

《跨媒介视听内容策划》课程线上学习方案

课程性质：专业必修	适用 2019 版人才培养方案 广播电视学专业
课程编码：07X14104	总学时及学分：32 学时 2 学分
考核方式：考查	开课学期：第 6 学期
先修课程：电视策划实务	后续课程：网络视频节目策划实践
隶属分院：电视与新媒体学院	系：广播电视学
执笔人：尚殿和	审核人：姜文玉

一、课程组教师名单

任课老师：尚殿和

二、课程描述（根据课程调整）

本门课程为专业必修课，采取线上教学形式授课，教学平台为中国大学 MOOC 和腾讯课堂极速版。主要的学习内容是跨媒介视听内容策划，教学周数是四周，通过腾讯课堂极速版进行理论讲授及评测，配合腾讯课堂极速版进行线上直播辅导等。此外，中国大学 MOOC（中国传媒大学，吴炜华，新媒体编创；暨南大学，刘涛、谷虹、黄雅兰、施畅、方惠，融合新闻：通往未来新闻之路）资源，作为本门课程辅助教学资源。

三、教学组织和监管方式

教学组织：

线上：组织学生按教学进度学习本门课程，做好考勤、授课、辅导等相关工作。线下：布置思考题与作业，指导学生做好课前准备，线下答疑。

教学步骤：

课前：备课，准备好相关资料——PPT、视频、课程资源等，规划线上教学具体步骤，检查软硬件，修整仪表。课中：按照教学进度依托现有资源做好课程重难点讲授，组织课堂互动，做好线上答疑，不知课后思考题与作业。课后：总结本次课程优缺点，修改作业，线下答疑。

四、教学进度安排

教学基本内容		课程安排					
		Ppt 理论 讲授	录制视频	直播教学	课堂互 动	作业	辅助资料
第一章 跨媒介视听内 容概述	第一节 跨媒介概念解析 第二节 跨媒介视听内容 解析			90 分钟	45 分钟		45 分钟
第二章 跨媒介视听内 容技术特点	第一节 媒介技术纵览 第二节 跨媒介视听内容 演变 第三节 技术层面跨媒介 视听内容的分类 第四节 跨媒介视听内容 技术前瞻			90 分钟	45 分钟		45 分钟
第三章 叙事类跨媒介 视听内容编创 与策划（上）	第一节 什么是叙事类跨 媒介视听内容 第二节 叙事类跨媒介视 听内容案例解析			90 分钟	45 分钟		45 分钟
第四章 叙事类跨媒介 视听内容编创 与策划（下）	第一节 叙事类跨媒介视 听内容编创 第二节 叙事类跨媒介视 听内容策划			90 分钟	45 分钟		45 分钟
第五章 非叙事跨媒介 视听内容编创 与策划（上）	第一节 什么是非叙事类 跨媒介视听内容 第二节 非叙事类跨媒介视 听内容案例解析			135 分钟	25 分钟		20 分钟
第六章 非叙事跨媒介 视听内容编创 与策划（下）	第一节 非叙事类跨媒介 视听内容编创 第二节 非叙事类跨媒介 视听内容策划			180 分钟			
第七章 跨媒介视听内 容交互设计与 策划	第一节 什么是跨媒介视 听内容交互系统 第二节 跨媒介视听内容 的交互设计 第三节 跨媒介视听内容 的交互策划			90 分钟	45 分钟		45 分钟

第八章 跨媒介视听内 容编排与推广	第一节 跨媒介视听内容 编排 第二节 跨媒介视听内容 推广			135	25 分钟		20 分钟
合 计		32（学时）					

备注：每节视频长度为 5-15 分钟。

五、作业和考核要求

作业 1：融合新闻文案一份

要求：结合当前社会热点，符合融合新闻特点，字数不少于 1000 字。

作业 2：非叙事跨媒介视听内容策划案一份

要求：符合跨媒介视听内容传播特点，具备策划文案各要素，具备交互设计、编排、推广等课程内容，有一定创新性与可操作性，字数不少于 4000 字。

六、成绩考核及评价

本课程四周内完成线上教学，正常结课。

本课程为考查课，采用五级分制（优秀、良好、中等、及格、不及格）评定成绩，其中出勤与课堂表现占总成绩的 30%，第一次作业占总成绩的 30%，第二次作业成绩占总成绩的 40%。

教学进度表

周次	课次	授课内容摘要（含理论、实践项目内容名称）	直播教学	课堂互动	作业	辅助资料
一	1	第一章跨媒介视听内容概述 第一节 跨媒介概念解析 第二节 跨媒介视听内容解析	90 分钟	45 分钟		45 分钟
	2	第二章跨媒介视听内容技术特点 第一节 媒介技术纵览 第二节 跨媒介视听内容演变 第三节 技术层面跨媒介视听内容的分类	90 分钟	45 分钟		45 分钟
二	3	第三章叙事类跨媒介视听内容编创与策划（上） 第一节 什么是叙事类跨媒介视听内容 第二节 叙事类跨媒介视听内容案例解析	90 分钟	45 分钟		45 分钟
	4	第四章叙事类跨媒介视听内容编创与策划（下） 第一节 叙事类跨媒介视听内容编创 第二节 叙事类跨媒介视听内容策划	90 分钟	45 分钟		45 分钟
三	5	第五章非叙事跨媒介视听内容编创与策划（上） 第一节 什么是非叙事类跨媒介视听内容 第二节非叙事类跨媒介视听内容案例解析	135 分钟	25 分钟		20 分钟
	6	第六章非叙事跨媒介视听内容编创与策划（下） 第一节 非叙事类跨媒介视听内容编创 第二节 非叙事类跨媒介视听内容策划	180 分钟			
四	7	第七章跨媒介视听内容交互设计与策划 第一节 什么是跨媒介视听内容交互系统 第二节 跨媒介视听内容的交互设计 第三节 跨媒介视听内容的交互策划	90 分钟	45 分钟		45 分钟
	8	第八章跨媒介视听内容编排与推广 第一节 跨媒介视听内容编排 第二节 跨媒介视听内容推广	135	25 分钟		20 分钟