广府茶文化短视频制作

教学实施报告

参赛组别：_____

专业大类：_____

所选专业：_____

所选课程：《新媒体实务》

授课对象：_____

经济与管理学院教学能力大赛评审专题网站

目录

一、教学整体设计 1
（一）产教融合：对接岗位需求，重构“岗课赛证”教学内容 1
（二）双元定位：明晰学情特点，把握“三强三弱”能力基础 2
（三）三维进阶：专创融合导向，确立“三懂三会”教学目标 3
（四）虚实共生：打造实战课堂，制定“三真双阶”教学策略 4
二、教学实施过程 5
（一）项目驱动：实施“三阶六步”教学流程，培养综合能力 5
（二）多元评价：构建“三维立体”评价体系，聚焦能力增值 6
（三）思政浸润：构建“三融三育”思政体系，涵养职业素养 7
三、学生学习效果 7
（一）从理论到实践，新媒体专业知识内化显著 7
（二）从模仿到创新，营销实战能力进阶明显 8
（三）从认知到认同，职业综合素养全面提升 8
四、反思改进措施 8
（一）特色与创新 8
1.产教共生：“双线并轨”机制重塑“真项目、真成长”育人生态 .. 8
2.AI 赋能：“数字人技术”构建“可交互、可预判”智能教学闭环 .. 8
3.文商共融：“非遗 IP”载体贯通“强技能、传薪火”价值链条 9
（二）不足与改进 9
1.产教融合深度待持续深化 9
2.技术工具迭代需动态适配 9

经济与管理学院教学能力大赛评审专题网站

在数字经济蓬勃发展的当下，新媒体技术作为推动产业变革与创新的关键力量，正深度融入各行各业，成为经济增长新引擎。传统营销方式逐渐向新媒体营销转型，市场对既懂营销理论又精通新媒体实操的复合型人才需求激增。

一、教学整体设计

《新媒体实务》是市场营销专业核心课程，开设于第五学期，共 48 学时 3 学分。课程深度融合产教资源，引入广府茶企真实需求，以“广府茶业”作为教学载体，打造“聚焦文化、数实共生”的实战课堂。聚焦“文化 IP 赋能传统产业”的新媒体营销新路径，重构“文化传承+内容生产+商业转化”三位一体的教学内容。通过课堂教学线和企业运营线“双线并进”教学模式、全流程项目驱动及数据可视化工具体系，打造“文化为核、市场为脉、技术为翼”的沉浸式课堂。课程设置多重考核指标，培养学生“内容创作力”“文化传播力”“商业运营力”三大核心能力，实现“从文化认知到商业赋能”的价值闭环，践行“以技弘文、以商养文”的新媒体人使命。

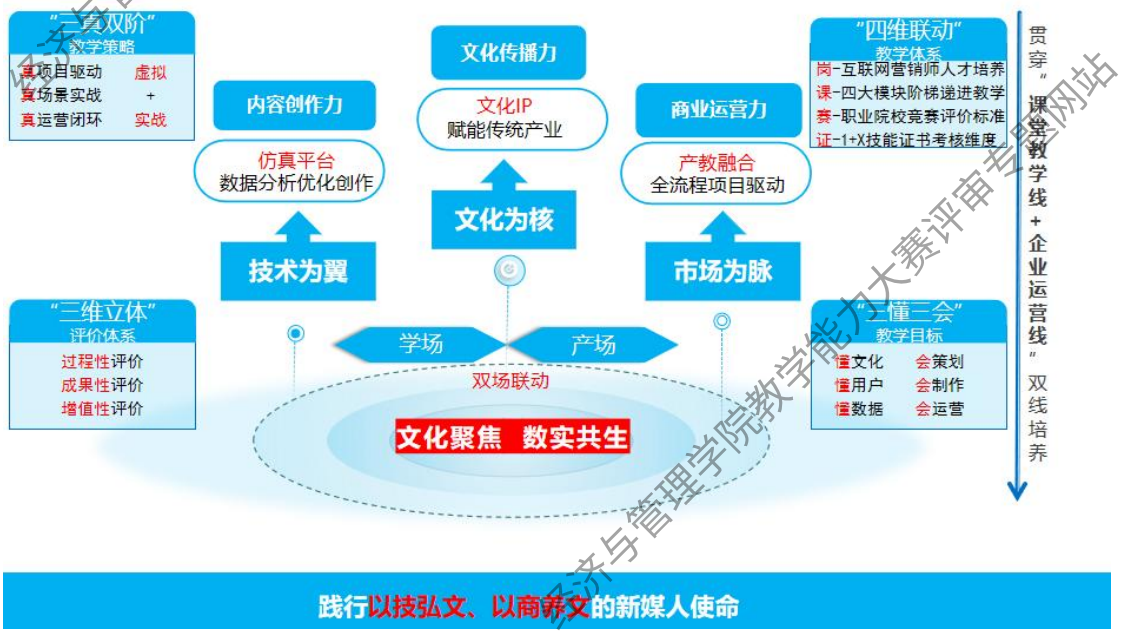

图 1 教学整体设计

（一）产教融合：对接岗位需求，重构“岗课赛证”教学内容

课程对标互联网营销师国家职业标准，紧扣新媒体行业“内容生产+数据运营”双核岗位能力需求，深度融合全国职业院校技能大赛赛项要求及广府茶企品牌推广真实需求，以“广府茶文化短视频制作”为教学载体，将教学内容重构为

“基础运营—内容创作—数据驱动—案例赋能”四大模块。课程聚焦新媒体运营全链路流程，依托区域茶产业特色，联合荔枝红茶企业发布真实任务，动态融入“短视频创意策划”“等竞赛评分维度及职业技能证书“数据分析工具应用”等核心技能，形成“岗课赛证”四维联动体系。参赛单元选自模块二“短视频内容创作”，围绕“文化 IP 挖掘—内容生产—精准运营-商业变现”能力进阶主线，设置 4 个实战项目，分解为 8 个教学任务（共 16 学时），通过“企业需求进课堂、竞赛标准进任务、证书考点进考核”，推动学生能力从“基础内容生产”向“数据驱动运营”升级，并孵化“短视频+电商”等创新创业项目，实现“学技能、考证书、赛项目、创价值”的闭环培养，助力区域非遗文化破圈与产业升级。

在教学载体选择上，立足粤港澳大湾区，依托广府茶文化非遗资源与千亿级茶饮消费市场，学生通过分组运营、品类实战，从“技能习得”到“商业洞察”再到“文化赋能”，助力区域茶产业品牌升级，践行职业教育“服务地方经济、传承文化根脉”的双重使命

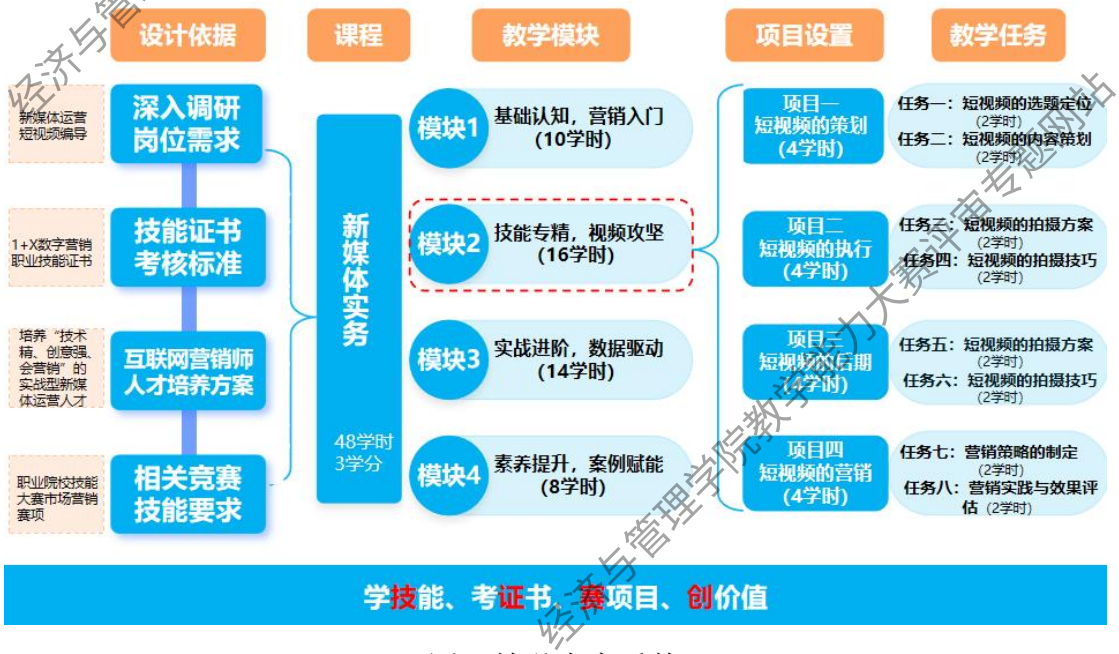

图 2 教学内容重构

（二）双元定位：明晰学情特点，把握“三强三弱”能力基础

授课对象为 23 级市场营销专业 1 班学生，通过学情调研，确立学生兼具“在校学习者”与“新媒体实践者”双元身份。已具备新媒体基础技能与市场感知力，但存在显著的能力分化特征：

数字技术维度：能熟练操作抖音等主流平台基础功能，具备快速素材处理能力，但对数据价值开发不足，量化分析驱动决策的"数智"有待提升。

内容运营维度：在热点追踪与创意执行方面表现突出，但缺乏全案策划能力，商业资源整合创新的"商智"需重点强化。

文化传播维度：具备良好的社交传播意识，但对岭南茶文化内涵认知较浅，文化元素商业转化的"文智"亟待系统培育。

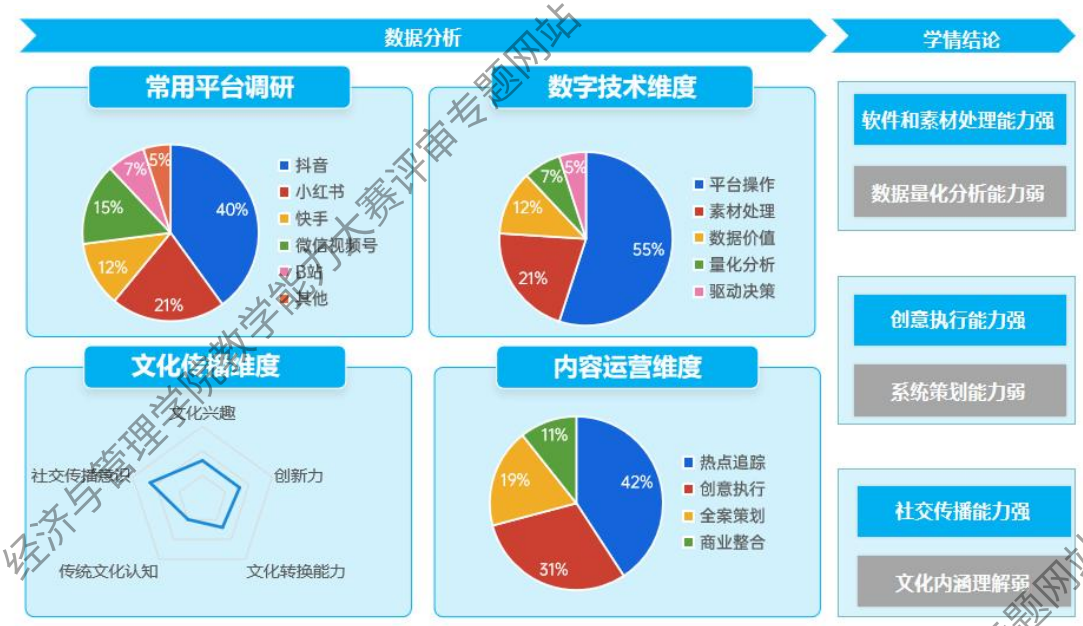

图 3 学情分析

（三）三维进阶：专创融合导向，确立“三懂三会”教学目标

基于学生“三强三弱”学情特点，课程构建“懂文化、懂用户、懂数据”三维教学目标，提炼“文化 IP 挖掘、多平台差异化运营、数据转化链路设计”三大教学重点与难点。通过“专创融合”路径，分层递进培养学生核心能力：

懂文化：理解广府茶文化，掌握文化 IP 提炼与年轻化表达技巧。

懂用户：运用新榜等工具完成用户画像建模，精准定位用户茶饮消费痛点。

懂数据：依托多平台流量规则，设计流量转化闭环，优化 ROI。

最终实现“会策划、会制作、会运营”的“三会”能力目标，推动学生从“单一技能操作者”向“文化商业复合型人才”进阶。

经济与管理学院教学能力大赛评审专题网站

图 4 教学目标及重难点

（四）虚实共生：打造实战课堂，制定“三真双阶”教学策略

立足“文化传承与数字创新融合”理念，创新构建“三真双阶”教学策略，即通过“真项目、真场景、真运营”三大核心要素，串联“虚拟仿真预演+真实商业实战”双阶段，让中国茶故事“活”在创意里、“火”在数据中、“传”在云端上，实现“立德”与“强技”的双向赋能。

1.“学场+产场”双场联动，践行“三真”育人

真项目驱动：联合荔枝红茶企业发布推广真实需求，将企业订单转化为教学任务，学生分组承接项目。

真场景实战：在校内搭建“广府茶文化新媒体中心”（学场），模拟企业化运营流程；在校外对接茶旅基地（产场），开展实地拍摄，沉浸式体验全产业链。

真运营闭环：学生作品通过企业账号真实发布，对照考核标准，数据表现直接关联企业奖励与课程评分，实现“教学即生产、内容即商品”。

2.“虚拟+实战”双阶递进，接力叙述中国故事

虚拟仿真阶段：开发“智能交互平台”，植入常见新媒体平台推流算法机制，集成新榜热词分析、AI 虚拟主播生成、AI 诊改等功能。平台根据学生提供的用户画像预设，有针对性分析上传内容，预演制作内容的传播效果，并根据传播效果给出 AI 诊改意见，学生能够进一步完善内容。

真实项目阶段：采用“孵化式”教学推进项目落地，引入企业导师与非遗传

经济与管理学院教学能力大赛评审专题网站

承人双线指导，优秀作品推送至茶企线上渠道实战运营。

二、教学实施过程

（一）项目驱动：实施“三阶六步”教学流程，培养综合能力

本课程以项目驱动教学，实施“三阶六步”教学流程，构建“课前孵化—课中实战—课后优化”全流程闭环。依托企业真实项目，串联创意策划、脚本设计、实战拍摄、数据运营四大能力链，培养学生“从文化洞察到商业传播”的复合型新媒体素养。

以“任务二：短视频内容策划”为例，具体教学流程如下：

1.课前孵化：数据预研与创意提案

学生分组承接广府茶企发布的短视频策划工单预先完成“三步孵化”：

文化解码：分析“用户茶饮偏好”“非遗文化传播痛点”等数据，提炼荔枝红茶非遗技艺、广府早茶文化等核心符号。

竞品对标：拆解茶颜悦色等品牌爆款短视频，总结“情感共鸣+行动转化”内容公式。

创意输出：基于调研结果设计初版脚本，上传平台生成“传播效果预判报告”，教师据此优化教学靶点。

2.课中实战：SOP 六步法贯通策划全链

在企业化实训场景中，采用“六步法”深度实训：

（1）双师启航，需求锚定：教师复盘预研短板，企业导师抛出真实命题让学生思考。

（2）工具赋能，创意解构：分组拆解“产品卖点—用户痛点—文化触点”逻辑链，赋能产品文化内涵。

（3）分层实训，脚本攻坚：

黄金 5 秒设计：高速剪辑茶叶舒展等镜头，搭配高共鸣文案。

情感升华衔接：插入广府茶楼场景，以“茶礼传承”呼应广府文化传承。

转化链路闭环：设计镜头引至企业电商界面。

（4）人机协同，动态调优：通过“智能交互平台”模拟抖音等多平台分发效果，实时监测数据，调整分镜节奏，优化文案密度。

经济与管理学院教学能力大赛评审专题网站

（5）红蓝对抗，交叉诊改：小组互评针对性指出逻辑断层等问题，企业导师现场批注优化方案。

（6）KPI 考核，价值锚定：以企业标准考核脚本，同步关联“文化传播指数”。

3. 课后优化：数据反哺与长效赋能

课后优秀作品推送至企业官方抖音号实战，持续追踪真实账号数据，迭代脚本结构；联合非遗传承人开发“茶文化研学直播”，将课堂作品升级为区域文旅 IP，将课堂教学成果转化为实在项目营收。

图 5 教学实施过程

（二）多元评价：构建“三维立体”评价体系，聚焦能力增值

本课程以“数据可量化、文化可感知、成长可持续”为导向，构建“过程性—成果性—增值性”三维评价体系，深度融合互联网营销师职业标准、相关竞赛评分规则及茶企实战 KPI。过程性锚定“内容+数据+文化”三核能力，设置 10 余项动态指标；成果性聚焦“传播+商业+社会”三重效能，以真实账号完播率、电商跳转率及“文化破圈指数”为核心考核；增值性追踪“个体+团队+产业”跃迁轨迹，对比学生课前课后能力矩阵，生成“能力热力图”。借助 AI 诊断工具实时推送优化建议，实现“评价—反馈—迭代”闭环，最终根据评价标准设立“技能之星”、“成长之星”和“文化之星”。

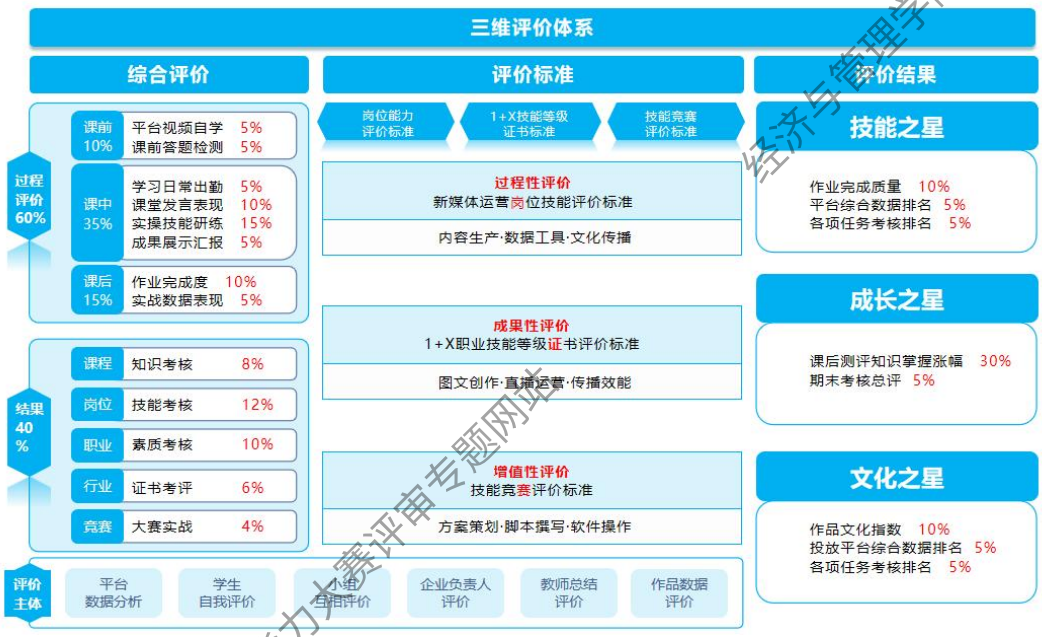

图 6 三维评价体系

（三）思政浸润：构建“三融三育”思政体系，涵养职业素养

以“讲好中国故事”为思政主线，立足广府茶文化，构建“三融三育”体系：文化传承与职业精神融合、非遗价值与商业伦理融合、数据运营与家国情怀融合，贯穿“课堂浸润—实践淬炼—协同反哺”全链育人。课前依托“非遗数字档案库”研习荔枝红茶匠艺，厚植“守艺创新”职业信念；课中通过真实项目融入“诚信经营”“用户为本”商业伦理，以“三代同饮”场景拍摄传递“家文化”温情；课后联动茶企开展“云端助农”公益传播，深化“以商弘文”社会责任。最终实现“非遗写进脚本、匠心刻入镜头、情怀融于数据”，培育兼具文化自信与职业担当的新媒体营销人才。

三、学生学习效果

（一）从理论到实践，新媒体专业知识内化显著

通过模块二“短视频制作”的系统学习，学生在新媒体内容策划、数据工具应用及文化 IP 挖掘等理论知识掌握度显著提升，课前课后能力对比显示：短视频脚本结构合理性达标率提升 42%，分镜设计规范性优良率达 89%，数据工具实操熟练度提升 38%。在“荔枝红茶短视频”项目中，学生作品完播率均值达 37.2%，超企业基准线 24%，印证理论向实践的高效转化。此外，获得全国职业院校技能

经济与管理学院教学能力大赛评审专题网站

竞赛省级证书，1+X 职业技能等级考试通过率提升至 98%，展现从“营销小白”到“技术能手”的蜕变。

（二）从模仿到创新，营销实战能力进阶明显

学生从初期模仿茶饮行业爆款短视频，逐步进阶至原创内容生产。以“荔枝红茶推广”项目为例，85%的团队实现“文化+商业”融合创新，原创内容占比从课前的 32%提升至 78%。企业真实账号运营数据显示：互动转化率超企业预期值 93%，单条视频带动产品销量增长 12%，实现从“技能操作者”到“商业创新者”的质变。

（三）从认知到认同，职业综合素养全面提升

课程推动学生职业素养与家国情怀深度融合。过程性考核显示：文化传播指数得分率从 68 分跃升至 92 分，企业导师对“职业责任感”好评率达 100%。在“广府茶文化助农直播”公益项目中，学生设计“荔枝红茶+乡村振兴”内容，助力增收 3 万元，弹幕关键词“文化自信”等占比达 35%。学生从“商业营销执行者”蜕变为“文化价值传播者”，践行“以商弘文、以技传魂”的育人目标。

四、反思改进措施

（一）特色与创新

1.产教共生：“双线并轨”机制重塑“真项目、真成长”育人生态

课程创新“企业工单进课堂、教学成果反哺产业”双线并轨模式，联合广府茶企构建“新媒体内容工坊”，将企业真实需求转化为教学项目。学生以“新媒体运营师+文化传播者”双重身份，全程参与企业真实账号运营，解决传统教学“重模拟轻实战”痛点。通过“日工单制+企业 KPI 考核”，学生作品完播率超行业基准线 27%，承接企业项目 6 项，带动产品销量平均提升 15%，实现“教学即生产、结课即就业”的产教深度融合。

2.AI 赋能：“数字人技术”构建“可交互、可预判”智能教学闭环

创新融入 AI 数字人技术，开发“广府茶文化智能交互平台”，集成新榜热词分析、AI 虚拟主播生成等功能，打造“AI 预演—真人优化”双阶教学链。学生通过 AI 数字人模拟用户行为，预判内容传播效果，优化脚本结构；AI 生成虚拟

经济与管理学院教学能力大赛评审专题网站

主播实时演绎分镜脚本，提供智能诊断建议。实战阶段，AI 助手动态监测完播率、转化率等数据，结合用户画像推荐分发策略。平台生成“能力成长 3D 图谱”，量化学生从“文化符号敏感度”到“商业转化设计力”的进阶轨迹，实现“教—学—评—创”全链路智能化升级。

3.文商共融：“非遗 IP”载体贯通“强技能、传薪火”价值链条

以“讲好中国故事”为内核，首创“非遗 IP+商业运营”双驱教学模式。课程将荔枝红茶工艺、广府文化符号，转化为短视频内容，如设计“古法红茶对话养生”主题，引导学生用镜头语言诠释“守艺·创新”的工匠精神。通过“文化传播指数”量化考核，同步孵化“茶文化联名文创”等项目，让技能训练升维为文化传承使命，实现“商业价值与社会价值”双赢，重塑职业教育“技以载道”的育人格局。

（二）不足与改进

1.产教融合深度待持续深化

当前校企合作以单点项目为主，部分项目数据更新存在脱节现象。因此，需开发“企业-学校-学生”三方数据共享平台，实时同步岗位技能需求与教学反馈。

2.技术工具迭代需动态适配

新媒体行业技术更新迅猛，现有教学工具难以匹配及时跟上行业最新实践。因此需搭建“技术动态更新池”，每学期引入 2-3 项前沿工具，配套开发速成实训手册。

（正文“中文字符统计数”：4926）

经济与管理学院教学能力大赛评审专题网站