

《融媒体技术》课程标准

一、课程基本信息

| | | | |
|---------|----------------|------|-------------|
| 课程名称 | 融媒体技术 | 课程代码 | 0224328 |
| 课程学时/学分 | 48/3 | 课程类型 | 专业核心课 |
| 适应专业 | 数字媒体技术 | 开设学期 | 第四学期 |
| 执笔人 | 王荣荣 | 制定日期 | 2023 年 11 月 |
| 课程团队 | 柴中奎、王荣荣、肖丹、胡艺龄 | | |
| 课程审核 | 教研室主任：李愈 | | |
| | 专业带头人：柴中奎 | | |
| | 二级学院（部）负责人：吴德春 | | |
| | 教务处负责人：万忠保 | | |

二、课程性质与任务

（一）课程性质

本课程是数字媒体技术专业的专业核心课程也是本专业的必修课，其前序课程为《图文编辑基础》、《创意设计》、《用户界面设计》，同期课程有《数字音视频技术》和《网页设计》等。

（二）课程任务

《融媒体技术》主要通过学习广告文案和广告策划的相关知识，并通过软文创作、着陆页文案创作、电子邮件文案创作、微博文案创作、微信文案创作、电商文案创作等练习，掌握网络营销的系统知识，提高学生的广告文案创作能力。

（三）学情分析

本课程是大二下学期所授科目，其需要有一定的创新思维和文字处理能力。学生在大一上学期接触了《图文编辑基础》课程，所以对图文处理有一定的了解，针对学生知识体系较弱的实际情况，在授课的过程中，应该多侧重实践教学，多注意课堂案例的趣味性，从练习

中让学生去理解所学的知识，掌握并灵活地运用所学知识。

三、课程目标与要求

（一）课程目标

通过本课程的学习，学生对网络营销有更加深刻的认知，掌握新媒体文案的写作技巧，具备较高的职业素质，能基本满足各公司新媒体编辑、设计类工作岗位的能力需求。同时，学生再学习和创新能力的培养也是这门课程的重点目标。

1.素质目标：

- （1）养成能系统地分析文案与产品、市场、用户之间关系的习惯；
- （2）提升创造性思维和明辨是非的能力；
- （3）具有一定的学习能力、沟通与团队的协作精神；
- （4）树立科学的设计创新意识；
- （5）形成“以人为本”的设计观念。

2.知识目标：

- （1）掌握新媒体文案的基础概念；
- （2）掌握广告、软文、着陆页、微博、微信、电商文案的相关知识；
- （3）掌握运营原则及相关法规。

3.能力目标：

- （1）能够根据文案使用场景分析文案的好坏；
- （2）能够追踪热点并发掘题材，根据不同的环境进行选题策划与文案的撰写；
- （3）能够实现新媒体平台账号的维护及内容制作；

（二）课程要求

1.坚持立德树人

《融媒体技术》教学要落实立德树人根本任务，充分挖掘本课程思政元素，将社会主义核心价值观融入教学全过程，使学生在思考、辨析、解决问题的过程中，能站稳立场、明辨是非、行为自律、知晓责任。

2.提升专业技能

在教学设计时，引入企业真实案例和项目，并融入岗课赛证内容与要求；在课堂教学中，采用理论与实践相结合的教学方式，让学生在学中做、做中学，提升学生专业技能和综合应用能力。

3.培养创新意识

在教学过程中，根据学生的学习基础，创设适合学生的教学环境与活动，引导学生开展自主学习、协作学习、探究学习，并进行分享和合作，同时，引导学生学会根据自身需要，自主选择学习平台，创设学习环境，形成自主学习的能力和习惯。

四、课程结构与内容

（一）课程结构

《融媒体技术》是一门实践性很强的专业核心课程，根据新媒体运营岗位工作内容、高职教育人才培养目标和本专业人才培养方案，遵循“理论以‘必须、够用’为度，实践以‘强能、致用’为本”的原则，按照从简单到复杂、从单项到综合的思路，序化课程内容，精心设计了“广告策划”、“软文”、“广告文案”、“着陆页”、“电子邮件文案”、“微博文案”、“微信文案”、“电商文案”、“课程复习”9个模块，针对每个模块，按实际操作步骤和内容设置了9

个任务。在教学实施过程中，突出实践教学、重视学生动手能力的培养，实现教学与工作岗位、工作内容的有效对接。

（二）课程内容

本课程共有 48 个课时，课程具体教学内容见表 1。

表 1 课程教学内容一览表

| 序号 | 模块 | 任务 | 教学目标 | 教学内容与实训项目 | 学时 | 主要教学方法 |
|----|--------|----------|------------------|-------------------------|----|---|
| 1 | 广告策划 | 广告策划的概念 | 掌握新媒体文案与广告策划的概念 | 策划一场广告活动 | 4 | 直观演示教学法、案例教学法、情境教学法、问题导向教学法、任务驱动教学法、讨论教学法 |
| 2 | 软文 | 写软文 | 掌握软文的相关知识 | 讲解软文的策划流程和写作技巧 | 4 | 直观演示教学法、案例教学法、情境教学法、问题导向教学法、任务驱动教学法、讨论教学法 |
| 3 | 广告文案 | 广告文案的写作 | 掌握广告文案标题、正文的写作方法 | 讲解广告文案的标题、正文以及广告随文的写作方法 | 6 | 直观演示教学法、案例教学法、情境教学法、问题导向教学法、任务驱动教学法、讨论教学法 |
| 4 | 着陆页 | 着陆页文案 | 掌握着陆页广告文案的相关知识 | 着陆页的制作 | 6 | 直观演示教学法、案例教学法、情境教学法、问题导向教学法、任务驱动教学法、讨论教学法 |
| 5 | 电子邮件文案 | 创作电子邮件文案 | 掌握电子邮件文案的写作方法 | 营销型电子邮件文案策划与制作 | 6 | 直观演示教学法、案例教学法、情境教学法、问题导向教学法、任务驱动教学法、讨论教学法 |

| 序号 | 模块 | 任务 | 教学目标 | 教学内容与实训项目 | 学时 | 主要教学方法 |
|-----|------|-----------|------------------|------------------|----|---|
| 6 | 微博文案 | 写微博 | 掌握微博文案的写作方法与技巧 | 讲解微博文案的写作技巧及推广 | 6 | 直观演示教学法、案例教学法、情境教学法、问题导向教学法、任务驱动教学法、讨论教学法 |
| 7 | 微信文案 | 微信朋友圈广告文案 | 掌握微信文案的写作技巧 | 讲解微信广告文案的写作技巧 | 6 | 直观演示教学法、案例教学法、情境教学法、问题导向教学法、任务驱动教学法、讨论教学法 |
| 8 | 电商文案 | 电商广告文案 | 掌握创作电商广告文案的方法和技巧 | 制作电商平台商品主图及详情页内容 | 6 | 直观演示教学法、案例教学法、情境教学法、问题导向教学法、任务驱动教学法、讨论教学法 |
| 9 | 课程复习 | 复习 | 综合复习 | 梳理所有知识点 | 4 | 直观演示教学法、案例教学法、问题导向教学法、任务驱动教学法、讨论教学法 |
| 总学时 | | | | | 48 | |

五、课程实施与保障

（一）课程实施

1.课程理念

坚持以学习者为中心，按照“以学定教、以学施教、以学评教”的理念，教师根据岗位工作流程、课程内容特点和学生学情情况，融入岗课赛证要求，挖掘课程思政元素和文化元素，制定教学策略；突出学生主体地位和教师的主导作用，精心设计教学流程和教学活动，

通过情境体验、课堂互动、作品呈现等环节，让学生动起来，让课堂活起来；因材施教，鼓励和帮助学生个性化、差异化发展，使学生学有所思、学有所得、学有所用。

2.教学策略

教学模式：线上线下混合式。

教学方法：项目任务教学法、案例教学法、分析讨论教学法、启发引导教学法。

教学手段：依托智慧职教、爱课程、超星、钉钉、腾讯云、网易云等教学平台和微信学习群、QQ学习群等，运用多媒体设备、相关教学软件、动画、数字媒体技术专业实训设备等进行教学，动态记录学生的学习情况，教师可随时与学生互动，及时了解学生的整体和个体目标达成情况，为调整教学策略和个别辅导提供依据。

3.教学过程

课前导学：教师推送学习资源，发布学习任务；学生以小组为单位研讨，完成学习任务；教师线上交流与答疑，了解学生自主学习情况，修改教学策略。

课中研学：围绕教学目标和教学难点，针对课前自学环节的困惑和疑点，根据学科课程特点和学生心理特征，精心设计教学流程，引导学生做中学、学中做，在问题导向、合作探究、师生互动、作品展示中获得知识、培养能力、提升素养。

课后践学：围绕教学目标，引导学生在课外活动中参与课程实践，拓展知识视野，践行文化价值，培育专业能力。课程实践活动原则上体现开放性（如企业调研、社会调查等）和合作性（小组或团队合作）。

4.课堂形态

适应“互联网+”信息化教学环境及学生学习特点，依托“智慧职教、爱课程、超星、钉钉、腾讯云”等智慧教育云平台 and 校内外实习实训基地，充分运用数字化课程资源、模拟仿真软件、教学仪器设备等教学资源和云计算、大数据、人工智能等现代教育技术，建设“云端课堂、实体课堂、仿真课堂、实境课堂”，使智慧教育覆盖教学的全过程，以学定教，打造高效课堂，促进学生个性化发展。

（二）课程保障

1.教学团队

（1）课程负责人：课程负责人能认真贯彻党的教育方针，热爱高职教育事业，爱岗敬业，治学严谨，组织协调能力强，具有开拓进取精神和良好的师德师风；具有中级及以上职称，本科毕业工作三年以上且具有硕士学位，具有三年及以上的数字媒体技术专业课程教学经历；能准确把握数字媒体技术专业人才培养目标、培养规格及课程定位，有较强的教学能力和丰富的项目实战开发经验；教学、科研业绩突出，能对本课程教学过程各环节进行督促和指导；

（2）主讲教师：主讲教师热爱教育事业，有良好的道德素养和专业功底，本科毕业工作三年以上且具有硕士学位，有设计类工作经历与教学经验，有较强的沟通能力和一丝不苟的工作作风；具备爱岗敬业、为人师表、锐意进取的职业道德；具备先进的教学理念，有较强的课堂驾驭能力；学生及同行评教反映良好，教学质量优良；

2.教学设施

（1）配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道

畅通无阻。

（2）校内实训基地：配备有《影视制作实训室》、《视觉设计实训室》等专业机房；

3.教学资源

（1）教材

《新媒体文案创作与传播》，天津大学出版社

（2）参考书

《营销传播文案写作》，武汉大学出版社

（3）网络资源

在线课程：<https://www.xueyinonline.com/detail/235980718>

职业教育数字化学习中心：

<https://zyk.icve.com.cn/courseDetailed?id=1pl7aceomodafo4jl0h3yw>

国家精品课程网站：

<https://zyk.icve.com.cn/courseDetailed?id=28406ab9-2c05-4c79-803b-fcce9cf5e64f>

六、课程考核与评价

课程的考核评价采用过程性考核评价、终结性考核评价与增值性考核评价相结合的形式，过程性考核主要包括课前线上学习、课中出勤与课堂参与度以及课后作业任务完成度等；终结性考核包括期末理论考试、专业技能考核或作品考核；增值性考核指学生在学完规定的学习任务后，获得的荣誉，竞赛获得的奖项，开发的产品、项目、专利，发表的论文等成果，可以转化成学分，替换相关课程或环节部分学分。

表2 课程考核评价形式一览表

| 考核评价形式 | | 考核内容 | 比例% |
|----------|------------------------|---|-----|
| 过程性考核与评价 | 课前：线上讨论、课前测试、作品提交等 | 到课考勤、学习态度、安全意识、合作精神、敬业精神、团队意识、课堂参与、实训操作、知识掌握等 | 10 |
| | 课中：课堂提问、现场操作、小组考核、小测验等 | | 30 |
| | 课后：课后作业、课后实践、学习、作品提交等 | | 10 |
| 终结性考核与评价 | 理论考试 | 理论知识、职业规范等 | 20 |
| | 技能考核/作品考核 | 专业技能、创新能力等 | 30 |

表3 课程考核内容一览表

| 序号 | 模块 | 任务 | 知识点 | 技能点 | 考核占比(%) |
|----|--------|-----------|------------------|-------------------------|---------|
| 1 | 广告策划 | 广告策划的概念 | 掌握新媒体文案与广告策划的概念 | 策划一场广告活动 | 8 |
| 2 | 软文 | 写软文 | 掌握软文的相关知识 | 讲解软文的策划流程和写作技巧 | 12 |
| 3 | 广告文案 | 广告文案的写作 | 掌握广告文案标题、正文的写作方法 | 讲解广告文案的标题、正文以及广告随文的写作方法 | 15 |
| 4 | 着陆页 | 着陆页文案 | 掌握着陆页广告文案的相关知识 | 着陆页的制作 | 12 |
| 5 | 电子邮件文案 | 创作电子邮件文案 | 掌握电子邮件文案的写作方法 | 营销型电子邮件文案策划与制作 | 12 |
| 6 | 微博文案 | 写微博 | 掌握微博文案的写作方法与技巧 | 讲解微博文案的写作技巧及推广 | 12 |
| 7 | 微信文案 | 微信朋友圈广告文案 | 掌握微信文案的写作技巧 | 讲解微信广告文案的写作技巧 | 14 |
| 8 | 电商文案 | 电商广告文案 | 掌握创作电商广告文案的方法和技巧 | 制作电商平台商品主图及详情页内容 | 15 |

七、课程进程与安排

表 4 课程进程安排一览表

| 序号 | 教学内容 | 计划课时 | | 授课地点 | 执行周次 |
|----|--------|------|----|------------|-------|
| | | 理论 | 实践 | | |
| 1 | 广告策划 | 2 | 2 | 多媒体教室、专业机房 | 1-2 |
| 2 | 软文 | 2 | 2 | 多媒体教室、专业机房 | 2-3 |
| 3 | 广告文案 | 2 | 4 | 多媒体教室、专业机房 | 3-5 |
| 4 | 着陆页 | 2 | 4 | 多媒体教室、专业机房 | 5-7 |
| 5 | 电子邮件文案 | 2 | 4 | 多媒体教室、专业机房 | 7-9 |
| 6 | 微博文案 | 4 | 2 | 多媒体教室、专业机房 | 9-11 |
| 7 | 微信文案 | 4 | 2 | 多媒体教室、专业机房 | 11-13 |
| 8 | 电商文案 | 2 | 4 | 多媒体教室、专业机房 | 13-15 |
| 9 | 课程复习 | 4 | 0 | 多媒体教室 | 15-16 |
| 合计 | | 24 | 24 | | |