

# 《社群运营》课程教学计划书

## ● 课程设置

- 课程名称：《社群运营》
- 课程类别：专业基础课
- 课程性质：必修
- 计划学时：40
- 计划学分：2
- 先修课程：无
- 适用专业：本课适合经济学、管理学、新闻传播学相关专业，如工商管理、市场营销、经济贸易、电子商务、广告学等新媒体营销专业。

### ➤ 教学目标

培训内容包括如何制定群规，如何线上分享，如何做线下活动，选择什么样的平台等，大量干货秘籍一应俱全，并提供丰富的实操案例。通过本课程学习，学生可以掌握社群运营的基础知识，为以后从事社群运营工作打基础，充分的实践性教学可实现培训对象的学习目标。

### ➤ 基本知识

社群的产生背景和内涵，社群构成的五大要素，运营社群的三大社交理论，评估社群质量的模型，构建社群的步骤，保持社群活跃度的方法，社群线下活动的策划与执行，建立社群运营优质团队的方法，

扩大社群运营团队的策略，留住社群运营人才的方式，设置社群运营KPI，社群的商业变现模式。

### ➤ 问题分析

学生应当能够认识社群、了解社群营销的价值和运营技巧，具备社群运营的规划和运营策略能力，能够组建社群团队、发挥社群的优势，能够有效的开展社群营销与运营的相关活动。

### ➤ 设计 / 开发解决方案

通过本课程的教学，学生能有意识的实践体验社群的发展，激发学生对社群营销与运营的强烈兴趣，培养学生的实践精神。

### ➤ 研究

分析市场，以理论知识+案例分析为基础研究社群运营。

### ➤ 使用现代工具

熟悉了解现如今市面各种平台以运营工具，营销类，文案类等。

### ➤ 环境和可持续发展

现代人生活节奏快，大家打开公众号的频率逐渐降低，人们更愿意在碎片化时间里打开微信社群进行社群交流和互动分享，通过社群，运营人员可以实时观测用户动态，捕捉到用户需求和情感，从而及时对运营方案作出调整以及更好的维系用户；用户与用户、用户运营者之间的关系更加密切，用户更易产生归属感，用户黏性加大，社群运营能有效提高对用户的激活和转化。如今私域流量火爆，而社群运营也属于私域流量，社群运营在整个运营体系里都是必不可少的一环。

### ➤ 个人和团队

个人与团队的运营模式，以及人员配置工作职责

## ➤ 沟通

与各种角色之间的沟通协商技巧。

## ● 课程计划

《社群运营》课程进度计划			
课时	课程目的	教学方法	课程练习
1	了解社群运营的发展历程，新零售时代的四大营销特点及构成社群的五个要素	讲授法	/
1	学习社群运营及社区运营的区别，社群营销的整体框架	讲授法	/
2	学会分析社群运营的案例	讲授法+讨论法	加入一个社群，并分析起运营轨迹
10	了解社群的价值，掌握社群的群成员结构及角色分工，理解社群构建的基本要素、流程技巧和方法，了解群成员加群的主要动机，掌握社群聚拢找群成员的主要方法	讲授法+讨论法	组件一个社群需要哪些技巧和方法，学生按小组完成社群的构建
6	了解常用的社群运营模式，掌握社群分享的流程，掌握社群讨论需要经历的三个阶段，理解社群可通过哪些方式完成价值输出，了解社群的变现的概念，理解社群变现的要素及前提，掌握商业变现的形式	讲授法+讨论法	为上节课建的社群设置规则及玩法，入群人数达到100人
12	掌握社群线下活动的必要性，掌握线下活动的筹备流程，了解线下活动推广渠道，掌握线下活动的宣传推广策略，了解线下活动的现场操作注意事项，掌握活动复盘的注意事项及要惠	讲授法+讨论法	根据制作的线下活动实施方案，组织一场线下活动
4	掌握社群运营人才的选拔标准，了解怎样的新人值得被培养，掌握快速壮大团队的基本条件，熟悉社群核心团队流失的原因，熟悉什么是社群KPI，掌握社群运营KPI的类型	讲授法	/
4	熟悉使用易直播	讲授法+实训法	结合易直播策划一场线上活动