

2024-2025 教学能力大赛

# 社群变现 商业之道

## 教案

参赛组别：高职专业课程一组  
专业大类：企业管理大类  
课程名称：社群营销  
授课班级：2023 级市场营销、物流管理各班级  
模块学时：4 学时

# 教案 1 社群的商业变现 (第 1-2 学时)

## 一、教学分析

授课信息					
课程名称	《社群营销》	授课对象	2023 级市场营销、物流管理各班级	总学时	36 学时
任务名称	社群的商业变现	教学场所	多媒体教室	授课学时	2 学时
课程标准	《社群营销》课程标准	授课时间		授课形式	理实一体化
教材		<p>采用活页式结构，按照社群营销的典型职业活动来组织教学。</p> <p>用法灵活多样。“课前自学”、“课中实训”和“课后提升”组合，即为社群营销的理论体系、实训指导手册和案例集，可按需自取。</p> <p>充分体现校企合作，强化应用。紧密围绕社群营销真实案例展开教学内容，以提升学生实操技能为核心，围绕核心构建社群、设置情境、安排思考与实践任务。</p>			
任务分析					
<p>本次任务基于“岗课证”融通，对接岗位跨学科能力的需求，依据社群营销所要具备的职业能力及综合素养要求，引导学生通过对了解社群的商业价值和生命周期，了解社群营销的数字化分析和社群运营的操作流程，评估一个社群的具体质量如何，为有效开展社群构建等后续工作，打下基础。在完成任任务过程同时融入电商专员所要具备的职业素养以及严谨细致的工匠精神。</p>					

## 学情分析

### 知识和能力基础

学生对市场营销、市场调查与预测课程有了初步认识。需要加强方法及逻辑思维方面的指导。在自学自测中，发现部分学生对社群运营非常感兴趣，但对运营实操的认知仅停留在表面层次，需要进一步深化。

### 认知与实践能力

学生掌握了市场营销策略等相关知识。在数据分析实操方面，学生已具有一定的 excel 操作基础，能进行大数据的清洗和筛选，会使用 excel 工具进行数据计算、排序、绘制图表等；30%的学生会使用大数据分析工具，具有一定的操作基础。

### 学习特点

22 级物流专业的学生善于接受新鲜事物，乐于动手实操，渴望学习新技术、新工艺。

逻辑思维相对较弱，团队合作意识与职业精神有待提升。

不适应以项目（输出）为主线的教学方式；有的学生不配合，制作中产生懈怠。

## 教学目标

### 知识目标

1. 了解社群的服务变现方法；
2. 了解社群的交易变现方法；
3. 了解社群的人脉变现方法；
4. 了解社群的知识变现方法；
5. 了解社群的分销变现方法。

<b>能力目标</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 能够熟悉并理解社群商业变现的<b>相关问题</b>和<b>概念</b>；</li> <li>2. 能够掌握社群商业变现的<b>5种模式</b>。</li> </ol>
<b>素质目标</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 培养学生具有实事求是、做事认真、仔细的<b>职业素养</b>。（思政目标）</li> <li>2. 强化学生对任务全流程的精细化管控能力，使其在方案设计、操作执行、成果校验等环节中做到“计划周详、步骤精准、记录完整”，以匠心对待每一个细节。</li> <li>3. 增强学生学习自信和主动性；提倡<b>试错</b>并勇于<b>承受挫折</b>。</li> </ol>
<b>教 学 内 容</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 免费社群与付费社群的利弊；</li> <li>2. 构建付费社群的前提条件；</li> <li>3. 付费社群的价格设计；</li> <li>4. 付费社群的收费技巧。</li> </ol>	
<b>教 学 重 点 和 难 点</b>	
教学重点	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 熟悉并理解社群商业变现的5种模式；</li> <li>2. 清楚通过社群精准触达目标用户，围绕垂直领域需求选品；</li> <li>3. 明白依托社群流量价值（如活跃用户数、垂直领域影响力），定向承接品牌广告合作。</li> </ol>
<b>处理方法</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 通过案例分析，理解社群商业变现的核心逻辑；</li> <li>2. 教师引导，集体讨论：制定社群商业变现的阶段目标与分析表</li> <li>3. 课后提供社群真实项目案例进行拓展学习。</li> </ol>
<b>教学难点</b>	能够掌握社群商业变现的内涵。

## 处理方法

1. 教师演示操作；
2. 小组讨论并实操，教师巡回指导；
3. 教师布置社群案例分析，学生进行拓展学习。

## 二、教学策略

### 设计理念

本次课程以“以学生为中心，以任务为驱动”为核心理念，采用线上线下混合式与项目化教学模式。聚焦社群商业变现，通过解析社群营销基础、生命周期管理及质量评估等知识，结合“设计付费社群方案”“模拟快闪交易群运营”等实战任务，引导学生以真实社群变现数据为依据，完成《社群商业变现案例分析报告》。让学生在递进式学习中掌握服务变现、交易变现等 5 种模式，实现理论知识与商业实践的深度融合。

### 教学方法

1. **项目教学法**：以“设计社群商业变现方案”为项目，学生自主完成选品、会员体系设计及分销策略规划，通过方案撰写与 ROI 测算，突破“流量转化”难点，培养系统性解决问题能力。
2. **任务驱动法**：将本次课程的教学内容分为四个学生活动，包制作用户画像分析表，定位变现人群，培养数据采集能力。设计分层会员体系，理解差异化服务变现逻辑策划快闪交易群实操，掌握短期流量爆破技巧。撰写复盘报告，强化数据驱动决策的职业素养。通过层层递进的方式，解决本次课程的教学重点，让学生在小组任务的学习实践中掌握数据分析能力，培养团队协作能力，树立执着专注的职业态度等素养目标；
3. **案例分析法**：拆解“知乎盐选会员”变现路径，从需求提炼、模式拆解到工具应用（如百度指数），引导学生对标头部案例设计差异化方案，培养创新思维与商业敏感度。

## 教学手段

本次课程借助超星学习平台发布小组任务，进行全过程信息采集和监控，引导学生进行自主学习，激发学生的学习兴趣，全过程动态采集学生学习的数据，同时完成教学评价。运用 POWER BI 工具查看数据分析，并用社群分析表进行展示。



超星学习通



智慧职教



大数据分析



QQ



微信

## 教学资源

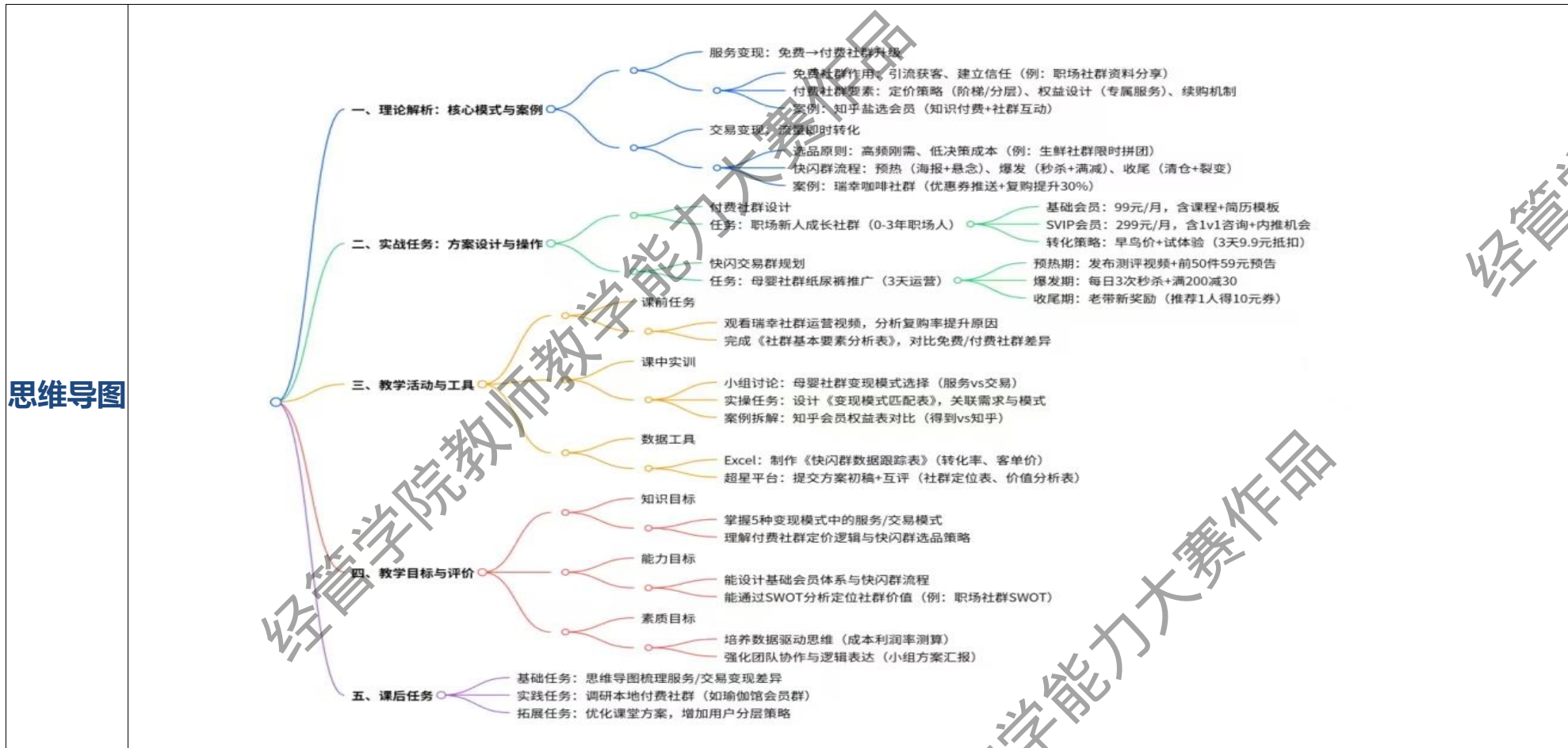
1. 超星学习平台中的在线课程《社群营销》，活页教材“课前自学”；
2. 活页教材“课中实训”：社群分析表；
3. 活页教材“课后提升”：知乎的社群商业变现案例。

## 教学评价

评价内容	评价维度	多元评价					分值占比	数据来源
		学生自评	生生互评	教师评价	企业评价	应聘者评价		
线上学习 占比 40%	参与度	线上学习的时长、数量及课堂签到	20	30	50			学习通平台
	作业	学生掌握知识与技能的程度	20	30	50		5%	
	讨论	学生参与线上活动的态度与能力	20	30	50		5%	
	测试	理论学习效果			100		15%	
线下任务	社群基本要素分析表	信息完整，符合社群人员需求	10	20	30		10%	学习通平台、

<b>占比 60%</b>	社群“四感”分析表	要点齐备、提议具有可信度	10	20	70			10%	活页教材
	社群分类分析表	维度项目内容准确	10	20	70			10%	
	社群营销价值分析表	分析客观、具有启发性	10	20	70			15%	
	知乎案例评估	运用大数据分析的能力		40	60			15%	
<b>附加分</b>	教师以 10 分为上限，奖励课程中有 <b>突出表现和特色做法</b> 的学生								
<b>学习增量</b>	与上次学习成效比较，与班级总体学习成效均值比较，注重学生个体学习情感、学习能力、学习成果的发展变化。								
<b>个性化学习</b>	竞赛参与及成果、考证通过情况、创新意识等创造性学习								

### 三、教学活动及安排



#### 课前任务推送

教学环节与内容	教师活动	学生活动	设计意图
课前任务： 1. 瑞幸社群运营视	1. 播放瑞幸社群运营短视频，提问： “为什么社群用户复购率高于普通用	1. 观看视频，了解并认识社 群商业变现，在学习通讨论区完	1. 学生课前自主学习，培养学生 自主学习的习惯，善于思考和发现问

<p>频学习和思考；</p> <p>2. 完成瑞幸社群运营社群案例分析。</p>	<p>户？”引导分析“专属福利 + 高频触达”的作用。</p> <p>2. 展示付费社群定价策略表；</p> <p>主题讨论：</p> <p>1. 给你印象最深的社群是哪个？</p> <p>2. 你喜欢它的原因是什么？</p>	<p>成主题讨论；</p> <p>2. 完成平台自学自测，参与小组讨论，积极总结和反思遇到的问题；</p> <p>3. 填写《变现模式匹配表》，关联理论与场景（如“低频高价商品 → 服务变现更优”）。</p> <p>(基础技能训练)</p>	<p>题能力；（课程思政融入点）</p> <p>2. 让学生了解服务变现，从免费社群到付费社群？<b>解决重难点做铺垫；</b></p> <p>3. 通过视频学习和小组任务建立对社群商业变现的初步认知。</p>
--	---	--	---

### 课中技能进阶

教学环节与内容	教师活动	学生活动	设计意图
<p>(一) 吸引与探究 (10分钟)</p> <p>课前任务结果展示</p>	<p>1. <b>展示：</b>学生的课前视频自学自测情况，总结归纳课前主题讨论的要点；</p> <p>2. 抽取<b>学生小组展示：</b> 瑞幸社群运营案例分析</p>	<p><b>学生小组展示：</b> 瑞幸社群运营案例分析</p>	<p>1. 检验课前的学习情况，激发学生对认识社群商业变现的学习兴趣；</p> <p>2. 引导学生注重工作细节、培养执着专注的<b>职业素养。</b>(课程思政融入点)</p>
<p>(二) 任务驱动 (5分钟)</p> <p>发布： 社群商业变现基本要素</p>	<p>1. <b>教师发布任务：</b>分析一个你喜欢的社群，并填写相关内容，制作社群基本要素分析表；</p> <p>2. <b>设置考评目标</b></p>	<p>1. 接受制作社群基本要素分析表的任务，进入学习状态；</p> <p>2. <b>明确考评目标</b></p>	<p>1. 明确具体任务，让学生快速进入学习状态。</p> <p>2. 引导学生发现问题，解决问题；</p> <p>3. 以自主选择社群的方式，调动学生</p>

分析表	制作社群基本要素分析表,确定社群基本要素项目完整与分析结果相对客观;		的积极性,提高学习兴趣。
<p><b>(三) 解释与演示</b></p> <p><b>(15 分钟)</b></p> <p>举例说明: 设计“职场新人成长社群”,目标用户为 0-3 年职场人,痛点:沟通能力不足、职业规划模糊。</p>	<p><b>1. 展示</b></p> <p>SWOT 分析:</p> <p>优势 (S): 合作企业资源、导师阵容;</p> <p>劣势 (W): 初期无种子用户;</p> <p>机会 (O): 春招季需求激增;</p> <p>威胁 (T): 竞品较多</p> <p><b>2. 步骤示范:</b></p> <p>教师演示: 通过具体案例,展示免费社群与付费社群的利弊;构建付费社群的前提条件;付费社群的价格设计;付费社群的收费技巧。</p>	<p>1. 认真看教师示范,进行跟学;</p> <p>2. 回答问题,与教师互动。</p>	<p>1. 以职场社群案例具象化免费社群的“筛选作用”(通过互动数据定位需求),引导学生理解免费内容并非“无目的投放”,而是通过低成本价值输出(如简历模板)吸引精准用户,为后续付费转化积累“意向池”;</p> <p>2. 强调“信任基础”的重要性,让学生认识到免费阶段的核心是通过持续提供实用价值(如每日干货)降低用户防备心理,为付费转化铺垫情感认同;</p> <p>3. 通过问答,加强学生发现问题,解决问题的能力;</p> <p>4. 引导学生养成抽丝剥茧的职业素养。<b>(课程思政融入点)</b></p>
<p><b>(四) 迁移与应用</b></p> <p><b>(15 分钟)</b></p> <p>设计制作:</p>	<p><b>1. 发布任务及评价标准:</b></p> <p>要求学生完成后,上传至学习通,并开</p>	<p><b>任务实操:</b> 每组同学根据自选社群制作《变现模式匹配表》,完成</p>	<p>1. 有利于提高学生的文字表达能力,关键信息提炼能力,<b>解决教学重点。</b></p>

<p>1. 职场新人成长社群 2. 《变现模式匹配表》</p>	<p>展自评和互评；</p> <p><b>2. 巡堂指导：</b> 检查 SWOT 分析的合理性，纠正 “假大空” 痛点（如 “提升综合能力” 需细化为具体场景）</p>	<p>后上传报告至学习通，并开展自评和互评。（<b>专业技能训练</b>）</p>	<p>2. 培养职业素养，科学的工作理念，加强学生的独立操作能力。</p>
<p><b>（五）讲授与展示</b></p> <p><b>（15 分钟）</b> 理论讲授： 社群商业变现对企业的影响</p>	<p><b>1. 知识讲解</b> 适合在社群内销售的产品 借 “快闪交易群” 实现交易变现</p> <p><b>2. 展示操作：</b> 视频展示：社群运营如何变现过程，体现社群经济价值与质量。</p>	<p>1. 认真听讲，观看视频展示； 2. 回答问题，与教师互动。</p>	<p>通过社群运营变现过程，使学生更加关注商业变现在日常生活中的使用，培养学生具有<b>实事求是、做事认真、仔细的职业素养</b>。（<b>课程思政融入点</b>）</p>
<p><b>（六）迁移与应用</b></p> <p><b>（15 分钟）</b> 小组互评： 评估一个社群的质量</p>	<p><b>1. 发布任务及评价标准：</b> 要求学生完成后上传截图至学习通，并开展互评；</p> <p><b>2. 巡堂指导：</b> 强调通过对社群商业变现价值判断，评估社群质量</p>	<p><b>任务实操：</b>每位同学通过互评，完成评估报告后，上传至学习通，并根据互评报告，为之后人脉变现，知识变现和分销变现的学习承前启后。（<b>专业技能训练</b>）</p>	<p>1. 分组任务，训练学生团队合作意识，提高沟通及表达能力。<b>突破教学难点：</b></p> <p>2. 任务运用知识点综合度高，难度增加，培养学生勇于挑战的精神；</p> <p>3. 互评中，通过 “看他人，想自己” 培养换位思考的职业素养，科学的工作理念。（<b>课程思政融入点</b>）</p>

<p>(八) 总结巩固 (5分钟)</p> <p>教师点评</p> <p>梳理知识点</p>	<p>1. 教师点评：“课中实训”的任务完成情况。</p> <p>2. 小结：本次课的知识点，引导各组学生对评估一个社群商业变现质量的方法进行交流、归纳和总结。</p>	<p>1. 每个小组认真记录老师对课堂任务的评价及点评，并进行整理，方便课后改进；</p> <p>2. 提炼分享信息，做好笔记。</p>	<p>1. 对本次课程进行点评和任务小结；</p> <p>2. 促使学生工作有头有尾，注重完整性；</p> <p>3. 强化服务意识和复盘意识。</p>
--	--	--	--

### 课后任务拓展

教学环节与内容	教师活动	学生活动	设计意图
<p>布置课后拓展任务</p>	<p>1. 知识巩固： 案例分享：知乎的社群营销；</p> <p>2. 见多识广： 调研报告：任选一个本地付费社群（如瑜伽馆会员群、烘焙爱好者社群），通过观察或访谈回答： 该社群如何从免费引流转化为付费？（如瑜伽馆通过免费体验课引流，转化为年卡会员） 付费权益是否解决核心痛点？举例说明（如烘焙社群提供“配方独家分享+线下实操课”）</p> <p>；</p> <p>3. 学习资源推送： 学习通发布社群商业变现案例视频及课件</p>	<p>1. 接受任务，全力完成；</p> <p>2. 学有余力的同学利用课余时间进行拓展和升华。</p>	<p>1. 通过拓展任务，检测学生学习效果，真正实现“学以致用”；</p> <p>2. 给学生提供个性化学习；</p> <p>3. 培养学生形成注重工作细节、培养执着专注的职业素养。（课程思政融入点）</p>

## 四、教学反思

<b>教学效果</b>	学生能够通过学习掌握社群商业变现的 5 种模式理论等问题；掌握评估社群商业变现质量的方法。
<b>特色创新</b>	1. 采用 <b>启发式教学</b> ，引导学生进一步深入学习，让学生不断适应上课的节奏，形成“ <b>有输入，必输出</b> ”的习惯； 2. 在课程内容中增加大数据分析的部分，在日常工作过程中引入新技术和新方法，符合当前企业 <b>降本增效</b> 的要求； 3. 在教学中 <b>融入新时代工匠精神</b> ，强化服务意识，为培养学生 <b>职业精神</b> 和 <b>职业素养</b> 注入了新的元素。
<b>存在不足</b>	部分学生不愿意加入课堂讨论，以后加强讲授相关的知识与方法，结合实际进行案例分析，围绕重点与要点，进行引导与提问。
<b>改进设想</b>	后续教学中需要针对性地培养学生的逻辑思维、策划组织、工具应用等一系列通用职业能力，要更加强调训练学生具备跨界思维、团队合作等综合应用能力。

## 教案 2 社群的商业变现 (第 3-4 学时)

### 一、教学分析

授课信息					
课程名称	《社群营销》	授课对象	2023 级市场营销、物流管理各班级	总学时	36 学时
任务名称	社群的商业变现	教学场所	多媒体教室	授课学时	2 学时
课程标准	《社群营销》课程标准	授课时间		授课形式	理实一体化
教材	 图 1-1 课程教材	<p>采用活页式结构，按照社群营销的典型职业活动来组织教学。</p> <p>用法灵活多样。“课前自学”、“课中实训”和“课后提升”组合，即为社群营销的理论体系、实训指导手册和案例集，可按需自取。</p> <p>充分体现校企合作，强化应用。紧密围绕社群营销真实案例展开教学内容，以提升学生实操技能为核心，围绕核心构建社群、设置情境、安排思考与实践任务。</p>			
任务分析					
<p>本次任务基于“岗课证”融通理念，紧密对接社群营销岗位对跨学科能力的需求，依据《社群营销与运营》教材中职业能力与综合素养培养目标，引导学生通过人脉资源分层、知识产品设计、分销链路搭建等核心环节，为后续社群用户精细化运营、多场景变现模式落地夯实基础。在任务实施过程中，同步融入电商专员所需的用户洞察、数据建模、合规风控等职业素养，以及精益求精的工匠精神，强化“理论 + 实操 + 伦理”的三维能力构建。</p>					

## 学情分析

### 知识和能力基础

学生通过前期学习，已掌握社群营销的基础概念（如社群分类、用户运营、生命周期管理），对“人脉”“知识”“分销”在社群中的基础作用有初步理解（如 KOL 影响力、知识分享价值、分销裂变现象）。

### 认知与实践能力

能复述社群生命周期理论（如启动期、爆发期、衰退期），但在分析“人脉变现如何匹配社群不同阶段”时缺乏灵活性，例如无法判断“衰退期社群是否适合通过人脉激活重生”。

多数学生能使用 Excel 完成基础数据处理（如人脉活跃度排序、转化率计算），部分学生（约 25%）接触过轻量级数据分析工具（如 Google Analytics、新榜），可辅助人脉传播效果监测。

### 学习特点

学生可能不太能够掌握目标人群定位和痛点分析的方法。

逻辑思维相对较弱，团队合作意识与职业精神有待提升。

善于接受新鲜事物，乐于动手实操，渴望学习新技术、新工艺。

## 教学目标

### 知识目标

1. 理解三类变现模式的底层逻辑
2. 掌握差异化变现方法与工具
3. 构建跨模式合规与风险认知

<b>能力目标</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 多维度资源整合与模式适配能力</li> <li>2. 跨模式需求洞察与方案设计能力</li> <li>3. 数据驱动的跨部门协作与风控能力</li> </ol>
<b>素质目标</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 培养团队合作精神，养成团结一致的工匠精神；（思政目标）</li> <li>2. 逐步强化逻辑严谨、通达融合的职业素养；</li> <li>3. 提高学生的创新意识和创业精神，增强学生学习自信和主动性。</li> </ol>
<b>教 学 内 容</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 借助学生“课前自学”任务，建立三类变现基础认知；</li> <li>2. 通过小组讨论活动，掌握三类变现的流程设计；</li> <li>3. 运用社群运营大数据，评估变现效果与优化方向。</li> </ol>	
<b>教 学 重 点 和 难 点</b>	
<b>教学重点</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 三类变现模式的底层逻辑与场景适配；</li> <li>2. 跨模式联动策略与资源整合；</li> <li>3. 合规风险防控与数据化效果评估。</li> </ol>
<b>处理方法</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 通过成功案例，得到启发，学习制订社群规则；</li> <li>2. 教师引导，集体讨论，选择阶段目标，进行社群构建规划；</li> <li>3. 课后提供社群真实项目案例进行拓展学习。</li> </ol>
<b>教学难点</b>	跨模式如何联动策略与资源整合

## 处理方法

1. 教师演示操作；
2. 小组讨论并实操，教师巡回指导；
3. 教师布置社群案例分析，学生进行拓展学习。

## 二、教学策略

### 设计理念

本次任务“以融通理解为导向，以能力培养为核心，以实战场景为载体”的教学理念为指导，融合职业岗位需求、学科知识体系与技能证书标准，通过“认知→设计→实战→复盘”四阶递进模式，构建“理论奠基—工具赋能—场景实战—素养浸润”的立体化教学体系，实现“知识传授、技能训练、职业素养培育”三位一体的培养目标。

### 教学方法

1. **项目教学法**：以“全链路变现实战”为任务，组织学生围绕“模拟社群创业”项目制定实施计划，自主完成人脉资源拓展、知识产品开发、分销体系搭建及全模式联动等环节。通过真实场景的实践操作，培养学生系统思维、跨部门协作能力与数据驱动决策能力，解决“跨模式整合难、落地流程复杂”的教学难点。

2. **任务驱动法**：将教学内容拆解为六个递进任务，包括人脉资源普查与分级、知识产品原型设计、分销规则合规自查、人脉谈判模拟、知识产品测试优化、分销裂变执行。通过完成《人脉资产清单》《分销数据看板》等成果，以“小步快跑”方式突破三类变现的核心技能点，培养学生工具应用能力、流程把控能力与精益求精的职业态度，解决“单模式操作不熟练、合规意识薄弱”的教学重点。

3. **案例分析法**：引入“吴晓波频道人脉推荐”“得到 APP 知识分销”“拼多多社群裂变”等多行业案例，引导学生从案例中提炼人脉信任构建、知识产品定价、分销合规设计等关键要素。通过“解剖案例→对比分析→迁移应用”流程，强化模式与社群属性的适配能力，突破“变现逻辑理解抽象、场景应用脱节”的教学重点。

## 教学手段

本次课程借助超星学习平台发布小组任务，进行全过程信息采集和监控，引导学生进行自主学习，激发学生的学习兴趣，全过程动态采集学生学习的数据，同时完成教学评价。并用人脉资产清单表进行展示。



超星学习通



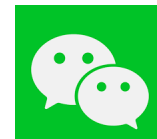
智慧职教



大数据分析



QQ



微信

## 教学资源

1. 超星学习平台中的在线课程《社群构建及设计》，活页教材“课前自学”；
2. 活页教材“课中实训”：社群构建预案；
3. 活页教材“课后提升”：小米的用户聚拢案例。

## 教学评价

评价内容	评价维度	多元评价					分值占比	数据来源
		学生自评	生生互评	教师评价	企业评价	应聘者评价		
线上学习 占比 40%	参与度	线上学习的时长、数量及课堂签到	20	30	50			学习通平台
	作业	学生掌握知识与技能的程度	20	30	50			
	讨论	学生参与线上活动的态度与能力	20	30	50			

	测试	理论学习效果			100			15%	
<b>线下任务 占比 60%</b>	社群基本要素分析表	信息完整，符合社群人员需求	10	20	30			10%	学习通平台、 活页教材
	社群“四感”分析表	要点齐备、提议具有可信度	10	20	70			10%	
	社群分类分析表	维度项目内容准确	10	20	70			10%	
	社群营销价值分析表	分析客观、具有启发性	10	20	70			15%	
	知乎案例评估	运用大数据分析的能力		40	60			15%	
<b>附加分</b>	教师以 10 分为上限，奖励课程中有 <b>突出表现和特色做法</b> 的学生								
<b>学习增量</b>	与上次学习成效比较，与班级总体学习成效均值比较，注重学生个体学习情感、学习能力、学习成果的发展变化。								
<b>个性化学习</b>	竞赛参与及成果、考证通过情况、创新意识等创造性学习								

### 三、教学活动及安排

思维导图



### 课前任务推送

教学环节与内容	教师活动	学生活动	设计意图
<p><b>课前任务：</b></p> <p>1. 小米案例视频学习和思考；</p> <p>2. 完成“他山之石”中社群目标用户调研表。</p>	<p>1. 布置任务；</p> <p>2. 答疑；</p> <p>3. 小结。</p>	<p>1. 观看视频，了解并社群网络的构建，在学习通讨论区完成主题讨论；</p> <p>2. 完成平台自学自测，参与小组讨论，积极总结和反思遇到的问题；</p> <p>3. 完成“他山之石”中校内调研：完成《社群构建前目标用户调研表》</p> <p>(基础技能训练)</p>	<p>1. 学生课前自主学习，培养学生自主学习的习惯，善于思考和发现问题能力；(课程思政融入点)</p> <p>2. 让学生了解社群价值、群成员加群动机、结构及角色分工等知识点，为课中<b>解决重难点做铺垫</b>；</p> <p>3. 通过视频学习和小组任务建立对社群营销的初步认知。</p>

### 课中技能进阶

教学环节与内容	教师活动	学生活动	设计意图
<p>(一) 吸引与探究</p> <p>(10分钟)</p> <p>课前任务结果展示</p>	<p>1. <b>展示：</b>学生的课前视频自学自测情况，总结归纳课前主题讨论的要点；</p> <p>2. 抽取<b>学生小组展示：</b>“他山之石”中《社群构建前目标用户调研表》</p>	<p><b>学生小组展示：</b>“他山之石”中《社群构建前目标用户调研表》</p>	<p>1. 检验课前的学习情况，激发学生对社群构建的学习兴趣；</p> <p>2. 引导学生注重工作细节、培养执着专注的<b>工匠精神</b>。(课程思政融入点)</p>

<p>(二) 任务驱动 (5分钟)</p> <p>发布: 社群构建规划预案</p>	<p>1. 教师发布任务: 根据前期调研情况, 计划构建一个社群, 并填写相关内容, 制作社群构建规划预案;</p> <p>2. 设置考评目标</p> <p>制作社群构建规划预案, 确定社群基本要素项目完整, 具有参考性, 体现信度和效度。</p>	<p>1. 接受制作社群构建规划预案的任务, 进入学习状态;</p> <p>2. 明确考评目标</p>	<p>1. 明确具体任务, 让学生快速进入学习状态。</p> <p>2. 引导学生发现问题, 解决问题;</p> <p>3. 以自主调研和选择的方式, 调动学生的积极性, 提高学习兴趣。</p>
<p>(三) 理论讲授 (15分钟)</p> <p>1. 分析社群商业变现价值</p> <p>2. 制订社群规则及发展规划</p>	<p>1. 分析社群商业变现价值</p> <p>讲授: 1. 众包能量; 2. 创意孵化; 3. 能量互换; 4. 众筹创业。</p> <p>2. 制订社群规则及发展规划</p> <p>讲授: 1. 知识变现; 2. 分销变现。</p>	<p>1. 认真听教师讲授, 进行跟学;</p> <p>2. 回答问题, 与教师互动。</p>	<p>1. 融入行业优秀社群商业变现个案的调研数据, 强化学生了解大数据分析在社群运营中的重要作用;</p> <p>2. 旁征博引得讲授, 逐个引出知识点, 让学生能直观立体地感受社群营销在我们身边。</p> <p>3. 通过问答, 加强学生发现问题, 解决问题的能力;</p> <p>4. 引导学生养成逻辑严密的工匠精神。(课程思政融入点)</p>
<p>(四) 迁移与应用 (15分钟)</p> <p>选用社群工具</p>	<p>1. 发布任务及评价标准:</p> <p>要求学生完成后, 上传至学习通, 并开展自评和互评;</p>	<p>任务实操: 每组同学根据自选社群制作定位表和分析表, 完成后上传报告至学习通, 并开展自评和</p>	<p>1. 有利于提高学生的文字表达能力, 关键信息提炼能力, 解决教学重点。</p> <p>2. 培养职业素养, 科学的工作理</p>

<p>设计制作:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 社群定位表</li> <li>2. 社群目标及价值分析表</li> </ol>	<p><b>2. 巡堂指导:</b></p> <p>引导学生完成设计制作:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 社群定位表</li> <li>2. 社群目标及价值分析表</li> </ol>	<p>互评。(专业技能训练)</p>	<p>念, 加强学生的独立操作能力。</p>
<p><b>(五) 讲授与展示</b></p> <p><b>(15 分钟)</b></p> <p>如何吸引并聚拢社群用户</p>	<p><b>1. 知识讲解</b></p> <p>用户入群动机分析</p> <p>初始社群成员怎么来</p> <p>聚拢群成员的方法</p> <p>培养用户习惯</p> <p><b>2. 展示操作:</b></p> <p>视频展示: 社群运营操作的阶段过程, 体现社群经济“降本增效”的商业价值。</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 认真听讲, 进行思考;</li> <li>2. 回答问题, 与教师互动。</li> </ol>	<p>通过社群运营操作的阶段过程, 使学生更加关注社群商业变现在日常生活中的使用, 培养创新意识和敢为人先、务实开放的工匠精神; (课程思政融入点)</p>
<p><b>(六) 迁移与应用</b></p> <p><b>(15 分钟)</b></p> <p>小组互评:</p> <p>社群成员分工表</p> <p>群规设计表</p>	<p><b>1. 发布任务及评价标准:</b></p> <p>要求学生完成后上传截图至学习通, 并开展互评;</p> <p><b>2. 巡堂指导:</b></p> <p>强调通过对社群定位和价值判断, 进行分工, 制订规则</p>	<p><b>任务实操:</b> 每位同学通过互评, 完成评估报告后, 上传至学习通, 并根据互评报告, 为之后用户招募的学习承前启后。(专业技能训练)</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 分组任务, 训练学生团队合作意识, 提高沟通及表达能力。<b>突破教学难点;</b></li> <li>2. 任务运用知识点综合度高, 难度增加, 培养学生勇于挑战的精神;</li> <li>3. 互评中, 通过“看他人, 想自己”培养换位思考的职业素养, 科学的</li> </ol>

			工作理念。（课程思政融入点）
<p>(八) 总结巩固 (5分钟)</p> <p>教师点评 梳理知识点</p>	<p>1. 教师点评：“课中实训”的任务完成情况。</p> <p>2. 小结：本次课的知识点，引导各组学生对社群成员分工和群规设计的方法进行交流、归纳和总结。</p>	<p>1. 每个小组认真记录老师对课堂任务的评价及点评，并进行整理，方便课后改进；</p> <p>2. 提炼分享信息，做好笔记。</p>	<p>1. 对本次课程进行点评和任务小结；</p> <p>2. 促使学生工作起承转合，注重完整性；</p> <p>3. 强化服务意识和复盘意识。</p>
<b>课后任务拓展</b>			
<b>教学环节与内容</b>	<b>教师活动</b>	<b>学生活动</b>	<b>设计意图</b>
布置课后拓展任务	<p>1. 知识巩固： 案例分享：小米的用户聚拢案例；</p> <p>2. 见多识广： 产教融合：青青果园社群构建；</p> <p>3. 学习资源推送： 学习通发布社群营销案例视频及课件</p>	<p>1. 接受任务，全力完成；</p> <p>2. 学有余力的同学利用课余时间进行拓展和升华。</p>	<p>1. 通过拓展任务，检测学生学习效果，真正实现“学以致用”；</p> <p>2. 给学生提供个性化学习；</p> <p>3. 培养学生勇于探索的科学创新精神，逐步形成自强不息的工匠精神。</p> <p>（课程思政融入点）</p>

## 五、教学反思

<b>教学效果</b>	通过学习： 学生能掌握社群的构建动机有哪些？ 如何进行目标人群的痛点分析？ 如何构建社群的价值体系？
<b>特色创新</b>	1. 采用 <b>启发式教学</b> ，深入的课堂讨论， <b>关注学生反馈</b> ，激发学生的学习兴趣； 2. 在课程内容中增加大数据分析的部分，在日常工作过程中引入新技术和新方法，符合当前企业 <b>降本增效</b> 的要求； 3. 在教学中 <b>融入新时代工匠精神</b> ，强化服务意识，为培养学生 <b>职业精神</b> 和 <b>职业素养</b> 注入了新的元素。
<b>存在不足</b>	部分学生不愿意加入课堂讨论；以后加强讲授相关的知识与方法，结合实际进行案例分析，围绕重点与要点，进行引导与提问。
<b>改进设想</b>	后续教学中需要针对性地培养学生的逻辑思维、策划组织、工具应用等一系列通用职业能力，要更加强调训练学生具备跨界思维、团队合作等综合应用能力。