《媒介管理学》课程教学大纲

**一、课程基本信息**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **英文名称** | Media Management I | **课程代码** | JOUR1017 |
| **课程性质** | 专业必修课程 | **授课对象** | 新闻学、新媒体、播音主持专业 |
| **学 分** | 2学分 | **学 时** | 34学时 |
| **主讲教师** | 谷鹏 丁文祎 | **修订日期** | 2021年10月1日 |
| **指定教材** | 媒介管理学概论 /邵培仁,陈兵著.北京：高等教育出版社2010 |

**二、课程目标**

（一）**总体目标：**

现代社会中，管理对于任何一个组织和行业的重要性都是不言而喻的，对媒介组织同样也不例外。中国的媒介组织需要现代化的管理手段和先进的运营理念。本课程从媒介管理的基本概念、基本原理入手，全面系统的向学生介绍媒介管理学中的成熟理论、先进成果以及当代媒介管理的新变化、新趋势。通过理论联系实例的引导方式，讲授结合讨论的教学模式，旨在让学生了解世界媒介管理的经验和方法，总结我国媒介管理的经验教训，认识媒介管理的现存样态，引导学生培养起分析传媒经营的思考能力，为传媒业输送既懂业务又懂媒体经营的复合型人才。

（二）课程目标：

**课程目标1：掌握媒介管理学的基本概念和经典理论，了解现代化媒介组织的主要管理方式和运营模式，同时提升学生的媒介理论素养和管理理论素养。**

1．1 掌握媒介管理的概念、目的、内容、类型和范围

1．2 了解媒介组织与媒介产业

1. 3 掌握媒介管理中的计划、领导、组织和控制职能

**课程目标2：熟练运用媒介管理学知识，剖析当下媒介管理实例，提升学生理论联系实践、思考创新的能力。**

2．1 剖析了解报刊业经营管理

2．2 剖析了解广播影视业经营管理

2. 3 剖析了解新媒体业经营管理

**课程目标3：了解掌握我国媒介宏观管理的基本政策和体制，将学生培养为符合马克思主义、毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观、习近平新时代中国特色社会主义思想的高度政治觉悟、社会责任和新闻理想的管理人才。**

3. 1 掌握中国传媒管理体制的发展历史

3. 2 了解中国和西方传媒管理体制的异同

3. 3 掌握新时代媒介政策和管理体制的变化趋势

（三）课程目标与毕业要求、课程内容的对应关系

**表1：课程目标与课程内容、毕业要求的对应关系表**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **课程目标** | **课程子目标** | **对应课程内容** | **对应毕业要求** |
| 课程目标1 | 1.1 | 第一章 | 1、3、5 |
| 1.2 | 第二章 | 1、3、5 |
| 1.3 | 第三章 | 1、3、5 |
| 课程目标2 | 2.1 | 第四章 | 1、2、3、4、5 |
| 2.2 | 第五章 | 1、2、3、4、5 |
| 2.3 | 第六章 | 1、2、3、4、5 |
| 课程目标3 | 3.1 | 第七章 | 1、2、3、4 |
| 3.2 | 第八章 | 1、2、3、4 |
| 3.3 | 第九章 | 1、2、3、4 |

**三、教学内容**

**第一章 媒介管理概述**

1.教学目标

通过本章节的学习，使学生掌握媒介管理的概念、目的、内容、类型和范围。

2.教学重难点

媒介管理的内涵与外延；媒介管理的目的

3.教学内容

管理是人类为了不断提高各种功效去达到预定目标而从事的一系列活动的过程。媒介管理是指传媒管理机构和人员为了提高传媒的信息传输功能而对传媒及其组织行为所进行计划、决策、组织、控制和调节的过程。媒介管理的目的是通过与媒介组织内外部人员合作，充分开发利用媒介资源，既有效率又有效果的达到既定媒介发展目标。其内容包括传媒宣传管理、经营管理、人事管理、网络技术管理等；类型包括印刷传媒管理、电子传媒管理等；范围包括传媒宏观管理、传媒微观管理等。

4.教学方法

讲授为主，辅以问答、课后思考拓展和学生自主案例分析。

5.教学评价

讲授紧密围绕教学目标，课堂内容生动丰富，师生有效互动。

**第二章 媒介产业与媒介组织概述**

1.教学目标

通过本章节的学习，使学生了解媒介产业与媒介组织的概念和特性

2.教学重难点

媒介产业的公共性、信息性和盈利性；媒介组织双重属性

3.教学内容

媒介是公共产业，媒介产业公共性是指按照市场机制和媒介产业规律组建，媒介组织自主履行计划、组织、控制、管理等职能的过程中所体现的社会公共影响。包括政治功能、经济功能、教育功能、文化功能。媒介是信息产业，其生产流程包括信息采集、信息处理、信息产品产出和信息传播四个环节。媒介是盈利产业，其盈利模式包括讯息转化成商品、受众转化成商品和买卖过程转化成增益过程三个主要模式。所谓媒介组织，是指专门从事大众传播活动以满足社会需要的社会单位或群体。其特点包括筹划建立、认定与认同、满足大众信息需要、专门性、固定媒体、分工与权限、强调时效、制定规章制度等。

4.教学方法

讲授为主，辅以问答、课后思考拓展和学生自主案例分析。

5.教学评价

讲授紧密围绕教学目标，课堂内容生动丰富，师生有效互动。

**第三章 媒介组织的管理职能**

1.教学目标

通过本章节的学习，使学生了解掌握媒介管理中的计划、领导、组织和控制四大职能

2.教学重难点

战略计划；领导特质理论和行为理论；控制的流程

3.教学内容

计划是管理的首要职能，包括定义组织的目的和目标，制定为达到这些目标的总体战略，以及建立一套综合的计划体系来整合与协调行动。所谓领导，就是领导者率领，引导和影响团体成员从事与团体任务相关的各种活动的过程。组织，是指一种能够创建组织结构的管理功能。控制是指监督活动的过程，其目的在于确保活动得以按计划完成，并且能够纠正任何明显的偏差。

4.教学方法

讲授为主，辅以问答、课后思考拓展和学生自主案例分析。

5.教学评价

讲授紧密围绕教学目标，课堂内容生动丰富，师生有效互动。

**第四章 报刊业经营管理**

1.教学目标

通过本章节的学习，使学生了解报刊业经营管理的基本模式以及我国报刊业经营管理的基本现状。

2.教学重难点

报刊业的内容生产、市场竞争和广告营销；新媒体时代报刊业经营管理面临的挑战

3.教学内容

从大众媒体诞生以来，报刊业拥有无可替代的重要地位。报刊业的经营管理涉及范围广泛，即包括对信息内容生产的管理，也包括对报纸生产、发行、销售的管理，还要关注市场竞争和广告营销。在新媒体时代，我国报刊业面临着数字化冲击、体制改革缓慢、同质化严重、定位趋同等诸多问题。

4.教学方法

讲授为主，辅以问答、课后思考拓展和学生自主案例分析。

5.教学评价

讲授紧密围绕教学目标，课堂内容生动丰富，师生有效互动。

**第五章 广播影视业经营管理**

1.教学目标

通过本章节的学习，使学生了解广播影视业经营管理的基本模式以及我国广播影视业经营管理的基本现状。

2.教学重难点

广播影视业的发展阶段；新媒体时代广播影视业的经营管理重点

3.教学内容

广播影视业具有强大的影响力和传播力，它的有效管理和发展不仅能满足受众日益增长的精神需求，还能快速推动文化创意产业、信息服务业的发展。我国广播影视业经历了初创阶段、快速发展阶段、全面提升阶段三个阶段；现阶段的广播影视业经营管理重点在于体制改革的稳步推进、数字化的全面覆盖和经营模式的创新。

4.教学方法

讲授为主，辅以问答、课后思考拓展和学生自主案例分析。

5.教学评价

讲授紧密围绕教学目标，课堂内容生动丰富，师生有效互动。

**第六章 新媒体业经营管理**

1.教学目标

通过本章节的学习，使学生了解新媒体业经营管理的基本模式以及我国新媒体业经营管理的基本现状。

2.教学重难点

新媒体业经营管理特点；新媒体业与传统媒体业的竞争与合作

3.教学内容

新媒体产业近年来增长快速，其经营管理体现了长尾效应、创造为先、融合互动、竞合共赢四大特点。新媒体业的盈利模式主要包括广告、内容付费、提供无线增值服务以及异业合作、利润分成等。新媒体业在市场广度和深度上的优势，对传统媒体带来了巨大的挑战；而新媒体在把关人以及信息可靠度上缺失，又使得新媒体和传统媒体的博弈中，业界逐渐探索出一条新的道路，即新媒体与传统媒体的有效交叉——融媒体。

4.教学方法

讲授为主，辅以问答、课后思考拓展和学生自主案例分析。

5.教学评价

讲授紧密围绕教学目标，课堂内容生动丰富，师生有效互动。

**第七章 传媒管理体制概述**

1.教学目标

通过本章节的学习，使学生掌握传媒管理体制的基本概念和中国传媒管理体制的发展历史

2.教学重难点

传媒管理体制的制定步骤；中国传媒管理体制发展历史

3.教学内容

传媒管理体制：有关传媒系统的各项管理制度和管理方法的总称，包括传媒领导体制、传媒组织和运行中的管理制度、管理方法等多方面的内容。建立传媒管理体制的步骤包括（1）确定传媒系统的界限，明确传媒系统与外部环境的关系；（2）合理划分传媒系统内部的管理层次，明确不同层次管理机构的权限及责任；（3）合理划分和分配处于同一层次的管理机构的权限，明确它们的责任、权利以及相互关系。我国传媒管理体制发展历史可以分为旧中国和新中国两个阶段，包括唐、宋、元、明、清、国民党统治时期、新中国等多个时期。

4.教学方法

讲授为主，辅以问答、课后思考拓展和学生自主案例分析。

5.教学评价

讲授紧密围绕教学目标，课堂内容生动丰富，师生有效互动。

**第八章 中西传媒管理体制比较**

1.教学目标

通过本章节的学习，使学生了解西方传媒管理体制的发展历史和现状，比较掌握中国和西方传媒管理体制的异同

2.教学重难点

美国传媒管理体制；中西方传媒管理体制异同

3.教学内容

西方的传媒管理体制发展可以分为三个阶段：第一阶段，十九世纪末至二十世纪初，西方国家传媒的革命阶段；第二阶段，第一次世界大战至第二次世界大战，集团化寡头化发展阶段；第三阶段，第二次世界大战以后，跨媒介垄断、跨行业垄断、跨国垄断阶段。现代美国的传媒所有制包括政府所有制、公共所有制和个人所有制三种形式。美国政府通过两种手段对传媒施行影响和控制:（1）通过和传媒界建立各种各样的关系，在潜移默化中发挥作用。（2）通过司法手段，制定一系列法律条文和规章制度来约束传媒。

4.教学方法

讲授为主，辅以问答、课后思考拓展和学生自主案例分析。

5.教学评价

讲授紧密围绕教学目标，课堂内容生动丰富，师生有效互动。

**第九章 新媒体时代的媒介管理体制**

1.教学目标

通过本章节的学习，使学生了解新时代的媒介管理体制，掌握新媒体时代媒介政策和管理体制的变化趋势

2.教学重难点

新媒体时代的内容管理系统；新媒体时代的舆论引导管理

3.教学内容

新媒体时代的媒介管理体制呈现五个主要维度：维度一：建立崭新的内容管理系统；维度二：再造新闻生产流程；维度三：调动内容生产者积极性；维度四：与用户建立情感链接；维度五：舆论引导的管理。

4.教学方法

讲授为主，辅以问答、课后思考拓展和学生自主案例分析。

5.教学评价

讲授紧密围绕教学目标，课堂内容生动丰富，师生有效互动。

**四、学时分配**

**表2：各章节的具体内容和学时分配表**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 章节 | 章节内容 | 学时分配 |
| 第一章 | 媒介管理概述 | 2 |
| 第二章 | 媒介产业与媒介组织概述 | 6 |
| 第三章 | 媒介组织的管理职能 | 8 |
| 第四章 | 报刊业经营管理 | 2 |
| 第五章 | 广播影视业经营管理 | 2 |
| 第六章 | 新媒体业经营管理 | 2 |
| 第七章 | 传媒管理体制概述 | 4 |
| 第八章 | 中西传媒管理体制比较 | 4 |
| 第九章 | 新媒体时代的媒介管理体制 | 4 |

**五、教学进度**

**表3：教学进度表**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 周次 | 日期 | 章节名称 | 内容提要 | 授课时数 | 作业及要求 | 备注 |
| 1 |  | 媒介管理概述 | 媒介管理的概念、目的、内容、类型和范围 | 2 | 掌握知识点、浏览相关文献 |  |
| 2-4 |  | 媒介产业与媒介组织概述 | 媒介产业与媒介组织的概念和特性 | 6 | 掌握知识点、了解相关案例 |  |
| 5-8 |  | 媒介组织的管理职能 | 媒介管理中的计划、领导、组织和控制四大职能 | 8 | 掌握知识点、了解相关案例、运用知识指导实践 |  |
| 9 |  | 报刊业经营管理 | 报刊业经营管理的基本模式以及我国报刊业经营管理的基本现状 | 2 | 掌握知识点、了解相关案例、运用知识指导实践 |  |
| 10 |  | 广播影视业经营管理 | 广播影视业经营管理的基本模式以及我国广播影视业经营管理的基本现状 | 2 | 掌握知识点、了解相关案例、运用知识指导实践 |  |
| 11 |  | 新媒体业经营管理 | 新媒体业经营管理的基本模式以及我国新媒体业经营管理的基本现状 | 2 | 掌握知识点、了解相关案例、运用知识指导实践 |  |
| 12-13 |  | 传媒管理体制概述 | 传媒管理体制的基本概念和中国传媒管理体制的发展历史 | 4 | 掌握知识点、浏览相关文献 |  |
| 14-15 |  | 中西传媒管理体制比较 | 西方传媒管理体制的发展历史和现状，中国和西方传媒管理体制的异同 | 4 | 掌握知识点、浏览相关文献 |  |
| 16-17 |  | 新媒体时代的媒介管理体制 | 新时代的媒介管理体制和变化趋势 | 4 | 掌握知识点、浏览相关文献、了解相关案例 |  |

**六、教材及参考书目**

1、菲利普.科特勒：《营销管理》（第 5版），上海人民出版社，1994年版。

2、吴文虎：《新闻事业经营管理》，高等教育出版社 1999年版。

3、芮明杰：《管理学——现代的观点》，上海人民出版社，2000年版。

4、卡尔.W.斯特恩等：《公司战略透视》，上海远东出版社 2000年版。

5、董天策：《中国报业的产业化运作》，四川人民出版社 2002年版。

6、胡正荣：《媒介管理研究》，北京广播学院出版社 2000年版。

7、周鸿铎：《传媒产业经营实务》，新华出版社 2000年版。

8、黄升民等：《中国广电媒介集团化研究》，中国物价出版社 2001年版。

9、曹鹏等：《透视媒介资本市场》，光明出版社 2001年版。

10、孙燕君：《报业中国》，中国三峡出版社 2002年版。

11、邵培仁：《媒介管理学》，高等教育出版社 2003年版。

12、支庭荣：《西方媒介产业化历史研究》，广东人民出版社 2004年版

13、毛蕴诗译；（美）史蒂芬·P.罗宾斯：《管理学 原理与实践 》第10版[M]. 北京：机械工业出版社, 2019.04.

**七、教学方法**

1．讲授法。本课程教学将以老师讲授为主要教学方式。老师将提前为课程准备相关课件内容，在课堂上以理论讲授与现实案例展示分析相结合的方式，为学生系统性的、深入浅出的讲授课程内容。

2．讨论法。本课程教学在讲授的同时，会在课程上穿插围绕核心知识点的提问和讨论环节，加强学生对课程内容的理解以及独立批判思考的能力。

3、案例分享法。本课程还会在每节课，安排一组同学进行十分钟左右的课程相关案例分享，即培养学生课前预习和课后思考的好习惯，也能加强学生学以致用的能力。

 **八、考核方式及评定方法**

**（一）课程考核与课程目标的对应关系**

**表4：课程考核与课程目标的对应关系表**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **课程目标** | **考核要点** | **考核方式** |
| 课程目标1 | 媒介管理的概念、目的、内容、类型和范围；媒介组织与媒介产业；媒介管理中的计划、领导、组织和控制职能 | 新闻传播职业道德的基本理论、原则和规范 |
| 课程目标2 | 报刊业经营管理；广播影视业经营管理；新媒体业经营管理 | 新闻传播职业道德的基本理论、原则和规范 |
| 课程目标3 | 中国传媒管理体制的发展历史；中国和西方传媒管理体制的异同；新时代媒介政策和管理体制的变化趋势 | 新闻传播职业道德的基本理论、原则和规范 |

**（二）评定方法**

**1．评定方法**

平时成绩：30%，期中考试：20%，期末考试50%

**2．课程目标的考核占比与达成度分析**

**表5：课程目标的考核占比与达成度分析表**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  **考核占比****课程目标** | **平时** | **期中** | **期末** | **总评达成度** |
| 课程目标1 | 30 | 20 | 50 | 课程目标1达成度={0.3ｘ平时目标1成绩+0.2ｘ期中目标1成绩+0.5ｘ期末目标1成绩}/目标1总分。课程目标2达成度={0.3ｘ平时目标2成绩+0.2ｘ期中目标2成绩+0.5ｘ期末目标2成绩}/目标2总分。课程目标3达成度={0.3ｘ平时目标3成绩+0.2ｘ期中目标3成绩+0.5ｘ期末目标3成绩}/目标3总分。 |
| 课程目标2 | 30 | 20 | 50 |
| 课程目标3 | 30 | 20 | 50 |

**（三）评分标准** （小四号黑体）

| **课程****目标** | **评分标准** |
| --- | --- |
| **90-100** | **80-89** | **70-79** | **60-69** | **＜60** |
| **优** | **良** | **中** | **合格** | **不合格** |
| **A** | **B** | **C** | **D** | **F** |
| **课程****目标1** | 能够深入理解和熟练运用媒介管理学的基本概念和经典理论以及现代化媒介组织的主要管理方式和运营模式 | 能够较深入理解和较熟练运用媒介管理学的基本概念和经典理论以及现代化媒介组织的主要管理方式和运营模式 | 能够基本掌握和运用媒介管理学的基本概念和经典理论以及现代化媒介组织的主要管理方式和运营模式 | 能够了解和简单运用媒介管理学的基本概念和经典理论以及现代化媒介组织的主要管理方式和运营模式 | 不能够了解或无法简单运用媒介管理学的基本概念和经典理论以及现代化媒介组织的主要管理方式和运营模式 |
| **课程****目标2** | 能够深入理解和熟练运用包括我国报刊业、广电影视业和新媒体业在内的媒介组织的经营管理知识和实例。 | 能够较深入理解和较熟练运用包括我国报刊业、广电影视业和新媒体业在内的媒介组织的经营管理知识和实例。 | 能够基本掌握和运用包括我国报刊业、广电影视业和新媒体业在内的媒介组织的经营管理知识和实例。 | 能够了解和简单运用包括我国报刊业、广电影视业和新媒体业在内的媒介组织的经营管理知识和实例。 | 不能够了解或无法简单运用包括我国报刊业、广电影视业和新媒体业在内的媒介组织的经营管理知识和实例。 |
| **课程****目标3** | 能够深入理解和熟练运用我国媒介宏观管理的基本政策和体制 | 能够较深入理解和较熟练运用我国媒介宏观管理的基本政策和体制 | 能够基本掌握和运用我国媒介宏观管理的基本政策和体制 | 能够了解和简单运用我国媒介宏观管理的基本政策和体制 | 不能够了解或无法简单运用我国媒介宏观管理的基本政策和体制 |