

# 《新媒体运营》课程标准

## 一、课程基本信息

|        |                |      |                |    |   |
|--------|----------------|------|----------------|----|---|
| 课程编码   | z08105011      | 课程类型 | 理论□ 实践□ 理论+实践☑ |    |   |
| 总学时    | 54             | 实践学时 | 28             | 学分 | 3 |
| 适应对象   | 大二学生           |      |                |    |   |
| 适用专业   | 智慧旅游技术与应用      |      |                |    |   |
| 先修课程   |                |      |                |    |   |
| 后续课程   | 旅游直播电商与推广、岗位实习 |      |                |    |   |
| 编写教师   | 张习涛            | 编写时间 | 2025 年 6 月     |    |   |
| 院（部）审批 |                | 审批时间 |                |    |   |

## 2 课程定位

《新媒体运营》课程是智慧旅游技术应用专业开设的一门核心课程。主要培养学生文旅新媒体运营工具应用、内容创作与数据运营技能和职业素养，以满足文旅产业数字化转型人才需求，通过新媒体技术加速文旅产业与制造业融合（如文旅商品制造、智能装备体验等）。课程能对接先进制造业与文旅产业交叉融合背景下对智慧旅游技术应用高技能人才培养的要求。

行业与数智技术交织的时代背景下，《新媒体运营》课程针对数字化环境对文旅营销、电商运营、数据分析等课程内容的重构，能培养适应“云大物移智”高速发展的文旅数字化运营人才，推进文旅产业与制造业协同的数字化转型。

通过学习本课程，学生将掌握抖音生态工具实操、IP 孵化、数据驱动决策能力，具备政校企合作项目落地经验，为后续智慧旅游产品开发、工业旅游运营、文旅电商服务等岗位技术工作奠定良好基础。

### 3 课程能力标准要求

本课程主要学习新媒体运营的基本知识、文案策划、自媒体运营、活动运营以及推广、短视频自媒体与音频自媒体运营、用户运营、运营人的通用方法等。通过学习本课程使学生具备创建并运营管理各自媒体平台的能力，成为一名合格的自媒体人，为学生进一步掌握专业核心课，以及就业成才多提供一条途径。

#### 3.1. 知识目标

(1) 理解“兴趣电商+文旅传播”的核心机制，掌握新媒体运营的基本理论体系；

(2) 掌握短视频文案策划、直播脚本设计、非遗文化叙事等内容创作方法；

(3) 熟悉抖音平台操作要点、账号矩阵搭建、数据工具（POI、热力图、千川）应用；

(4) 了解旅游品牌内容包装策略与农文旅产品传播特点；

- (5) 掌握文旅短视频脚本结构、拍摄技巧、视觉设计与口播话术模板;
- (6) 掌握平台化电商表达方法,包括商品组合、付费推广、节点营销策略;
- (7) 理解社群运营、用户分层管理、游客生命周期管理等新媒体互动机制;
- (8) 掌握政务号传播、文旅达人合作、政府服务承接等项目化协作方式;
- (9) 建立对文旅新媒体职业发展路径与行业岗位群的初步认知。

### 3.2. 能力目标

- (1) 能独立分析某一文旅账号的运营策略,撰写优化建议或数据诊断报告;
- (2) 能围绕文旅主题撰写抖音文案、口播话术、短视频脚本等内容;
- (3) 能完成短视频拍摄与剪辑,提升完播率与转化率;
- (4) 能根据节庆活动或产业节气,设计直播策划案并参与执行;
- (5) 能操作抖音 POI 标记、DOU+投放、千川引流等平台推广工具;
- (6) 能构建民宿/景区/非遗等类型的账号矩阵,设计联动策略;
- (7) 能进行“荔枝+民宿”“茶叶+采摘”类产品套餐设计与电商表达;
- (8) 能策划文旅社群运营活动,提升粉丝活跃度和转化力;
- (9) 能在政校企协同项目中承担“运营助理”岗位的具体职责。

### 3.3. 素质(思政)目标

- (1) 培养学生在乡村振兴、非遗传播等项目中的家国情怀与社会责任感;
- (2) 培养学生对清远文化(如广彩、英德红茶、客家民俗)的尊重与认同;
- (3) 强化传播伦理观,理解内容真实性、平台规范与政策边界;
- (4) 树立“技能报国、服务区域”的职业价值观;
- (5) 强化创新精神和平台思维,勇于拥抱行业变化与技术革新;
- (6) 培养学生在项目实践中沟通协作、角色互补的团队精神;
- (7) 强化对乡村经济、农文旅融合、地方产业数字化转型的理性认知;
- (8) 培养学生将文化表达与商业逻辑有机融合的创意表达能力。

## 4 知识体系(思维导图、知识要点)



图1 《新媒体运营》知识体系思维导图

5 课程主要内容

课程教学能力训练项目设计表

| 总项目<br>(活动)  | 子项目<br>(活动) | 训练项目名称     | 训练任务                                 | 拟实现的目标（知识目标、能力目标、素质思政目标）          | 训练方式<br>手段步骤 | 学时 |
|--------------|-------------|------------|--------------------------------------|-----------------------------------|--------------|----|
| 1. 文旅账号战略定位  | 1.1         | 兴趣电商×文旅融合  | 解读"乡村文旅热力图""POI传播", 重构内容分发模型（英德红茶案例） | 掌握兴趣电商底层逻辑；具备文旅内容分发设计能力；培养乡村振兴责任感 | 任务驱动+案例引导    | 2  |
|              | 1.2         | 文旅IP转型电商IP | 设计"住宿+特产"复合消费闭环（清远民宿案例）              | 理解IP转型路径；掌握消费闭环构建能力；强化产业融合创新意识    | 学做结合+实战演练    | 2  |
|              | 1.3         | 乡村账号诊断优化   | 基于粉丝画像与互动热区优化运营策略（连樟村案例）             | 掌握账号诊断方法；具备数据驱动优化能力；树立精准服务理念      | 数据分析+方案设计    | 2  |
| 2. 文旅场景化直播搭建 | 2.1         | 地理标志产品直播设计 | 设计"果园-分拣-冷链-认购"全链路场景（从化荔枝案例）         | 理解场景化直播逻辑；掌握农产品直播动线设计能力；培养助农情怀    | 场景模拟+流程设计    | 2  |
|              | 2.2         | 非遗沉浸式直播间搭建 | 设计灯光/道具/互动系统（英石技艺案例）                 | 掌握非遗直播技术；具备文化场景转化能力；增强文化传承使命感     | 场景搭建+互动演练    | 2  |
| 3. 文旅运营团队孵化  | 3.1         | 政校企协同团队搭建  | 模拟政府+企业+高校三方协作（"云上新村"案例）             | 理解多方协作机制；具备资源整合能力；培养协同共赢意识        | 角色扮演+沙盘推演    | 2  |
|              | 3.2         | 乡村主播培养     | 设计方言话术+人设包装+村史融入方案（民宿老板训练营）          | 掌握主播培养方法；具备在地文化转化能力；树立文化自信        | 话术训练+人设设计    | 2  |
|              | 3.3         | 节庆活动SOP设计  | 制定采茶季直播运营手册（英德红茶案例）                  | 掌握SOP设计规范；具备节庆活动统筹能力；强化服务标准化意识    | 手册编制+流程优化    | 2  |
| 4. 文旅内容创意文案  | 4.1         | 农文旅融合脚本设计  | 创作"播种-餐桌"故事线（清远菜心案例）                 | 掌握农文旅叙事逻辑；具备多平台内容串联能力；培养乡土情怀      | 脚本创作+故事板设计   | 2  |

|             |     |           |                               |                                 |            |   |
|-------------|-----|-----------|-------------------------------|---------------------------------|------------|---|
|             | 4.2 | 非遗短视频文案   | 创作视觉奇观+文化解读型脚本（粤剧妆造案例）        | 掌握非遗文案创作技巧；具备文化价值提炼能力；增强非遗保护意识  | 文案创作+视觉策划  | 2 |
| 5. 文旅视觉符号设计 | 5.1 | 地域文化视觉库   | 融合英石纹理+岭南水墨+商品卡（视觉包装实践）       | 理解地域视觉符号；具备文化元素商品化能力；培养美学素养     | 视觉设计+元素提取  | 2 |
|             | 5.2 | 账号视觉系统优化  | 设计主色调+IP图标+模块美化（连樟村主页）        | 掌握VI系统设计方法；具备账号视觉升级能力；强化品牌一致性意识 | 界面设计+系统优化  | 2 |
| 6. 文旅短视频摄制  | 6.1 | 旅游动线短视频策划 | 基于热力图设计15秒茶园快剪脚本              | 掌握旅游动线策划逻辑；具备短视频导流设计能力；培养用户思维   | 脚本分镜+动线规划  | 2 |
|             | 6.2 | 数据驱动拍摄优化  | 通过完播率优化构图（稻田航拍钩子设计）           | 理解数据反馈机制；具备拍摄即时优化能力；树立效果导向意识    | 数据分析+拍摄测试  | 2 |
| 7. 文旅口播技术   | 7.1 | 农特产直播话术   | 设计甜度讲解+历史典故+助农情怀三段式（荔枝销售）     | 掌握农产品话术模型；具备情感营销能力；培养助农责任感      | 话术设计+场景演练  | 2 |
|             | 7.2 | 文化场馆直播话术  | 融合文物介绍+文创导购+门票优惠（博物馆直播）       | 掌握文化产品话术逻辑；具备知识转化能力；强化文化传播使命感   | 导览模拟+话术迭代  | 2 |
| 8. 文旅账号矩阵运营 | 8.1 | 区域账号联动    | 建设景区号+民宿号+非遗号矩阵（广清文旅带）        | 理解矩阵协同逻辑；具备多账号运营能力；培养全域旅游视野     | 矩阵规划+账号协同  | 2 |
|             | 8.2 | 爆款系列内容打造  | 设计"24小时吃遍潮汕"（POI定位×剧情节奏×地域符号） | 掌握爆款内容公式；具备地域符号提炼能力；树立美食文化自信    | 内容策划+符号提取  | 2 |
| 9. 文旅直播事件运营 | 9.1 | 节庆直播SOP   | 设计分镜脚本+抽奖机制+下单路径（从化荔枝节）       | 掌握节庆直播SOP；具备全流程执行能力；培养节庆营销敏感度   | SOP编制+流程测试 | 2 |

|              |      |           |                          |                                 |             |   |
|--------------|------|-----------|--------------------------|---------------------------------|-------------|---|
|              | 9.2  | 直播数据复盘    | 构建话术/转化率/GMV 归因模型（茶园直播）  | 理解数据归因逻辑；具备直播诊断优化能力；强化数据驱动意识    | 数据分析+模型构建   | 2 |
| 10. 文旅付费推广策略 | 10.1 | DOU+ 流量放大 | 投放珠三角亲子游客包（清远民宿视频）       | 掌握 LBS 投放逻辑；具备精准客群定位能力；培养投入产出意识 | 投放策略+人群画像   | 2 |
|              | 10.2 | 千川投放优化    | 实施人群包圈选+素材测款（英德红茶直播）     | 理解千川投放机制；具备素材优化能力；树立效果导向投放观     | A/B 测试+数据调优 | 2 |
| 11. 文旅用户社群运营 | 11.1 | 游客生命周期管理  | 设计复购机制+会员制度+老带新激励（民宿运营）  | 掌握用户留存方法；具备会员体系设计能力；培养长期服务理念    | 机制设计+激励方案   | 2 |
|              | 11.2 | 文化兴趣社群激活  | 建立线上直播+线下演出转化机制（粤剧票友群）   | 理解兴趣社群逻辑；具备线上线下联动能力；强化文化社群运营观   | 活动策划+转化设计   | 1 |
| 12. 文旅电商变现设计 | 12.1 | 文旅套餐商品设计  | 开发"荔枝+住宿+景点"套餐（库存联动）     | 掌握套餐设计原理；具备资源整合能力；培养消费动线思维      | 套餐设计+资源整合   | 2 |
|              | 12.2 | 节点电商活动    | 策划"茶+礼盒+体验券"整合方案（中秋抖音商城） | 理解节点营销逻辑；具备商城资源运营能力；树立全域营销意识    | 活动策划+资源联动   | 2 |
| 13. 政府合作与变现  | 13.1 | 达人探店合作    | 制定佣金协议+品牌授权+内容监督机制       | 掌握政务合作规范；具备达人管理能力；培养合规运营意识      | 协议拟定+合规审查   | 1 |
|              | 13.2 | 政务账号代运营   | 承接"粤美乡村"账号（传播合规性+政绩指标转化） | 理解政务传播特性；具备政企协同能力；强化社会责任担当      | 代运营实践+指标设计  | 2 |

## 6 课程思政建设

本课程的课程思政设计主线（主题）是社会责任、大局意识、创新探索、工匠精神，课程思政映射情况见下表：

| 总项目（活动） | 子项目（活动） | 训练项目名称 | 课程思政元素 | 课程思政内涵 | 教学方法与手段 | 备注 |
|---------|---------|--------|--------|--------|---------|----|
|---------|---------|--------|--------|--------|---------|----|

|              |                 |             |          |                                           |               |  |
|--------------|-----------------|-------------|----------|-------------------------------------------|---------------|--|
| 1. 文旅账号战略定位  | 1.1 兴趣电商 × 文旅融合 | 兴趣电商 × 文旅融合 | 乡村振兴责任感  | 通过英德红茶案例，引导学生理解新媒体对乡村经济的带动作用，培养服务乡村振兴的使命感 | 案例研讨+乡村热力图分析  |  |
|              | 1.2 文旅IP 转型电商IP | 文旅IP 转型电商IP | 产业融合创新意识 | 分析清远民宿转型案例，培养学生打破行业壁垒的创新思维，树立产业协同发展理念     | 商业模式设计+消费闭环沙盘 |  |
|              | 1.3 乡村账号诊断优化    | 乡村账号诊断优化    | 精准服务理念   | 基于连樟村粉丝画像优化，培养学生以数据驱动精准服务三农的务实作风          | 数据分析+服务方案设计   |  |
| 2. 文旅场景化直播搭建 | 2.1 地理标志直播设计    | 地理标志产品直播设计  | 助农情怀     | 通过从化荔枝助农认购链路设计，强化学生解决农产品滞销的社会责任感          | 助农直播模拟+冷链实践   |  |
|              | 2.2 非遗直播间搭建     | 非遗沉浸式直播间搭建  | 非遗传承使命感  | 在英石技艺直播场景设计中，培养学生对非物质文化遗产的保护意识和传承担当       | 非遗工坊体验+技艺演示   |  |
| 3. 文旅运营团队孵化  | 3.1 政企协同搭建      | 政企协同团队搭建    | 协同共赢意识   | 通过"云上新村"三方角色模拟，培养学生跨部门协作能力，树立共建共享的发展观     | 角色扮演+资源整合演练   |  |
|              | 3.2 乡村主播培养      | 乡村主播培养      | 文化自信     | 在方言话术与村史融入训练中，增强学生对乡土文化的认同感和传播自信          | 方言播报+村史讲述实践   |  |
|              | 3.3 节庆活动 SOP 设计 | 节庆活动 SOP 设计 | 服务标准化意识  | 通过英德红茶采茶季手册编制，培养学生规范服务流程的职业素养             | SOP 编制+流程推演   |  |
| 4. 文旅内容创意文案  | 4.1 农文旅脚本设计     | 农文旅融合脚本设计   | 乡土情怀     | 在"清远菜心"播种餐桌"故事创作中，培养学生对农耕文明的敬畏之心和传播热情     | 田间采风+故事板创作    |  |
|              | 4.2 非遗短视频文案     | 非遗短视频文案     | 非遗保护意识   | 通过粤剧妆造文化解读，引导学生成为非遗文化的数字化守护者              | 非遗访谈+视觉符号解构   |  |



|              |              |           |        |                                  |               |  |
|--------------|--------------|-----------|--------|----------------------------------|---------------|--|
| 5. 文旅视觉符号设计  | 5.1 地域视觉库    | 地域文化视觉库   | 文化审美素养 | 在英石纹理与岭南水墨融合实践中培养学生对传统美学的当代转化能力  | 元素提取+视觉再造     |  |
|              | 5.2 账号视觉优化   | 账号视觉系统优化  | 品牌诚信意识 | 通过连樟村主页VI系统设计，强化品牌视觉一致性的职业操守     | VI系统设计+品牌手册制作 |  |
| 6. 文旅短视频摄制   | 6.1 旅游动线策划   | 旅游动线短视频策划 | 用户思维   | 基于清远文旅热力图的动线设计，培养学生"以游客为中心"的服务理念 | 游客动线模拟+分镜设计   |  |
|              | 6.2 数据驱动拍摄   | 数据驱动拍摄优化  | 效果导向意识 | 通过摄像钩子优化，培养数据反馈指导创作的科学精神         | 数据归因+AB测试     |  |
| 7. 文旅口播技术    | 7.1 农特产话术    | 农特产直播话术   | 助农责任感  | 在荔枝销售助农话术设计中，强化解决农产品销路的社会担当      | 助农直播路演+情感表达   |  |
|              | 7.2 文化场馆话术   | 文化场馆直播话术  | 文化传播使命 | 通过博物馆文物导览话术，培养学生做中华文明代言人的使命感     | 文物解说+文创导购实操   |  |
| 8. 文旅账号矩阵运营  | 8.1 区域账号联动   | 区域账号联动    | 全域旅游视野 | 通过"广清文旅带"矩阵建设，培养区域协同发展的大局观       | 区域资源整合沙盘      |  |
|              | 8.2 爆款内容打造   | 爆款系列内容打造  | 美食文化自信 | 在"24小时吃遍潮汕"创作中，增强学生对中华饮食文化的自豪感   | 美食文化溯源+符号提炼   |  |
| 9. 文旅直播事件运营  | 9.1 节庆直播 SOP | 节庆直播 SOP  | 节庆文化传承 | 通过从化荔枝节全流程设计，培养学生对传统节庆文化现代表达能力   | 节庆仪式数字化重构     |  |
|              | 9.2 直播数据复盘   | 直播数据复盘    | 数据决策意识 | 在茶园直播归因模型中，培养用数据驱动乡村振兴的科学精神      | 数据看板分析+模型构建   |  |
| 10. 文旅付费推广策略 | 10.1 DOU+投放  | DOU+流量放大  | 精准助农理念 | 通过清远民宿珠三角投放，培养学生用数字技术精准连接城乡的桥梁作用 | LBS投放模拟+客群画像  |  |



|              |               |          |          |                                      |                |  |
|--------------|---------------|----------|----------|--------------------------------------|----------------|--|
|              | 10.2 千川投流优化   | 千川投流优化   | 效果导向责任意识 | 在英德红茶人群包圈选中，强化"把助农资金用在刀刃上"的责任意识      | 投放 ROI 分析+助农审计 |  |
| 11. 文旅用户社群运营 | 11.1 游客生命周期管理 | 游客生命周期管理 | 长期服务理念   | 通过民宿复购机制设计，培养"从一次旅游到终身连接"的服务意识       | 会员体系设计+用户旅程    |  |
|              | 11.2 文化社群激活   | 文化兴趣社群激活 | 传统文化新生   | 在粤剧票友群运营中，培养学生用新媒体激活传统文化的创新意识        | 线上线下融合活动       |  |
| 12. 文旅电商变现设计 | 12.1 文旅套餐设计   | 文旅套餐商品设计 | 消费动线思维   | 通过"荔枝+住宿+景点"套餐开发，培养资源整合带动全产业链增收的产业思维 | 产业链价值设计        |  |
|              | 12.2 节点电商活动   | 节点电商活动   | 文化营销创新   | 在中秋茶礼整合营销中，培养学生对传统节日的现代表达能力          | 文化 IP 商品化设计    |  |
| 13. 政府合作与变现  | 13.1 达人探店合作   | 达人探店合作   | 合规运营意识   | 通过佣金协议与内容监督机制，强化依法合规开展助农项目的法治观念      | 合规审查+协议拟定      |  |
|              | 13.2 政务账号代运营  | 政务账号代运营  | 社会责任担当   | 在"粤美乡村"代运营中，培养学生通过新媒体服务政府乡村振兴战略的大局意识 | 政绩指标设计+政策解读    |  |

## 7 课程考核

本课程考核采取形成性考核和终结性考核两种方式进行，其分数比例为：

形成性考核（50%）+终结性考核（50%）。（体现增值性评价）

### 7.1 形成性考核（50%）

表 3 平时及项目考核标准设计

| 项目名称 | 考核点及项目分值    | 建议考核方式 | 评价标准  | 优（85-100） | 良（70-84）    | 及格（60-69）     | 项目成绩比例 |
|------|-------------|--------|-------|-----------|-------------|---------------|--------|
| 平时表现 | 1. 出勤情况（10） | 考勤     | 课堂参与度 | 全勤        | 无旷课，迟到早退≤2次 | 旷课≤2次或迟到早退≤3次 | 40%    |

|             |              |      |                           |                            |                    |                  |     |
|-------------|--------------|------|---------------------------|----------------------------|--------------------|------------------|-----|
|             | 2. 学习态度 (15) | 定性评价 | 项目责任感                     | 主动承担团队核心工作，提交材料提前完成        | 按要求完成任务，无拖延        | 需督促完成，质量基本达标     |     |
|             | 3. 课堂互动 (15) | 定性评价 | 政校企协作表现                   | 在政校企合作角色模拟中提出创新方案≥3次       | 有效参与三方协作≥2次        | 基本完成分配角色任务       |     |
| 过程考核 (项目成果) | 1. 账号定位 (5)  | 实践考核 | 文旅账号战略定位报告 (英德红茶/连樟村案例)   | 精准适配兴趣电商逻辑，IP转型路径清晰，诊断数据完备 | 定位合理但特色不突出，数据维度较完整 | 基本完成定位，缺乏数据支撑    | 60% |
|             | 2. 直播搭建 (5)  | 实践考核 | 场景化直播方案 (荔枝节/英石技艺)        | 全链路设计创新，但亮点不足，沉浸感强信任机制完善   | 场景完整但亮点不足，基础信任设计   | 完成基础场景搭建，缺乏细节    |     |
|             | 3. 团队孵化 (5)  | 实践考核 | 政校企合作方案 (云上新村)            | 三方权责明确，主播培养体系完整SOP可落地      | 协作机制可行，培训计划完整      | 基础方案但缺乏执行细节      |     |
|             | 4. 创意文案 (5)  | 实践考核 | 农文旅/非遗脚本 (清远菜心/粤剧妆造)      | 情怀+逻辑+营销完美平衡，文化解读有深度       | 要素完整但创意不足，文化解读较浅   | 基础脚本框架，缺乏吸引力     |     |
|             | 5. 视觉设计 (5)  | 实践考核 | 地域视觉系统                    | 地域辨识度强，电商表现力突出，视觉一致性高      | 基础视觉规范完整电商适配性一般    | 完成基础设计，缺乏特色      |     |
|             | 6. 短视频摄制 (5) | 实践考核 | 旅游动线视频+数据优化报告 (茶园快剪/稻田航拍) | 动线设计精准，开场钩子强数据优化效果显著       | 动线合理有基础数据优化        | 成片完整但缺乏亮点，数据应用浅显 |     |

|    |             |      |                          |                            |                   |               |      |
|----|-------------|------|--------------------------|----------------------------|-------------------|---------------|------|
|    | 7. 口播技术（5）  | 实践考核 | 农特产/文化场馆话术方案（荔枝销售/博物馆导览） | 知识+转化+价值观融合自然情感感染力强        | 话术完整但转化力弱，文化表达较生硬 | 基础话术框架，缺乏吸引力  |      |
|    | 8. 矩阵运营（5）  | 实践考核 | 账号矩阵规划+爆款设计（广清文旅带/潮汕美食）  | 用户流转闭环完整地域符号提炼精准           | 矩阵架构合理，内容基础达标     | 完成账号规划，爆款设计薄弱 |      |
|    | 9. 直播事件（5）  | 实践考核 | 节庆 SOP+数据复盘（荔枝节/茶园直播）    | SOP 全流程覆盖 GMV 归因模型科学转化路径清晰 | SOP 基本完整，归因分析较浅   | 基础流程设计，数据复盘简单 |      |
|    | 10. 付费推广（5） | 实践考核 | 投放方案（清远民宿/英德红茶）          | LBS 投放精准，ROI > 3，素材测款方法论科学 | 投放策略合理，           | 完成基础投放，效果不显著  |      |
|    | 11. 社群运营（5） | 实践考核 | 生命周期管理+兴趣社群方案（民宿复购/粤剧票友） | 会员体系完善，线上线下转化闭环 KOC 培养机制成熟 | 基础复购机制，社群活跃度尚可    | 完成社群搭建，缺乏长效运营 |      |
|    | 12. 电商变现（5） | 实践考核 | 文旅套餐+节点活动设计（荔枝套餐/中秋茶礼）   | 非标产品标准化程度高，套餐库存联动精准        | 套餐设计完整，节点活动基础达标   | 基础商品设计，缺乏营销亮点 |      |
|    | 13. 政府合作（5） | 实践考核 | 达人合作+政务代运营方案（探店协议/粤美乡村）  | 政企协作机制创新政绩指标可量化，合规性完善      | 合作框架完整，指标设计合理     | 基础合作方案，缺乏深度   |      |
| 合计 |             |      |                          |                            |                   |               | 100% |

## 7.2 终结性考核（50%）

本课程涉及知识点的考核采用在线测试的形式，题型及分值分布情况如下：

表 4 知识考核考核命题细目表

| 考核模块  | 考核内容     | 评分标准                    | 分值 |
|-------|----------|-------------------------|----|
| 认知能力  | 兴趣电商逻辑   | 准确解析 POI 传播、LBS 投放等概念   | 10 |
|       | 文旅 IP 孵化 | 阐述 IP 转型路径与方法论（如清远民宿案例） | 10 |
| 工具应用  | 抖音生态工具   | 熟练应用热力图、千川等工具           | 15 |
|       | 数据分析工具   | 构建 GMV 归因模型（茶园直播案例）     | 15 |
| 生产性任务 | 在地文化翻译   | 提出方言话术/村史融入方案（连樟村案例）    | 10 |
|       | 文旅制造融合   | 设计“智能装备+文旅体验”方案（如工业旅游）  | 15 |
|       | 非遗现代化表达  | 制定粤剧妆造短视频传播策略           | 15 |

8 教学资源配置

8.1. 主教材：

自媒体运营高级实战教程（抖音版），苏涛、章卫惠、张习涛，电子工业出版社，2024. 10

7.2. 参考书目

（1）抖音起号运营变现实战一本通，郝欣，韩钟华著，人民邮电出版社，2024, 10

（2）抖音运营实战笔记，杨昭编著，清华大学出版社，2024, 5

7.3 主要设备与设施

1. 场所要求
- 包含所需计算机的实训室；
2. 硬件方面
- ①网络环境良好的计算机、智能手机
- ②投影仪（该部分用于讲解、点评及整理数据时使用）。

9 教师要求

（一）教师应具备本科及以上学历，一定的教学能力和教学经验，特别是在新媒体运营方面有深入的理解和实际操作经验。

（二）熟悉新媒体运营，掌握相关知识，具备“双师”素质，具有新媒体运营职业资格证等岗位资格证书。

（三）具备良好的教学能力，能够制定教学计划、设计教学案例、组织课堂讨论等。具备较强的沟通能力和团队协作能力，能够与学生互动，激发学生的学习兴趣 and 动力，能根据教学法进行教学情境设计。

（四）热爱教育事业，具有高度的责任心和敬业精神。具备较强的学习能力和创新精神，能够不断更新自己的知识和技能，适应行业发展的变化。

## **10 其它说明**

本课程教学标准适用于高等职业学校理工类、文史类专业（三年制）。