课堂研讨。通过问题式课堂互动，推动学生结合阅读开展独立思考。

（2）小组报告：学生结合教学单元，制作多媒体课件，对课堂专题讨论和阅读思考成果进行报告。

（3）理论论文撰写：以课程指定文本和延伸阅读资料为研究对象，从问题出发，撰写传播学理论论文。

**五、课程考核**

课程总评成绩由平时考核和期末考核两部分组成。平时成绩占40%，期末成绩占60%

平时考核：教师结合课程教学进程，以学习小组的形式，要求学生通过集体课下学习，团队协作，进行课堂展示和讨论。

评分构成为：“小组报告”占平时成绩的30%，课堂研讨与出勤占平时成绩的70%。

期末考核：要求学生撰写传播学理论论文，论文评分占期末成绩的60%。闭卷考试占期末成绩的40%。

总评成绩由下表中若干部分组成：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 《传播学理论前沿》学生成绩考评细则 | | | |
|  | | 构成 | 分值比率 % |
| 学生  成绩  考评  框架 | 平时成绩  40% | 课堂研讨+ 出勤 | 70% |
| 小组报告 | 30% |
| 期末成绩  60% | 期末理论论文撰写 | 60% |
| 闭卷考试 | 40% |
| 总评成绩 | |  | 100% |

**六、本课程与其它课程的联系与分工**

先修课程：传播学概论—为本课程提供学科领域的框架认识和理论视域

新闻传播史—为本课程提供西方传播理论发展脉络及中国传播研究现状、中国新闻事业的相关背景。

社会学概论—为本课程提供社会学科的知识谱系和发展脉络。

后续课程：传播学名著选读—有助于学生针对个人研究兴趣深入研读相关流派的传播学理论经典原文。

**七、建议教材及教学参考书**

教 材： 无

参考书：

1.Boyd, Danah. It’s Complicated: The Social Lives of Networked Teens. Yale University Press, 2014.

2.赵月枝著，《传播与社会：政治经济与文化分析》，北京：中国传媒大学出版社， 2011年版；

3.尼克.史蒂文森著，《传媒的变革：全球化、道德和伦理》，北京：北京大学出版社，2005年版；

4.比格纳尔著，《后现代媒介文化》，北京：北京大学出版社，2006年版；

5.卡伦.罗斯，弗吉尼亚.奈廷格尔著，《媒介与受众：新观点》，北京:北京大学出版社，2006年版；

6.西奥多.格拉瑟著，邬晶晶译，《公共新闻事业的理念》，北京：华夏出版社，2009年版；

7.简宁斯·布莱恩特 道尔夫·兹尔曼著，石义彬，彭彪译，《媒介效果理论与研究前沿》，北京：华夏出版社，2009年版。

**《传播学研究方法》课程教学大纲**

执笔人： 文卫华、苏林森 编写日期：2015年12月

**一、课程基本信息**

1．课程编号：

2．课程体系/类别：专业核心课

3．课程性质：必修

4．学时/学分：64/4

5．先修课程：传播学概论、新闻学概论、新媒体概论、文科数学

6．适用专业：传播学本科生

**二、课程教学目标**

通过本课程的学习，使学生能够掌握进行实证研究的基本方法， 包括定量研究和定性研究的适用范围、具体操作步骤，以及对所收集资料的分析研究。主要是从数量方面描述新闻传播现状、分布，用课堂所学处理简单传播调查的数据管理、描述和分析。强调将统计分析与新闻传播现象相结合，强调统计法的应用性而非数理基础，力求让学生在现实中会用这些统计方法，并初步了解这些统计方法在SPSS中的操作过程。

本课程的教学目标：

1. 掌握实证研究中的重要概念和进行实证研究的一般步骤；
2. 掌握常用的定性研究方法与定量研究方法；
3. 掌握常用的统计方法，掌握如何描述数据的分布，了解描述性统计的常用手段；
4. 掌握统计推断的思想和概念，了解常用的统计推断的方法；
5. 提高学生动手进行数据分析的能力，掌握初步的SPSS统计分析技术。

**三、课程目标和毕业要求的对应关系**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 毕业要求 | 毕业要求指标点 | 课程目标 |
| 1、基础知识 | 2 具有传播学研究方法的基础知识 | 1 |
| 2、定性研究方法 | 2.3 掌握深度访谈、焦点小组、观察法、个案研究等定性研究方法 | 2 |
| 3、定量研究方法 | 2.1 掌握抽样方案的设计，掌握基础的问卷调查法、内容分析法 | 2 |
| 4、理论知识 | 2.2帮助学生形成统计思维，具有能够用统计思想分析、解决传播学实际问题的基本素质。 | 4 |
| 5、数据的描述 | 2.2了解数据的管理，掌握常用的数据描述指标、图表，描述数据的集中程度和离散程度。 | 3 |
| 6、数据的推断 | 2.2理解数据推断的步骤，掌握基本的数据推断方法 | 4 |
| 7、SPSS统计分析基础 | 2.2 能根据所学的统计学知识，运用SPSS进行简单的数据描述和推断。 | 5 |

**四、课程教学内容和要求**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 知识单元（章节） | 知识点 | 要求 | 推荐学时 | 支撑毕业要求指标点 |
| 1 | 社会科学研究简介 | 社会科学研究中的重要概念 | 掌握 | 3 | 2 |
| 社会科学研究的一般步骤和注意事项 | 理解 |
| 2 | 文献分析法 | 文献综述 | 掌握 | 4 | 2 |
| 二手资料分析法 | 理解 |
| 3 | 观察法 | 观察法的类型、典型研究 | 理解 | 2 | 2.3 |
| 观察法的步骤、操作要点 | 掌握 |
| 4 | 深层访谈法 | 深层访谈的特点、步骤、操作要点、典型研究 | 掌握 | 3 | 2.3 |
| 5 | 焦点小组 | 焦点小组的特点、要求、组织和实施步骤、典型研究 | 理解 | 2 | 2.3 |
| 6 | 个案研究法 | 个案研究的特点、一般步骤、典型研究 | 掌握 | 2 | 2.3 |
| 7 | 抽样原理和方法 | 抽样设计中的常用术语、抽样方案设计的原则与程序 | 理解 | 6 | 2.1 |
| 随机抽样技术、非随机抽样技术 | 掌握 |
| 8 | 问卷调查 | 问卷的目标、基本类型、作用 | 理解 | 4 | 2.1 |
| 问卷的一般结构、问卷设计的基本步骤、典型研究 | 掌握 |
| 9 | 内容分析 | 内容分析的定义、内容分析在大众传播研究领域的应用 | 掌握 | 4 | 2.1 |
| 内容分析的研究步骤、典型研究 | 掌握 |
| 10 | 期中考试 |  |  | 2 |  |
| 11 | 传播统计学导论 | 统计学在传播学中的地位、作用 | 了解 | 2 | 2.2 |
| 统计学的基本概念：描述统计与推断统计、总体与样本、离散趋势与集中趋势、变量与常量等 | 掌握 |
| 12 | 统计资料的搜集与整理 | 统计调查的组织形式 | 了解 | 4 | 2.2 |
| 概念的操作化与测量 | 理解 |
| 测量的尺度 | 掌握 |
| 测量的信度和效度 | 掌握 |
| 测量的误差 | 理解 |
| 统计资料的整理 | 理解 |
| 统计资料的评估 | 理解 |
| 13 | 集中趋势及其测量 | 集中趋势的概念 | 了解 | 2 | 2.2 |
| 算术平均数、中位数、众数的异同 | 掌握 |
| 集中趋势的测量 | 理解 |
| 14 | 离散趋势及其测量 | 离散趋势的概念 | 了解 | 2 | 2.2 |
| 全距、四分位差、方差和标准差及其性质 | 理解 |
| 方差、标准分、变异系数、异众比率的计算 | 掌握 |
| 15 | 概率与概率分布 | 随机现象和随机事件 | 理解 | 4 | 2.2 |
| 概率的数学性质、概率分布 | 掌握 |
| 数学期望 | 理解 | 4 |
| 16 | 参数估计 | 参数估计的思想 | 理解 | 4 | 2.2 |
| 点估计 | 掌握 |
| 区间估计 | 掌握 |
| 17 | 假设检验 | 统计检验的思想和基本步骤 | 理解 | 6 | 2.2 |
| 二项分布、正态分布、中心极限定理 | 理解 |
| 总体均值或比例的单样本检验 | 掌握 |
| 总体均值或比例的双样本检验 | 掌握 |
| 18 | 相关与简单回归分析 | 变量之间的相互关系 | 理解 | 6 | 2.2 |
| 变量间相关系数的表示方法 | 掌握 |
| 回归系数的意义及其计算 | 掌握 |
| 19 | 复习答疑 |  |  | 2 |  |

**五、课程教学方法**

本课程除了介绍传播研究方法的基本知识点、重要的研究方法、具体操作步骤之外，还针对这门课程的特点，需要学生动手实际操作，真正掌握重要的传播学研究方法的运用，为学生开展实证研究做好准备。因此，在进行本课程的教学时，应注意：课堂学习与课外自主学习相结合，以教材为主的知识点学习与项目形式的探索性学习相结合，个体学习活动与小组协作和讨论相结合，口头交流活动与笔头写作活动相结合。具体如下：

1. 课堂讲授：以教材为主，结合典型的研究案例。在教师的引导与带领下，采用以学生为中心的教学模式，积极领会传播学研究方法的适用范围与具体操作要点、注意事项等；在传播统计部分，重点讲述每一种统计方法在传播学研究中的应用，多在课堂上列举统计学在传播学中的应用案例，避免繁琐的统计公式的推断。在学习每部分内容时，首先重点介绍每一种统计方法的思想和含义，在介绍统计学应用时，则将重点放在统计结果的解释和意义上，同时在每个知识点的讲解中，结合EXCEL和SPSS讲解其基本的操作。

2. 作业：本课程注重对研究方法的实践运用，将安排三次平时作业，包括：文献综述的撰写、抽样方案的设计、传播研究数据的统计分析。

3. 课下自学：本课程实践性很强，需要边学边练，课堂上将为学生提供一些经典的传播研究数据，作为学生课下学习操作之用。

**六、课程考核**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 考核环节 | 建议分值 | 考核/评价细则 | 对应的课程目标 |
| 平时作业 | 30 | （1）文献综述的撰写（15分）；  （2）抽样方案的设计（5分）；  （3）统计操作（10分）  三次平时作业以100分制计分，在分别乘以其权重（15%，5%，10%） | 2 |
| 期中考试 | 20 | 考察对半学期所学知识点的掌握和运用能力，以100分制计分，再乘以权重（20%）。 | 2 |
| 期末考试 | 50 | （1）卷面成绩100分，以卷面成绩乘以其权重后计入课程总评成绩。  （2）主要考核学生对本课程的基本概念、步骤的理解能力，考察学生运用所学研究方法和统计方法进行研究设计，以及对媒介市场、受众调查数据分析等的实践操作能力，考试题型为：名词解释、填空、简答、论述和统计计算题等。其中考察知识点按教学内容的比例进行分配。 | 2 |

**七、本课程与其它课程的联系与分工**

《传播研究方法》是大学二年级秋季学期的专业核心课程，此前通过课程《传播学概论》、《新闻学概论》、《新媒体概论》、《文科数学》等基础类课程的学习，对新闻传播学基本概念、理论和研究有了一定的认识，也初步理解文科数学的基本思想和概念，在此基础上，重点讲述研究方法、统计方法的思想、操作，为后面课程《新媒体数据挖掘》、《媒介与社会》和《文化自贸与国际文化产业》等应用类课程的学习打下基础。

**八、建议教材及教学参考书**

**建议教材：**

1. 柯惠新、王锡苓、王宁编著. 传播研究方法. 北京. 中国传媒大学出版社. 2009年.

**2.** 柯惠新. 调查研究中的统计分析法·基础篇(第3版). 北京. 中国传媒大学出版社. 2015年.

**教学参考书：**

1. [美]艾尔·巴比著. 社会研究方法. 邱泽奇译. 华夏出版社. 2005年.

2. 陈向明著. 质的研究方法与社会科学研究. 教育科学出版社. 2000年.

3. 彭增军著. 媒介内容分析法. 中国人民大学出版社. 2012年.

4. 李沛良. 社会研究的统计应用（第2版）. 北京. 社会科学文献出版社. 2002年

5. R. Mark Sirkin: Statistics for the Social Sciences (3rd Edition), SAGE Publications, 2005

**《国际传播》课程教学大纲**

执笔人：李冰 夏丽志 编写日期：2016年11月

**一、课程基本信息**

1．课程编号：

2．课程体系/类别：专业类

3．课程性质：选修

4．学时/学分：32学时/2学分

5．先修课程：传播学概论、跨文化传播

6．适用专业：传播学

**二、课程教学目标**

该课程是高等院校传播学专业开设的一门重要的专业课。通过讲授国际传播的重要理论和概念，研究潜藏在国际传播表象背后的深层规律；通过在课堂上带领学生分析相关案例，帮助同学们更好的了解国与国之间的信息交流和沟通。本课程的目标是使同学们掌握国际传播的核心理论，培养同学们对国际形势的敏感度，帮助学生成为更具有国际视野的传播专业人才。

具体目标主要包括：

1．学生具备国际传播的基础理论；

2．帮助学生进一步培养主动沟通技巧与自我表达意识，并进一步提升沟通中的逻辑性；

3．借助案例研读，帮助学生掌握国际传播交流的实战技能；

4．培养和锻炼学生的研究能力、表达能力和团队合作精神及在团队中发挥作用的能力，使得学生能够适应未来踏上工作岗位后的面临的多角色转变；

5．帮助学生了解国家与社会、国家与国家之间的竞争合作关系，提升学生的大局观和国际市场竞争力。

**三、课程目标和毕业要求的对应关系**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **毕业要求** | **毕业要求指标点** | **课程目标** |
| 1．理论知识 | 1.5.2具备国际传播的基础理论 | 1 |
| 6．传播与社会 | 6.2学生能够理解传媒对政治、经济、文化等全方位影响及其深层次关系 | 5 |
| 9．表达与沟通 | 9.2具有主动沟通与自我表达意识 | 2 |
| 10．团队意识 | 10.3具备实习工作岗位的多角色转变，并能够主动与合作方建立良好的工作关系 | 4 |
| 11．创新素质能力 | 11.4培育新媒体传播迭代、更新、优化的工作意识，并系统建立相应技能 | 3 |

**四、课程教学内容和要求**

本课程共分13个知识单元。课内总学时为32学时，其中讲授26学时，学生演示4学时，课程回顾与总结2学时。课程主要内容、要求及课时分配安排如下：

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **知识单元（章节）** | **知识点** | **要求** | **推荐学时** | **支撑毕业要求指标点** |
| 1 | 课程介绍 | 介绍本门课程 | 了解 | 0.5 | 6.1，6.2 |
| 国际传播总论 | 介绍国际传播的学科界定以及目前的发展现状 | 理解 | 1.5 |
| 2 | 国际传播的历史沿革 | 了解不同时期的国际传播 | 了解 | 2 | 1.5，6.1 |
| 3 | 国际传播的理论范式 | 技术主义范式 | 掌握 | 4 | 1.5 |
| 政治经济学范式 | 掌握 |
| 文化研究范式 | 掌握 |
| 4 | 国际传播的主体 | 国家、跨国公司、个人 | 掌握 | 4 | 2.6，5.3，5.4 |
| 案例分析：国际传播与国际媒体 | 掌握 |
| 掌握 |
| 5 | 国际传播的内容 | 掌握不同类型的国际传播信息 | 掌握 | 2 | 2.6，5.3，5.4 |
| 案例分析：国际信息流的不平衡 | 理解 |
| 6 | 个人展示 | 考核1 | 掌握 | 2 | 11.1，9.2，9.3 |
| 7 | 国际传播的受众 | 掌握国际传播受众的类型、特点 | 掌握 | 2 | 2.6，6.2 |
| 8 | 国际传播的效果 | 国际传播的宏观效果 | 理解 | 4 | 2.6，6.2 |
| 国际传播效果的影响因素及测量方法 | 掌握 |
| 案例分析 |  |
| 9 | 国际传播的控制 | 国家对国际传播的控制 | 掌握 | 4 | 5.3，6.1，6.2 |
| 国际组织对国际传播的控制 | 了解 |
| 案例分析 |  |
| 10 | 国际传播：延续与变革 | 探讨国际传播的发展趋势 | 了解 | 2 | 6.1，6.2 |
| 11 | 小组展示 | 考核2 | 掌握 | 2 | 11.1，9.2，9.3 |
| 12 | 复习及答疑 | 本课程各章重点 | 掌握 | 2 | 1.5，6.1，6.2 |

**五、课程教学方法**

本课程是新闻传播学专业的选修课，课程实践性较强，在教材的选用及课堂教学中，注重参考国外相关课程的设置及教学方法，力求理论及案例的时效性。

具体课程教学安排如下：

1．课堂讲授：以教材为主，多媒体音频、视频素材为辅。在教师的引导与带领下，采用以学生为中心的教学模式，积极领会国际传播理论及案例；

2．课堂展示：学生的课堂讨论和PPT展示十分重要，教师通过对国际传播基本理论进行必要的讲授，启发学生对相关的内容进行分析讨论，学生还要经常阅读媒体文章、进行个人以及分组的PPT演示，这些是平时成绩的重要组成部分。

3．专题训练：以专题的形式向学生推荐阅读与课内知识内容有关的音频、视频及文字资料并完成研究论文写作。

**六、课程考核**

平时考核成绩占总成绩的50%，期末论文占总成绩的50%。最后的总评成绩由下表中若干部分组成：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **考核环节** | **分值** | **考核/评价细则** | **对应的课程目标** |
| 课堂表现 | 10 | （1）考核学生的出勤情况；  （2）考核学生的课堂互动情况。 | 2 |
| 个人展示 | 15 | （1）主要考核学生对所学理论的理解和掌握程度；  （2）根据选题、展示内容、PPT形式和答辩情况评分。 | 1、2 |
| 小组展示 | 25 | （1）考查应用所学知识、口头和文字表达能力以及团队合作能力；  （2）根据选题、展示内容、PPT形式和答辩情况评分，分数以小组成绩为依据，在此基础上针对个人实际表现进行加减。 | 1、2、5 |
| 期末论文 | 50 | （1）论文总分100分，以卷面成绩乘以其在总评成绩中所占的比例计入课程总评成绩。  （2）主要考核论文格式、论文内容 | 1、3、5 |

**七、本课程与其它课程的联系与分工**

本课程在传播学专业本科第4学期开设，学生此前已经完成传播学概论、跨文化传播、新媒体概论等相关专业课程的学习并顺利通过考试。本课程的主要任务是帮助学生切实掌握国际传播的核心理论，并能够运用理论对国际案例进行深入的分析和解读，从而帮助学生对国际传播的内涵和外延都能有比较清晰准确的了解和认识，在此基础上进一步提高自己的独立思考和分析能力，为将来成为更国际化的传媒人才做好充分的准备。

**八、建议教材及教学参考书**

教材：

[1] 李智著. 21世纪新闻传播学系列教材·传播学系列：国际传播. 中国人民大学出版社. 2013年.

[2] 郭可著. 国际传播学导论. 复旦大学出版社. 2004.

主要参考书：

[1] Daya Kishan Thussu著. 董关鹏译. 国际传播：延续与变革. 新华出版社. 2004.

[2] 赵雪波，周哲著. 现代国际传播大事件：案例与分析. 中国传媒大学出版社. 2014.

[3] ] Monroe E. Price著. 麻争旗译. 媒介与主权：全球信息革命及其对国家权力的挑战. 中国传媒大学出版社. 2008.

**《文化自贸与国际文化产业》课程教学大纲**

执笔人：皇甫晓涛 编写日期：2016年1月

**（一）课程基本信息**

1．课程编号：

2．课程体系/类别：专业类

3．课程性质：专业选修课

4．学时/学分：32/2

5．先修课程：《经济学》、《传播学概论》、《法学》、《管理学》、《文化学》、《人类学》、《社会学》

6．适用专业：传播学专业 、经济学专业、管理学专业、语言文学专业

**二、课程教学目标**

《文化自贸与国际文化产业》是高等院校新闻学专业、传播学专业开设的一门重要的专业课。本课程讲授的重点是文化产业学科建设的国际创新体系与文化自贸的案例研究，为新闻传播专业与文化产业相关专业中最基础、最前沿和最应被同学们掌握的跨学科、跨领域的知识融合交叉学科内容，特别是文化产业的学科分类与创新原理、后经济学原理与创新理论、知识化与城市化的产业融合与文化创新、创新型国家建设与创新型城市发展的理论研究与案例分析、全球博弈的文化资本与文化自贸，都会在本课程中加以阐释与讲授。由于文化自贸与文化产业本身跨学科、跨领域的研究特点与应用实践特征，本课程也会涉及到知识经济、文化经济、媒介经济、文化管理、管理科学、战略管理、媒介法规及文化学、人类学、社会学、传播学、金融学、法学等内容，并为后续课程打下研究基础。

本课程的短期目标是使同学们掌握文化自贸与国际文化产业的基本原理及案例分析的前沿应用，职业目标是面对主流、培养高手的跨领域、跨学科复合型、创新型、领识型人才。

**三、课程目标和毕业要求的对应关系**

将课程目标与所支撑的毕业要求指标点对应填入表格中，如下以“机械工程”课程为例：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 毕业要求 | 毕业要求指标点 | 课程目标 |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

1. **课程教学内容和要求**

如下表：

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 知识单元（章节） | | 知识点 | 要求 | | 推荐学时 | 支撑毕业要求指标点 |
| 1 | 文化资本原理与文化创新原理 | | 三大市场经济定理的经济学反思与三大文化定律的文化学反思 | 掌握 | | 2 |  |
| 十大经济原理反思 | 了解 | |  |
| 文化生产力的创新要素 | 掌握 | |  |
| 从物理学到生物学的经济学变革原理与逻辑语汇重构的理论体系 | 理解 | |  |
| 2 | 文化产业学科体系建设与文化科学跨学科理论体系 | | 文化产业四大理论体系 | 掌握 | | 2 |  |
| 文化科学跨学科体系的人文社会科学重构 | 理解 | |  |
| 文化科学的知识文明体系 | 了解 | |  |
| 文化创新的四大科学基础 | 理解 | |  |
| 3 | 资本理论的基础研究 | | 资本理论的基础理论 | 理解 | | 1 |  |
| 新概念资本与文化资本理论 | 掌握 | |  |
| 4 | 城市文化与文化创新 | | 城市转型与文化创新的经济学原理 | 掌握 | | 1 |  |
| 城市病的文化之解社会学、生态学、经济学分析 | 了解 | |  |
| 城市建设模型的文化类型与理想模式的人类学研究 | 理解 | |  |
| 5 | 城市创新与转型模式 | | 文化自觉与城市创新 | 掌握 | | 2 |  |
| 城市化、区域化、全球化转型的创新模型 | 掌握 | |  |
| 城市转型模式与功能元素研究 | 了解 | |  |
| 城市化与文化资本的演化经济学 | 理解 | |  |
| 后物质后建设规划体系的规划科学研究 | 理解 | |  |
| 6 | 城市文化的发展模式与模型建构 | | 文化思辨与历史反思 | 掌握 | | 2 |  |
| 空间结构与文化科学 | 了解 | |  |
| 环境生态学 | 了解 | |  |
| 社会变迁与文化变迁 | 理解 | |  |
| 7 | 城市发展的国际比较 | | 发达国家城市化经验及教训 | 掌握 | | 2 |  |
| 发展中国家城市化道路 | 理解 | |  |
| 城市文化的创新模式与理想范式 | 了解 | |  |
| 8 | 文化自贸与国际文化产业导论 | 丝路中国的桃花源乡愁重建与文化再造之路 | | |  | 1 |  |
| 9 | 全球治理体系的传播学基础理论研究 | 丝路“五通”传播学与国际传播理论 | | | 掌握 | 4 |  |
| 丝路再全球化文化强国与文明创新理论 | | | 掌握 |  |
| 后殖民经济理论体系与主体经济、共生经济理论体系 | | | 掌握 |  |
| 丝路文化强国的安康社会转型发展理论与可持续发展理论 | | | 掌握 |  |
| 10 | 文明创新论国家创新体系建构研究 | 文明创新论国家创新体系建构文明创新论与大国崛起理论 | | | 掌握 | 1 |  |
| 全球化与再全球化理论：美国亚太再平衡与丝路亚三角再全球化理论体系的比较研究 | | | 了解 |  |
| 11 | 文化自贸全球治理体系相关研究 | 文化4.0的法律理论与冲突法理论体系：TPP与丝路亚三角再全球化的TATP知识产权理论比较研究 | | | 掌握 | 2 |  |
| 自贸与全球自贸网络理论体系：丝路自贸参与度的全球自贸网络治理体系建构 | | | 掌握 |  |
| 文化4.0的法律理论与冲突法理论体系：TPP与丝路亚三角再全球化的TATP知识产权理论比较研究 | | | 了解 |  |
| 12 | 自贸与全球自贸网络理论体系：丝路自贸参与度的全球自贸网络治理体系建构 | 自贸杠杆与跨境金融 | | |  | 4 |  |
| 自贸参与度与丝路全球自贸网络治理体系建构 | | |  |  |
| 自贸创新与再城市化、知识化的黄三角自贸区规划建设 | | |  |  |
| 自贸资产作用与非物权法的文化4.0知识文明文化创新体系建构 | | |  |  |
| 自贸结果与文明崛起的“全球核心价值观重塑” | | |  |  |
| 自贸统一性与文化资本收益率的泛自贸经济体系建构 | | |  |  |
| 13 | 文化自贸国际文化产业研究理论视角 | 人类学与社会学理论 | | | 了解 | 2 |  |
| 社会发展理论与科学社会主义理论 | | | 了解 |  |
| 文化金融与文化资本理论 | | | 了解 |  |
| 再城市化与城市文化理论 | | | 了解 |  |
| 大国崛起理论与中国梦理论内核、理论体系 | | | 了解 |  |
| 14 |  | 期末复习与考试 | | |  | 4 |  |

**五、课程教学方法**

本课程是新闻传播学专业的必修课程，重点在于创新素质的培养与文化产业前沿理论及实践课题的掌握，学生的创新训练与实践十分重要，因此课堂的平时作业与训练的分量很大。课堂采取教师讲授与学生发言相结合及互动与对话的原则，教师对文化产业与文化创新的基本理论和前沿课题进行必要的讲授，启发学生对相关的专题内容进行分析讨论，学生还要经常进行创新素质的训练与课堂研讨练习，这些是平时成绩的重要组成部分。期末考核采用作业考查的形式。

**六、课程考核**

（1）平时作业与训练占总成绩的50%，本课程有以下课堂训练及作业：

A. 课堂提问，占平时成绩的15%；

B. 专题创新素质训练的发言，占15%；

C. 作业一篇，占20%；

（2）期末考试：为考查。考试成绩占总成绩的50%。

**七、本课程与其它课程的联系与分工**

本课程要求的关联课程：《传播学概论》、《新闻学原理》、《广播电视概论》、《网络传播》、《媒介分析》、《广告学概论》等。

**八、建议教材及教学参考书**

1．皇甫晓涛. 文化资本论. 人民日报出版社. 2009.

2．皇甫晓涛. 城市革命：环境经济新战略. 中国物资出版社. 2004.

年12月第4次印刷。

3．皇甫晓涛. 城市革命：都市产业新浪潮. 中国物资出版社. 2004.

4．皇甫晓涛. 创意中国与文化产业. 暨南大学出版社. 2007.

5．皇甫晓涛.文化资本论（海外修订版），香港成报出版社. 2012.

6．皇甫晓涛.城市文化与国家治理——当代中国城市建设理论内涵与发展模式建构.2015.

**《媒介经营与管理》课程教学大纲**

执笔人： 闻学、苏林森 编写日期：2015年12月

**一、课程基本信息**

1．课程编号：

2．课程体系/类别：专业核心课

3．课程性质：必修

4．学时/学分：64/4

5．先修课程：《传播学概论》、《新闻学概论》

6．适用专业：传播学

**二、课程教学目标**

本课程立足国内外媒介产业发展的现状和媒介经营管理的实践经验，从经济学、管理学和新闻传播学的理论视角和国际视野，研究和探讨媒介经营管理的基本规律基本方法。通过本课程的学习，使学生掌握媒介经营与媒介管理的基本知识和基本原理，把握中国媒介产业发展的历史、现状与特点，了解媒介经营管理的理念、内容、运作模式与管理体制，培养学生的媒介市场意识、经营管理意识和分析问题、解决问题的能力。

本课程的教学目标：

1. 让学生全面系统的了解媒介经营管理的主要理论和历史演变；
2. 让学生全面了解中国媒介产业的现状和特色，了解媒介经营管理对中国媒介的特殊意义；
3. 提高学生动手进行传媒市场调研的能力，让学生了解如何进行读者调研并进行数据分析，从而使学生学有收获。

**三、课程目标和毕业要求的对应关系**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 毕业要求 | 毕业要求指标点 | 课程目标 |
| 1、理论知识 | 1.3使学生掌握媒介经营与媒介管理的基本知识和基本原理，把握中国媒介产业发展的历史、现状与特点，了解媒介经营管理的理念、内容、运作模式与管理体制。 | 1 |
| 2、研究方法 | 2.1虽然研究方法并非本课程硬性要求，但在媒介市场调研过程中培养学生的方法意识，用科学的方法研究媒介受众和广告市场。 | 3 |
| 3、专业技能 | 3.5运用基本原理和实验方法，开展复杂机械类工程问题的设计实验研究 | 2 |

**四、课程教学内容和要求**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 知识单元（章节） | 知识点 | 要求 | 推荐学时 | 支撑毕业要求指标点 |
| 1 | 媒介经营管理导论 | 媒介经营管理在新闻传播学研究中的地位及其变迁 | 了解 | 4 | 1.3.4 |
| 媒介二元市场特征 | 掌握 |
| 媒介的范围经济与规模经济 | 理解 |
| 媒介经营与一般产品经营的异同点 | 理解 |
| 2 | 媒介与媒介产业 | 中国媒介产业发展历史 | 了解 | 4 | 1.3.4 |
| 中国媒介产业现状 | 理解 |
| 世界媒介产业发展现状 | 理解 |
| 媒介产业发展和受众的关系 | 掌握 |
| 3 | 媒介受众研究 | 受众的概念 | 掌握 | 2 | 3.5.1 |
| 受众的分类 | 掌握 |
| 受众的特点 | 理解 | 4 |
| 受众在媒介产业中的作用 | 理解 |
| 分众化趋势 | 掌握 | 2 |
| 4 | 媒介广告经营 | 中国广告产业发展脉络 | 了解 | 6 | 3.5.1 |
| 中国广告产业发展现状 | 掌握 |
| 中国广告产业发展趋势 | 了解 |
| 国际广告业发展现状 | 了解 |
| 广告业在媒介经济中的作用 | 理解 |
| 5 | 媒介产业政策 | 世界传媒政策分类 | 了解 | 4 | 3.5.1 |
| 中国改革开放以来传媒政策的演变 | 理解 |
| 当前中国传媒政策及其在媒介经营中的作用 | 掌握 |
| 6 | 媒介市场调研 | 受众调研的主要方法 | 了解 | 4 | 3.5.2 |
| 问卷调查的应用及其程序 | 了解 |
| 问卷的设计、执行和数据分析 | 理解 | 4 |
| 市场调查报告撰写的基本规范 | 掌握 |
| 7 | 媒介市场调查实践 | 调查结果展示 | 课堂展示 | 4 | 3.5.2 |
| 8 | 媒介产业与宏观经济的关系 | 媒介产业在国民经济中的地位 | 了解 | 4 | 1.3.4 |
| 媒介产业在国民经济中的地位变化 | 理解 |
| 城市广告与区域经济的关系 | 了解 |
| 9 | 传媒的资本经营与品牌经营 | 传媒资本的概念 | 掌握 | 4 | 3.5.1 |
| 传媒品牌的概念 | 理解 |
| 如何经营资本与品牌 | 了解 |
| 国际著名的传媒品牌 | 了解 |
| 10 | 媒介产业竞争与垄断 | 媒介产业竞争与垄断的概念 | 掌握 | 2 | 3.5.1 |
| 中国传媒产业集中度 | 掌握 |
| 传媒产业有序并适当竞争的意义 | 了解 |
| 11 | 媒介人力资源管理与企业文化 | 媒介人力资源管理的原则 | 了解 | 4 | 3.5.2 |
| 媒介人力资源管理的内容 | 了解 |
| 媒介人力资源的选拔与开发 | 了解 |
| 媒介企业文化建设的内容 | 掌握 |
| 12 | 报刊经营管理 | 报刊业经营管理的特点 | 了解 | 4 | 3.5.2 |
| 报业发展的现状及其转型的紧迫性 | 理解 |
| 13 | 广电业经营管理 | 广播电视经营管理的特点 | 理解 | 4 | 3.5.2 |
| 广播电视业发展的现状及其数字化分众化趋势 | 掌握 |
| 14 | 互联网及新媒体经营管理 | 互联网、手机媒体、户外媒体、移动媒体经营管理的特点 | 理解 | 4 | 3.5.2 |
| 新媒体对媒介产业格局的改变 | 掌握 |  |
| 15 | 中国传媒产业的发展历程和未来趋势 | 改革开放来中国传媒改革的脉络、重要事件、发展趋势 | 了解 | 4 | 3.5.1 |
| 传播的语法革命 | 理解 |
| 16 | 复习答疑 |  |  | 2 |  |

**五、课程教学方法**

基于媒介经营与管理理论性和实践性均较强的特点，本课程采取讲授为主、实践为辅的教学手段。讲授中，在使学生掌握基本理论和基础知识的前提下，根据学生的具体情况以及教学环境、教学设备、教学目标、教学内容的特点，应有针对性地采取讲授式、问答式、讨论式、启发式等相应的教学方法，适当安排学生进行媒介市场调研并进行课堂展示，提高学生动手能力。

本学科的基本概念、基本原理和重要规律以及对媒介市场的调查手段、研究方法等，均为教学的重点内容，要求学生能够全面了解和掌握并熟练运用。课堂讲授内容要合理分布，突出重点。要针对现实中的各种焦点或热点问题，进行深入细致地分析研究，做到有的放矢，侧重从理论和实践的结合上释疑解惑，在培养和提高学生的认识问题、分析问题和解决问题的能力基础上，指导学生确立新颖的认识方法和理性尺度。

在整个的教学过程中，将根据教学内容和进度，适当布置一定量的思考题和案例分析，它是本课程教学中的重要一环，这些作业要求学生按时完成，以便巩固和消化所学知识，训练并提高学生的应用技能。

**六、课程考核**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 考核环节 | 建议分值 | 考核/评价细则 | 对应的课程目标 |
| 作业 | 10 | （1）每次上课前抽查学生对前一次课知识点的复习、理解和掌握程度；  （2）每次抽查结果按100分制单独评分，取各次成绩的平均值并乘以其在总评成绩中所占权重（10%）作为课后复习作业的成绩。 | 1、2 |
| 媒介市场调研 | 20 | 1. 考察市场调研执行、结论的科学性； 2. 考察学生小组课堂展示的丰富性，小组成员得分相同（以100分制计分），再乘以权重（20%）。 | 3 |
| 期中考试 | 20 | 考察对半学期所学知识点的掌握和运用能力，以100分制计分，再乘以权重（20%）。 | 1、2 |
| 期末考试 | 50 | （1）卷面成绩100分，以卷面成绩乘以其权重后计入课程总评成绩。  （2）主要考核学生对本课程的基本概念、理论的掌握能力，考察学生运用所学的研究方法进行媒介市场调研等的实践操作能力，考试题型为：名词解释、简答、论述和研究设计题等。其中考察知识点按教学内容的比例进行分配。 | 1、2、3 |

**七、本课程与其它课程的联系与分工**

《媒介经营与管理》是大学二年级春季学期的基础性课程，此前课程《传播学概论》、《新闻学概论》、《传播学研究方法》等基础类课程的学习，对新闻传播学基本概念、理论和研究有了一定的认识，在此基础上，重点研究媒介产业属性及其经营与管理，也为后面课程《新媒体数据挖掘》、《媒介与社会》和《文化自贸与国际文化产业》等应用类课程的学习打下基础。

**八、建议教材及教学参考书**

**建议教材：**

**1、**喻国明等：《传媒经济学教程》（“十二五”普通高等教育本科国家级规划教材），北京：中国人民大学出版社2009年3月

**教学参考书：**

1、张辉锋：《传媒经济学：理论、历史与实务》（第三版），北京：人民日报出版社2015年2月

2、谢新洲编《媒介经营管理案例分析》，北京：北京大学出版社2010年1月

**《融合媒体编辑》课程教学大纲**

执笔人：张梓轩 编写日期：2015年12月

**一、课程基本信息**

1．课程编号：

2．课程体系/类别：专业类

3．课程性质：限选

4．学时/学分：32/2

5．先修课程：《新媒体概论》《传播学概论》《新闻学原理》

6．适用专业：传播学

**二、课程教学目标**

1．《融合媒体编辑》课程是传播学专业的选修课程，面对当前新兴媒体的发展与媒介融合趋势加强而最新开始的课程，使学生了解融合媒体的基本规律、最新的传播技术、最新的编辑形式、以及富有实践意义的媒体互动管理等知识；

2．在了解掌握融合媒体编辑规律的基础上，反思融合媒体环境下的网民与网络现象；

3．掌握融合媒体实践方法，着眼媒介融合发展的理论前沿与最新案例；

4．培养学生以开放、融合的心态面对互联网社会，适应融合媒体环境下新闻编辑工作要求。

**三、课程目标和毕业要求的对应关系**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 毕业要求 | 毕业要求指标点 | 课程目标 |
| 1.理论知识 | 1.6 学生能够掌握新媒体传播的基本理论 | 1 |
| 3.专业技能 | 3.1.2 能够适应融合媒体环境下新闻编辑工作 | 4 |
| 4.新媒体前沿技术技能 | 4.2熟悉并能够使用新媒体在内容制作方面的最新工具；  4.5 将新媒体前沿技能运用到新闻、广告、公关等实践领域。 | 3 |
| 11.创新素质能力 | 11.4培育新媒体传播迭代、更新、优化的工作意识，并系统建立相应技能 | 2 |

**四、课程教学内容和要求**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 知识单元（章节） | 知识点 | 要求 | 推荐学时 | 支撑毕业要求指标点 |
| 1 | 融合媒体编辑概论 | 媒体融合；移动互联；社会化媒体；新闻编辑 | 了解 | 2 | 1.6 |
| 2 | 融合媒体传播技术 | 信息采集；信息发布；信息素养 | 了解 | 2 | 4.2 |
| 3 | 融合媒体编辑形式 | 编辑形式 | 理解 | 2 | 3.1.2 |
| 可视化 | 掌握 | 2 |
| 交互性；HTML | 掌握 | 2 |
| 4 | 融合媒体的互动管理 | 网络互动组织 | 理解 | 2 | 3.1.2 |
| 微博的互动管理 | 掌握 | 2 |
| SNS的互动管理 | 掌握 | 2 |
| 5 | 融合媒体背景下的网民 | 用户调查；数据挖掘；用户行为 | 掌握 | 2 | 3.1.2 |
| 众筹新闻；众包新闻；公民新闻 | 掌握 | 2 |
| 6 | 网络公关 | 网络危机管理 | 理解 | 2 | 1.6 |
| 7 | 反思网络 | 价值传播 | 掌握 | 2 | 3.1.2；4.5 |
| 信息批判 | 掌握 | 2 |
| 8 | 学生实践与答疑 | 理论前沿与案例展示 | 掌握 | 6 | 11.4 |

**五、课程教学方法**

**（一）课堂讲授**

第1讲至第13讲（1-13周）以课堂讲授为主，使用电子教案及多媒体对基本理论以及融合媒体编辑领域新近案例进行分析，并注重课堂讨论式教学的应用。提高学生的参与度，培养学生的理论联系实际的能力。

**（二）课程展示**

第14-15周以学生进行融合媒体编辑实践为主，分为融合媒体的理论前沿与案例展示，是学生学会用所学理论分析实际问题的分析的重要训练环节。

**（三） 答疑**

第16周为课程总结及答疑时间，学生针对自己的研究进行自由提问，教师进行针对性的解答。

**六、课程考核**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 考核环节 | 建议分值 | 考核/评价细则 | 对应的课程目标 |
| 出勤 | 10 | 主要考核学生课堂出勤率与对每章节的学习态度 |  |
| 课堂参与 | 10 | 随机依据发言的活跃程度、语言的组织与表达能力、理论运用的恰当性考查学生对各个章节的学习与掌握程度 | 1、2 |
| 课堂展示 | 30 | （1）学生对媒介融合编辑理论前沿与最新案例进行分析展示；  （2）展示成绩以百分计，乘以其在总评成绩中所占的比例计入总评成绩。 | 3 |
| 期末考试 | 50 | 1. 主要考核媒介融合编辑的实践掌握情况。 2. 其次考核媒介融合基本理论的熟悉情况。   （3）实践作品与理论分析作品各占一半比例。 | 1、2、4 |

**七、本课程与其它课程的联系与分工**

本课程在大二下学期开设，在同学们对于传播学以及媒体编辑有基本认识的前提下，使学生着眼当前融合媒体大环境，掌握基于移动互联网而形成的融合媒体时代从业人员的编辑技能与工作素养，为学生将来走出校园走向传播行业、适应媒介融合的工作环境提供必要的专业技能。

**八、建议教材及教学参考书**

教材：

吴晨光. 超越门户:搜狐新媒体操作手册. 北京. 中国人民大学出版社. 2015年.

参考书：

[1]彭兰. 网络传播概论（第三版）. 北京. 中国人民大学出版社. 2012年.

[2]彭兰.社会化媒体：理论与实践解析. 北京. 中国人民大学出版社. 2015年.

**《社会网络分析》课程教学大纲**

执笔人： 刘晓燕 编写日期：2016年1月

**一、课程基本信息**

1．课程编号：

2．课程体系/类别：专业选修课

3．课程性质：选修课

4．学时/学分：32/2

5．先修课程：传播学概论、研究方法

6．适用专业：传播学本科生

**二、课程教学目标**

社会网络分析是一门较为前沿的社会科学研究方法，目前在国内广泛应用于传播学、社会学、管理学等多个学科。对于传播学专业而言，在社会化媒体兴起后，该方法重要性尤为突出。本课程的重点是介绍社会网络分析的基础理论及研究方法，在此基础上重点突出新媒体研究所涉及的若干议题。具体来说，

本课程的教学目标：

1. 阅读和理解社会网络相关的概念、理论和应用；
2. 收集和分析数据，掌握社会网络分析软件的使用；
3. 培养学生跨学科学习视域，在观察问题能力上，能够运用社会网思维方式对传播现象做出深入系统的深入研究。

**三、课程目标和毕业要求的对应关系**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 毕业要求 | 毕业要求指标点 | 课程目标 |
| 1、理论知识 | 1.1具有系统的新闻传播学理论；  1.4 学生能够掌握完整系统的传播学研究方法； | 1 |
| 2、研究方法 | 2.5 能够掌握高级研究方法；  2.6 熟练将研究方法与传播学问题相结合 | 3 |
| 3、新媒体前沿技术技能 | 4.3具备数据挖掘能力，并掌握前沿理念及工具；  4.5 将新媒体前沿技能运用到新闻、广告、公关等实践领域； | 2 |
| 4、传播学前沿理论与实践 | 7.1 授课环境应当涉及政策传播、健康传播、科技传播等细分领域的相关知识  7.2介绍学术界最前沿的理论动态，并有意识与国际接轨； | 1 |
| 5、表达与沟通 | 9.1学生能够撰写清晰的课堂讨论报告和研究论文，日常表达具备较强的逻辑性  9.3有效提升学生国际交流能力，提升跨文化交际水平 | 3 |

**四、课程教学内容和要求**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 知识单元（章节） | 知识点 | 要求 | 推荐学时 | 支撑毕业要求指标点 |
| 1 | 社会网络分析方法导入 | 基本概念 | 掌握 | 4 | 1.4 |
| 社会网络分析研究历史 | 了解 |
| 目前所涉及的研究问题和重点研究领域 | 掌握 |
| 2 | 个体网 | 基本原理和应用，如提名法、定位法； | 理解 | 2 | 1.1 |
| 数据类型和获取方法 | 掌握 |
| 3 | 整体网 | 基本原理和应用 | 理解 | 2 | 2.5 |
| 数据类型和获取方法 | 掌握 |
| 4 | 中心性、中心势等 | 中心性、中心势 | 理解 | 2 | 7.1 |
| 引入新媒体研究实际案例 | 掌握 |
| 5 | 实际操作UCINET软件 | 学习数据的采集和录入，进行简单分析 | 掌握 | 2 | 4.3 |
| 6 | 介绍整体网分析中的结构洞、成分、分派等指 | 结构洞、成分、分派等指标 | 掌握 | 2 | 7.2 |
| 新媒体研究中所涉及相关主要研究问题 | 掌握 |
| 7 | 实际操作UCINET软件 | 实际操作UCINET软件，并在课堂上进行实验数据演示。引导学生熟悉相关分析模块，并能够熟练完成基本分析功能。 | 掌握 | 2 | 2.6 |
| 8 | 期中作业展示 | 每一个小组选取一个新媒体研究问题，并设计出研究方案。 | 掌握 | 2 | 9.1 |
| 9 | 经典研究案例分析 | 选取5个方向的研究案例进行剖析，结合上周学生研究方案，加深数据收集、数据整理及分析的理解。 | 掌握 | 2 | 7.1 |
| 10 | 社会化媒体与整体网分析 | 社会化媒体中的KOL甄别 | 理解 | 2 | 7.1 |
| 传播路径及层级分析 | 掌握 |
| 11 | 新媒体创新扩散与社会网络分析 | 个体网应用 | 理解 | 2 | 4.5 |
| 人群关系属性模型； | 了解 |
| 受众社会网络濡染模型 | 了解 |
| 12 | 新媒体跨群体、跨平台传播研究 | 桥节点在跨群中的作用 | 理解 | 2 | 7.2 |
| 自媒体传播中的桥节点效果模型 | 理解 |
| 13 | 网络舆论生成机制 | 运用社会网分析方法，寻找舆情生成扩散中的关系属性作用及其扩散影响评估。 | 理解 | 2 | 7.2  7.2 |
| 14 | 国际前沿社会网络分析研究进展 | 新媒体领域的前沿问题，方法创新现状及未来发展趋势介绍。 | 理解 | 2 |
| 15 | 数据挖掘与复杂网络相关理论 | 数据挖掘与复杂网络相关理论 | 了解 | 2 | 4.3 |
| 相关的研究问题及方法介绍 | 了解 |
| 16 | 期末课程报告 | 根据期中研究问题及方案，完成小型研究，并进行课堂展示。 | 掌握 | 2 | 9.3 |

**五、课程教学方法**

本课程的重点是介绍社会网络分析的基础理论及研究方法。本课程具有较强理论性和实践性，重点在于对学生观察分析能力的培养，课堂采取教师讲授与学生讨论相结合的原则，课堂讨论和课程作业展示相结合的方法。根据上述指导思想，在本教学方案中运用多种教学手段，主要形式具体如下：

1. 课堂讲授：以教材为主，调动学生参与积极性，将理论运用于现实案例的结合；

2. 课堂分组讨论：选择最新国内外热点研究领域，结合讲课内容，组织同学对相关内容进行深入解读，分析讨论；

3. 课程报告：同学利用课堂所学到的知识，对相应社会现象进行分析，并结合相关案例谈谈对自己的启发。

**六、课程考核**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 考核环节 | 建议分值 | 考核/评价细则 | 对应的课程目标 |
| 平时成绩 | 30 | （1）出勤（15分）；  （2）课堂表现（15分）； | 1 |
| 课程报告 | 20 | 对所感兴趣的研究进行小组汇报，并提出相应思考问题； | 3 |
| 课程论文 | 50 | 提交课程论文 | 2 |

**七、本课程与其它课程的联系与分工**

《社会网络分析》是专业选修课，此前通过学习《新闻学概论》、《传播学概论》、《研究方法》等基础类课程的学习，对新闻传播学领域的基本理论和研究方法具有初步的认识。在此基础上，本课程引进的社会网络分析方法，具有较强理论性和实践性，也会后期学生的论文写作提供一些的视阈和方法。

**八、建议教材及教学参考书**

(1) 建议教材：

1. 刘军:整体网分析讲义.上海：格致出版社，2009.

2. Stanley Wasserman, Katherine Faust, Social network analysis, Cambridge University press. 2009

(2) 建议扩展阅读：

1. 罗家德，社会网分析讲义. 北京：社会科学文献出版社，2010.

2.边燕杰：关系社会学：理论与研究，社会科学出版社，2011

3. Castells, M. The Rise of the Network Society ( 2nd ed.). Oxford: Blackwell，2000.

**《视听语言基础》课程教学大纲**

执笔人：张梓轩、李冰 编写日期：2015年12月

**一、课程基本信息**

1．课程编号：60L770Q

2．课程体系/类别：专业类

3．课程性质：限选

4．学时/学分：48/3

5．先修课程：无

6．适用专业：传播学

**二、课程教学目标**

1．《视听语言基础》课程是传播学专业的专业选修课程，在大二年级的第二学期开设。通过理论学习旨在使学生拥有初步的视听语言知识。

2．在掌握基本视听语言常识理论后，培养学生对于图像、影像作品的分析鉴赏能力

3．实践部分通过对摄影、摄像、非线编基础理论和实践技能的学习，旨在帮助学生掌握传统单反相机、数码摄像机的使用方法

4．通过实际拍摄练习，提高用电视镜头语言表达思想的能力，为其进入到与视觉传播有关的工作领域进行实践打下坚实的理论基础；

**三、课程目标和毕业要求的对应关系**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 毕业要求 | 毕业要求指标点 | 课程目标 |
| 1.理论知识 | 1.3.2学生获得完整的影视传播及制作理论 | 1 |
| 3.专业技能 | 3.2.1摄影摄像基本技能学习 | 3 |
| 3.专业技能 | 3.2.2非线性编辑实践技能及后期相关制作工作 | 4 |
| 3.专业技能 | 3.2.3 影像审美与批评能力 | 2 |

**四、课程教学内容和要求**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 知识单元（章节） | 知识点 | 要求 | 推荐学时 | 支撑毕业要求指标点 |
| 1 | 音画的再现性和表现性 | 摄影；摄像；拉片 | 理解 | 2 | 1.3.2 |
| 实践课程 | 节目制作的模式及基本流程 | 了解 | 2 | 1.3.2；3.2 |
| 2 | 画面与镜头 | 拍摄距离 | 理解 | 2 | 3.2 |
| 拍摄高度；拍摄方向 | 理解 | 2 |
| 对焦；变焦 | 理解 | 2 |
| 拍摄速率 | 理解 | 2 |
| 运动镜头 | 理解 | 2 |
| 主观镜头；空镜头；长镜头 | 掌握 | 2 |
| 实践课程 | 搭建制作团队 | 理解 | 2 | 3.2 |
| 3 | 画面造型 | 规则构图；不规则构图 | 掌握 | 2 | 3.2.3 |
| 光的方向与品质； | 掌握 | 2 |
| 色彩三属性 | 掌握 | 2 |
| 实践课程 | 摄影基本要素：焦距、景深、光线 | 掌握 | 4 | 3.2.1 |
| 4 | 声音语言 | 声音的构成元素 | 理解 | 2 | 3.2.3 |
| 实践课程 | 摄像基本要素 | 掌握 | 4 | 3.2.1 |
| 5 | 蒙太奇 | 蒙太奇的基本分类 | 掌握 | 2 | 3.2.3 |
| 非线性叙事 | 理解 | 2 |
| 实践课程 | 后期制作 | 掌握 | 4 | 3.2.2 |
| 6 | 拉片训练 | 学生对声音语言与画面语言综合分析 | 掌握 | 6 | 3.2.2；3.2.3 |

**五、课程教学方法**

**（一）课堂讲授**

第1、3、4、6、7、9、10、12、13、15、16、18、19讲以课堂讲授为主，使用电子教案及多媒体进行大量的配套视频案例播放。并注重在课堂教学中带领学生进行读镜头训练，提高学生的参与度，培养他们学以致用的能力。

**（二） 实践训练**

第2、5、8、11、14、17、20、23讲以指导学生实践、培养学生动手能力为主，学生根据课程所讲基本知识点与理论，在老师的指导下进行摄影与摄像实践。

**（三） 课堂展示**

第21、22、24讲以学生进行视听语言分析为主，注重培养学生的理论学习运用能力。学生选取经典的影像片段，运用所学视听语言知识进行分析。

**（四） 学生作业**

综合以上理论与实践所学所得，进行分镜头脚本创作与拍摄。

**六、课程考核**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 考核环节 | 建议分值 | 考核/评价细则 | 对应的课程目标 |
| 出勤 | 10 | 主要考核学生课堂出勤率与对每章节的学习态度 |  |
| 课堂表现 | 10 | （1）根据发言的活跃程度、语言的组织与表达能力、理论运用的恰当性评判  （2）随机考查学生对各个章节的掌握了解、理解与掌握进度。 | 1、2 |
| 课堂展示 | 20 | （1）考查学生对于视听语言知识的掌握程度，选取影像作品进行拉片分析，进行课堂讲解、展示，考查鉴赏能力。  （2）教师根据案例选取、分析准确度与层次、语言流畅度等评分。 | 1、2、4 |
| 期末作业 | 60 | （1）主要考查学生对于视听语言实践课程的掌握程度，作业以提交分镜头脚本与视频短片成品的形式.  （2）综合考查学生对于视听语言掌控能力、摄影摄像设备的运用程度、后期制作掌握程度等。 | 3、4 |

**七、本课程与其它课程的联系与分工**

本门课为开设在传播学专业低年级的专业课，使学生从高校之前以文字表达为主的能力学习，发展到以声画语言表达为主的能力学习。本门课理论与实践并重，通过合理的学时安排和科学的考查体系，使所讲授的理论实现在实践中的落实。

**八、建议教材及教学参考书**

教材：

[1]尹鸿．当代电影艺术导论．北京. 高等教育出版社．2007年．

[2]Herbert Zettl著. 贾明锐等译. 新闻与传播学译丛•国外经典教材系列：视频基础（第6版）. 中国人民大学出版社. 2013年.

参考书：

[1]陆绍阳．视听语言．北京：北京大学出版社．2009年．

[2]路易斯•贾内梯．认识电影．北京. 世界图书出版公司．2007年．

[3]苏牧．荣誉（修订版）．北京. 人民文学出版社．2007年．

[4] 李之聪等译. 美国纽约摄影学院摄影教材•最新修订版. 中国摄影出版社. 2010年.

[5] Michael Freeman. 张靖峻译. 摄影师的世界：迈克尔•弗里曼摄影构图与设计. 人民邮电出版社. 2009年.

[6] 袁义荣、翁志清主编. 电视摄像与非线性编辑. 清华大学出版社. 2010年.

**《新媒体数据挖掘与应用》课程教学大纲**

执笔人： 编写日期：2015年12月

**一、课程基本信息**

1．课程编号：

2．课程体系/类别：专业核心课

3．课程性质：必修

4．学时/学分：64/4

5．先修课程：无

6．适用专业：传播学

**二、课程教学目标**

《新媒体数据挖掘与应用》以社交媒体、移动媒体等新媒体为研究对象，结合传播理论，从介绍与分析新媒体传播的特征入手，揭示数据挖掘在新媒体传播领域的价值；再进一步基于对数据挖掘的概念、方法、实施流程的学习，结合典型案例的观摩和分析，培养应用前沿的数据分析与挖掘技术解决传播学实际问题的能力与方法。主要教学目标包括：

1. 理解新媒体发展现状及特征，对新媒体传播中产生的海量数据有直观的理解与体会；
2. 认识到新媒体数据挖掘在传播学研究中的重要作用，培养运用数据挖掘技术解决传播学问题的意识；
3. 掌握数据挖掘相关的基本概念；
4. 了解数据挖掘的相关技术；
5. 理解并掌握数据挖掘的基本流程；
6. 理解并掌握数据挖掘项目实施与管理的方法；
7. 掌握对数据挖掘结果进行理论阐述、分析、评价的方法；
8. 能够结合传播理论，合理选用技术与工具，设计、实施新媒体数据挖掘项目方案。

**三、课程目标和毕业要求的对应关系**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 毕业要求 | 毕业要求指标点 | 课程目标 |
| 1、**理论知识：新媒体的重要性及其数据挖掘在新媒体研究中的作用** | 1.6 学生能够掌握新媒体传播的基本理论 | 1、2 |
| **2、研究方法：应用数据挖掘等工具解决传播学实际问题，并得出有效结论** | 2.4.1 熟悉基础数据挖掘语言及相关应用工具  2.4.2 能够完成数据的清洗、归类及分析  2.4.3 能够根据数据分析提出问题并解决 | 2、3、4、5 |
| **3、新媒体前沿技术技能：能够掌握新媒体前沿的技术技能，并能够运用所学解决传播学学术研究、业务实践的问题。** | 4.3具备数据挖掘能力，并掌握前沿理念及工具  4.4 达到数据可视化方面的能力  4.5 将新媒体前沿技能运用到新闻、广告、公关等实践领域。 | 6、7、8 |

**四、课程教学内容和要求**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 知识单元（章节） | 知识点 | 要求 | 推荐学时 | 支撑毕业要求指标点 |
| 1 | 新媒体及其特征 | 新媒体的概念、发展现状与趋势呈现形态 | 理解 | 2 | 1.6 |
| 新媒体的呈现形态、分类及特征 | 理解 |
| 新媒体海量数据的价值 | 理解 |
| 2 | 数据挖掘基本概念 | 数据与数据仓库 | 理解 | 2 | 2.4.1  4.3 |
| 数据挖掘及其价值 | 理解 |
| 数据挖掘与新媒体传播研究 | 理解 |
| 3 | 数据挖掘相关技术 | 相关技术概述 | 了解 | 1 | 2.4.1 |
| 数据获取与采集 | 掌握 | 2 |
| 数据清理与整理 | 掌握 | 2 |
| 数据存储 | 掌握 | 2 |
| 数据管理 | 了解 | 2 |  |
| 数据挖掘应用分类及算法 | 了解 | 1 |  |
| 4 | 数据挖掘软件及工具 | 数据挖掘软件及工具的概述 | 了解 | 2 | 2.4.1 |
| 典型数据挖掘工具入门 | 掌握 | 10 |
| 5 | 数据挖掘编程语言 | 数据挖掘编程语言概述 | 了解 | 2 | 4.1 |
| 典型数据挖掘编程语言入门 | 掌握 | 10 |
| 6 | 数据挖掘基本流程 | 数据挖掘流程概述 | 理解 | 4 | 2.4.1 |
| 目标分析 | 理解 |
| 数据理解与数据准备 | 理解 |
| 建立模型 | 理解 |
| 模型评估 | 理解 |
| 结果呈现与阐述 | 理解 |
| 7 | 数据挖掘项目实施与管理 | 项目管理概述 | 理解 | 4 | 2.4.1 |
| 项目设计 | 理解 |
| 项目实施 | 理解 |
| 项目管理 | 理解 |
| 项目评估 | 理解 |
| 8 | 数据挖掘案例观摩与分析 | 数据挖掘在市场营销中的应用案例 | 理解 | 2 | 2.4.1  2.4.2  4.3  4.5 |
| 数据挖掘在网络广告投放中的应用案例 | 理解 | 2 |
| 数据挖掘在产品零售中的应用案例 | 理解 | 2 |
| 数据挖掘在社交网络传播中的应用案例 | 理解 | 2 |
| 数据挖掘在其他领域的应用案例 | 理解 | 2 |
| 9 | 数据挖掘项目方案设计 | 运用相关原理与方法，选取新媒体传播领域的问题，设计数据挖掘项目方案 | 运用 | 8 | 4.5 |

**说明：**

1. 课时包括理论讲解课时+上机实践课时
2. 上表为课程内容列表，不一定与实际授课顺序完全一致（比如案例部分，可以穿插到其它内容中）

**五、课程教学方法**

基于数据挖掘实践性强的特点，采取课堂讲授结合案例分析与实践操作的教学手段。讲授中，在使学生掌握基本理论和基础方法的前提下，根据学生的具体情况以及教学环境、教学设备、教学目标、教学内容的特点，应有针对性地采取案例分析、上机演示、课堂展示等相应的教学方法。

**六、课程考核**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 考核环节 | 建议分值 | 考核/评价细则 | 对应的课程目标 |
| 平时作业 | 20 | （1）考查应用所学方法进行数据挖掘、口头和文字表达能力以及团队合作能力  （2）教师根据选题、方法运用、报告和展示情况评分 | 1、2、3、4 |
| 期中考试 | 30 | 1. 主要考核学生对每章节知识点的复习、理解和掌握程度； 2. 注重考察学生对于实践操作的掌握。 | 4、5、6、7 |
| 期末考试 | 50 | （1）卷面成绩100分，以卷面成绩乘以其在总评成绩中所占的比例计入课程总评成绩。  （2）主要考查应用所学的数据挖掘方法解决新闻传播学实际问题的动手能力。 | 1-8 |

**七、本课程与其它课程的联系与分工**

《新媒体数据挖掘与应用》是大学三年级第一学期的应用性课程，这门课程是建立在《文科数学》、《传播学研究方法》、《新媒体概论》和《计算机语言与可视化》等课程的基础上，通过这门课的学习，为进一步学习《网络舆情》等课程打下基础，也为学生掌握新媒体在新闻采访、编辑、传播学研究等方面的应用提供技术支持。

**八、建议教材及教学参考书**

1. 自编讲义。
2. 《数据挖掘导论》(英文版)，Pang-Ning Tan等，北京：人民邮电出版社2010年。
3. 《数据挖掘:实用案例分析》，张良均等，北京：机械工业出版社2013年。

**《新媒体行业前沿》教学大纲**

执笔人：刘凯 编写日期：2015年12月

**一、课程基本信息**

1．课程编号：

2．课程体系/类别：综合专题研究课

3．课程性质：必修

4．学时/学分：2

5．先修课程：新媒体概论

6．适用专业：传播学

**二、课程教学目标**

1、了解新媒体行业的基本版块和主流业务模式，对市场环境有完整认识；

2、掌握不同新媒体不同领域的发展现状和前沿技术、应用及商业模式情况；

3、引导学生积极学习行业知识和专业术语，跟进了解行业发展趋势；

4、深入了解新媒体服务、产品、平台三类体系的行业前沿情况，并能够掌握评析行业动态的能力，对前沿技术及模式有清晰的直观认识。

5、学生能够自主设计新媒体产品、平台原型图，并提出合适的运营模式，了解新媒体行业前沿的管理经营理念及模式。

**三、课程目标和毕业要求的对应关系**

将课程目标与所支撑的毕业要求指标点对应填入表格中，如下以“机械工程”课程为例：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 毕业要求 | 毕业要求指标点 | 课程目标 |
| 1、传播学理论知识 | 1.6.1 学生能够具备新媒体传播的基本理论； | 1 |
| 4、新媒体前沿技术技能 | 4.3具备数据挖掘能力，并掌握前沿理念及工具 | 4 |
| 4、新媒体前沿技术技能 | 4.5 将新媒体前沿技能运用到新闻、广告、公关等实践领域。 | 4 |
| 11、创新素质能力 | 11.2持续跟进新技术、新方法能力 | 11 |

**四、课程教学内容和要求**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 知识单元（章节） | 知识点 | 要求 | 推荐学时 | 支撑毕业要求指标点 |
| 1 | 行业前沿版块介绍 | 服务、产品、平台三个层次 | 掌握 | 6 | 1.6.1 |
| 以行业为主线的层次 | 掌握 |
| 跨行业交叉层次 | 掌握 |
| 2 | 行业创新前沿 | 技术创新 | 掌握 | 2 | 4.3 |
| 商业模式创新 | 掌握 | 2 |
| 经营管理创新 | 理解 | 2 |
| 3 | 新媒体传播前沿 | 新媒体在广告、公关、新闻等领域的应用前沿 | 掌握 | 6 | 4.5 |
| 4 | 实训环节 | 产品、平台设计 | 掌握 | 10 | 11.2 |
| 商业模式创新策划书 | 掌握 |
| 经营管理推演 | 理解 | 4 |

**五、课程教学方法**

本门课程为专题研究课程，在内容设置方面由两大部分构成：一是理论知识和前沿概况介绍，二是实训环境，通过三个板块的实训达到专题研究的培养目的。

授课环节采用的方法是引导加讨论模式，具体来讲就是由小组分别承担不同版块，观察行业前沿并形成课程作业，在课程进行展示，教师加以点评及系统知识介绍；

实训环节采用的方法： 学生根据所学知识，选取一个领域进行产品设计、商业模式策划或者经营管理模式推演，提交完整的方案，在该环节，积极引入业界导师及业界前沿领军人物深入课程，具体指导学生解决复杂选题，最终统一进行展示并评定分数。

**六、课程考核**

写明课程考核的整体安排、评分标准。要求加大平时考核的力度，增加平时成绩在课程成绩中的比例。课程考核环节要落实课程教学目标，对应关系样式如下（以“机械工程”课程为例）：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 考核环节 | 建议分值 | 考核/评价细则 | 对应的课程目标 |
| 作业 | 25 | 考察学生对细分领域的认识情况 | 1 |
| 课堂展示 | 15 | 考察学生表达、逻辑能力，并要求学生对所学知识能够学以致用。 | 2、3 |
| 项目研究 | 45 | 考察学生实际创新能力和动手操作能力，并对其所完成的项目进行综合评测，在可行性、完整程度、创新程度等方面进行考核。 | 4、5 |
| 课堂讨论 | 15 | 要求学生在课堂积极参与讨论，表达自身意见，借此督促学生进行更深入的行业观察。 | 3、5 |

**七、本课程与其它课程的联系与分工**

本课程的先修课程为新媒体概论，后续课程为新媒体应用案例及新媒体产品设计及运营两门课。先修课程为本门课打下了基本的理论基础，在此之上全面剖析行业前沿概况，学生在此之上继续进行新媒体应用案例的学习，并通过后续课程新媒体产品设计及运营达到完成的培养链条，形成新媒体设计核心能力的闭环培养。

**八、建议教材及教学参考书**

本门课程因为是专题研讨课，且由于新媒体行业变动过大，专业教材及参考书目并不适用于本门课程，所以本课程不设置确定的参考书目。 本门课将根据当年实际情况，采用中国社会科学院蓝皮书系列作为参考。

**《网络舆情》教学大纲**

执笔人：刘凯 编写日期：2015年12月

**一、课程基本信息**

1．课程编号：

2．课程体系/类别：专业课

3．课程性质：任选

4．学时/学分：2

5．先修课程：媒介与社会

6．适用专业：传播学

**二、课程教学目标**

1、了解当前中国社会现状，并掌握舆情重点领域基本情况；

2、掌握舆情生成的基本规律，熟悉舆情传播的渠道、人群特征；

3、引导学生熟练研判舆情概况，并系统掌握舆情的成因、走势、影响及应对方法；

4、掌握舆情数据挖掘、数据收集及分析机制，能够通过专业软件进行定向研究，并能够自主完成舆情报告，设计系统的应对方案；

5、了解重点行业如金融、政府、医疗等方面的舆情特征，并掌握相关具体知识。

**三、课程目标和毕业要求的对应关系**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 毕业要求 | 毕业要求指标点 | 课程目标 |
| 1、传播学理论知识 | 1.6.1 学生能够具备新媒体传播的基本理论； | 1 |
| 2、研究方法 | 2．4.1熟悉基础数据挖掘语言及相关应用工具 | 2 |
| 6、传播与社会 | 6.2学生能够理解传媒对政治、经济、文化等全方位影响及其深层次关系。 | 6 |
| 8、新闻传播与职业规范 | 8.4 对受众有深入了解，并培育公共道德情怀 | 8 |

**四、课程教学内容和要求**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 知识单元（章节） | 知识点 | 要求 | 推荐学时 | 支撑毕业要求指标点 |
| 1 | 舆情生成环境分析 | 社会环境：社会思潮分析 | 掌握 | 6 | 6.2 |
| 人群环境： 受众特征 | 掌握 |
| 技术分析： 网络舆情特点 | 掌握 |
| 2 | 舆情数据监测技术 | 挖掘工具介绍 | 掌握 | 2 | 2.4.1 |
| 监测追踪原理及案例分析 | 掌握 | 2 |
| 语义定位及情感分析 | 理解 | 2 |
| 关键词设置技巧 | 了解 | 2 |
| 3 | 舆情生成、传播、影响分析 | 不同平台舆情生成特征 | 掌握 | 2 | 6.2 |
| 自媒体舆情传播特征 | 掌握 | 2 |
| 资讯媒体舆情生成特征 | 掌握 | 2 |
| 舆情传播路径分析 | 理解 | 2 |
| 4 | 重点领域舆情传播特点 | 经济领域(金融)舆情传播特征 | 掌握 | 10 | 8.4  6.2 |
| 政府公信力与舆情关系 | 掌握 |
| 执法机关舆情传播规律 | 理解 |
| 高校舆情传播规律 | 掌握 |

**五、课程教学方法**

本门课程为专题研究课程，在内容设置方面由两大部分构成：一是理论知识和前沿概况介绍，二是实训环境，通过三个板块的实训达到专题研究的培养目的。

授课环节采用的方法是引导加讨论模式，具体来讲就是由小组分别承担不同版块，观察行业前沿并形成课程作业，在课程进行展示，教师加以点评及系统知识介绍；

实训环节采用的方法： 学生根据所学知识，选取一个领域进行产品设计、商业模式策划或者经营管理模式推演，提交完整的方案，在该环节，积极引入业界导师及业界前沿领军人物深入课程，具体指导学生解决复杂选题，最终统一进行展示并评定分数。

**六、课程考核**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 考核环节 | 建议分值 | 考核/评价细则 | 对应的课程目标 |
| 期末作业 | 45 | 考察学生对所学领域的整体掌握能力及研究设计、完成情况 | 1 |
| 课堂展示 | 15 | 考察学生表达、逻辑能力，并要求学生对所学知识能够学以致用。 | 2、3 |
| 案例分析 | 25 | 考察学生实际创新能力和动手操作能力，并对其所完成的项目进行综合评测，在可行性、完整程度、创新程度等方面进行考核。 | 4、5 |
| 课堂讨论 | 15 | 要求学生在课堂积极参与讨论，表达自身意见，借此督促学生进行更深入的行业观察。 | 3、5 |

**七、本课程与其它课程的联系与分工**

本课程的先修课程为新媒体概论、媒介语社会两门课。后续课程为新媒体应用案例。先修课程为本门课打下了基本的理论基础，在此基础上掌握舆情基本规律并熟练使用工具，能够从事各领域舆情工作，并在后续课程中进一步深化应用，形成专业核心竞争能力。

**八、建议教材及教学参考书**

[1] 人民网舆情检测室， 如何应对网络舆情:网络舆情分析师手册 ，新华出版社第一版，北京，2011.

**《新媒体概论》课程教学大纲**

执笔人：文卫华 黄彪文 编写日期：2016年1月

**一、课程基本信息**

1．课程编号：

2．课程体系/类别：传播学专业主干课/必修

3．学时/学分：64学时/4学分

4．先修课程：传播学概论、新闻学原理

5．适用专业：传播学专业本科生

**二、课程教学目标**

新媒体概论是高等院校新闻学专业、传播学专业开设的一门专业核心主干课。本课程旨在通过新媒体的理论与实务学习，掌握并运用新媒体的相关理论，了解新媒体的传播规律、要素及其相互之间的动态关系，提高学生的新媒介素养，熟练并掌握新媒体运营的相关技能，并对新媒体文化保持理性的批判与思考。

根据本课程所支撑的毕业要求指标点，将课程教学目标细化为具体的目标点：

1.掌握新媒体传播的基本理论，考察新媒体环境下的传播方式与媒介生态，尤其是在新媒体具体形式与结构中的传播要素的动态表现及其相互作用方式；

2.运用新媒体理论解释传播现象，思考传播科技变革与社会影响，能够运用所学解决新媒体相关学术研究、业务实践的问题；

3.掌握新媒体前沿的技术技能，并具备基本的自媒体运营能力；

4.提高新媒体素养，对新媒体文化具备反思和批判能力。

**三、课程目标和毕业要求的对应关系**

将课程目标与所支撑的毕业要求指标点对应填入表格中，如下以“机械工程”课程为例：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 毕业要求 | 毕业要求指标点 | 课程目标 |
| 1.理论知识 | 1.6 学生能够掌握新媒体传播的基本理论 | 1 |
| 4.新媒体前沿技术技能 | 4.2熟悉并能够使用新媒体在内容制作方面的最新工具 | 3 |
| 4.新媒体前沿技术技能 | 4.5 将新媒体前沿技能运用到新闻、广告、公关等实践领域 | 2、3 |
| **9.表达与沟通** | 9.1学生能够撰写清晰的课堂讨论报告和研究论文，日常表达具备较强的逻辑性 | 4 |
| 11.创新素质能力 | 11.2持续跟进新技术、新方法能力 | 4 |
| 11.创新素质能力 | 11.4培育新媒体传播迭代、更新、优化的工作意识，并系统建立相应技能 | 3、4 |

**四、课程教学内容和要求**

本课程主要介绍新媒体相关的技术基础、渠道、基本形态、典型形式、网络传播中的符号系统、网络中的专业新闻传播者、网络传播的受众、结构、效果等主要内容。同时结合当前的热点现象、最新技术进行讲解和讨论是本课程教学的一大特点。课程主要内容、要求及课时分配安排如下：

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 知识单元（章节） | 知识点 | 要求 | 推荐学时 |
| 1 | 课程介绍 | 明确课程的内容、结构、基本要求；  课程汇报的主题、要求等 | 了解 | 4 |
| 2 | 新媒体与我们周围的世界 | 媒介进化史：文字、印刷术、电子媒介、互联网  媒介技术发展的基本脉络  互联网的主要技术 | 理解 | 4 |
| 4 | 新媒体传播的基本形态 | 新媒体中的人际传播  群体传播  组织传播  大众传播 | 掌握 | 4 |
| 3 | 新媒体传播的结构与渠道 | 网络传播中的信息传播结构  网络传播中的意见传播结构  网络传播的把关人  网络技术平台属性  传播媒介属性  经营平台属性  虚拟社会属性 | 掌握 | 4 |
| 5 | 新媒体传播的内容特性与符号系统 | 新媒体传播文字符号、图形、图像符号  新媒体传播本文的总体特点 | 掌握 | 4 |
| 6 | 新媒体中的传者及受众 | 新媒体传播者的构成  受众构成、需求  总体特征、代际差异、类别划分  网络环境下的受众心理 | 掌握 | 4 |
| 7 | 新媒体传播的效果 | 网络传播与议程设置  网络传播与沉默的螺旋  网络新闻传播效果评估 | 掌握 | 4 |
| 8 | 课程汇报一 | 网络推手、视频网站、SNS、网络游戏、网络谣言、新媒体与重大突发事件、微博、数据新闻 | 了解 | 4 |
| 9 | 媒介技术学派及其理论 | 伊尼斯传播的偏向；  麦克卢汉的理解媒介；  梅洛维茨的消失地域 | 掌握 | 4 |
| 10 | 新媒体及网络社群 | 网络社群的类型及特征；  网络社群的参与动机；  网络社群文化；  网络社群维护与新媒体运营 | 掌握 | 4 |
| 11 | 新媒体文化研究 | 文化研究基本框架；  新媒体的受众；  新媒体与日常生活；  新媒体批判 | 掌握 | 4 |
| 12 | 新媒体运营与操作实务 | 微博公号管理、内容策划；  微信公众运营实务  微信公众号编辑排版； | 掌握 | 8 |
| 13 | 新媒体发展前沿 | 新媒体格局及发展现状；  未来媒体趋势； | 了解 | 4 |
| 14 | 课程汇报二：  自媒体运营实践 | 规划创办微博、微信或H5网页等新媒体；  内容及板块设计；  推送并运营；  问题反馈 | 掌握 | 8 |

**五、教学基本要求**

本课程除了介绍新媒体传播的基本知识、基本理论和基本要素与结构之外，还将结合当前的热点网络现象、最新网络技术进行讲解和讨论。本课程采用“课程讲授+学生发表+课堂讨论+课后实践”等多种形式的教学方式，新媒介理论部分主要由老师讲授，新媒体理论分析由“学生发表+课题讨论”为主，具体如下：

* 1. 课堂讲授：以教材为主，多媒体音频、视频素材为辅。充分利用课时，组织召开围绕某一热点现象或最新技术的课堂分析、展示活动，在教师的引导与带领下，采用以学生为中心的教学模式，积极领会新媒体传播的精髓；本课程为开放式课堂，将邀请一系列具有丰富业界实践的从业人员来进行新媒体运营与操作技巧的培训，真正让学生掌握新媒体技能。
  2. 学生发表：主要是以平时的课程汇报为主，要求学生以小组的形式（3-4人一组）围绕某一热点网络现象或最新技术（在学期初由教师选题）进行个案研究，可选择相关研究论文或是调查报告，在课堂上进行展示汇报。
  3. 课堂讨论：每节课的课前15分钟，学生将对上一周在新媒体中影响力较大的事件进行理论分析，从中归纳总结新媒体的传播特点和推广方式。
  4. 课程实践：课程还引入“real project”的教学模式，课程的考核评价跳脱出传统的考试或期末报告等形式，直接以学生创办的自媒体影响力作为评估指标，让学生真正将学到的理论和技巧运用到自媒体的实践中，产出一系列教学成果和优秀案例。

**六、考核**

本课最后的总评成绩由下表中若干部分组成：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 考核环节 | 建议分值 | 考核/评价细则 | 对应的课程目标 |
| 考勤 | 10% | 课堂出勤率 | 1 |
| 分组课程展示 | 20% | 学生对上一周在新媒体中影响力较大的事件进行理论分析，课堂展示/理论与现象的匹配程度，分析深度、表达 | 1、2 |
| 期中报告 | 30% | 网络推手、视频网站、SNS、网络游戏、网络谣言、新媒体与重大突发事件、微博、数据新闻等进行解析，形成小论文/主题、理论、分析、方法、深度 | 1、2、4 |
| 自媒体设计 | 40% | 规划创办微博、微信或H5网页等新媒体/影响人数、传播效果、内容规划及特色 | 3、4 |

**七、本课程与其它课程的联系与分工**

本课程在大二下学期（第四学期）开设，要求学生具有一定的专业基础，要求的先修或关联课程包括《传播学概论》、《新闻学原理》等。

**八、建议教材及教学参考书**

教材：

[1] 彭兰：《网络传播概论》，中国人民大学出版社，2014年

主要参考资料：

[1] 谢新洲：《网络传播的理论与实践》，北京大学出版社，2004年。

[2] 匡文波：《网络传播理论与技术》，中国人民大学出版社，2007年

[3] 彭兰：《网络传播案例教程》，中国人民大学出版社，2010年

[4]钟瑛：《网络传播导论》，中国人民大学出版社，2012年

[5]何威：《网众传播》，清华大学出版社，2011年

[6]伊莱休·卡茨著、常江译：《媒介研究经典文本解读》北京大学出版社，2010年。

[7] 黄伟芳：《微信营销与运营实操手册》，北京大学出版社，2014.9。

[8] 雷蒙·威廉斯：《文化与社会（1780~1950）》，吉林出版集团有限责任公司，2011.12

**《新媒体数据挖掘与应用》课程教学大纲**

执笔人： 编写日期：2015年12月

**一、课程基本信息**

1．课程编号：

2．课程体系/类别：专业核心课

3．课程性质：必修

4．学时/学分：64/4

5．先修课程：无

6．适用专业：传播学

**二、课程教学目标**

《新媒体数据挖掘与应用》以社交媒体、移动媒体等新媒体为研究对象，结合传播理论，从介绍与分析新媒体传播的特征入手，揭示数据挖掘在新媒体传播领域的价值；再进一步基于对数据挖掘的概念、方法、实施流程的学习，结合典型案例的观摩和分析，培养应用前沿的数据分析与挖掘技术解决传播学实际问题的能力与方法。主要教学目标包括：

1. 理解新媒体发展现状及特征，对新媒体传播中产生的海量数据有直观的理解与体会；
2. 认识到新媒体数据挖掘在传播学研究中的重要作用，培养运用数据挖掘技术解决传播学问题的意识；
3. 掌握数据挖掘相关的基本概念；
4. 了解数据挖掘的相关技术；
5. 理解并掌握数据挖掘的基本流程；
6. 理解并掌握数据挖掘项目实施与管理的方法；
7. 掌握对数据挖掘结果进行理论阐述、分析、评价的方法；
8. 能够结合传播理论，合理选用技术与工具，设计、实施新媒体数据挖掘项目方案。

**三、课程目标和毕业要求的对应关系**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 毕业要求 | 毕业要求指标点 | 课程目标 |
| 1、**理论知识：新媒体的重要性及其数据挖掘在新媒体研究中的作用** | 1.6 学生能够掌握新媒体传播的基本理论 | 1、2 |
| **2、研究方法：应用数据挖掘等工具解决传播学实际问题，并得出有效结论** | 2.4.1 熟悉基础数据挖掘语言及相关应用工具  2.4.2 能够完成数据的清洗、归类及分析  2.4.3 能够根据数据分析提出问题并解决 | 2、3、4、5 |
| **3、新媒体前沿技术技能：能够掌握新媒体前沿的技术技能，并能够运用所学解决传播学学术研究、业务实践的问题。** | 4.3具备数据挖掘能力，并掌握前沿理念及工具  4.4 达到数据可视化方面的能力  4.5 将新媒体前沿技能运用到新闻、广告、公关等实践领域。 | 6、7、8 |

**四、课程教学内容和要求**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 知识单元（章节） | 知识点 | 要求 | 推荐学时 | 支撑毕业要求指标点 |
| 1 | 新媒体及其特征 | 新媒体的概念、发展现状与趋势呈现形态 | 理解 | 2 | 1.6 |
| 新媒体的呈现形态、分类及特征 | 理解 |
| 新媒体海量数据的价值 | 理解 |
| 2 | 数据挖掘基本概念 | 数据与数据仓库 | 理解 | 2 | 2.4.1  4.3 |
| 数据挖掘及其价值 | 理解 |
| 数据挖掘与新媒体传播研究 | 理解 |
| 3 | 数据挖掘相关技术 | 相关技术概述 | 了解 | 1 | 2.4.1 |
| 数据获取与采集 | 掌握 | 2 |
| 数据清理与整理 | 掌握 | 2 |
| 数据存储 | 掌握 | 2 |
| 数据管理 | 了解 | 2 |  |
| 数据挖掘应用分类及算法 | 了解 | 1 |  |
| 4 | 数据挖掘软件及工具 | 数据挖掘软件及工具的概述 | 了解 | 2 | 2.4.1 |
| 典型数据挖掘工具入门 | 掌握 | 10 |
| 5 | 数据挖掘编程语言 | 数据挖掘编程语言概述 | 了解 | 2 | 4.1 |
| 典型数据挖掘编程语言入门 | 掌握 | 10 |
| 6 | 数据挖掘基本流程 | 数据挖掘流程概述 | 理解 | 4 | 2.4.1 |
| 目标分析 | 理解 |
| 数据理解与数据准备 | 理解 |
| 建立模型 | 理解 |
| 模型评估 | 理解 |
| 结果呈现与阐述 | 理解 |
| 7 | 数据挖掘项目实施与管理 | 项目管理概述 | 理解 | 4 | 2.4.1 |
| 项目设计 | 理解 |
| 项目实施 | 理解 |
| 项目管理 | 理解 |
| 项目评估 | 理解 |
| 8 | 数据挖掘案例观摩与分析 | 数据挖掘在市场营销中的应用案例 | 理解 | 2 | 2.4.1  2.4.2  4.3  4.5 |
| 数据挖掘在网络广告投放中的应用案例 | 理解 | 2 |
| 数据挖掘在产品零售中的应用案例 | 理解 | 2 |
| 数据挖掘在社交网络传播中的应用案例 | 理解 | 2 |
| 数据挖掘在其他领域的应用案例 | 理解 | 2 |
| 9 | 数据挖掘项目方案设计 | 运用相关原理与方法，选取新媒体传播领域的问题，设计数据挖掘项目方案 | 运用 | 8 | 4.5 |

**说明：**

1. 课时包括理论讲解课时+上机实践课时
2. 上表为课程内容列表，不一定与实际授课顺序完全一致（比如案例部分，可以穿插到其它内容中）

**五、课程教学方法**

基于数据挖掘实践性强的特点，采取课堂讲授结合案例分析与实践操作的教学手段。讲授中，在使学生掌握基本理论和基础方法的前提下，根据学生的具体情况以及教学环境、教学设备、教学目标、教学内容的特点，应有针对性地采取案例分析、上机演示、课堂展示等相应的教学方法。

**六、课程考核**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 考核环节 | 建议分值 | 考核/评价细则 | 对应的课程目标 |
| 平时作业 | 20 | （1）考查应用所学方法进行数据挖掘、口头和文字表达能力以及团队合作能力  （2）教师根据选题、方法运用、报告和展示情况评分 | 1、2、3、4 |
| 期中考试 | 30 | 1. 主要考核学生对每章节知识点的复习、理解和掌握程度； 2. 注重考察学生对于实践操作的掌握。 | 4、5、6、7 |
| 期末考试 | 50 | （1）卷面成绩100分，以卷面成绩乘以其在总评成绩中所占的比例计入课程总评成绩。  （2）主要考查应用所学的数据挖掘方法解决新闻传播学实际问题的动手能力。 | 1-8 |

**七、本课程与其它课程的联系与分工**

《新媒体数据挖掘与应用》是大学三年级第一学期的应用性课程，这门课程是建立在《文科数学》、《传播学研究方法》、《新媒体概论》和《计算机语言与可视化》等课程的基础上，通过这门课的学习，为进一步学习《网络舆情》等课程打下基础，也为学生掌握新媒体在新闻采访、编辑、传播学研究等方面的应用提供技术支持。

**八、建议教材及教学参考书**

1. 自编讲义。
2. 《数据挖掘导论》(英文版)，Pang-Ning Tan等，北京：人民邮电出版社2010年。
3. 《数据挖掘:实用案例分析》，张良均等，北京：机械工业出版社2013年。

**《新媒体素养》课程教学大纲**

执笔人： 黄彪文 编写日期：2016年3月

**一、课程基本信息**

1．课程编号：

2．课程体系/类别：素质类/全校任选课

3．课程性质：任选

4．学时/学分：32/2

5．先修课程：无

6．适用专业：全校各专业

**二、课程教学目标**

在信息时代，新媒体素养已经成为公民的基本素养之一，国外以及国内的知名院校基本都开设了媒介素养的通识课程。本课程旨在结合传播理论、实务操作与个案分析，培养学生认识、分析、批判、使用媒体等基本能力，进而熟悉新媒体的传播特点及运作逻辑，分析新媒体的热点事件与背后原因，理性认识新媒体文化及社会影响，学会创办自媒体及使用新媒体技能等，最后达到正确认知、批判分析、理性使用新媒体的目的。

根据本课程所支撑的毕业要求指标点，将课程教学目标细化为具体的目标点：

1.掌握新媒体传播的基本理论，理解新媒体的发展阶段与媒介生态，尤其是比较不同新媒体的传播特点与运作逻辑；

2.掌握“两微一端”平台搭建、数据挖掘、社会网络分析等新媒体前沿的技术技能，并具备基本的自媒体运营能力；

3.结合新媒体的热点事件，批判和反思新媒体的媒介文化，思考传播科技对社会的影响，培养媒体批判能力；

4.通过执行专题计划让学生从做中学，实际运用新媒体特性，以及了解个人、媒体与社群之间的关系，学习多元观看世界的角度，养成理性思考、批判反省与人文关怀的能力；

**三、课程教学内容和要求**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 知识单元（章节） | 知识点 | 要求 | 推荐学时 |
| 1 | 理解新媒介：信息、技术与社会 | 媒介进化简史：文字、印刷术、电子媒介、互联网、移动智能媒体 | 了解 | 4 |
| 媒体技术变革与社会发展 | 理解 |
| 新媒体基本技术介绍 | 掌握 |
| 2 | 新媒体传播规律 | 信息传播结构 | 掌握 | 6 |
| 传者与受众分析 | 掌握 |
| 谣言传播的识别与止息 | 掌握 |
| 3 | 新媒体文化研究 | 朋友圈与网络社群文化 | 掌握 | 6 |
| 互联网思维 | 理解 |
| 网红与大V：自媒体时代的传播 | 理解 |
| 网络流行语的话语分析 | 理解 |
| 4 | 新媒体运营与操作实务 | 微信公众号的编辑与排版 | 掌握 | 8 |
| 微信公众号的运营及推广 | 掌握 |
| H5网页的编辑与制作 | 掌握 |
| 数据挖掘与社会网络分析 | 掌握 |
| 5 | 新媒体批判与反思 | 第三人效果 | 掌握 | 4 |
| 拟态环境与娱乐文化幻象 | 理解 |
| 文化工业批判 | 理解 |
| 6 | 专题研讨（一）：新媒体的使用与满足 | 使用与满足理论 | 掌握 | 2 |
| 网络环境下的受众心理 | 理解 |
| 7 | 专题研讨（二）：新媒体与事件营销 | 事件营销与传播伦理 | 理解 | 2 |
| 新媒体营销案例分析 | 了解 |
| 8 | 专题研讨（三）：新媒体与未来媒体 | 新媒体格局及发展现状 | 理解 | 2 |
| 虚拟现实、智能新闻与未来媒体 | 了解 |

**四、课程教学方法**

本课程除了介绍新媒体传播的知识、基本理论和基本技能之外，还将结合当前的新媒体热点事件、最新发展趋势进行分析和讨论。本课程采用“课程讲授+学生发表+课堂讨论+课后实践”等多种形式的教学方式，具体如下：

* 课堂讲授：以教材为主，多媒体音频、视频素材为辅。充分利用课时，组织召开围绕某一热点现象或最新技术的课堂分析、展示活动，在教师的引导与带领下，采用以学生为中心的教学模式，积极领会新媒体传播的精髓；本课程为开放式课堂，将邀请一系列具有丰富业界实践的从业人员来进行新媒体运营与操作技巧的培训，真正让学生掌握新媒体技能。
* 学生发表：主要是以平时的课程汇报为主，要求学生以小组的形式（3-4人一组）围绕某一热点网络现象或最新技术（在学期初由教师选题）进行个案研究，可选择相关研究论文或是调查报告，在课堂上进行展示汇报。
* 课堂讨论：每节课的课前15分钟，学生将对上一周在新媒体中影响力较大的事件进行理论分析，从中归纳总结新媒体的传播特点和推广方式。
* 课程实践：课程还引入“real project”的教学模式，课程的考核评价跳脱出传统的考试或期末报告等形式，直接以学生创办的自媒体影响力作为评估指标，让学生真正将学到的理论和技巧运用到自媒体的实践中，产出一系列教学成果和优秀案例。

**五、课程考核**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 考核环节 | 建议分值 | 考核/评价细则 | 对应的课程目标 |
| 课堂表现 | 10% | （1）课堂出勤率；  （2）课堂参与与互动 | 1 |
| 分组课程展示 | 20% | （1）对新媒体热点事件进行梳理分析；  （2）理论与现象的匹配程度，分析深度；  （3）表达能力与逻辑 | 1、3 |
| 期中报告 | 30% | （1）网络推手、视频网站、SNS、网络游戏、网络谣言、新媒体与重大突发事件、微博、数据新闻等进行解析，形成报告；  （2）主题、理论、逻辑、方法、深度等；  （3）具备一定的学术规范 | 1、3、4 |
| 自媒体设计 | 40% | （1）规划创办微博、微信或H5网页等新媒体的具体实施方案；  （2）尽可能运营上线；  （3）影响人数、传播效果、内容规划及特色等 | 2、4 |

**六、本课程与其它课程的联系与分工**

本课程在大一上学期（第一学期）开设，无先修课程，可为传播学专业课程《新媒体概论》、《数据挖掘与社会网络分析》等后续课程建立修习基础。

**七、建议教材及教学参考书**

教材：

[1] 彭兰：《网络传播概论》，中国人民大学出版社，2014年

主要参考资料：

[1] 吴翠珍、陈世敏编著，《媒体素养教育》，台北：巨流，2007年。

[2] 谢新洲：《网络传播的理论与实践》，北京大学出版社，2004年。

[3] 彭兰：《网络传播案例教程》，中国人民大学出版社，2010年

[4] 黄伟芳：《微信营销与运营实操手册》，北京大学出版社，2014.9。

[5] 何威：《网众传播》，清华大学出版社，2011年。

**《新媒体应用案例研究》课程教学大纲**

执笔人：文卫华、李冰 编写日期：2015年12月

**一、课程基本信息**

1．课程编号：

2．课程体系/类别：传播学专业方向课

3．课程性质：选修

4．学时/学分：32/2

5．先修课程：传播学概论、新闻学概论、新媒体概论、传媒经营与管理

6．适用专业：传播学专业本科生

**二、课程教学目标**

本课程运用案例教学的方法，致力于加强对学生的思维和技能训练，帮助学生掌握分析、解决问题的方法和技巧。具体而言，课程教学目标包括：

1. 引导学生了解、把握新媒体应用的前沿发展，具有持续获取新鲜资讯，跟进新技术、新方法的能力；

2. 能够运用新闻传播学的基本概念、理论，从专业视角对新媒体应用的经典案例进行分析、研究，掌握案例研究的路径、方法；

3. 引导学生在案例研究的基础上，以团队形式设计、制作新媒体内容产品；

4. 在案例研究过程中培养和锻炼学生的研究能力、表达能力和团队合作精神及在团队中发挥作用的能力。

**三、课程目标和毕业要求的对应关系**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 毕业要求 | 毕业要求指标点 | 课程目标 |
| 1. 理论知识 | 1.6.2 学生能够掌握新媒体数据、内容制作方面的系统理论 | 2 |
| 11. 创新素质能力 | 11.1持续获取新鲜资讯的能力 | 1 |
| 11.2持续跟进新技术、新方法能力 | 1 |
| 11.3保持传播理念更新状态 | 2 |
| 11.4培育新媒体传播迭代、更新、优化的工作意识，并系统建立相应技能 | 3 |
| 10. 团队意识 | 10.2 有意识组建跨学科的大学生创新创业实践训练团队 | 4 |

**四、课程教学内容和要求**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 知识单元（章节） | 知识点 | 要求 | 推荐学时 | 支撑毕业要求指标点 |
| 1 | 课程介绍：新媒体应用案例概论 | 课程内容、课程重点和要求、参考书目/资料、评分标准 | 了解 | 2 | 1.6.2 |
| 新媒体应用案例概论 | 理解 |
| 2 | 新媒体环境下的新闻研究 | 数据新闻 | 理解 | 2 | 11 |
| 众包、众筹新闻 | 理解 | 2 |
| 新闻生产中的技术创新 | 理解 | 2 |
| 事实核查 | 理解 | 2 |
| 3 | 新媒体环境下的节目研究 | 节目生产中的技术创新 | 理解 | 2 | 11 |
| 大数据对节目生产的影响 | 理解 | 2 |
| 在线视频的发展研究 | 理解 | 2 |
| 4 | 新媒体环境下的广告研究 | 新媒体环境下广告的演变、发展 | 理解 | 2 | 11 |
| 原生广告 | 理解 | 2 |
| 5 | 新媒体环境下的受众测量 | 受众测量技术的发展 | 理解 | 2 | 11 |
| 注意力经济 | 理解 | 2 |
| 6 | 挖掘新媒体传播的商业价值 | 从免费到付费 | 理解 | 4 | 11 |
| 7 | 课程汇报 | 平时课程汇报 | 掌握 | 2 | 11 |
| 小组作品展示 | 掌握 | 2 | 10 |

**五、课程教学方法**

本课程除了介绍与新媒体应用相关的基本概念、基本理论之外，更偏重于实务、实践。因此，在进行本课程的教学时，应注意：课堂学习与课外自主学习相结合，教师讲授的知识点学习与项目形式的探索性学习相结合，个体学习与小组讨论、协作相结合，口头交流活动与笔头写作活动相结合。具体如下：

* 1. 课堂讲授：围绕新媒体应用的前沿、经典案例，充分利用课时，教师引导、带领学生进行相关资料的收集、分析，并在此基础上学生以团队形式设计、制作新媒体内容产品；
  2. 作业：分两种类型。第一种类型为平时课程汇报，要求每个学生结合课程的内容，推荐一个新的应用案例，在课堂上展示，并运用所学知识简要分析该案例。第二种类型为分小组完成一份完整、规范的新媒体内容产品策划书，并进行课堂展示。目的是使学生对所学习的内容有融会贯通的掌握，并有意识地组建跨学科的大学生创新创业实践训练团队。

**六、课程考核**

本课程为考查课，最后的总评成绩由下表中若干部分组成：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 考核环节 | 建议分值 | 考核/评价细则 | 对应的课程目标 |
| 考勤 | 10 | 每学期随机点四次名，一次无故不到扣2.5分，三次无故不到取消考试资格 |  |
| 平时课程汇报 | 20 | （1）学生结合课程的内容，推荐一个新的应用案例，在课堂上展示，并运用所学知识简要分析该案例；  （2）所选择、推荐的案例占5分，对案例的分析、点评占15分。 | 1、2 |
| 新媒体内容产品策划书 | 70 | （1）考查应用所学知识及应用新媒体技术、方法、思路设计、制作内容产品的实践能力、口头和文字表达能力以及团队合作能力；  （2）教师根据选题、设计思路、报告和答辩情况评分。 | 3、4 |

**七、本课程与其它课程的联系与分工**

本课程在第5学期开设，要求学生具有一定的专业基础，要求的先修课程包括《传播学概论》、《新闻学概论》、《新媒体概论》、《传媒经营与管理》，后续课程包括《新媒体行业前沿》。

**八、建议教材及教学参考书**

教学参考书：

彭兰. 网络传播案例教程. 北京.中国人民大学出版社. 2010年.

哈佛尼曼新闻实验室研究报告

美国哥伦比亚大学新闻学院Tow中心研究报告

**《新闻传播史》课程教学大纲**

执笔人：陈静茜 编写日期：2016年01月

**一、课程基本信息**

1．课程编号：

2．课程体系/类别：专业主干课

3．学时/学分：64学时/4学分

4．先修课程：传播学概论、社会学概论

5．适用专业：传播学专业

**二、课程教学目标及学生应达到的能力**

1. 梳理中外传播思想发展的线索，驱动学生了解和研究传播史、传播思想史的兴趣，引导学生主动学习研究与传播（思想史）相关的其他内容，拓展相关学习研究领域。

2.系统讲述欧美传播思想之间的传承与关联，阐释传播思想与社会发展的互动关系，以培养学生逻辑推理、理论研判及独立思考的能力。

3.系统讲述中国新闻事业发展的历史，明晰传播从业者应有的历史责任感。

4.解释传播现象，评价传播理论奠基人及重大事件，探讨传播相关的历史问题。

5.梳理中国新闻事业及新闻传播学理论发展脉络，强化学生对树立中国传播学主体性之必要性的认识。

**三、课程教学内容和要求**

本课程以欧美传播思想的变迁和中国新闻传播事业发展为主要内容，解释传播现象，梳理传播思想与观念发展的因果联系，探讨传播相关的历史问题，同时，结合相关的史料和传播学理论，借助于丰富生动的案例和相关的影像资料,引导学生开展研究性学习。本课程共分十九个单元。课内总学时为64学时。课程主要内容、要求及课时分配安排如下：

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 知识单元（章节） | 知识点 | 要求 | 推荐学时 |
| 1 | 传播的起源与发展背景 | 語言与文字的起源及传播功能 | 了解 | 2 |
| 传播思想史的研究对象 | 理解 |
| 传播与大众传播的定义 | 掌握 |
| 现代传播理论的谱系 | 理解 |
| 2 | 远古到希腊：传播观念的缘起 | 古希腊的口头传播思想 | 了解 | 4 |
| 语言中的传播观念 | 掌握 |
| 作为思想符号的文字 | 理解 |
| 民主化：希腊化时代的传播观念 | 掌握 |
| 3 | 政治之术与宗教文化的传播：从罗马帝国到中世纪 | 罗马帝国时代的传播思想 | 理解 | 4 |
| 中世纪言论与思想控制 | 掌握 |
| 宗教与文化传播观念 | 掌握 |
| 4 | 阶级传播意识的形成 | 弥尔顿的出版自由观 | 掌握 | 4 |
| 贵族文化：法国沙龙与英国咖啡馆 | 理解 |
| 信息公开：一种制度的思想起源 | 理解 |
| 资产阶级传播制度的建立 | 理解 |
| 舆论自由：密尔经典阐述 | 掌握 |
| 马克思的传播观：无产阶级的传播理论（一） | 掌握 |
| 列宁的传播观：无产阶级的传播理论（二） | 掌握 |
| 5 | 现代传播观念：法兰克福学派的批判理论 | 法兰克福学派：欧洲批判理论的代表 | 理解 | 4 |
| 批判理论的思想渊源 | 掌握 |
| 批判学派的特征 | 掌握 |
| 法兰克福学派的传播批判 | 掌握 |
| 6 | 大众传播与社会 | 文化研究学派的特征 | 掌握 | 4 |
| 传播政治经济学：媒介传播行为理论 | 掌握 |
| 女性主义传播批评 | 理解 |
| 7 | 结构主义：传播的理性规则 | 结构主义学说谱系 | 掌握 | 4 |
| 索绪尔：话语体系的群体共建 | 掌握 |
| 列维-斯特劳斯：人类联结的结构主义观 | 理解 |
| 皮亚杰：言语表达的集体制度性 | 理解 |
| 福柯：知识的话语构成 | 掌握 |
| 德里达：语言的差异与踪迹 | 理解 |
| 8 | 传播密码：符号学、阐释学与语义学 | 符号学的学说地图 | 掌握 | 4 |
| 巴赫金：符号学诗学与对话理论 | 理解 |
| 范·戴克：新闻符号学 | 理解 |
| 鲍德里亚：符号消费论 | 理解 |
| 阐释学与神学释义 | 理解 |
| 福柯：话语理论 | 掌握 |
| 9 | 中国传播学发展现状 | 中国传播学发展三十年 | 掌握 | 2 |
| 中国传播学的先天基因 | 理解 |
| 中国传播学的困境 | 掌握 |
| 中国传播学发展的突破途径 | 掌握 |
| 10 | 中国古代的新闻传播 | 中国古代报纸的出现与起源 | 理解 | 4 |
| 中国古代报纸的特征 | 掌握 |
| 中国古代报纸的发展（唐朝至清朝） | 理解 |
| 中国古代报纸的印刷与发行 | 了解 |
| 11 | 中国新式报刊的产生 | 外报在华的出现与扩展 | 理解 | 4 |
| 外报的作用和影响 | 掌握 |
| 国人办报的主张与构想 | 掌握 |
| 国人办报的开端 | 掌握 |
| 12 | 维新运动中的国人办报热潮 | 办报是维新派的主要活动方式之一 | 理解 | 4 |
| 国人办报热潮的出现 | 掌握 |
| 梁启超的报刊活动与报刊思想 | 掌握 |
| 13 | 辛亥革命时期的报刊宣传 | 资产阶级革命派报刊的兴起 | 掌握 | 4 |
| 戊戌政变后的改良派报刊 | 掌握 |
| 《民报》与《新民丛报》论战 | 掌握 |
| 清政府加强对报业的控制 | 理解 |
| 辛亥革命时期报刊宣传的特点和业务改进 | 掌握 |
| 14 | 民国初期的新闻传播 | 新闻传播事业的短暂繁荣 | 了解 | 2 |
| 北洋军阀统治下的新闻传播 | 理解 |
| 著名记者和新闻业务 | 掌握 |
| 15 | 五四时期的新闻传播 | 《新青年》与新文化运动 | 掌握 | 4 |
| 五四运动前后新闻传播事业的发展 | 掌握 |
| 无产阶级新闻传播事业的诞生 | 掌握 |
| 新闻传播的重大改革 | 掌握 |
| 16 | 中国共产党成立和大革命时期的新闻传播 | 中国共产党的报刊 | 掌握 | 2 |
| 国共合作后的新闻传播 | 理解 |
| 北洋军阀统治地区的新闻传播 | 掌握 |
| 北伐战争中的革命报刊 | 了解 |
| 17 | 十年内战时期的新闻传播 | 国民党统治区的新闻传播 | 了解 | 2 |
| 革命根据地的新闻传播 | 了解 |
| 抗日救亡运动中的新闻传播 | 掌握 |
| 新闻学研究及新闻教育的发展 | 掌握 |
| 18 | 抗日战争时期与人民解放战争时期的新闻传播 | 抗日根据地、国统区的新闻传播 | 理解 | 2 |
| 华文抗日报刊、沦陷区的新闻传播 | 了解 |
| 国民党新闻统治的重建与国统区的新闻界抗争 | 掌握 |
| 两条战线的斗争 | 掌握 |
| 中国新闻传播事业的划时代巨变 | 理解 |
| 19 | 建国后的新闻传播 | 基本完成社会主义改造时期的新闻传播 | 掌握 | 4 |
| 全面建设社会主义时期的新闻传播 | 掌握 |
| “文化大革命”时期的新闻宣传 | 掌握 |
| 社会主义现代化建设中的新闻传播 | 了解 |

**四、课程教学安排**

1．教学：教师在课程初始，将授课计划、教材和相关阅读书目及拓展书目告知学生，让学生对传播思想史课程的结构框架和知识要点和有整体认识。课程伴随历史纵线铺展，树立学生的历史观，强化学生对学习新闻传播史的重视；引导学生主动学习，了解传播理论发展与变迁的历史概貌；通过课堂互动，提升学生对新闻事业发展进行研判、对现代传播理论进行审视的能力。

课前，教师将学生分为适宜人数的学习小组，按照教学计划进行相关新闻传播历史标志事件和代表理论的研读，从传播理论的历史背景和现代传播学发展现状出发，对传播思想或代表历史事件进行评析和解读。课堂中，教师通过PPT，提前告知预习内容和思考问题，并深入开展课堂的讨论和启发性交流，引导学生将新闻传播史、传播理论和传播学研究方法进行有机结合，开展研究性学习，培养其研判和独立思考能力；课后要求每位学生提交个人课堂讨论小结及后续研究报告，在此基础上，开展新闻传播史的课程拓展阅读，定期举办课程阅读沙龙，鼓励同学结合新闻传播史，就某一阶段的传播思想或代表学者的经典读物进行阅读分享；结课时要求学生提交研究报告。

任课教师，应从哲学、历史学、社会学和文化学的视域，从政治、经济、技术、文化艺术等多角度，结合传播思想和理论的历史发展，配合多媒体技术及资料，在课堂上进行理论梳理和历史文化背景展示，梳理传播思想变迁、新闻事业发展的因果关系，揭示传播理论发展中社会思潮、新闻事业发展与历史背景、意识形态之间的关系；揭示传播观念、技术变迁与传播理论之间的关系，充分利用课堂时间，开展主题式问题讨论，引导学生进行系统深入的学习。

2.作业：

（1）阅读：首先，教师结合教学进程，让学生依据个人兴趣，在教师指定阅读书目内选择精读篇目；其次，教师引导学生根据阅读书目和课程单元，开展以学习小组为单位的延伸阅读；三是通过问题式课堂互动，推动学生结合阅读开展独立思考。

（2）研究报告：一是“单元研究报告”：以指定章节的内容为阅读对象，学生从教学单元授课内容中进行理论研读，撰写评析报告。二是“课程论文”，以课程指定文本和延伸阅读资料为研究对象，从问题出发，撰写主题研究报告。

（3）课堂展示PPT：学生在课程指定的阅读文本范围内，结合教学单元，制作多媒体课件，进行课堂讨论和阅读发现的展示。

**五、课程考核**

课程总评成绩由平时考核和期末考核两部分组成。平时成绩占40%，期末成绩占60%

平时考核：教师结合课程教学进程，以学习小组的形式，要求学生通过集体课下学习，团队协作，梳理阶段性的传播思想、历史事件或代表传播理论，从问题出发，制作PPT，进行课堂展示和讨论。每位学生在小组报告完成后，需提交“单元研究报告”。报告内要求结合小组展示与课堂讨论内容，进行一定的拓展或深挖。评分构成为：“小组单元报告”占平时成绩的30%，“个人单元研究报告”占平时成绩的50%；学期出勤情况，参与课堂互动情况占平时成绩的20%。

期末考核：要求学生在“个人单元研究报告”基础上，提交“课程论文”。报告形式为主题式问题研究报告，占期末总成绩的50%。闭卷考试占期末成绩的50%。

最后的总评成绩由下表中若干部分组成：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 《新闻传播史》学生成绩考评细则 | | | |
|  | | 构成 | 分值比率 % |
| 学生  成绩  考评  框架 | 平时成绩  40% | “小组单元报告”+ 出勤、课堂互动参与情况 | 30% + 20% |
| “个人单元研究报告” | 50% |
| 期末成绩  60% | 期末“个人课程研究报告” | 50% |
| 期末考试 | 50% |
| 总评成绩 | |  | 100% |

**六、本课程与其它课程的联系与分工**

先修课程：传播学概论—为本课程提供学科领域的框架认识和理论视域

社会学概论—为本课程提供社会学科的知识谱系和发展脉络。

后续课程：传播学名篇选读—进一步明晰传播理论的图谱，强化对经典传播理论的掌握，构建现代传播学理论的概貌。有助于将传播理论和实践进一步整合，学以致用。

**七、建议教材及教学参考书**

教 材： 丁淦林 《中国新闻事业史》，高等教育出版社，2009年版

方汉奇著，《中国新闻传播史》，人民大学出版社，2009年版；

许正林 《欧洲传播思想史》，上海三联书店，2005年版

参考书：

1.约翰•彼得斯著，何道宽译《交流的无奈：传播思想史》，北京：华夏出版社，2003年版；

2.哈罗德•伊尼斯《帝国与传播》，北京：中国人民大学出版社，2003年版；

3.E•M•罗杰斯著，殷晓蓉译，《传播学史》，上海：上海译文出版社2005年版；

4.陈力丹著，《世界新闻传播史》第二版，上海：上海交大出版社，2007年版；

5.程曼丽著，《外国新闻传播史导论》，上海：复旦大学出版社，2004年版；

6.克劳利等编，何道宽等译，《传播的历史：技术、文化和社会》，北京：北京大学出版社，2011年第5版；

7.王润泽著，《中国新闻媒介史》，北京：北京大学出版社，2011年版。

**《新闻评论》课程教学大纲**

执笔人：闻学 2016年1月

**一、课程基本信息**

1．课程编号：60L870Q

2．课程体系/类别：专业选修课/专业类

3．课程性质：限选

4．学时/学分：32/2

5．先修课程：新闻学原理、传播学概论I\II、媒体写作

6．适用专业：新闻学、传播学

**二、课程教学目标**

教学目标：新闻评论是新闻学业务的一个重要写作技能，是新闻学和传播学方向本科生的一门专业基础课。

1. 本课程的目标是让学生掌握新闻评论的基础知识和写作技巧、规律及原理；

2、通过本课程的教学，使学生掌握新闻评论的特点、分类，新闻评论的价值和要素，新闻评论工作的基本素养；

3、重点掌握新闻评论的选题立意、布局谋篇、文采笔法和基本技巧；

4、重点掌握社论、评论员文章、编者按、编后、短评、述评以及广播新闻评论、电视新闻评论和网络新闻评论的写作方法和要求，时刻关注新闻事件进行深度思考；

5、训练新闻评论的写作技巧，使其走上新闻工作岗位后能够承担新闻评论的写作业务。

**三、课程目标和毕业要求的对应关系**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 毕业要求 | 毕业要求指标点 | 课程目标 |
| 1、掌握新闻评论的基础知识和写作技巧、规律及原理 | 具备基本的新闻评论的基本知识和原理 | 1 |
| 2、能够正确评论新闻事件 | 掌握各种媒体的新闻评论的评论标准和要素 | 2 |
| 3、研究新闻评论的写作要素和历史发展 | 能够掌握研究新闻评论的规律和演变历史 | 4 |
| 4、熟悉新闻评论各种写作类型 | 掌握多种写作技巧和角度、有深度地思考社会问题 | 3 |
| 5、采、写、编、评集于一体 | 能够多种技能集于一身，能够独立做出一版评论报刊 | 5 |

**四、课程教学内容和安排**

本课程是兼具较强的理论性和实践性，学习本课程不仅要求学生具有较强的政治素养，同时要求学生具备一定的哲学和社会学等相关学科的基本知识，能够从新闻学的角度对新闻事件进行观察、思考和分析，并能运用新闻评论的基本方法和技巧撰写出合格的新闻评论。学习本课程还要求学生要多接触各种媒体，寻找论题；多动笔，练习写作，加强对新闻评论学基本知识的运用，不断提高写作质量。

课时分配表：

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 知识单元（章节） | 知识点 | 要求 | 推荐学时 | 支撑毕业要求指标点 |
| 1 | 绪论 | 什么是新闻评论？ | 掌握 | 2 | 1.1 |
| 采写编评的关系 | 掌握 |
| 2 | 新闻评论的特点及分类 | 特点 | 掌握 | 2 | 1.2 |
| 分类 | 掌握 | 2 |
| 各种媒体中的新闻评论 | 理解 | 2 |
| 3 | 新闻评论的价值和要素 | 评论史 | 掌握 | 2 | 4.4 |
| 4 | 评论工作者的基本素养 | 理论水平（思考） | 掌握 | 2 | 4.3 |
| 知识构成（文史哲） | 掌握 | 2 |
| 逻辑知识 | 理解 | 2 |
| 5 | 选题和立意 | 选题的标准 | 掌握 | 2 | 2.2 |
| 立意的多种角度 | 掌握 | 2 |
| 新闻事件（举例） | 理解 | 2 |
| 6 | 谋篇和论证 | 如何拟制标题 | 掌握 | 2 | 5.5 |
| 正文结构的逻辑 | 掌握 | 2 |
| 论证的逻辑技巧 | 掌握 | 2 |
| 7 | 新闻评论的体裁 | 报刊、广播、电视的评论 | 理解 | 2 | 3.4 |
| 8 | 网络新闻评论、杂文 | 新媒体的各种评论介绍 | 理解 | 2 | 2.3 |

**五、教学基本要求**

新闻评论是一门写作技能课程，在整个教学环节中着重训练和提高学生的写作技能。第一步要告知学生什么是真正的好评论，从最新的新闻事件举例着重讲解好评论的要素；第二步是如何写出好评论，在这一教学环节中，让学生分组评析报刊中的新闻事件及提交一篇小评论；第三步是学生亲手制作一份评论专刊，集写作、编辑、排版于一体，独立完成期终大作业。

**六、课程的考核**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 考核环节 | 建议分值 | 考核/评价细则 | 对应的课程目标 |
| 出 勤 | 20% | 点名，3次不到课堂取消期终考试资格 |  |
| 期中 | 20% | 小组评论作业展示：资料收集、评论写作各占10% | 2.2、5.5 |
| 期终 | 60% | 一份报刊评论版：排版10%；资料收集20%；评论标题、正文写作、观点鲜明各占10% | 4.3、5.5 |

出 勤：20%

学生期中训练：20%（包括评论习作、新闻事件选取及PPT讲解）

学生期末成绩：60%（包括评论专刊的写作及编排）

**七、本课程与其它课程的联系与分工**

本课程是“新闻采访”、“新闻写作”、“新闻编辑”、“新闻学原理”等课程之后的一门新闻学专业的后续课程，是新闻传播学专业所必须具备的“采、写、编、评”四大技能之一。学生通过“新闻评论”的学习，能够训练和提高独立思维和评判社会的能力，能够独立写作关注现实的新闻评论，并能更好地理解后续的”社会化媒体”、“媒介批评”等课程。

**八、教材及参考书目**

(一)教材：

丁法章．新闻评论教程．第1版．上海：复旦大学出版社． 2002年6月

(二)参考书：

〔1〕涂光晋．广播电视评论学．第1版．北京：新华出版社．1998年8月

〔2〕薛中军．新闻评论．上海：上海大学出版社．第1版，2003年9月

〔3〕闻学．经济新闻评论：理论与写作，第1版，武汉：武汉大学出版社．2007年6月

〔4〕李法宝．新闻评论:发现与表现．第1版．北京：中国传媒大学出版社．中山大学出版社．2005年7月

〔5〕〔美〕康拉德•芬克(Conrad ·C ·Fink．柳珊等译．冲击力:新闻评论写作教程．北京：新华出版社．2002年6月第1版

〔6〕胡文龙．中国新闻评论发展研究．第1版．北京：中国人民大学出版社．2002年11月

**《新闻学原理》课程教学大纲**

执笔人：张杰、苏林森 编写日期：2015年1月

**一、课程基本信息**

1．课程编号：

2．课程体系/类别：专业核心课

3．课程性质：必修

4．学时/学分：64/4

5．先修课程：传播学概论

6．适用专业：传播学

**二、课程教学目标**

《新闻学原理》以人类社会客观存在的新闻传播现象为研究对象，主要教学目标包括：

1. 掌握新闻传媒和人类社会的互动关系，新闻传媒的产生、发展的特殊规律和新闻运作的基本规则；
2. 掌握新闻传播活动特别是新闻传媒整体运作的规律和效果，为研究新闻史、掌握新闻业务技能提供帮助；
3. 培养和提高学生理解、分析和运用新闻理论的能力。

**三、课程目标和毕业要求的对应关系**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 毕业要求 | 毕业要求指标点 | 课程目标 |
| 1、理论知识：能够专业知识用于解决实际问题，具备宽阔研究视野 | 1.1具有系统的新闻传播学理论 | 1 |
| 8.新闻传播职业规范：政治思想正确、遵守新闻传播法律法规，符合业内职业道德规范，深入了解受众。 | 8.1牢固树立马克思主义新闻观，深入了解中国特色社会主义传播体系；8.2熟悉新闻传播工作的法律法规；8.3自觉遵守职业道德准则；8.4 对受众有深入了解，并培育公共道德情怀 | 2 |
| 11.创新素质能力：跟进新媒体快速发展趋势，强化理念创新、产品创新、技能更新意识和能力 | 11.1持续获取新鲜资讯的能力  11.2持续跟进新技术、新方法能力  11.3保持传播理念更新状态 | 3 |

**四、课程教学内容和要求**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 知识单元（章节） | 知识点 | 要求 | 推荐学时 | 支撑毕业要求指标点 |
| 1 | 新闻学原理绪论 | 新闻学的概念和定义 | 掌握 | 2 | 1.1  8.1  8.2 |
| 新闻理论的主要研究对象 | 理解 |
| 学习新闻学理论的意义 | 了解 |
| 2 | 新闻的概念 | 从“事实”到“新闻“——新闻的本源 | 掌握 | 2 | 1.1  8.1  8.2 |
| 两种新闻的定义 | 掌握 |
| 新闻的本质 | 掌握 |
| 新闻的基本特征 | 理解 |
| 3 | 新闻阅评：选择一种学生接触较多的媒体，评析其新闻作品（含图片）的内容和形式，报纸、杂志、电视新闻片皆可，评点范围和方式不限。 | 如：一份媒体的一篇作品的优劣及表现；  某一媒体的新闻报道风格及版面印象。  对同城媒体的作品或者竞争特色作一比较分析；  南北媒体（不同区域城市）的比较分析；  随思想而生的有关传媒的任何话题。 | 展示 | 2 | 11.1  11.2  11.3 |
| 4 | 新闻与信息、宣传、舆论 | 新闻与信息 | 了解 | 2 | 1.1  8.1  8.2 |
| 新闻与宣传 | 理解 |
| 新闻与舆论 | 掌握 |
| 5 | 新闻事业的发展轨迹 | 中国古代社会的新闻传播活动 | 了解 | 1 | 1.1  8.1  8.2 |
| 近代报纸在西方的诞生 | 了解 |
| 报纸在中国的诞生 | 了解 |
| 主要大众媒介的产生过程 | 掌握 | 1 |
| 大众媒介产生的重要意义 | 理解 |
| 6 | 新闻事业的性质、功能和规律 | 新闻事业的双重属性 | 掌握 | 4 | 1.1  8.1  8.2 |
| 新闻事业在社会中的功能 | 理解 |
| 新闻事业发展的规律 | 掌握 |
| 7 | 新闻传播与受众 | 新闻传播的过程 | 掌握 | 1 | 1.1  8.1  8.2  8.4 |
| 新闻传播的基本要素分析 | 掌握 |
| 新闻选择的双重标准 | 理解 | 1 |
| 新闻传播的规律 | 理解 |
| 受众的概念和分类 | 掌握 | 1 |
| 8 | 大众传媒与社会 | 大众传媒与社会系统 | 了解 | 2 | 1.1  8.1  8.2 |
| 大众传媒与政治 | 掌握 |
| 大众传媒与经济 | 理解 |
| 大众传媒与文化 | 掌握 |
| 大众传媒与国际关系 | 理解 |
| 9 | 新闻自由与社会控制 | 新闻自由的含义 | 掌握 | 2 | 1.1  8.1  8.2 |
| 新闻自由属于人民 |
| 10 | 观摩、讨论中西方不同的新闻自由观相关资料 | 相关影视资料 | 了解 | 2 | 11.1  11.2  11.3 |
| 11 | 新闻工作者 | 新闻工作的原则 | 了解 | 4 | 1.1  8.1  8.2 |
| 新闻工作的职业特点 | 理解 |
| 新闻工作的素质要求 | 了解 |
| 新闻工作者必备的技能 | 理解 |
| 新闻选择 | 掌握 |
| 新闻工作者的职业规范 | 掌握 |
| 12 | 新闻采写实践(一) | 自行选择主题采写新闻一篇，记录采写过程与体会 | 了解 | 2 | 11.1  11.2  11.3 |
| 13 | 媒介经营与管理 | 媒介渠道经营的重要意义 | 了解  理解  掌握  掌握 | 2 | 1.1  8.1  8.2 |
| 渠道经营的体制变革 |
| 媒介广告价值分析 |
| 媒介广告资源开发 |
| 14 | 中国新闻改革 | 中国新闻改革的三次跨越 | 了解 | 2 | 1.1  8.1  8.2 |
| 中国新闻业的结构调整 | 了解 |
| 中国新闻事业的资源整合 | 了解 |
| 中国新闻业的发展走向 | 掌握 |
| 15 | 新闻媒介和网络 | 互联网在全世界的发展历程 | 了解 | 3 | 1.1  8.1  8.2 |
| 网络媒介、新媒体媒介和传统媒介之间的合作与竞争 |
| 16 | 新媒体与新闻传播（一） | 新媒体概念的梳理和界定 | 掌握 | 4 | 1.1  8.1  8.2 |
| 新媒体新闻传播的方式和特征 |
| 新媒体新闻的新闻价值和新闻真实 |
| 17 | 新媒体新闻传播案例分析与讨论 | 如分析和总结微信、微博新闻的传播方式、特征 | 理解 | 3 | 11.1  11.2  11.3 |
| 18 | 新媒体与新闻传播（二） | 新媒体新闻传播对传统新闻传播理论的消解与重构 | 掌握 | 6 | 1.1  8.1  8.2 |
| 新媒体新闻传播与网络舆情 |
| 新媒体传播与大众文化心理 |
| 19 | 新媒体新闻传播案例分析与讨论 | 如分析案例讨论传统媒体和新媒体之间的关系 | 理解 | 4 | 11.1  11.2  11.3 |
| 20 | 新媒体与新闻传播（三） | 新媒体新闻大众自传播 | 掌握 | 4 | 1.1  8.1  8.2 |
| 数据（驱动）新闻学 |
| 微信与微博新闻传播 |
| 21 | 新媒体新闻传播案例分析与讨论 | 如分析案例讨论新媒体时代受众接受模式 | 理解 | 3 | 11.1  11.2  11.3 |
| 22 | 新闻采写实践(二) | 体验展示 |  | 2 | 11.1  11.2  11.3 |
| 23 | 复习答疑 |  |  | 2 | 11.1  11.2  11.3 |

**五、课程教学方法**

基于新闻学理论性强的特点，采取讲授为主的教学手段。讲授中，在使学生掌握基本理论和基础知识的前提下，根据学生的具体情况以及教学环境、教学设备、教学目标、教学内容的特点，应有针对性地采取讲授式、问答式、讨论式、启发式等相应的教学方法。

**六、课程考核**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 考核环节 | 建议分值 | 考核/评价细则 | 对应的课程目标 |
| 平时作业 | 30 | （1）考查应用所学知识解决实际问题的实践能力、口头和文字表达能力以及团队合作能力  （2）教师根据学生考勤、选题、设计文稿、程序、报告和答辩情况评分 | 3 |
| 期中考试 | 20 | 1. 主要考核学生对每章节知识点的复习、理解和掌握程度； 2. 注重考察学生对于知识点的掌握。 | 1、2 |
| 期末考试 | 50 | （1）卷面成绩100分，以卷面成绩乘以其在总评成绩中所占的比例计入课程总评成绩。  （2）主要考查应用所学知识解决实际问题的实践能力。 | 1、2 |

**七、本课程与其它课程的联系与分工**

《新闻学原理》是大学一年级第一学期的基础性课程，通过这门课的学习，为进一步学习新闻采访、编辑等课程打下基础。

**八、建议教材及教学参考书**

**1、**李良荣著，《新闻学概论》（第五版），上海：复旦大学出版社2013年9月

2、杨保军著，《新闻理论教程》（第三版），北京：中国人民大学出版社2014年4月

3、杨艳琪著，《新媒体与新闻传播》（第一版），北京：社会科学文献出版社2015年9月

**《视觉传播》课程教学大纲**

执笔人：董媛媛 编写日期：2016年3月

**一、课程基本信息**

1．课程编号：60L795Q

2．课程体系/类别：专业类/专业必修课

3．课程性质：任选

4．学时/学分：32学时/2学分

5．先修课程：《传播学概论》、《视听语言》

6．适用专业：传播学

**二、课程教学目标**

本课程是传播学专业主干课程，是传播学教学的重要组成部分。旨在帮助学生理解和掌握视觉传播研究的基本理论和关键概念，培养学生对视觉传播和视觉文化的研究兴趣，使学生能够利用视觉传播的多维视角分析视觉形象和正确处理视觉信息。

**三、课程目标和毕业要求的对应关系**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **毕业要求** | **毕业要求指标点** | **课程目标** |
| 1.理论知识：能够将专业知识用于解决实际问题，具备宽阔的研究视野； | 1.4.1 学生能够掌握基础的社会科学研究理论； | 1、2、8、11 |
| 6.传播与社会：能够对传播所辐射影响的领域有系统了解，掌握基本知识，构建学生综合化的传播观念和意识，并且在相关领域有深入分析，培养全局意识。 | 6.2学生能够理解传媒对政治、经济、文化等全方位影响及其深层次关系； | 4、5、6、10 |
| 7.传播学前沿理论与实践：能够跟进传播学理论最新动态，掌握前沿知识，并且熟悉业界新的业务模式，并且能够深入系统的进行专题学习。 | 7.2介绍学术界最前沿的理论动态，并有意识与国际接轨 | 3、7、9 |

**四、课程教学内容和要求**

本课程共分十一个知识单元，课内总学时为32学时，其中讲授22学时，课堂展示和专题讨论8学时，课程回顾与总结2学时。课程主要内容、要求及课时分配安排如下：

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 知识单元（章节） | 知识点 | 要求 | 推荐学时 | 支撑毕业要求指标点 |
| 1 | 视觉传播研究 | 从看获取信息 | 理解 | 2 | 1.2 |
| 视觉传播的研究对象 | 掌握 | 1.1 |
| 技术演进与视觉传播的发展 | 掌握 | 1.3 |
| 2 | 视觉认知 | 视觉认知的过程和特点 | 掌握 | 2 | 1.2 |
| 视知觉理论 | 掌握 | 1.1 |
| 视觉认知学习 | 理解 | 1.2 |
| 3 | 视觉表征 | 表征与视觉表征 | 掌握 | 2 | 7.2 |
| 图像意义的表征与交流 | 掌握 | 7.2 |
| 视觉表征的理论范式 | 掌握 | 1.3 |
| 4 | 视觉修辞 | 修辞研究的视觉转向 | 理解 | 2 | 6.2 |
| 用视觉传递观点 | 掌握 | 6.2 |
| 视觉修辞理论 | 掌握 | 6.2 |
| 5 | 视觉的美学特征 | 美学视野中的视觉信息 | 理解 | 2 | 6.2 |
| 媒介美学 | 掌握 | 6.2 |
| 美与视觉认知 | 掌握 | 6.2 |
| 6 | 用图像传递信息 | 文与图的对立统一 | 理解 | 2 | 1.3 |
| 图像与叙事 | 掌握 | 6.1 |
| 平面媒体信息的图像化 | 掌握 | 6.3 |
| 图像信息的语法逻辑 | 掌握 | 7.1 |
| 7 | 从图像中获取信息 | 图像解读中受众的地位 | 掌握 | 2 | 7.2 |
| 图像传播中的受众研究 | 理解 | 7.2 |
| 图像中传播者和受众的交流 | 掌握 | 7.1 |
| 8 | 视觉素养 | 视觉素养与大众传播 | 掌握 | 2 | 1.3 |
| 视觉素养与信息认知 | 理解 | 1.2 |
| 视觉素养教育 | 掌握 | 1.1 |
| 9 | 视觉说服 | 视觉的说服力量 | 理解 | 2 | 7.1 |
| 视觉象征与说服 | 掌握 | 7.2 |
| 视觉说服中的谎言 | 掌握 | 1.2 |
| 10 | 视觉刻板印象 | 视觉转向中的刻板印象 | 掌握 | 2 | 6.2 |
| 视觉传播中的性别刻板印象 | 掌握 | 6.2 |
| 11 | 视觉传播中的伦理与法规 | 视觉传播中的伦理道德问题 | 掌握 | 2 | 1.1 |
| 视觉传播中的法律问题 | 掌握 | 1.1 |

**五、课程教学安排**

本课程的参考教材为视觉传播研究提供理论知识和基础框架。课程教学环节主要包括：课堂讲授、作业及讲评和专题讨论、案例分析。在实施研究性教学过程中，对课堂讲授、分析研究报告作业和专题讨论、案例分析等的要求如下：

1.课堂讲授具体内容细节和表达方式可体现教师个人风格，强调注重教学过程师生之间的互动，使学生能够掌握较扎实的理论知识，形成对《视觉传播》课程的总体认识。

2.本课程的少量部分内容需要学生通过自学完成，教师仅在课内进行概括性提示。

3.研究性教学专题讨论：结合视觉传播关键领域，设定专题。学生分为小组课外自主准备相关理论、背景资料和讨论大纲，每组成员要求做课堂演示并组织课堂专题讨论。建议专题讨论题目如下：视觉传播的意识形态在视觉作品中的呈现方式；视觉语言在视觉作用中的运用方法；鲍德里亚的消费社会理念对视觉传播领域的启发；对于图像霸权现象的思考；视觉叙事的方法等等。

4.评析学生的作品：教师点评学生作业，将实际写作中的问题指出，并形成讨论。

5.案例分析：《视觉传播》课程上会通过多种不同的视角分析大量的视觉作品，帮助学生更好地掌握视觉传播研究的思维和研究方法。

**六、课程的考核**

1. 形式与分数比例

平时学习情况占40%，其中出勤情况占10％，个人作业成绩以及课堂展示和专题讨论占30％。期末考核占60%。

2. 本课程考核的基本要求

期末开卷考试的内容范围与要求程度应符合本教学大纲对各章教学内容的基本要求，主要考核课堂上讲述的重要理论知识以及运用这些知识分析视觉信息的能力。

**七、本课程与其它课程的联系与分工**

本课程的先修课包括：《传播学概论I》、《传播学概论II》和《新闻学原理》等，后续课为《媒介批评》。先修课程为本课程理解和掌握关键新闻传播学概念奠定基础，后学课在本课程的基础上延展学生的理论思辨和实际分析能力。

**八、建议教材及教学参考书**

教材：

[1] 任悦：视觉传播概论，北京：中国人民大学出版社，2008年6月第1版。

主要参考资料：

[1] 周宪：视觉文化的转向，北京：北京大学出版社，2008年1月第1版。

[2] [美]保罗·M·莱斯特：视觉传播：形象载动信息，北京：中国传媒大学出版社，2003年7月第1版。

[3] [美]苏珊·桑塔格，论摄影，长沙：湖南美术出版社，1999年7月第1版。

**《专业英语》课程教学大纲**

执笔人： 刘晓燕 编写日期：2016年1月

**一、课程基本信息**

1．课程编号：60L862Q

2．课程体系/类别：专业核心课

3．课程性质：必修

4．学时/学分：64/4

5．先修课程：英语课、新闻学概论、传播学概论、新闻传播史

6．适用专业：传播学本科生

**二、课程教学目标**

本课程采用门双语授课的方式。通过本课程的学习，使学生能够用英文掌握新闻传播学基础的内容，包括全球主要新闻媒体，观察国外媒体发展、熟悉国际前沿业界动态的内容、英文新闻采写的基本知识和大量实践练习、用英文学习人类历史上的各种传播媒介与文化、媒介与社会相关的知识，以及涉及原版英文文献中传播理论、媒介素养、媒介与社会、文化研究等内容。在教材选取和课堂教学方面，参考和借鉴国外先进的传播学课程设置，尽量与国际传播学教学接轨，帮助学生了解传播学最前沿的研究并熟悉新闻传播学研究中的英文词汇。

本课程的教学目标：

1. 熟悉新闻传播学研究的相关英语词汇及表述；
2. 了解全球主要新闻媒体，观察国外媒体发展、熟悉国际前沿业界动态的内容；
3. 掌握英文新闻采写的基本知识和规律并练习写作；
4. 用英文掌握传播学基本理论、媒介与社会、媒介与文化研究等内容。

**三、课程目标和毕业要求的对应关系**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 毕业要求 | 毕业要求指标点 | 课程目标 |
| 1、理论知识 | 1.1 具有系统的新闻传播学理论；  1.5 学生能够掌握国际传播理论； | 4 |
| 2、专业技能 | 3.1 新闻相关业务能力； | 3 |
| 3、外语能力 | 5.2 完成专业领域内英语的学习及文献阅读；  5.3 在学习过程中，应当包含阅读英语报道、观察国外媒体发展、熟悉国际前沿业界动态的内容； | 1 |
| 4、新闻传播职业规范 | 8.3自觉遵守职业道德准则； | 2 |
| 5、表达与沟通 | 9.1学生能够撰写清晰的课堂讨论报告和研究论文，日常表达具备较强的逻辑性  9.3有效提升学生国际交流能力，提升跨文化交际水平 | 4 |

**四、课程教学内容和要求**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 知识单元（章节） | 知识点 | 要求 | 推荐学时 | 支撑毕业要求指标点 |
| 1 | Understanding News | The impact on Journalism | 掌握 | 4 | 5.3 |
| Public Journalism | 掌握 |
| 2 | The Basic News Story | Determining your focus | 理解 | 6 | 3.1 |
| Elements of the basic news story | 掌握 |
| 3 | Constructing stories | Hard-news leads | 掌握 | 4 | 3.1 |
| Soft-leads and nut graphs | 理解 |
| 4 | Story Structure | Middles and endings | 掌握 | 4 | 3.1 |
| Story forms |
| 5 | Storytelling and feature techniques | Storytelling structure | 理解 | 2 | 3.1 |
| 6 | Web Journalism | Qualities | 理解 | 4 | 3.1 |
| Digital storytelling |
| 7 | Beating Reporting | Develop story ideas | 理解 | 2 | 5.3 |
| Covering specialty beats | 掌握 |
| 8 | Crime and Punishment | Crime stories | 掌握 | 2 | 8.3 |
| Court Stories | 理解 |
| 9 | Disasters, weather and tragedies | Ethics | 理解 | 2 | 8.3 |
| Reporting Techniques | 掌握 |
| 10 | Speeches, news conferences and meetings | Stories | 了解 | 2 | 3.1 |
| 11 | Mass Communication, Culture, and Media Literacy | Definitions of Mass Communication, culture | 掌握  掌握 | 4 | 1.1  1.5 |
| Scope and nature of mass media | 掌握 |
| Changes | 了解 |
| Mass communication and culture | 掌握 |
| Media literacy | 掌握 |
| 12 | Books | A Short History of Books | 了解 | 4 | 9.1 |
| Scope and Structure of the Book Industry | 掌握 |
| Trends and Convergence in Book Publishing | 掌握 |
| 13 | Newspapers | A Short History of Newspapers | 理解 | 4 |
| Scope and Structure of the Newspapers Industry | 掌握 |
| Trends and Convergence in Newspapers Publishing | 掌握 |
| 14 | Magazines | A Short History of Magazines | 了解 | 4 | 9.3 |
| Scope and Structure of the Magazines Industry | 掌握 |
| Trends and Convergence in Magazines Industry | 掌握 |
| 15 | Films | A Short History of Films | 理解 | 4 | 5.2 |
| Scope and nature of the film industry | 掌握 |
| Trends and convergence in moviemaking | 掌握 |
| 16 | Radio and Sound Recording | A Short History of Radio and Sound Recording | 理解 | 4 | 5.2 |
| Scope and nature of Radio industry | 掌握 |
| Trends and convergence | 掌握 |
| 17 | Television | A Short History of Television | 理解 | 4 | 5.2 |
| Scope and nature of Television industry | 掌握 |
| Trends and convergence | 掌握 |
| 18 | The Internet and the world wide web | A Short History of The Internet | 掌握 | 4 | 5.2 |
| The Internet and its users | 掌握 |
| Reconceptualizing life in an interconnected world | 掌握 |
| 19 | Revision |  |  | 2 |  |

**五、课程教学方法**

本课程强调学生的英文文献阅读和英文语言表达能力。本课程要求学生实际动手操作，进行英文写作的练习和报告，为可能进入媒体的学生做好相应的准备。在进行本课程的教学时，应注意：课堂学习与课外大量阅读英文文献和相关的英文新闻、写作相结合，通过教材为主的理论知识点学习和实际的练习和报告相结合，个体学习和小组讨论报告相结合等方式。具体如下：

1. 课堂讲授：以教材为主，多媒体音频、视频教材为辅。对新闻采写中的基本知识进行讲授，在教师的引导下，以学生为中心的教学模式，了解和掌握英文新闻采写的基本规律；

2. 作业：对英文新闻的导语及以硬新闻为主的新闻类型进行实践练习；

3. 课堂展示：学生的讨论和课程报告反映了学生课下的学习和思考情况。鼓励学生在阅读相关的英文文献和内容后，进行相应的课堂汇报。

**六、课程考核**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 考核环节 | 建议分值 | 考核/评价细则 | 对应的课程目标 |
| 平时成绩 | 30 | （1）出勤（10分）；  （2）课堂表现（10分）；  （3）5次作业，包括英文硬新闻、延迟性新闻导语等练习（10分）； | 3 |
| 课堂报告 | 20 | 对所阅读的英文文献进行小组汇报，并提出相应思考问题； | 2 |
| 期末考试 | 50 | （1）卷面成绩100分，以卷面成绩乘以其权重后计入课程总评成绩。  （2）主要考核学生对英文新闻的写作能力，以及对人类传播历史中各个阶段媒介与社会、文化的联系。 | 4 |

**七、本课程与其它课程的联系与分工**

《专业英语》是大学三年级秋季学期的专业核心课程，此前通过学习《新闻学概论》、《传播学概论》、《新闻传播史》等基础类课程的学习，对新闻传播学领域的基本理论和研究具有初步的认识，在此基础上，本课程通过双语授课的方式，指导学生用英文学习新闻采写等技巧以及新闻传播学领域中的重要英文文献，为打算进入媒体工作的学生做好准备，同时也会想继续进行深造学习的学生打下基础，并对论文的写作有一定帮助。

**八、建议教材及教学参考书**

1. 傅玉辉 (改编), 卡罗尔•里奇 (Carole Rich) (作者)Writing and Reporting News A Coaching Method (fifth edition)，北京：中国人民大学出版社，2012.

2. Stanley J. Baran. 钟新主审. 传播学专业英语教程. 北京：中国人民大学出版社. 2008年.

3. 展江，新闻传播学专业英语教程（第二版）.北京：中国人民大学出版社.2014.

**《组织沟通》课程教学大纲**

执笔人：李冰 编写日期：2016年1月

**一、课程基本信息**

1．课程编号：

2．课程体系/类别：专业类

3．课程性质：任选

4．学时/学分：32学时/2学分

5．先修课程：传播学概论、传媒经营与管理

6．适用专业：传播学

**二、课程教学目标**

该课程是高等院校传播学专业开设的一门重要的专业课。通过讲授组织沟通的重要理论和概念，研究潜藏在组织沟通表象背后的深层规律，通过在课堂上带领学生针对代表性个案进行分析，帮助同学们更好的了解组织成员之间、组织内部机构之间的信息交流和沟通。本课程的目标是使同学们掌握组织沟通的核心理论，培养同学们的案例分析能力，帮助学生成为更有市场竞争力的人才。

具体目标主要包括：

1．帮助学生掌握完善系统的组织沟通理论；

2．帮助学生进一步培养主动沟通技巧与自我表达意识，并进一步提升沟通中的逻辑性；

3．引导学生对经典案例进行分析，进一步培养使用组织沟通理论解决组织中实际问题的能力；

4．培养和锻炼学生的研究能力、表达能力和团队合作精神及在团队中发挥作用的能力，使得学生能够适应未来踏上工作岗位后的面临的多角色转变；

5．帮助学生了解组织、传播与社会之间的紧密联系及深层次关系，提升学生的大局观和竞争力。

**三、课程目标和毕业要求的对应关系**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **毕业要求** | **毕业要求指标点** | **课程目标** |
| 1．理论知识 | 1.3具有完备的业务基础理论水平 | 1 |
| 6．传播与社会 | 6.2学生能够理解传媒对政治、经济、文化等全方位影响及其深层次关系 | 5 |
| 9．表达与沟通 | 9.2具有主动沟通与自我表达意识 | 2 |
| 10．团队意识 | 10.3具备实习工作岗位的多角色转变，并能够主动与合作方建立良好的工作关系 | 4 |
| 11．创新素质能力 | 11.4培育新媒体传播迭代、更新、优化的工作意识，并系统建立相应技能 | 3 |

**四、课程教学内容和要求**

本课程共分13个知识单元。课内总学时为32学时，其中讲授26学时，学生演示4学时，课程回顾与总结2学时。课程主要内容、要求及课时分配安排如下：

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **知识单元（章节）** | **知识点** | **要求** | **推荐学时** | **支撑毕业要求指标点** |
| 1 | 课程介绍 | 介绍本门课程 | 了解 | 0.5 | 6.2 |
| 组织沟通面临的挑战 | 介绍组织沟通目前的发展现状及其面临的挑战 | 了解 | 1.5 |
| 2 | 古典学派 | 古典学派理论中的传播 | 了解 | 2 | 1.1.1，1.3.3，2.6 |
| 古典学派理论在组织中的应用 | 理解 |
| 个案研究 | 掌握 |
| 3 | 人际关系学派和人力资源学派 | 霍桑试验 | 了解 | 2 | 1.1.1，1.3.3，2.6 |
| 人际关系学派和人力资源学派在现代组织中的应用 | 理解 |
| 个案研究 | 掌握 |
| 4 | 系统学派 | 三种系统理论 | 理解 | 2 | 1.1.1，1.3.3，2.6 |
| 个案研究 | 掌握 |
| 5 | 文化研究学派 | 文化研究的不同范式及个案研究 | 理解 | 2 | 1.1.1，1.3.3，2.6 |
| 批判学派 | 组织中的批判学派及个案研究 | 理解 |
| 6 | 个人展示 | 考核1 | 掌握 | 2 | 9.2 |
| 7 | 社会化过程 | 组织社会化的模型 | 理解 | 2 | 2.6，6.2 |
| 个案研究 | 掌握 |
| 8 | 决策过程 | 决策过程的模型 | 理解 | 2 | 2.6，6.2 |
| 个案研究 | 掌握 |
| 9 | 冲突管理过程 | 组织冲突的管理及其影响因素 | 理解 | 2 | 2.6，6.2 |
| 个案研究 | 掌握 |
| 10 | 组织变革与领导力 | 组织中的领导力 | 理解 | 2 | 2.6，6.2 |
| 个案研究 | 掌握 |
| 11 | 工作中的情绪管理 | 工作中的情绪及其应对策略 | 了解 | 2 | 2.6，6.2 |
| 个案研究 | 掌握 |
| 12 | 多元化管理过程 | 多元文化的组织 | 了解 | 2 | 1.3.3，2.6 |
| 个案研究 | 掌握 |
| 13 | 组织沟通中的技术 | 技术类型及其产生效果 | 理解 | 2 | 2.6，6.2，11.4 |
| 个案研究 | 掌握 |
| 14 | 组织沟通愿景 | 全球化环境下的组织沟通 | 了解 | 2 | 11.4 |
| 个案研究 | 掌握 |
| 15 | 小组展示 | 考核2 | 掌握 | 2 | 9.2 |
| 16 | 复习及答疑 | 本课程各章重点 | 掌握 | 2 | 1.1.1，6.2 |

**五、课程教学方法**

本课程是新闻传播学专业的选修课，课程实践性较强，在教材的选用及课堂教学中，注重参考国外相关课程的设置及教学方法，力求理论及案例的时效性。

具体课程教学安排如下：

1．课堂讲授：以教材为主，多媒体音频、视频素材为辅。在教师的引导与带领下，采用以学生为中心的教学模式，积极领会组织沟通理论及案例；

2．课堂展示：学生的课堂讨论和PPT展示十分重要，教师通过对组织沟通基本理论进行必要的讲授，启发学生对相关的内容进行分析讨论，学生还要经常阅读媒体文章、进行个人以及分组的PPT演示，这些是平时成绩的重要组成部分。

3．专题训练：以专题的形式向学生推荐阅读与课内知识内容有关的音频、视频及文字资料并完成研究论文写作。

**六、课程考核**

平时考核成绩占总成绩的50%，期末论文占总成绩的50%。最后的总评成绩由下表中若干部分组成：

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **考核环节** | **分值** | **考核/评价细则** | **对应的课程目标** |
| 课堂表现 | 10 | （1）考核学生的出勤情况；  （2）考核学生的课堂互动情况。 | 2 |
| 个人展示 | 15 | （1）主要考核学生对所学理论的理解和掌握程度；  （2）根据选题、展示内容、PPT形式和答辩情况评分。 | 1、2 |
| 小组展示 | 25 | （1）考查应用所学知识、口头和文字表达能力以及团队合作能力；  （2）根据选题、展示内容、PPT形式和答辩情况评分，分数以小组成绩为依据，在此基础上针对个人实际表现进行加减。 | 1、2、5 |
| 期末论文 | 50 | （1）论文总分100分，以卷面成绩乘以其在总评成绩中所占的比例计入课程总评成绩。  （2）主要考核论文格式、论文内容 | 1、3、5 |

**七、本课程与其它课程的联系与分工**

本课程于传播学专业本科第6学期开设，，学生此前已经完成传播学概论、新媒体概论、传媒经营与管理等相关专业课程的学习并顺利通过考试。本课程的主要任务是帮助学生切实掌握组织沟通的核心理论，并能够运用理论对相关案例进行深入的分析和解读，从而帮助学生对组织沟通的内涵和外延都能有比较清晰准确的了解和认识，并在此基础上提高自己的独立思考和分析能力，为将来进入职场做好充分的准备。

**八、建议教材及教学参考书**

教材：

[1] 凯瑟琳•米勒, 袁军等译. 组织传播（第2版）. 华夏出版社. 2000年.

[2] Katherine Miller. Organizational Communication: Approaches and Processes (6 Edition). Wadsworth Publishing. 2011.

主要参考书：

[1] 斯蒂芬·P·罗宾斯，蒂莫西A．贾奇著. 孙健敏等译. 组织行为学（第14版）. 中国人民大学出版社. 2012年.