

策划编辑：罗 雅 于 兰
责任编辑：于 兰

新媒体营销 教程

XINMEITI YINGXIAO JIAOCHENG



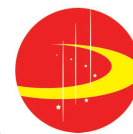
定价：52.80元

应用型人才
培养系列教材

新媒体营销教程

主编 / 胡 芸 苏 侃

电子科技大学出版社



应用型人才
培养系列教材

新媒体营销 教程

主编 / 胡 芸 苏 侃

XINMEITI YINGXIAO
JIAOCHENG



 电子科技大学出版社
University of Electronic Science and Technology of China Press



应用型人才培养系列教材

新媒体营销 教程

XINMEITI YINGXIAO
JIAOCHENG

主 编 / 胡 芸 苏 侃
副主编 / 刘日星 刘 静 姚林利 李锦锋
李志贤 王 康 陈文行



电子科技大学出版社

University of Electronic Science and Technology of China Press

· 成都 ·

图书在版编目(CIP)数据

新媒体营销教程/胡芸,苏侃主编.—成都:电子科技大学出版社,2022.4

ISBN 978-7-5647-9418-7

I. ①新… II. ①胡… ②苏… III. ①网络营销—高等教育—教材 IV. ①F713.365.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2022)第002032号

新媒体营销教程

XINMEITI YINGXIAO JIAOCHENG

胡芸 苏侃 主编

策划编辑 罗雅 于兰

责任编辑 于兰

出版发行 电子科技大学出版社

成都市一环路东一段159号电子信息产业大厦九楼 邮编 610051

主 页 www.uestcp.com.cn

服务电话 028-83203399

邮购电话 028-83201495

印 刷 廊坊市颖新包装装潢有限公司

成品尺寸 210mm×285mm

印 张 12.75

字 数 406千字

版 次 2022年4月第1版

印 次 2022年4月第1次印刷

书 号 ISBN 978-7-5647-9418-7

定 价 52.80元

版权所有,侵权必究

相对传统媒体而言,新媒体是一种利用数字技术、网络技术、移动技术进行信息传播与分享的新的媒体形态。随着全球信息化不断加强,与之相关的产业制度、政策环境不断稳定,全球新媒体出现了“媒介融合”的新形态。在“互联网+”发展模式的推动下,新媒体更是传统企业实现转型升级的关键因素。企业应通过新媒体多资源、多渠道来实现自己的营销目标,实现产业的转型与升级。新兴的智慧化营销、大数据营销、自动化营销手段则是企业顺应时代发展的当务之急。

在此背景下,新媒体营销便应运而生,企业纷纷通过多种新媒体渠道营销自己的企业和产品,新媒体营销人才一下子炙手可热,具有很广泛的就业前景。

高明的网络营销实用技能对许多企业的作用日益重要,但大多数中小企业主在网络营销上显得经验不足,他们迫切需要网络营销方面的专业人才。而各高等院校培养的电子商务和网络营销专业的学生却找不到适合他们的岗位。针对上述矛盾,编者结合多年的社会实践和教学经验对教学内容、教学方法加以改革,力争提升学生的实际操作能力和项目经验,按照教育部提高教学质量、推进工学结合,以就业为导向的要求,在理论和实践之间架起一座桥梁,使学生易于掌握、易于实践。

本书从新媒体的基本认知入手,以新媒体营销岗位的基本技能需求为主线,理论与实操相结合,主要介绍了新媒体营销思维、新媒体营销团队素养、新媒体营销方式、企业新媒体营销流程和策略,详细介绍了微信营销、微博营销、短视频营销、自媒体平台营销、直播平台营销、社群营销等新业态下企业常用的新媒体营销策略、技巧和方法。有助于学习者通过新媒体营销实务的学习,形成新媒体营销的职业能力,并能有效开展新媒体营销活动,帮助企业培育新增长点,形成新动能。

本书与目前市场上的其他同类图书相比,具有以下特点。

(1) 案例丰富。本书的理论讲解结合表格、图片等不同表达形式,并针对章节知识点辅以不同的新媒体营销案例,帮助读者理解相关知识。精心编排的“案例分析”模块,带领读者剖析经典案例,同时结合所讲知识梳理读者思路,帮助读者更快、更好地将知识运用到实际工作当中。

(2) 语言通俗。本书区别于目前市场上大量以讲解理论知识为主的教材,采用朴实的语言和容易理解与接受的方式,为读者系统介绍新媒体营销的方法论;同时,其内容与当下企业的新媒体营销紧密结合,实用性强。

本书由平顶山学院胡芸、成都艺术职业大学苏侃担任主编,宜春学院刘日星、武汉职业技术学院刘静、成都艺术职业大学姚林利、广东工程职业技术学院李锦锋、私立华联学院李志贤、焦作大学王康、河南质量工程职业学院陈文行担任副主编。

由于编者水平有限,疏漏之处在所难免,恳请读者不吝赐教,以便修正不足之处。

编者

2022年1月

项目一

概述	1
◎ 任务一 新媒体营销的起源与发展	1
◎ 任务二 新媒体营销的含义及特点	5
◎ 任务三 新媒体营销的功能及分类	6
◎ 任务四 新媒体营销的主要方式(载体)	8

项目二

新媒体用户与内容定位	13
◎ 任务一 新媒体用户定位	13
◎ 任务二 新媒体内容定位	23
◎ 任务三 新媒体营销主要思维	28

项目三

微信营销	51
◎ 任务一 微信公众号建立	51
◎ 任务二 微信内容策划	56
◎ 任务三 微信内容编辑	59
◎ 任务四 微信营销数据监控	68

项目四

微博营销	71
◎ 任务一 微博账号建立	71
◎ 任务二 微博活动策划与实施	75
◎ 任务三 运营数据分析	78

项目五

直播平台营销	83
◎ 任务一 常见直播平台介绍	83
◎ 任务二 直播内容策划与实施	88
◎ 任务三 直播营销复盘	90

项目六

社群营销	95
◎ 任务一 社群的发展趋势	95
◎ 任务二 社群营销的技巧	96
◎ 任务三 社群营销的方式	105
◎ 任务四 课堂实训	107

项目七

短视频营销	109
◎ 任务一 短视频营销的基础知识	109
◎ 任务二 抖音短视频营销	114

项目八

- ◎ 任务三 快手短视频营销 132
- ◎ 任务四 课堂实训 141

新媒体平台文案写作与传播 143

- ◎ 任务一 微信平台文案特征分析与写作技巧 143
- ◎ 任务二 小红书笔记特征分析与写作技巧 154
- ◎ 任务三 抖音文案特征分析与写作技巧 159
- ◎ 任务四 社会化媒体文案特征分析与写作技巧 162
- ◎ 任务五 新媒体平台上的文章排版 171
- ◎ 任务六 新媒体平台上的内容策划与传播推广 176
- ◎ 任务七 新媒体平台营销经典案例 178

项目九

营销实训 181

参考文献

..... 197