

教学案例使用说明

案例名称	人民网品牌建设分析		
适用课程	品牌战略与营销管理 媒介经营管理等	适用对象	新闻与传播专硕研究生与新闻传播本科生
教学目标：（教学案例涉及的理论体系、应用模式、技术路径，预期的掌握程度与教学效果） 1. 了解人民网品牌形象构建； 2. 会分析人民网独立品牌建设调整； 3. 知悉人民网品牌建设的策略及对其品牌发展前景进行分析； 4. 会利用品牌建设要素理论解决媒体品牌建设实际问题。			
使用说明：（结合案例发展阶段、相关场景，依次简要列举相关思考题、讨论题；给出教学方式与时间安排的建议） 思考题： 1. 谈谈人民网品牌形象的内涵？ 2. 辩证分析人民网品牌创建对《人民日报》的影响？ 3. 人民网目前发展瓶颈及机遇？ 4. 人民网品牌在新闻网站中占领怎样的位置？ 教学方式与时间安排建议： 教学方式：采取翻转课堂教学方式，课前查阅资料，课堂讨论、释疑解惑。 时间安排：90 分钟。 具体时间分配：课堂学生代表汇报课前资料学习 15 分钟左右，教师介绍案例 15 分钟，教师提出问题给学生分组讨论 15 分钟，小组代表发言 20 分钟，学生对案例学习提出建议 10 分钟，教师总结延伸案例学习情况 15 分钟。			
编者分析：（分析思路、编者援引相关理论原理对思考题和讨论题的分析、本案例的关键要点） 关键要点分析： 1. 谈谈人民网品牌形象的内涵？ 人民网新 LOGO 的核心标志设计，结合中国共产党党旗红黄两色的主体色调，抽象出两个舞动“人”形，潇洒飘逸、充满张力。贯通的“人”字既象征互联网联通、互动的特性，又代表人民网致力于打通官方、民间两个舆论场，做官方、民间互动的重要平台。LOGO 整体如同一个地球，代表人民网全球化覆盖、全方位报道的发展愿景。			

2. 辩证分析人民网品牌创建对《人民日报》的影响？

人民网从《人民日报》附属产品到独立特色品牌的转变，对《人民日报》来说是机遇也是挑战。《人民日报》通过与人民网深度合作和融合，促进其品牌得到质和量的提升，品牌名声再次打响；但人民网的新媒体特性，也会造成其受众分流。

3. 人民网目前发展瓶颈及机遇？

人民网作为传统媒体的门户网站，多少保留着传统媒体的新闻编辑风格、生产方式及体制机制，运用新技术、新应用方面有所欠缺、创新能力不足等。这些导致在新媒体领域人民网的信息传播优势不明显。例如推送新闻的渠道方面，虽然人民网开展了多种多样的用户服务手段，线上线下都有互动渠道，但是在推送新闻的广度和深度方面都有提升空间。因此，在如今网络信息科技技术的飞速发展的背景下，人民网可以充分利用 VR 技术、短视频、大数据等多种手段和互动方法进一步实现形式和内容上的创新，实现整个品牌的跨越式发展。

4. 人民网品牌在新闻网站中占领怎样的位置？

人民网是中央重点新闻网站的排头兵，也是人民日报融合发展的新媒体旗舰，在新闻报道宣传中占有重要地位。与众多新闻网络化媒体相比，人民网始终以内容为核心，以融合为理念，打造出多语种、多终端、全媒体、全球化、全覆盖的传播与营销平台；同时依托科技飞速发展、网络媒体传播的便捷性，增强人民网品牌在群体中的传播范围，强化受众基础，不断扩大品牌传播影响力。

其他相关说明与附件：（案例内未给出的背景补充资料、可提供的多媒体资料说明、需要使用的软硬件设备与获取方式、使用方法的说明等）

使用方法说明：案例讲解之前，先让学生通过网络资源搜索与人民网相关的信息，了解人民网开设栏目的基本概况及其目前的发展动态，重点搜集人民网品牌定位调整和品牌建设策略，并在课前检验学生的资料搜集整理情况。根据案例教学反馈效果，写出教学反思，再根据人民网品牌发展，不断更新完善案例，以调整下一轮的教学策略。