

广州城市职业学院文件

穗城院（2018）140号

关于公布2018年校级产教融合、 专创融合精品在线开放课程立项名单的通知

院属各部门：

根据《关于开展首批校级产教融合和专创融合课程申报工作的通知》，经各部门推荐申报、学院评审、公示（无异议），确定《创意写作》等3门课程为2018年校级产教融合精品在线开放课程建设项目，《数字摄像技术》等3门课程为专创融合精品在线开放课程建设项目，现予以公布。

项目建设期为2018年11月至2019年10月，建设项目遵照《广州城市职业学院教学质量与教学改革工程项目管理办法（试行）》

(穗城院〔2018〕115号)进行管理。

附件：2018年校级产教融合、专创融合精品在线开放课程立项名单


广州城市职业学院
2018年11月28日

附件

2018年校级产教融合、专创融合精品在线开放课程立项名单

序号	部门	课程名称	课程类别	项目负责人
1	艺术设计系	创意写作	产教融合	李华
2	商贸系	营销策划实务	产教融合	余彦蓉
3	商贸系	网络营销	产教融合	赵春芳
4	艺术设计系	数字摄像技术	专创融合	吕米佳
5	食品系	食品包装与机械	专创融合	江津津
6	城市建设工程系	城市绿地养护	专创融合	全国明

附：

《软文写作》课程标准

课程代码：1320627

总学时数：45（理论课学时数：18 实践课学时数：27）

学分数：2.5

适用专业：网络新闻与传播

一、课程性质

1、必修课

2、专业（理论）课、实验（训）课

二、课程定位

本课程属于网络新闻与传播专业的必修课程，基于企业真实项目进行授课。本课程与先修课程创意写作衔接，后续课程为网络新闻采访与写作，教学目标为：使学生掌握软文写作创作与传播的基础知识和基本理论，熟悉软文写作的创作的基本流程和基本方法，了解传播的规律和新媒体对软文的相关要求，激发学生创意，提高学生的创新能力及对新媒体的敏感度，使学生适应新媒体编辑等岗位的需求。

三、课程设计思路

按照网络新闻与传播专业文案传播策划、平面设计和视频制作等三大技能模块交融整合的教学设计，课程教学引入“项目制”，以职业行为为引导，落实“学中做，做中学”的教学方法，组织学生参与企业真实项目实施全过程，实现教学过程与真实生产过程对接。多个企业真实项目植入课程，采用分组竞标的方式，组织学生竞投不同的项目，企业参与全过程，即实现学生作品与企业需求对接，企业在课程中获得所需要的作品。本课程还充分利用现代化教学技术，将软文写作的基本知识和技巧训练紧密地结合起来，使学生在提高专业素质和写作水平的同时能够掌握基本的软文写作基础知识；通过对不同平台软文写作范例的赏析，让学生从入门到精通掌握软文的写作技巧和实战技能。利用课堂小组作业展示，将所学知识实际应用到特定案例中，采取企业+教师+小组互评打分的方式，既活跃

学习氛围又增强了学生间良性竞争的动力。

四、课程基本目标

1、知识目标：

- (1) 了解软文写作的概念及特点
- (2) 了解软文创作的步骤及要求
- (3) 掌握销售软文的创作框架和销售文案的写作技能
- (4) 掌握品牌软文如节假日情怀软文、热点营销软文及新品发布倒计时软文的写作
- (5) 了解社交媒体的特点、人群行为习惯及相关信息发布注意事项

2、职业技能目标：

通过本课的教学，学生应该能够应对软文写作相关工作，并能够针对遇到的问题做出一定的应对措施，具备分析问题和解决问题的能力，能有效的开展软文写作及营销相关活动。

3、职业素质养成目标：

通过本课程的教学，学生有意识的关注新媒体相关动态，激发对软文营销等探索意识，培养学生的探索及创新精神。

4、职业技能证书考核要求：

无

五、先修课程

序号	先修课程名称	为本课程提供的主要能力
1	创意写作	幽默感、创意力、故事力
序号	后续课程名称	需要本课程提供的主要能力
1	网络新闻采访与写作	表达力、交响力、共情力

六、教学内容及学时安排

1、课程主要内容说明

本课程共计 45 个学时，其中理论 18 学时，实践 27 学时，教学的重点宣传策划书和招商文案，难点为创新式软文和视频软文。在学时分配上，对教学的重点和难点部分结合具体实践项目予以考虑，重点在于让学生在实践中理解并灵活运用所学知识。通过课程的学习

习，使学生掌握基本的软文知识、商品推销知识、写作知识等，提升市场分析能力、网络营销推广能力、文字编辑能力和文案策划能力，以及培养团队合作、语言表达等能力和适应市场的创新精神。

2、课程组织安排说明

坚持“教、学、做”一体的原则，引入学校和企业的实际项目作为实训练习，通过现场教学、任务驱动教学、讨论式教学等方式，合理利用多媒体等现代教学手段开展教学活动。

3、课程教学内容

专业课程（含课内实践）

序号	单元（工作任务模块或实训项目）	教学内容及要求	活动设计	课内学时安排
1	校企合作项目文案申报书撰写（面向学院）	<p>什么是文案申报书</p> <p>文案申报书的写作特点和注意事项</p> <p>结合学院实际，撰写一份合格的大赛文案申报书</p>	以学院创新创业学院立项的申报书模式撰写大赛文案申报书	4
2	企业项目宣传策划书（面向广电传媒集团）	<p>什么是宣传策划书</p> <p>宣传策划的三个阶段及主要工作任务</p>	结合项目合作单位要求撰写宣传策划书 word 版本和 ppt 版本	8
3	企业项目策划招商广告文案（面向市场商家）	<p>什么是招商广告文案</p> <p>招商广告文案 PPT 经典案例分析（重点分析企业项目市场空间）</p>	招商方案 ppt 撰写	8

4	企业项目分阶段宣传方案	项目各阶段的宣传要点分析	根据活动前中后时间，分阶段写出相应的宣传要点，结合线上线下，推进宣传活动的知名度，另做出冠名商家的宣传方案。要求区分立场，注意资金安排。	4
5	企业项目执行方案	企业项目执行涉及的各项方面要点	撰写企业项目执行方案，要求具有可操作性，各项环节落实到位，注意细节处理。	4
6	企业项目衍生品的淘宝宝贝描述	了解并掌握淘宝宝贝推销语的写作特点	对淘宝中的商品特性、优势进行分析，能吸引消费者购买；能根据不同节日制定页面文案，要求图文搭配合理，效果美观，能吸引消费者购买。	4

7	微信软文商品推广	了解并掌握微信软文写作的基本知识和技巧	结合实际项目撰写商品推广微信软文，在推文中植入产品介绍，要求上下文过度自然，善于把握热点、话题，成功推广商品达到营销目的。	4
8	公益项目宣传	了解并掌握做公益活动的基本步骤	通过推文的形式展现，要求图文并茂，形象生动，让受众受到触动和影响。	4
复习、考试				5
合计学时				45

七、教学方法

充分利用现代化教学技术，利用多媒体网络设备资源在课堂上利用经典案例分析讲授与课堂讨论、实践相结合的教学方法；采用个人与分组展示，小组互评打分的方法充分调动学生积极性；根据学生分组实际情况布置各具特色的小组命题作业，以作业完成的形式检查课堂知识和技能掌握完成情况。

八、教学评价建议

1、期末考核评价及方式

序号	成绩类别	考核方式	考核要求	权重 (%)	备注
1	期末成绩	提案汇报	结合企业真实项目	50	百分制，60分为及格
2	平时成绩	实战训练	见《集中实训评价表》	40	优、良、中、及格、不及格

3		平时表现	出勤情况	10	3次无故缺席者无法获得学分
---	--	------	------	----	---------------

2、教学过程评价

结合学生出勤、课堂讨论，小组参与情况及作品完成度等进行综合评价。

3、课程成绩形成方式

课程总评成绩=平时成绩（平时表现 10%+实战训练 40%）+期末成绩（大作业 50%）

九、课程主讲教师和教学团队要求说明

要求任课教师熟悉创意写作、剧本写作、微信推文。

序号	教师名	专 (兼)	职称	备注
1	李华	专师	讲师	
2	吕米佳	专师	讲师	
3	杨惠	专师	讲师	
4	陈爽然	兼师	中级编辑	腾讯大粤网（熟悉微信推文、可导入项目）
5	陈刚	兼师	企业董事长	广州广电传媒集团下属三家子公司董事长（熟悉剧本写作、分镜头脚本、可导入项目）
6	谭春鸿	兼师	博士、高级编辑	广州广电传媒集团下属三家子公司董事长（熟悉微信推文、剧本写作、分镜头脚本、可导入项目）
7	陆翰恩	兼师		广州广电传媒集团项目经理、广传艺术团负责人（熟悉剧本写作、分镜头脚本、可导入项目）
8	李婷婷	兼师		广州广电传媒集团品牌推广中心副主任（熟悉品牌策划与执行，可导入项目）

十、课程教学环境和条件要求

多媒体教学设备，电脑课室

十一、课程建设等级说明

院级精品课程

十二、教学资源的利用

使用教材：《突破软文写作与营销》，王辉 著，清华大学出版社，2018 年

参考书：《软文营销》，秋叶 ， 梁芷曼 编著，人民邮电出版社，2018 年

数字化教学资源：图书馆数字资源

实验（训）室利用：新媒体图形实训室

校外基地利用：广城职·广州电视台媒介融合实验室大学生校外实践基地。