

基于项目化教学的 “融合媒体策划与营销”课程创新设计研究

李安怡

(广州科技职业技术大学, 广东 广州 510000)

摘要: 本文研究职业本科“融合媒体策划与营销”课程的项目化教学创新。通过校企合作与产教融合, 设计了短视频制作、校园新闻节目制作和助农直播策划等实践项目, 培养学生策划、设计、数据分析、营销推广和团队协作能力。结果表明, 项目化教学能有效激发学生学习兴趣, 提升综合素养, 但也存在实践资源不足、企业对接不充分和团队协作能力待提升等问题。为此, 提出加强校企合作、引入真实项目和优化团队协作训练等策略, 以推动课程改革和人才培养质量提升。

关键词: 融合媒体策划与营销; 项目化教学; 职业本科; 实践教学

一、课程概述

“融合媒体策划与营销”课程是职业本科数字媒体技术专业的重要核心课程, 旨在培养学生在融合媒体环境下的策划、营销和运营能力, 以满足数字媒体行业对复合型人才的需求。随着媒介融合的加速, 该课程内容涵盖融媒体基础、策划创意、营销策略和数据分析等多个方面, 注重理论与实践的结合。同时, 部分高职院校通过校企合作和产教融合的方式, 引入真实项目, 让学生在实践中提升技能, 培养创新思维和职业素养。

近几年, “融合媒体策划与营销”课程研究较少, 多集中在“新媒体运营”课程上, 反映出学术界对融合媒体环境下策划与营销课程重视不足。二者有显著区别: “融合媒体策划与营销”侧重跨平台资源整合与宏观策划, 而“新媒体运营”聚焦平台日常运营和内容创作。新媒体运营课程在高职教育中存在岗位针对性不明确、应用性不足、课程资源匮乏等问题^[2], 这些问题也存在于“融合媒体策划与营销”课程中, 影响教学效果和人才培养质量。现有文献多聚焦新媒体日常运营和内容创作, 缺乏融合媒体环境下策划与营销战略层面的系统研究。本研究旨在通过项目化教学模式, 填补这一空白, 探索培养学生的跨平台资源整合和宏观策划能力。

目前, “融合媒体策划与营销”课程教学面临诸多挑战。一方面, 课程内容更新滞后于行业发展, 教材陈旧, 缺乏前沿技术与案例。另一方面, 传统教学设计中实践教学深度与质量不足, 理论课时占比过高, 实践课时少, 导致学生理论与实践脱节, 制约了实践与创新能力培养, 影响教学效果与人才培养质量。开展项目化教学研究, 对优化课程体系、提升教学效果、培养复合型人才具有重要意义。该模式将课程内容与实际项目紧密结合, 让学生在真实项目环境中学习实践, 增强知识理解和应用能力。

二、课程项目化教学设计与实施

(一) 课程职业能力与岗位需求分析

在对数字媒体行业用人单位进行深度调研以及对职业本科教育目标进行系统分析的基础上, 本研究梳理了“融合媒体策划与营销”课程所培养的核心职业能力及其对应的岗位需求。课程旨在培养学生的内容策划能力, 使其能够依据目标受众与平台特性, 策划出具有吸引力和传播力的内容, 涵盖短视频脚本、新闻选题、直播方案等多个方面。同时, 注重培养学生的创意与设计能力, 包括视觉设计、视频剪辑、音频处理等技能, 以制作高质量的多媒体内容。此外, 数据分析能力也是课程的重要培养方向, 学生需掌握数据监测工具, 分析内容传播效果, 进而优化策划方案与营销策略。在营销与推广能力方面, 课程使学生熟悉新媒体平台的营销规则, 通过策划活动、优化内容等方式提升品牌曝光度和用户互动率。

研究发现, 该课程面向的岗位技能不再局限于单一领域, 而是呈现出多元化和综合性的特点。数据驱动的决策能力成为必备技能, 学生需要借助数据分析优化传播效果和营销策略。技术与创意的结合、快速适应新技术的能力以及社交化传播和品牌意识的增强, 也已成为新媒体岗位的重要特征。

(二) 课程项目化教学设计

为进一步优化课程教学效果, 教师需精准把握课程的知识目标、技能目标及素质目标, 并设计契合的项目融入教学实践, 通过校企融合项目的实施, 实现课堂教学与项目实践的同步推进^[2]。项目化教学模式基于“做中学”理论, 强调通过实际操作促进知识内化和技能提升, 已被证明能有效增强学生的实践能力和综合

职业素养。例如, 在“微信与微博运营”课程中, 项目化教学显著提升了学生在实际操作和职业素养方面的能力^[1]。

本研究基于项目化教学理念, 结合课程总学时64学时的安排, 按照理论与实践1:3的比例, 精心设计了三个教学项目, 以实现理论知识与实际技能的深度融合。这些项目涵盖了短视频制作与运营、校园新闻节目制作以及助农直播项目策划等多个领域, 分别对应内容策划与创意设计、新闻采编与传播、直播策划与营销推广等课程目标, 旨在培养学生短视频策划专员、新媒体编辑、新闻编辑、视频剪辑师、直播运营专员、品牌推广专员等多方面的职业能力。通过这些项目实践, 学生能够在具体情境中应用所学理论知识, 提升实际操作能力和职业素养。

如表1所示, 每个项目都明确了具体任务、执行要求和教学方法, 并根据项目的复杂程度和教学目标分配了相应的建议学时, 以确保学生能够在有限的时间内充分掌握项目所需的知识与技能, 为未来的职业发展奠定坚实的基础。

表1 融合媒体策划与营销课程项目化教学设计表

项目任务	具体任务	执行要求	教学方法	建议学时
爆款短视频制作和运营	确定主题与撰写脚本	分组讨论, 选择热门话题或创意主题, 撰写脚本, 突出故事性和吸引力。	讲授法(短视频选题技巧)、小组讨论、案例分析	2
	视频拍摄与剪辑	学习拍摄技巧, 使用手机或相机拍摄, 确保画面清晰、稳定, 符合脚本要求; 使用剪辑软件进行剪辑, 添加特效、字幕和背景音乐。	实践教学(拍摄技巧)、现场指导、软件操作练习、作品互评	8
	数据分析与内容推广	使用短视频平台的数据分析工具, 监测视频播放量、点赞数、评论数等数据, 优化内容; 通过社交媒体、话题标签等方式进行推广, 提升曝光度。	讲授法(数据分析工具)、案例分析、小组研讨、线上推广练习	6
校园新闻节目制作	选题与采访准备	选择校园热点事件或新闻话题, 撰写采访提纲和新闻稿框架; 进行实地采访, 拍摄新闻素材, 确保内容真实、客观。	讲授法(新闻选题技巧)、小组讨论、实地调研、采访技巧练习	4
	新闻视频剪辑与节目制作	使用剪辑软件进行新闻视频剪辑, 确保内容流畅、逻辑清晰, 符合新闻传播要求; 添加片头、片尾和过渡效果, 完成新闻节目的整体包装。	实践教学(新闻剪辑技巧)、小组协作、作品展示	8
	新闻节目发布与推广	在校园媒体平台发布新闻节目, 通过校园广播、微信公众号等渠道进行推广。	实践教学(校园媒体推广)、小组项目、线上推广	4

大学生助农直播项目策划	助农产品调研与策划方案撰写	调研助农产品特点和市场需求,撰写直播策划方案,明确直播流程和目标。	讲授法(直播策划技巧)、小组讨论、实地调研	4
	宣传视频制作与直播设备准备	拍摄助农产品的宣传视频,制作直播预告,突出产品优势和卖点;学习直播设备的使用,准备直播场地,确保设备正常运行。	实践教学(视频制作技巧、设备操作)、小组协作、作品互评	8
	助农直播执行与活动总结	按照策划方案执行直播,与观众互动,完成销售目标;收集观众反馈,总结直播经验,撰写项目报告。	实践教学(直播技巧)、现场指导、实时反馈、项目总结方法讲解	6

三个项目紧密围绕融合媒体环境下的策划与营销核心能力展开,覆盖内容创作、品牌推广、用户互动和数据分析等关键领域。

(三) 课程项目考核标准设计

在融合媒体策划与营销课程中,48学时的实践教学是课程的重要组成部分,其评价标准紧密围绕企业实际需求与课程目标展开,重点考查学生在项目中的实际操作能力,课程项目考核明细见表4。这些实践能力的考核不仅契合新媒体行业对从业者的技能要求,还为学生提供了将理论知识应用于实际项目的机会,确保学生在有限的实践学时内获得充分的技能训练。

表4 融合媒体策划与营销课程项目考核明细

项目任务	考核点	计算细则	分值
爆款短视频制作与运营	内容策划与脚本撰写	主题创意(40%)+脚本逻辑性(30%)+吸引力(30%)	10分
	视频拍摄与剪辑	拍摄技巧(40%)+画面质量(30%)+剪辑流畅性(20%)+特效与字幕(10%)	15分
	数据分析与推广效果	数据分析能力(40%)+推广策略有效性(30%)+平台互动数据(30%); 播放量:(该视频播放量/所有视频播放量最高值)×40%	15分
	项目报告与总结	总结能力(50%)+反馈分析(30%)+改进建议(20%)	10分
校园新闻节目制作	新闻选题与采访	选题时效性(40%)+采访技巧(30%)+素材真实性(30%)	10分
	新闻视频剪辑与包装	剪辑逻辑(40%)+画面流畅性(30%)+包装效果(30%)	20分
	节目发布与传播效果	发布渠道多样性(40%)+传播范围(30%)+观众反馈(30%); 播放量:(该节目播放量/所有节目播放量最高值)×40% 点赞数:(该节目点赞数/所有节目点赞数最高值)×30% 评论数:(该节目评论数/所有节目评论数最高值)×30%	20分

大学生助农直播项目策划	项目策划与方案撰写	策划方案完整性(40%)+创新性(30%)+可行性(30%)	10分
	宣传视频制作与直播执行	宣传视频质量(40%)+直播流程规范性(30%)+互动效果(30%); 观看人数:(该直播观看人数/所有直播观看人数最高值)×40% 点赞数:(该直播点赞数/所有直播点赞数最高值)×30% 评论数:(该直播评论数/所有直播评论数最高值)×30%	15分
	活动效果评估与反馈	活动目标达成情况(40%)+观众反馈(30%)+改进建议(30%); 新增粉丝数:(该直播新增粉丝数/所有直播新增粉丝数最高值)×30% 互动率:(该直播互动率/所有直播互动率最高值)×30%	15分
	项目报告	总结能力(50%)+反馈分析(30%)+改进建议(20%)	10分
合计			100分

在课程项目考核中,评分标准通过数据和指标量化学生实践表现。播放量、点赞数、评论数等数据用于评估推广效果,播放量超1000次可得满分。内容创意从主题新颖性、脚本逻辑性和吸引力等方面评分,主题新颖且脚本逻辑清晰可得高分。这种数据化评分方式能客观反映学生实践能力和创新思维,为综合评定提供有力支持。

三、“融合媒体策划与营销”课程实施效果与优化

在“融合媒体策划与营销”课程中,55名学生通过项目化学习取得了显著成果。课程成绩显示,78%的学生获得良好及以上成绩,平均分78分。项目成果方面,校园新闻节目总播放量达2.5万次,单个节目最高播放量6000次;爆款短视频项目中,15%的视频作品获奖,累计获3个奖项,平均粉丝增长量500人。实习方面,80%的学生获企业导师认可,实习满意度85%。学生普遍掌握了短视频制作、数据分析和直播策划等核心技能,职业素养和团队协作能力得到增强。

然而,课程实施过程中仍存在问题。一是实践资源不足,如助农直播项目中,学生因缺乏实际直播设备调试和观众互动经验,难以适应企业实际工作需求。二是部分项目与企业对接不足,一些小组制作的短视频虽创意独特,但因缺乏对流行趋势的把握,播放量和互动率较低,项目成果与市场需求脱节。三是部分学生团队协作能力不足,沟通效率低,导致项目进度延迟,如校园新闻节目制作项目中,采访和剪辑学生间缺乏有效沟通,影响节目制作进度,且存在“搭便车”现象。

优化方案:一是加强校企合作,引入实际直播设备和场地资源,利用线上平台虚拟直播功能模拟真实场景,提升学生实践能力。二是邀请企业导师参与项目指导,组织学生到企业参观学习,增强市场意识和职业素养。三是增加团队协作训练模块,通过角色扮演、团队拓展活动等方式提升团队合作意识和沟通能力,设计团队协作评分表纳入项目总成绩,教师加强团队协作指导,及时解决团队内部矛盾和问题。

参考文献:

- [1] 林小兰.项目教学模式在“微信与微博运营”课程中的应用[J].职业教育研究,2020,(7):72-76.
- [2] 朱丽霞.新媒体运营课程项目化教学改革探索与实践[J].新闻论坛,2023,(8):111-114.