《移动互联传播与APP应用》课程教学大纲

**一、课程基本信息**（四号黑体）

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **英文名称** | Mobile Interconnection Propagation & APP Application | **课程代码** | NENM1019 |
| **课程性质** | 专业选修课 | **授课对象** | 传媒学院大三（上）学生 |
| **学 分** | 3 | **学 时** | 54 |
| **主讲教师** | 张可 | **修订日期** | 2023年8月6日 |
| **指定教材** | 自编 |

**二、课程目标**（四号黑体）

（一）**总体目标：**（小四号黑体）

基于传播学、心理学、市场营销学等跨学科理论，结合数字媒体时代，移动互联传播的特点现象和热门案例，理解移动互联媒体设计、运用、推广不同阶段的策略方式，探究新媒体应用（APP）受众的需求和态度，掌握测量受众使用新媒体应用行为意向的方法，阐释新媒体技术和应用的传播效果。

（二）课程目标：（小四号黑体）

**课程目标1：了解移动互联传播热点现象**

1．1 了解数字媒体时代，移动互联传播的新现象、新热点，结合案例，分析新媒体应用的发展现状、面临的挑战和基于，以及未来发展趋势；

1．2 结合传播学、心理学、市场营销学等领域的相关理论，从微观受众的角度，讨论移动互联媒体设计、运用、推广不同阶段的策略方式。

**课程目标2：学习受众效果研究相关理论**

2．1 围绕受众的媒介技术采纳行为，学习包括理性行为理论、计划行为理论、技术接受模型、期望确认理论、社会认知理论、整合技术接受模型在内的信息技术接受相关理论；

2．2 结合所学理论中的相关变量，了解变量间的相互关联和因果关系，并独立选定研究话题，梳理文献，提出研究假设，构建研究概念模型。

**课程目标3：掌握基础的定量研究方法**

3. 1. 学习实证研究相关方法，围绕定量研究，掌握通过问卷调研测量用户对新媒体应用认知、采纳和使用的手段和过程；

3. 2. 学习使用SPSS软件，熟练掌握包括描述性统计分析、信效度分析、T-test、F-test、相关性分析、回归分析、中介效应检验、调节效应检验等基础统计学分析操作。

（三）课程目标与毕业要求、课程内容的对应关系（小四号黑体）

**表1：课程目标与课程内容、毕业要求的对应关系表** （五号宋体）

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **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 | 第一部分：移动互联传播发展现状和新媒体应用的用户探析、设计、运营、推广 | 初步掌握基础人文科学与社会科学的知识 |
| 1.2 |
| 课程目标2 | 2.1 | 第二部分：新媒体技术和应用的受众效果研究的相关概念和理论模型 | 系统掌握新闻传播学的基础知识和基本理论 |
| 2.2 |
| 课程目标3 | 3.1 | 第三部分：新媒体技术和应用的受众使用的态度和意向测量 | 系统掌握新闻传播学的基本方法 |
| 3.2 |

**三、教学内容**（四号黑体）

（具体描述各章节教学目标、教学内容等。实验课程可按实验模块描述）

1. **教学目标**

了解移动互联传播热点现象、学习受众效果研究相关理论、掌握基础的定量研究方法。

**2. 教学内容**

2.1基于传播学相关理论，结合新媒体时代，移动互联传播的现象或案例，了解媒介受众的需求和态度，阐释新媒体技术和应用的传播效果。

2.2 学习实证研究的相关概念，掌握通过问卷调研测量用户对新媒体应用认知、采纳和使用的方法，熟练运用SPSS进行基础统计学操作。

**3. 教学重难点**

对受众效果和媒介技术接受的分析、建立起理解受众态采纳新媒体技术（应用）的态度（意向）的学理视角。

**4. 教学方法**

讲授法、案例教学法、实操法、讨论法

**四、学时分配**（四号黑体）

**表2：各章节的具体内容和学时分配表**（五号宋体）

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 章节 | 章节内容 | 学时分配 |
| 第一章 | 绪论：移动互联传播发展现状 | 3 |
| 第二章 | 移动互联传播发展现状和新媒体应用的用户探析 | 12 |
| 第三章 | 移动互联传播发展现状和新媒体应用的设计、运营、推广 | 9 |
| 第四章 | 新媒体技术和应用的受众效果研究的相关概念和理论模型 | 15 |
| 第五章 | 新媒体技术和应用的受众使用的态度和意向测量 | 15 |

**五、教学进度**（四号黑体）

**表3：教学进度表**（五号宋体）

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 周次 | 日期 | 章节名称 | 内容提要 | 授课时数 | 作业及要求 | 备注 |
| 1 |  | 绪论：移动互联传播发展现状 | 移动互联传播时代受众的进化，受众3.0时代的媒体经营模式，粉丝（消费者/用户）经济，新媒体应用技术进展 | 3 |  |  |
| **第一部分：移动互联传播发展现状和新媒体应用的用户探析、设计、运营、推广** |
| 2 |  | 社交媒体（应用）的开发现状及发展趋势 | 社交媒体应用的分类特征，社交媒体应用的开发现状，社交媒体应用的衡量指标，社交媒体应用的发展趋势，陌生人社交媒体应用运营 | 3 |  |  |
| 3 |  | 拍照美图类APP的传播模式和营销策略 | 国内拍照类APP市场的发展趋势，结合传播学理论（5W理论、“镜中我”理论、拟剧理论）分析拍照类APP传播模式、传播效果、用户心理，自拍社交的表现与特点，自拍文化的负面影响，自拍美图类APP发展策略 | 3 |  |  |
| 4 |  | 短视频类媒体应用用户探析 | 短视频类媒体应用的开发类别、功能及用户特点，注意力模式下的短视频用户分析，互动仪式模式下的短视频用户分析，准社会交往模式下的短视频用户分析 | 3 |  |  |
| 5 |  | 运动健身类APP受众使用分析 | 运动健身APP用户分析，心流理论与运动健身APP使用，运动健身APP盈利模式 | 3 |  |  |
| 6 |  | 情感化设计在APP中的应用 | 情感化设计的内涵，情感化设计与消费者研究，情感化设计在旅游APP中的应用，情感化设计在购物APP中的应用 | 3 |  |  |
| 7 |  | 新媒体移动终端应用广告投放和推广策略（一） | APP广告涵义，APP广告形式，广告效果测量指标，竖屏广告特点，竖屏广告推广法则，APP软性营销推广 | 3 |  |  |
| 8 |  | 新媒体移动终端应用广告投放和推广策略（二） | APP运营推广四阶段：拉新阶段，留存阶段，促活阶段，营收阶段 | 3 |  |  |
| **第二部分：新媒体技术和应用的受众效果研究的相关概念和理论模型** |
| 9 |  | 社交媒体时代受众的使用与满足 | “使用与满足”理论的背景及模型，社交媒介中“使用与满足”理论的变化，社交媒介中“使用与满足”理论的体现，社交媒体时代受众的选择机制 | 3 |  |  |
| 10 |  | 消费者态度相关概念和测量标准 | 消费者态度的定义、成分、功能、层次；消费者态度的测量标准、调查问卷的基本构成 | 3 |  |  |
| 11 |  | 受众态度及行为意向理论与模型（一） | 创新扩散理论，KEEP应用对应创新扩散理论的案例分析 | 3 |  |  |
| 12 |  | 受众态度及使用意向理论与模型（二） | 理性行为理论，计划行为理论，技术接受模型 | 3 |  |  |
| 13 |  | 受众态度及使用意向理论与模型（三） | 期望确认理论，社会认知理论，整合型科技接受模式 | 3 |  |  |
| **第三部分：新媒体技术和应用的受众使用的态度和意向测量** |
| 14 |  | 受众效果测量实证研究方法介绍 | 传播学常用的受众效果测量实证研究方法的概念、种类、特性、操作过程 | 3 |  |  |
| 15 |  | 受众效果测量统计学操作（一） | SPPS基础入门、定义变量、变量计算、信效度分析、描述性统计、 | 3 |  |  |
| 16 |  | 受众效果测量统计学操作（二） | T检验、单因素方差分析、卡方检验 | 3 |  |  |
| 17 |  | 受众效果测量统计学操作（三） | 相关性分析、回归分析 | 3 |  |  |
| 18 |  | 受众效果测量统计学操作（四） | 中介效应检验、调节效应检验 | 3 |  |  |

**六、教材及参考书目**（四号黑体）

1. [景义新](http://search.dangdang.com/?key2=%BE%B0%D2%E5%D0%C2&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00)、[沈静](http://search.dangdang.com/?key2=%C9%F2%BE%B2&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00),《移动化生存：移动互联网与新闻传播变革》，[中国社会科学出版社](http://search.dangdang.com/?key3=%D6%D0%B9%FA%C9%E7%BB%E1%BF%C6%D1%A7%B3%F6%B0%E6%C9%E7&medium=01&category_path=01.00.00.00.00.00),2023年版。
2. 黄传武，《新媒体概论（第二版）》，中国传媒大学出版社，2021年版。
3. 刘颖，《新媒体融合发展新论》，重庆大学出版社，2023年版。
4. 彭兰，《新媒体用户研究》，中国人民大学出版社，2020年版。
5. 凯茜·巴克斯特著，[王兰](https://baike.baidu.com/item/%E7%8E%8B%E5%85%B0?fromModule=lemma_inlink)、[杨雪](https://baike.baidu.com/item/%E6%9D%A8%E9%9B%AA?fromModule=lemma_inlink)、苏寅译，《UI/UE系列丛书 用户至上：用户研究方法与实践（原书第2版）》，机械工业出版社，2017年版。

**七、教学方法** （四号黑体）

1．讲授法：课堂集中讲授相关理论知识点。

2．讨论法：以学生在研究及实践中遇到的问题以答疑的形式展开讨论并解决问题。

3. 案例教学法：围绕当下成功的被受众广泛接纳和使用的APP应用案例，结合所教授的理论观点进行分析、阐释和讲解。

4. 实操法：通过讲授受众接纳和使用APP应用的态度和意向的实证调研步骤和数据分析操作方法，进一步加深学生对移动互联传播时代APP应用的理解。

**八、考核方式及评定方法**（四号黑体）

**（一）课程考核与课程目标的对应关系** （小四号黑体）

**表4：课程考核与课程目标的对应关系表**（五号宋体）

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **课程目标** | **考核要点** | **考核方式** |
| 课程目标1 | 对热点现象的理解 | 期中作业 |
| 课程目标2 | 对理论概念的掌握 | 期末作业 |
| 课程目标3 | 对研究过程的执行 | 汇报展示 |

**（二）评定方法** （小四号黑体）

**1．评定方法** （五号宋体）

**（一）期中作业（个人作业）：40%**

（1） 内容要求：任选一个理论视角，探讨移动互联传播时代，新媒体技术（尤其是APP应用）对社会发展变迁（如，交往模式、信息传播、社会组织形态、社会信任、社会治理、数字文化）或个体的生存与发展（如，自我概念、主体性、价值信念、个体福祉）所产生的影响。

（2） 格式要求：字数不少于3000字。有封面，封面写明课程名称、授课老师、姓名、年级专业、学号、成绩栏。论文标题宋体四号字，正文宋体五号字，英文Times New Roman，有注释和参考文献。

（3） 查重要求：查重率不超过10%，如有原文摘抄某一段文字，必须用双引号“”标明摘抄文字，并注明文献出处。提交作业的同时，附查重报告。

（4） 提交方式与截止时间：电子版，交给课代表，课代表收齐后统一交给老师。

**（二）期末作业（小组作业）：40%**

（1） 内容要求：结合课堂上讲授的受众新媒体技术采纳的理论和受众效果研究的相关理论，选择移动互联传播领域的任一话题，构建研究模型，并通过受众问卷调研，运用统计学方法分析受众对不同新媒体应用的接纳态度和使用意愿。

（2） 格式要求：字数不少于8000字。有封面，封面写明课程名称、授课老师、姓名、年级专业、学号、成绩栏。论文标题宋体四号字，正文宋体五号字，英文Times New Roman，有注释和参考文献。

（3） 查重要求：查重率不超过10%，如有原文摘抄某一段文字，必须用双引号“”标明摘抄文字，并注明文献出处。提交作业的同时，附查重报告。

（4） 提交方式与截止时间：电子版，交给课代表，课代表收齐后统一交给老师。

**（三）汇报展示（小组作业）：20%**

（1） 内容要求：将小组期末论文中的重点（包括研究模型、研究方法、数据分析、研究讨论），以PPT展示形式，在课堂上进行汇报。

（2） 提交方式与截止时间：电子版，交给课代表，课代表收齐后统一交给老师。

**2．课程目标的考核占比与达成度分析** （五号宋体）

**表5：课程目标的考核占比与达成度分析表**（五号宋体）

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  **考核占比****课程目标** | **汇报展示** | **期中** | **期末** | **总评达成度** |
| 课程目标1 |  | 20% |  | 总评成绩（100%）= 期中成绩（40%）+期末成绩（40%）+汇报展示成绩（20%）+ |
| 课程目标2 | 10% | 20% | 20% |
| 课程目标3 | 10% |  | 20% |

**（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** | 对课程内容把握非常准确，结构完整，思路清晰，引用有注释。有理论视角，观点深刻，体现自己的独立思考和见解。注释和参考文献符合规范。 | 对课程内容把握较为准确，并结合文本进行阐释。但研究对象范畴不明，有泛泛而谈之嫌。结构完整，有自己的观点。注释和参考文献符合规范。 | 对课程内容把握不准确，研究对象不清晰，结构完整，语言规范。观点平平。注释及引用符合规范。 | 对课程内容把握有明显错误，研究对象不清晰，结构有缺陷，思路不清晰或者语言不规范。观点不明确。注释及引用符合规范。 | 没有研究对象，结构有严重缺陷，思路不清晰或者语言不规范。没有观点。注释及引用不符合规范，或涉嫌抄袭。 |
| **课程****目标2** | 对课程内容把握非常准确，结构完整，思路清晰，引用有注释。有理论视角，观点深刻，体现自己的独立思考和见解。注释和参考文献符合规范。 | 对课程内容把握较为准确，并结合文本进行阐释。但研究对象范畴不明，有泛泛而谈之嫌。结构完整，有自己的观点。注释和参考文献符合规范。 | 对课程内容把握不准确，研究对象不清晰，结构完整，语言规范。观点平平。注释及引用符合规范。 | 对课程内容把握有明显错误，研究对象不清晰，结构有缺陷，思路不清晰或者语言不规范。观点不明确。注释及引用符合规范。 | 没有研究对象，结构有严重缺陷，思路不清晰或者语言不规范。没有观点。注释及引用不符合规范，或涉嫌抄袭。 |
| **课程****目标3** | 对课程内容把握非常准确，结构完整，思路清晰，引用有注释。有理论视角，观点深刻，体现自己的独立思考和见解。注释和参考文献符合规范。 | 对课程内容把握较为准确，并结合文本进行阐释。但研究对象范畴不明，有泛泛而谈之嫌。结构完整，有自己的观点。注释和参考文献符合规范。 | 对课程内容把握不准确，研究对象不清晰，结构完整，语言规范。观点平平。注释及引用符合规范。 | 对课程内容把握有明显错误，研究对象不清晰，结构有缺陷，思路不清晰或者语言不规范。观点不明确。注释及引用符合规范。 | 没有研究对象，结构有严重缺陷，思路不清晰或者语言不规范。没有观点。注释及引用不符合规范，或涉嫌抄袭。 |