

文化与传播学院网络与新媒体微专业人才培养方案

一、专业培养目标

在新文科建设大背景以及学校“数智化转型”新方向指导下，网络与新媒体微专业以培养适应新技术、新业态的学科交叉型人才为总体目标，培养学生运用新兴媒体技术对智媒时代新闻传播学领域涌现的新问题、新现象进行探索。经过一年的微专业学习，学生在网络媒体研究、智能传播、社交媒体分析、数字广告、艺术审美等方面的素质与能力将得到全面提升，为今后的职业发展或学业进阶奠定基石。

微专业培养过程中，学生将具备以下知识和能力：

1. 了解新媒体时代新闻传播学领域出现的新现象和新问题，掌握网络与新媒体领域的基础理论知识。
2. 经过课程的训练，能熟练应用新技术进行新媒体内容生产、传播和运营，满足智媒时代社会对新型传播人才的需求。

二、毕业要求

微专业独立开班，学制一年，共 6 门课程，学生在本科毕业或结业离校前，修完微专业培养方案规定的所有课程，且成绩全部合格的，将取得学校颁发的微专业合格证书。

三、招生对象与条件

微专业面向全校大一至大三年级的全日制本科生，招生人数控制在 50 人左右，报名人数较多时，将以面试方式进行择优录取。具体报名条件如下：

1. 对网络与新媒体及相关领域有热情。
2. 能完成主修专业学习任务，学有余力。
3. 有好奇心和自驱力。

四、学分与证书

微专业共 6 门课程，每门课程 2 学分，共计 12 学分。春季学期和秋季学期分别开设三门课程。学生修完微专业培养方案规定的所有课程，且成绩全部合格的，将取得学校颁发的微专业合格证书。

《智媒广告与营销实战》课程中的优秀学员作品，选送参加由中国广告协会指导、南方都市报社主办的未来金理奖·全国大学生 IMC（整合营销传播）大赛。

《AIGC 视觉创意与未来设计思维》课程中的作品，有机会参与中经网公益广告展。

《微短剧创作与运营》与爱奇艺、巨量引擎等公司合作，帮助学生掌握微短剧创作规律和短视频平台运营策略。

《数字时代的观看之道》课程的优秀学员，有机会参与中国美术馆、今日美术馆等艺术机构的艺术展览实习。

《未来媒体与智能传播》课程，参与开发中经网未来媒体实验室线上产品。

五、课程设置

网络与新媒体微专业课程设置及教学进程计划表

课程名称	课程代码	学分	总学时	授课教师	学 时 分 配				考核方式	开课单位	开课学期、时间	具体上课周数
					理论	实践	线上学时	线下学时				
数字媒介素养	V0624012B	2	32	汪雅倩，高冉	32		16	16	考查	文传学院	2-1，周六下午	1-16，汪雅倩，高冉
AIGC 视觉创意与未来设计思维	V0624052B	2	32	王琰，李佳蔚，母晓文，张蕾，刘骏晟	16	16	28	4	考查	文传学院	2-1，周六	1-16，王琰、李佳蔚、母晓文、张蕾、刘骏晟
微短剧创作与运营		2	32	高亢	16	16		32	考查	文传学院	2-1.周六下午	1-16，高亢
数字时代的观看之道		2	32	关家敏	24	8	16	16	考查	文传学院	2-2.周六	1-16，关家敏
未来媒体与智能传播	V0624022B	2	32	徐轶瑛	16	16		32	考查	文传学院、经济日报社、中经网	2-2.周六	1-16，徐轶瑛

智能广告与 营销实战	V062406 2B	2	32	许敏 玉， 李荃	16	16	16	16	考查	文传 学院	2-2. 周六 上午 34 节	1-16， 许敏 玉、李 荃
合计		12	192		120	72	76	116		-	-	

备注：

1. 总学时=理论学时+实践学时（实践教学含实验和上机教学），总学时=线上学时+线下学时；
2. 课程代码由教务处统一编制，若使用已有微专业课程，需在表中填写已有课程代码。若需开设新课，则课程代码不填，由教务处统一编制；
3. “开课学期”要求按照 4 年制内，于第 2-1 学期开课，结课时间不能晚于 4-2 学期。各学院微专业连续开设一年至结业，由秋季开课、春季结业；
4. 开课单位填写任课教师所在部门或单位；
5. 按照 2025 版本本科人才培养方案修订指导意见要求，微专业总学分原则上不超过 16 学分；
6. 上课时间需安排在周六日。

六、课程简介

对本微专业拟开设的课程进行简要介绍，包括课程主要内容、课程教学设计等，每门课 300 字以内。

序号	课程名称	课程简介
1	数字媒介素养	本课程将从媒介观念的演进、媒介系统的渗透、媒介时空的转型、媒介技术的反思等引人入胜的问题入手，帮助学生理解媒介逻辑正如何隐形地塑造人类社会生活，引导学生掌握一种“以媒介为入射角重新观照世界”的能力。在此基础上，进一步突出社交媒体这一具象的数字媒介形态，集中讨论其所形塑的用户、平台、技术以及相关分析方法，探究数字媒介与社交媒体对人类社会生活的全面影响。课程以专题讲授（共计 16 个专题）为主，辅以材料阅读、小组讨论等形式，让学生掌握基础知识的同时，还能运用前沿理论及方法对数字媒介社会展开深入的观察与系统的研究，以此作为本校学生更为熟悉的经济逻辑或政治逻辑的有益补充。
2	AIGC 视觉创意与未来设计思维	本课程是一门涉及人工智能、创意设计、未来科技和设计思维的综合性课程。该课程旨在培养学生在视觉创意和未来设计思维方面的能力，以适应不断发展的科技和社会需求。本课程包括人工智能的基本原理和应用、创意设计基础、未来设计思维、项目实践四个部分。课程强调设计思维的重要性，培养学生从用户需求出发，发现问题、分析问题和解决问题的能力。使学生了解 AIGC 技术的应用领域、AIGC 生图关键词、AIGC 生成视频等各种设计品类的相关知识等内容，掌握前沿的 AIGC 视觉创意方式和技术，实现学生掌握创意设计多样化的 AIGC 人机共创视觉设计产品的技能。
3	微短剧创作与运营	本课程着重培养学生掌握以下五方面知识与技能： 1. 了解行业生态与前沿动态：洞悉微短剧行业的政策法规、产业链结构、最新发展趋势及成功案例背后的逻辑。 2. 掌握微短剧核心创作能力：理解微短剧独特的叙事规律，掌握从选题策划、剧本写作（强冲突、快节奏、钩子设计）、视听语言运用到高效拍摄制作的全流程技能。 3. 精通微短剧平台运营策略：深入理解主流微短剧平台（如抖音、快手、微信短剧、各大视频平台短剧频道等）的规则、算法、用户偏好及推广玩法。 4. 构建商业化思维与变现路径：了解微短剧的主要盈利模式（分账、广告、付费点播、IP 衍生、直播电商结合等），学习如何设计具有商业潜力的项目并有效运营实现收益。 5. 提升数据分析与优化能力：掌握关键运营数据指标（完播率、停留时长、转化率等）的分析方法，并能据此进行内容迭代与运营策略调整。

4	数字时代的观看之道	<p>课程聚焦于数字媒介环境下的视觉文化与艺术审美，旨在提升学生对图像、影像与视觉信息的辨识、解读和批判能力。课程将系统地梳理“观看”作为人类认知与文化实践的历史发展脉络，探讨数字技术和新媒体如何改变了我们的观看方式、审美趣味和社会互动。内容涵盖艺术品的机械复制、广告与资本主义、移动终端和社交媒体中的视觉表达等关键话题，帮助学生理解图像在塑造自我认同、社会关系和价值观念中的作用。通过理论讲授、案例分析和实践训练相结合，课程引导学生掌握批判性观看的方法，提升其在数字时代的信息筛选与美学判断力，增强视觉内容创作与传播的专业素养。</p>
5	未来媒体与智能传播	<p>本课程是一门在梳理大数据、物联网、VR、云计算等传播技术更新迭代的基础上大胆探索未来媒体发展方向的创造性实践课程，使学生能够在认识各类新兴媒体、智能媒体现象的基础上举一反三、触类旁通，启发学生的发散性和批判性思维。同时，它也是一门运用传播学理论透析智能传播的基本特性、发展规律及未来趋势的系统性理论课程，提供最具有前沿色彩思想和实践指导。</p> <p>理论学习 16 学时，以校内教师讲授智能传播理论为主；实践学习 16 学时，以校外导师讲授未来媒体的实践应用和行业发展为主，此部分主要与校部共建的实习基地经济日报社、中经网合作。</p>
6	智媒广告与营销实战	<p>本课程涉及数字广告创意、策划、执行与整合营销全流程，通过本课程的学习，使学生较为扎实的把握数字广告策划、广告创意的内容与具体运作方法，掌握数字广告传播过程中的策划方案，使广告活动取得预期效果。根据课程内容适时邀请业界导师走进课堂，讲述在营销实战中的方法论、数智时代营销新趋势，并结合当下出圈的营销案例进行亮点剖析。同时结合未来金理奖·全国大学生 IMC（整合营销传播）大赛、全国大学生广告艺术大赛、未来设计师·全国高校数字艺术设计大赛，进行赛题拆解、规则讲解、模拟提案等，最终以提交参赛作品为考核方式，全面综合考核学生在理论学习与实战应用，评价学生的创意策划、整合营销、品牌经营、商业思维、实效转化等多元整合思维。</p>