**《数字营销传播》课程介绍**

2013年，新闻传播学院《数字营销传播》课程获得上海外国语大学年度主干课程建设基金资助，开始课程建设，至今已经历时三年，目前课程建设已经完成。

《数字营销传播》课程是新闻传播学院为培养国际化创新人才而开设的创新型专业必修课，该课程的主要任务是培养学生互联网数字营销传播创新的能力，并以此提高学生的社交媒体创意实践能力，增进学生对国际传媒业务的了解。该课程在教学内容、教学手段与方法、教学评价等方面与教育部国际司联合电通每年举办的“电通创新人才培训营”开设的创新课程接轨，具有国际性和领先性，在国内处于引领地位。该课程具有很强的专业实践性，能有效提升学生的广告与数字创意传播能力，同时，该课程的教学与实践充分发挥了上外学生的语言优势，鼓励学生用英语和日语进行提案。自建设至今，该课程已经在创意提案式教学设计及教改论文在2013年中国广告教育学会年会、2014年国际数字营销教育研讨会上进行发表，成为受到国内高校广告专业关注的重点课程，赴跨国企业多语种提案具有明显的上外特色。

经过三年的课程建设，目前已经完成了以下建设内容：

1. **课程内容建设与完善**

作为一门专业主干课程，《数字营销传播》从开始建设起，就非常注重打造其专业领先性，同时，也非常强调该课程的实践特色。因此，无论是教学大纲的编写，还是教学活动的设计，该课程都紧紧围绕打造学生开展国际级广告与传播创新实践所必须具备的专业理论和实践素养，全方位培养学生的多语种数字广告提案能力。

课程前身是2005年以前开设的《网络传播》，以及更早的《整合营销传播》课程，在2008年后，由于互联网2.0技术的兴起，使得传统网络传播课程内容受到了社交媒体爆发的挑战，传统的网络传播教材和整合营销传播教材都不能很好地将Web2.0的变化趋势反映进去，因此，我们就有意识地关注并开始加入国内外以社交媒体为代表的数字营销案例。进入2013年后，全球广告产业发生剧烈变革，电通并购安吉斯集团，阳狮与宏盟集团战略合并，4A集团的数字营销板块成为全球广告巨头争夺的重点。我们及时地注意到了这个现象，抓紧调整课程，率先设立网络传播（数字营销传播）的方向课程，并与国内数字营销最优秀的几家公司电通（安索帕、维拉沃姆）网迈、氩氪达成战略性合作关系。直接邀请企业总监进课堂为本科生讲授当年度正在进行的数字营销传播战役。使得教学互动和学习效果大大提升。

该课程的设计思路是以国际传播集团的消费者洞察及互联网传播核心命题为载体，让学生参与创造型学习，教师让学生在提案中不断学习新知识新技能、同时把学到的知识和技能及时用到随后的实践中，从而让学习为传播创新服务，让广告知识和营销传播技能在提案实践中不断完善。

该课程内容包括课程理论知识培训和三合一翻转课堂提案两个部分。在专业理论知识培训方面采取校企联合讲授“知识传授与技能培训为主、数字营销前沿实践为辅”的教学方法，在三合一翻转课堂提案方面则采取“文化创意实验室、多语种传播提案、国际企业开放日”的三合一翻转课堂教学方法。

该课程的教学内容主要包括以下知识模块：

1、互联网广告与营销传播模块：邀请媒体专业人士以及学院专业教师共同培训（6学时）；

2、社交媒体传播规律与数字传播设计模块：邀请社交媒体营销专家、数字消费者洞察、广告与传播设计的相关教师和业界专家进行重点培训（6学时）；

3、多语种提案模块：邀请相关教师、国际企业外籍专家、双语企业导师重点培训（6学时）；

4、其他专业素养提升模块（包括数字文化、营销传播、社交文案、数字广告游戏、APP传播、社会化聆听等）：邀请专业教师和企业专家、国外创意总监或者国际集团客户总监等进行重点培训（6学时）；

5、实践模块：学生接受国际企业命题后突击准备提案，96小时内完成洞察、创意、场景策划、传播设计并选择中英日多语种提案（8学时以上）。

在课程学习过程中，学生作业主要是其制作的消费者洞察视频、网络调研报告、数字传播策划方案，这些作品直接进入国际广告公司在真实客户项目组面前进行提案比稿，国际品牌和国际4A广告公司奖状及实习（入职）邀请是学生作品成果的重要平台。

以上内容在三轮教学实践中得到了不断的完善，同时经过实践检验，证明教学内容符合课程建设的目标，具有很强的专业性和实践性，对于培养学生的国际级广告与传播创新人才能力起到了预期的良好效果。

1. **课程实施（3轮）**

该课程自2013年12月开始立项建设，结合校企联合培养国际化实践性卓越广告人才的项目建设，至今已经开展了四轮教学，分别是2014年4月至6月的“第一届上外广告国际化数字营销人才培训班(与电通安吉斯和氩氪集团)”：2015年4至6月的“第二届上外广告国际化数字营销人才培训班（与TBWA、电通集团）”；2015年10至12月的“第三届上外电通国际化数字营销人才培训班”；2016年4至6月的“第四届上外电通国际广告与传播创新人才基地项目”，共四次国际化提案课程教学。

以上4次课程的实施均采取了学期内开设的方式，充分结合高校理论课教学先导，国际企业师资进课堂，品牌创新联合命题，期末国际广告公司多语种提案加开放日，课程教学计划安排合理。国际企业创意总监和学生小组建立企业导师指导日，在周末节假日时间学生可以赴企业亲身参与体验广告与数字营销制作训练，因此更加符合该课程注重培养学生对于国际广告与传播创新人才跨界培养提升的需要。

四轮课程的教学实施过程都分为以下三个阶段：

1. 创新人才组队阶段

该阶段主要结合课程学习的起点要求，选拔具备英日语基础、数字感觉、互联网知识、商业模式设计和广告传播技能等进阶要求的学生。选拔主要依据学生的相关专业课程和语言能力证书，小组多面人才配置，适当进行校内快题选拔笔试和面试，优选参加最终多语种数字创意传播提案的学生名单。

2．数字命题的专项知识训练阶段

该阶段主要对学生开展国际广告与数字营销传播所必须掌握的专业理论知识和实践能力开展全面教学培训。该阶段的教学培训由课程教师组织并邀请国际企业导师进课堂讲授，同时邀请互联网企业、社交媒体专家参与，开展讲座、辅导和实践指导，共同完成课程的教学培训任务。

3. 命题强化训练与多语种提案的翻转课堂

该阶段是课程教学的重要阶段，是对教学培训阶段所学的理论知识和实践能力加以运用，是学生小组自发创造、企业导师和课程讲师帮助提升的实战阶段，是对前期取得的成果进行检验、提高的重要环节。通过在国际品牌主、国际广告公司创意总监团队、数字营销专家面前的翻转课堂——发表与提案，学生对所学学以致用，提高自身的专业理论水平与实践能力，同时通过多语种提案，不断加深对所学的理解、发现不足、随时改进，最后真正具备国际广告与数字创意人才所必须的能力。

通过以上三个阶段的课程学习，四轮参与该课程的学生都达到了课程设置的目标，较好地具备了数字营销传播的品牌传播能力，为今后开展国际广告与创意传播实践工作打下了扎实的基础。

1. **课程建设成果总结**

四年来，经过实施与完善，《数字营销传播》课程的建设达到了预期目的，顺利完成了课程建设目标，取得了以下成果：

首先，完善了课程教学大纲、教案、课后习题、教学活动制度等教学文件档案，建设了一批教学所需的相关教学资料，以上主要内容见学校“课程中心”网站。

其次，培养了四批参与该课程学习的学生，有效提升了他们对于重大事件新闻报道的采访报道能力。学生在该课程学习的国际品牌提案阶段发表了大量高水平的作品，这些作品通过品牌主评审和遴选，有些数字营销传播项目已经上市投放广告，获得了非常成功的市场效果，具体如下：

1. 2014年国际广告数字人才培训营“龙玺杰青巅峰对决上外行”活动
2. <http://www.cctime.com/html/2014-10-11/20141011144736194.htm>
3. <http://www.digitaling.com/articles/10934.html>
4. 2015年伊利安慕希牛奶的品牌美学
5. [http://v.youku.com/v\_show/id\_XMTUwMTUwNTMwNA==.html?from=s1.8-1-1.2&spm=0.0.0.0.p4yn1l](http://v.youku.com/v_show/id_XMTUwMTUwNTMwNA%3D%3D.html?from=s1.8-1-1.2&spm=0.0.0.0.p4yn1l)
6. http://weibo.com/p/100808e58c3cfee7edbe0b462b48d89e49d8e0
7. 2015年康师傅水漾面向亚太市场的国际偶像数字传播提案
8. [http://v.youku.com/v\_show/id\_XMTUxNjIwMzE1Ng==.html?from=s1.8-1-1.2&spm=0.0.0.0.aCn6dq](http://v.youku.com/v_show/id_XMTUxNjIwMzE1Ng%3D%3D.html?from=s1.8-1-1.2&spm=0.0.0.0.aCn6dq)
9. <http://weibo.com/1969348660/CENyPaGHq>
10. 90后数字时代的服饰文化与移动消费者生活场景提案

此外，以上教学活动中的部分学生作品在国内视频媒体优酷土豆、爱奇艺发表。电通集团两任执行创意总监，安吉斯集团创意总监、氩氪集团总裁等向提案获奖学生颁发卓越广告生证书和国际公司邀请状。

本项教学改革的执行成果已经成功转化为平台。经学校评审批准成立了上外电通国际广告与传播创新教学实践基地，并于2016年9月受教育部和电通集团总部委托，承办“第二届电通创新人才培训营”，已邀请复旦大学、华东师范大学、上海外国语大学、上海大学、华东理工大学、上海师范大学、南京大学、浙江传媒大学、浙江工业大学等12所华东地区高校广告学相关专业展开国际传播人才培训项目。

上海外国语大学还与利欧数字传播集团（氩氪集团母公司）合作成立了上外利欧（数字）创业学院，专注于培养具有国际创业技能的数字营销创新人才。

以上成果的取得，充分表明了《数字营销传播》课程的建设是成功的，我们将在已有成绩的基础上，总结经验与不足，继续努力探索，进一步将上外“国际化创新人才培养”目标和“高端人才培养”的理念融入其中，争取早日把该课程建设成为闻名国际传媒集团、国内领先的上外特色课程。