《媒介经营管理》

课程教学大纲

一、课程基本信息

课程代码：16055303

课程名称：媒介经营管理

英文名称：Media Economics and Management

课程类别：专业课

学 时：48学时

学　　分：3学分

适用对象: 新闻学专业本科生

考核方式：考试

先修课程：新闻学概论、传播学概论、西方经济学、管理学原理

1. 课程简介

《媒介经营管理》是新闻学专业本科阶段的一门必修课程。课程主要内容是讲授当前媒体融合背景下媒介经营管理的基本原理、基本知识和基本特征。让学生在系统理论学习和典型案例解析中掌握媒体融合的主要特点、意义和对今后媒体发展产生的影响。掌握各类媒体的经营管理规律、策略和主要方法，从而培养和提高学生应对媒介市场和驾驭媒介市场的综合能力及素质，并为其他课程的学习和研究奠定坚实的基础。

Media economics and management is a compulsory course for journalism majors. Under the background of the integration of basic media economics and management knowledge and basic media management content, the main characteristics of the course are the integration of basic media economics and management knowledge and basic media economics and management content. Let students master the main characteristics and significance of media convergence and its impact on the future development of media in the study of system theory and analysis of typical cases. Master the laws, strategies and main methods of operation and management of all kinds of media, so as to cultivate and improve students' comprehensive ability and quality to deal with and control the media market, and lay a solid foundation for the study and research of other courses.

三、课程性质与教学目的

《媒介经营管理》是新闻学专业的专业必修课，也是一门专业应用知识课，是新闻学与管理学、经济学的交叉学科。

本课程广泛探索媒介改革的新路径,充分发挥自己的业界经验，将理论知识与市场实践有效结合。通过本课程的教学，使学生全面了解媒介经营管理的基本原理。

（一）知识目标

使学生能了解媒体融合背景下的媒介经营与管理背景、历史与现状，以及未来的发展趋势。具备对媒介经济学相关基础知识的熟悉能力，能清楚地认知媒介经济学与理论经济学和其他范畴经济学的联系和区别，进而具有较强的行业岗位创新能力。

（二）能力目标

使学生了解媒介广告、发行、印刷等经营和人力资源管理、财务管理等的特点；熟练掌握媒介经营相关制度与技术；培养学生具有良好的实践能力；培养学生内部团队之间协作意识与能力。

（三）情感目标

能够认识到媒介经济学的知识修养是广告、新闻和网新专业素质的的必要组成部分；具有不断学习新知识和新技能的意识与态度，树立责任意识，热爱本职岗位，可以为职业能力的发展打下良好的专业基础。

四、教学内容及要求

**第一章 媒介经营管理概论**

（一）目的与要求

1．通过学习，使学生了解媒介经营管理中的基本概念，并要求学生记忆并掌握基本概念。

2．通过学习，使学生了解媒介经营管理的基本方法，并要求学生掌握其基本方法原理。

3．通过学习，使学生了解媒介经营管理中的基本问题，并要求学生掌握相关概念与基本原则。

（二）教学内容

第一节 媒介经济和媒介管理

1．主要内容

（1）媒介经营与管理的概念与基本原则

（2）媒介经营与管理的基本问题、对象与内容

2．基本概念和知识点

（1）媒介经营管理的基本概念

（2）媒介产品的性质与功能

3.问题与应用（能力要求）

（1）什么是媒介经济？

（2）什么是媒介管理？

（3）媒介经营与管理的主要内容是什么？

第二节 媒介产品的经济分析

1.主要内容

（1）媒介产品的性质与功能；

（2）传媒经济产业化运作的两种基本方式；

2.基本概念和知识点

（1）媒介产品的性质；

（2）传媒经济是如何产业化运作的？

 3.问题与应用（能力要求）

（1）媒介产品的性质与功能是什么？

（2）传媒经济产业化运作的两种基本方式是什么？

（三）思考与实践

1.本次课讲授了媒介产品的性质与功能，有关传媒经济产业化、市场化等概念和经营等问题。应注重将这些概念、理论运用于实际问题的分析。

2.传媒经济产业化运作的两种基本方式之外，还能举出其他运作方式吗？

3.课程思政：请试着用马克思主义经济学理论分析媒介产品的经济学特征。

（四）教学方法与手段

1.讲授法

2.谈话法

3.小组讨论

4.多媒体教学

**第二章 我国新闻媒介经营管理的外部环境**

（一）目的与要求

1.通过本章本节的学习，使学生了解媒介经营管理的外部环境；

2.要求学生掌握经营管理外部环境的基本原理和方法。

（二）教学内容

第一节 媒介经营管理的外部环境分析

1．主要内容

（1）经济、政治和社会因素；

（2）文化背景和媒介生态影响；

（3）外部环境与内部环境的区别与联系。

2．基本概念和知识点

（1）我国媒介经营管理的外部环境和相关因素；

（2）影响我国媒介经营管理的外部相关因素之间的关系；

（3）新媒体生态下影响我国媒介经营管理外部因素的新特点、新趋势。

3.问题与应用（能力要求）

（1）媒介经营管理外部环境的概念及界定原则是什么？

（2）内外部环境的关系是什么？

第二节 我国媒体经营的外部环境

1.主要内容

（1）我国新闻媒介经营管理外部环境的特点；

（2）我国新闻媒介经营管理外部环境的内容；

（3）我国新闻媒介经营管理外部环境的相关因素；

2.基本概念和知识点

（1）我国媒介经营管理外部环境的基本知识和基本概念；

（2）我国媒介经营的宏观背景、制度环境、市场环境、技术环境。

 3.问题与应用（能力要求）

（1）什么是我国的媒介经营与管理的外部环境？

（2）我国媒介生态与外国有何不同？

（三）思考与实践

**课程思政：梳理、分析并思考比较媒介体制下中国特色社会主义媒介制度的演变路径与现实逻辑。**

**西方传媒管理体制的演变、中国报业管理体制改革与发展**

**案例：南方都市报的组织架构**。

（四）教学方法与手段

1.讲授法

2.例举法

3.小组讨论

4.多媒体教学

**第三章 媒介组织――报业集团的组织结构**

（一）目的与要求

1.了解媒介组织机构的基本架构；

2.掌握报业集团组织结构的基本内容。

（二）教学内容

第一节 组织结构的一般理论

1．主要内容

（1）组织结构的基本概念和特征；

（2）媒介组织机构的基本架构。

2．基本概念和知识点

（1）组织的概念；

（2）媒介组织的基本概念、特征、构成。

3.问题与应用（能力要求）

（1）组织与媒介组织的区别？

（2）媒介组织的通常架构是什么？

第二节 报业集团组织结构的一般模式及我国报业集团组织结构的实证分析

1.主要内容

（1）报业集团组织结构的原理；

（2）新媒体环境下的媒介生态；

（3）报业集团组织结构的一般模式。

2.基本概念和知识点

（1）我国报业集团组织结构；

（2）报业集团内部管理的困境及突破。

 3.问题与应用（能力要求）

（1）报业集团的组织结构与其他媒介有何异同？

（2）报业集团内部管理的基本原则；

（3）识记并领会媒介组织结构、报业集团组织结构的基本知识和基本概念；（4）理解并能够自主分析我国报业集团的几种典型组织结构类型。

（四）教学方法与手段

1.讲授法

2.谈话法

3.小组讨论

4.多媒体教学

**第四章 内容产品的编辑部管理**

（一）目的与要求

1.熟悉并领会媒介内容产品及其评估体系涉及的各个指标的基本知识和基本概念；

2.理解媒介的定位策略。

（二）教学内容

第一节 媒介内容产品生产的生产流程和评估体系

1．主要内容

（1）媒介内容产品生产的原则和基本流程；

（2）媒介内容产品评估体系。

2．基本概念和知识点

（1）媒介内容产品生产流程的基本过程；

（2）媒介内容产品及其评估体系涉及的各个指标的基本概念；

（3）媒介内容产品评估体系的功能及局限。

3.问题与应用（能力要求）

（1）怎么做媒介产品的内容评估？

（2）如何正确理解媒介内容产品评估体系的功能及局限？

第二节 媒介的编辑部管理

1.主要内容

（1）编辑部管理的基本概念和原理；

（2）如何能够生产出一个好的内容产品？

（3）我国报业内容产品的发展趋势。

2.基本概念和知识点

（1）理解媒介的定位策略；

（2）媒介内容产品生产是媒介运营的根本基础。

 3.问题与应用（能力要求）

（1）怎么生产一个好的内容产品？

（2）媒介的定位策略有哪些？

（三）思考与实践

我国报业内容产品的发展趋势如何？

（四）教学方法与手段

1.讲授法

2.谈话法

3.小组讨论

4.多媒体教学

**第五章 媒体的发行业务**

（一）目的与要求

通过对媒体发行的基本概念、发展历程的介绍，使学生了解发行工作的基本知识、方法和策略。

（二）教学内容

第一节 发行的基本概念

1．主要内容

（1）什么是报纸的发行业务；

（2）报纸发行的意义、功能和基本环节。

2．基本概念和知识点

（1）发行在媒介经营中的地位和作用

（2）发行业务与媒体生产其他环节的关系；

（3）报纸发行的几大环节及其关系。

3.问题与应用（能力要求）

（1）我国媒体发行的策略有哪些？

（2）理解发行结构的内在含义和对发行业务的影响。

第二节 报纸发行的几种类型及演变趋势

1.主要内容

（1）报纸发行的实质；

（2）报纸发行的类型；

（3）报纸发行的演变趋势。

2.基本概念和知识点

（1）发行收支平衡；

（2）报纸发行的类型及各自特点；

（3）报纸发行的演变趋势和应对。

 3.问题与应用（能力要求）

（1）媒介发行的实质是什么？

（2）如何实现发行收支平衡？

第三节 报纸发行网络的建设和营销推广

1.主要内容

（1）报纸发行的网络建设；

（2）报纸发行的营销推广。

2.基本概念和知识点

（1）报纸发行网络；

（2）报纸发行网络建设的开拓和维护；

（3）报纸发行营销推广的原则和技巧。

 3.问题与应用（能力要求）

（1）报纸发行网络建设的基本环节有哪些？

（2）如何做好报纸发行的营销推广？

（三）思考与实践

1.简述报纸发行在媒介经营管理中的重要作用和功能。

2.课程思政：总结分析我国党报党刊的发型网络类型与特征并探讨其在新媒体时代可能的发展方向。

（四）教学方法与手段

1.讲授法

2.实地参观法

3.小组讨论

4.多媒体教学

**第六章 媒介的广告经营**

（一）目的与要求

本章通过对媒体广告经营的地位、作用、媒体广告的日常运营等问题分析，使学生理解广告经营在媒体经营中的重要性，加深对媒体广告经营的理解。

（二）教学内容

第一节 广告经营在媒体经营中的地位和作用

1．主要内容

（1）媒介广告经营的实质；

（2）媒介广告的种类。

2．基本概念和知识点

（1）媒介广告的概念；

（2）媒介相关的广告种类。

3.问题与应用（能力要求）

（1）广告经营在媒体经营中的地位和作用有哪些？

（2）列举媒介相关的广告种类。

第二节 我国媒体广告经营现状

1.主要内容

（1）制约媒体广告经营的因素；

（2）媒体广告经营的制度；

（3）媒体广告部日常经营管理。

2.基本概念和知识点

（1）媒介广告的现状；

（2）媒介广告的困境；

（3）媒介广告的日常经营管理流程。

 3.问题与应用（能力要求）

（1）媒介广告的现状怎么？

（2）媒介广告的经营制度有什么特点？

（3）如何做好媒介广告的日常管理？

（三）思考与实践

1.简述传统媒介广告的困境及其突破。

2.课程思政：思考双轨制运行下的中国新闻媒体在意识形态宣传与商业化广告经营之间的矛盾与平衡之道。

（四）教学方法与手段

1.讲授法

2.谈话法

3.小组讨论

4.多媒体教学

**第七章 媒介的推广和公关**

（一）目的与要求

1.了解媒介推广和公关工作的基本内容；

2.了解媒介推广和公关工作的意义和作用。

（二）教学内容

第一节 媒介推广和公关工作的意义和作用

1．主要内容

（1）媒介推广；

（2）媒介公关。

2．基本概念和知识点

（1）媒介推广的概念和作用

（2）媒介公关的基本概念和作用

3.问题与应用（能力要求）

（1）媒介推广和公关工作的基本内容？

（2）媒介推广和公关工作的意义和作用在哪些方面？

第二节 媒介推广的方法和原则

1.主要内容

（1）媒介推广的方法；

（2）媒介推广的原则。

2.基本概念和知识点

（1）媒介推广的基本原则

（2）媒介推广的两个层次

（3）广告推广活动的具体组织方法

 3.问题与应用（能力要求）

（1）简述媒介推广和公关的基本原则。

（2）媒介推广和公关的具体方法有哪些？

（三）思考与实践

智媒时代如何理解媒介推广的重要性和独特作用。

（四）教学方法与手段

1.讲授法

2.谈话法

3.小组讨论

4.多媒体教学

**第八章 新闻著作权保护**

（一）目的与要求

1.了解新闻著作权保护的范围和主要内容；

2.了解新闻著作权保护的难点和趋势，并要求学生了解其基本法律规定及操作准则。

（二）教学内容

第一节 **新闻著作权保护的范围和主要内容**

1．主要内容

（1）新闻著作权保护的范围；

（2）新闻著作权保护的主要内容。

2．基本概念和知识点

（1）著作权的概念；

（2）我国著作权法与新闻作品相关的条款；

（3）与新闻作品相关的其他法律法规

（4）合理使用与侵权；

3.问题与应用（能力要求）

（1）新闻著作权保护的主要内容有哪些？

第二节 新闻著作权保护的难点和趋势

1．主要内容

（1）新闻著作权保护的难点；

（2）新闻著作权保护的趋势；

2．基本概念和知识点

（1）互联网时代新闻著作权保护的新问题；

（2）人工智能、大数据和算法与新闻著作权保护的关系；

（3）新闻作品著作权保护和合理使用的边界问题。

3.问题与应用（能力要求）

（1）新闻著作权保护的主要内容有哪些？

（2）如何防范和应对著作权纠纷？

（三）思考与实践

1.简述如何实现法律在新闻作品著作权保护和扩大传播两者间的平衡。

2.课程思政：面对西方发达国家在著作权领域的不公平竞争，我国传媒产业该如何突围？

（四）教学方法与手段

1.讲授法

2.谈话法

3.小组讨论

4.多媒体教学

五、各教学环节学时分配

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **教学环节****教学时数****课程内容** | **讲****课** | **习****题****课** | **讨****论****课** | **实验** | **其他教学环节** | **小****计** |
| 第一章 | 4 |  | 1 |  |  | 5 |
| 第二章 | 4 |  | 2 |  |  | 6 |
| 第三章 | 4 |  | 1 |  |  | 5 |
|  第四章 | 4 |  | 1 |  | 1 | 6 |
| 第五章 | 4 |  | 2 |  |  | 6 |
| 第六章 | 4 |  | 1 |  | 1 | 6 |
| 第七章 | 4 |  | 1 |  |  | 5 |
| 第八章 | 5 |  | 2 |  |  | 7 |
| 复习 | 2 |  |  |  |  | 2 |
| 合计 | 35 |  | 11 |  | 2 | 48 |

六、推荐教材和教学参考资源

1.谢新洲：《媒介经营与管理》，北京大学出版社，2010年。

2.喻国明等：《传媒经济学教程》，中国人民大学出版社，2009年。

3.吉莉安·道尔:《理解传媒经济学》，清华大学出版社，2018年。

七、其他说明

本教学大纲将在教学实践中依据具体情况和需要，不断加以补充、修正与完善。

大纲修订人：张明羽 修订日期：2023年2月

大纲审定人： 审定日期： 年 月