

产教融合与模块化项目驱动：职业本科全媒体电商专业《短视频创作与运营》课程教学方法创新研究

袁婉悦

安徽职业技术大学/现代商务学院，安徽合肥，230011；

摘要：职业本科院校的全媒体电商专业在短视频创作与运营这类课程的教学过程中普遍存在与市场需求脱节的痛点问题。本文把产教融合理念与模块化项目驱动教学法融合到一起，提出课程改革的新模式。这个模式把行业的真实需求作为导向，能破解传统教学里的五大脱节问题，成为落实职业本科应用型人才培养定位有效路径。

关键词：产教融合；模块化项目驱动；职业本科；教学改革

DOI：10.69979/3029-2735.26.05.053

引言

短视频具有快餐化碎片化、娱乐价值高等特点，一经出现，即在短短几年占据了市场上大部分注意力，不仅改变了人们的生活习惯，也深刻影响着经济社会的生产方式和消费模式。短视频已不再是简单的娱乐工具和传播媒介，更成为了推动经济发展、助力乡村振兴、甚至拯救濒危企业的重要力量。根据中国广视索福瑞媒介研究，短视频在网民中的渗透率已达到94.6%，连续八年位居网民使用率第一媒介。陈艳红验证了短视频营销对消费者购买意愿具有显著的正向影响^[1]。同时，政府的下场监管、主流媒体与短视频平台的深度合作、市场自身对短视频内容精品化、专业化的需求，均对短视频行业提出了更高要求^[2]。由此可见，市场对高素质、高技能的电商+短视频人才需求旺盛，而当前职业本科院校在短视频等课程教学中普遍存在与市场脱节的痛点。因此，本文以全媒体电商运营本科专业《短视频创作与运营》课程为例，分析职教本科教育教学特点，基于工作岗位与成果导向，将产教融合理念与模块化项目驱动教学法深度融合，填补电商毕业生与企业需求之间存在的的能力鸿沟，探究新商科职业本科课程技术技能培养的新路径，对于职业本科应用型人才培养模式改革具有示范意义和推广价值。

1 职业本科《短视频创作与运营》课程教学现状

1.1 课程定位与培养目标

短视频课程是职业本科中全媒体电商运营专业的核心课程，其定位要精准对接快速演进的产业需求。这就要求课程要构建以职业能力为核心、以工作过程为导

向的教学内容。课程的定位要致力于培养学生掌握完整短视频营销链路能力，这样才能适应全媒体电商生态中创新应用场景对复合型人才的实际需求。

然而，现有培养目标存在着一定的滞后性与模糊性。从产业视角审视，当前电商平台对短视频岗位的能力要求已高度综合化^[3]。新的目标应明确指向具体岗位，即学生能够独立或团队协作完成全流程项目任务，并具备一定的创新思维与市场敏锐度，能够适应快速迭代的商业环境。

1.2 传统教学模式的困境与挑战

1.2.1 教学内容与产业实践脱节，知识更新滞后

这门课程所使用的教材出版周期长，但短视频行业正在以一个月甚至一周为单位快速演变。这种情况就导致了课堂上传授的理论知识、操作技巧等，落后于市场的实际应用，学生们在学校里学到的技能，毕业后就可能过时。

1.2.2 教学过程与工作流程脱节，综合训练缺失

传统的教学采用教师讲授、学生吸收的线性模式。这种模式把短视频创作拆解成孤立的技能点，再对这些技能点进行分项训练^[4]。学生们缺乏了对短视频运营岗位工作流程的实践与理解，进而无法胜任那些需要综合策划与执行能力的岗位。

1.2.3 技能培养与职业素养脱节，“软实力”培育不足

这门课程的教学模式还偏重于硬技能的灌输，但是对学生未来职业发展至关重要的软技能或职业素养培育得不足^[5]。在真实的企业项目里，团队协作、创新思维、工匠精神等是重要的核心竞争力，传统的考核方式难以锻炼到这些能力，也没法做出准确评价。

1.2.4 教学评价与能力标准脱节,考核方式单一僵化

这门课程的考核体系难以科学、全面地反映出学生的综合职业能力。它的评价方式大多依赖学生到期末一次性提交的成品视频或标准化考试。这种评价模式与行业里以数据效果、创新性、项目执行力为核心的人才评价标准之间存在着严重的脱节。

1.2.5 师资能力与“双师”要求脱节,行业经验匮乏

短视频课程对教师提出一个要求:教师要有丰富的行业实战经验。但现实情况里,很多教师都没有相应行业的工作经验,对市场走势、对人才需求的了解也较为滞后和片面,也普遍缺乏对新闻传播等跨学科知识的整合能力^[6]。这种师资现状,让教学工作很难深入到行业内核,制约了教学质量的实质性提升。

2 “产教融合+模块化项目驱动”教学模式构建

2.1 产教融合生态系统的深度构建

为突破校企合作“表面化”的瓶颈,本模式从四个维度深化产教融合,构建可持续的育人生态:

2.1.1 课程开发双主体化。

邀请合作企业的短视频运营专家与校内的教师们共同进行课程开发^[7]。双方一起依据新媒体技术职业技能标准,确定这门课程的能力目标,合作编写工作手册式的教材,这样就能确保课程内容和行业变化紧紧联系在一起,不会出现脱节的问题。

2.1.2 教学团队双导师化。

学校组建由校内专业教师与企业行业专家共同构成的双导师教学团队。在这个团队里,校内教师侧重于理论体系的构建,企业导师则把行业内的最新技术引入到课堂当中,这能让教学更加贴合到行业的实际需求。

2.1.3 教学项目真情境化。

学校可以建立多元化的真实项目资源库,将企业的真实营销项目或产品推广任务优先引入到教学当中。同时把企业过往成功案例进行教学化的改编。教师通过把企业真实项目带入到课堂的教学里,引导学生们以市场为导向来完成创作。

2.1.4 教学环境双场景化

打造校内实践岗位与校外实习岗位相结合的教学环境。在校内建设模拟MCN机构的实训室,配备专业的设备与协同办公平台,营造浓厚的职业氛围^[8]。在校外,学校依托自身稳定的实训基地,把学生安排到基地进行短期见习,把产教深度融合的目标落到实处。

2.2 模块化项目驱动重构课程内容

本课程基于全媒体电商短视频运营的完整工作流程,将内容解构为六个循序渐进的技能模块,形成一个贯穿课程的综合性项目。模块设计如下:

模块一:市场洞察与账号定位。对应短视频定岗环节。学习行业分析、用户画像、平台生态与账号人格化定位。交付物为《短视频账号定位方案》。

模块二:爆款内容策划与脚本创作。对应短视频内容策划与脚本撰写环节。学习流量算法、用户心理学、故事化叙事与多类型脚本写作。交付物为《短视频题库与单个短视频脚本策划》。

模块三:视觉化表达与拍摄制作。对应短视频拍摄环节。学习摄影摄像美学、布光技巧、场景调度与多设备拍摄。交付物为《高质量原始视频素材包》。

模块四:后期剪辑与视觉包装。对应短视频剪辑环节。学习高级剪辑技巧、视听节奏、调色理论与包装设计。交付物为《精剪成片》。

模块五:智能发布、运营与数据分析。对应短视频运营推广环节。学习发布策略、用户互动、社群维护及数据监测与分析。交付物为《短视频运营数据复盘与优化报告》。

模块六:项目整合、路演与作品集构建。在这个模块中,学生要把前序所有模块的成果都整合起来,做好项目总结、完成路演展示,形成个人职业作品集。

2.3 多元化过程性评价体系设计

本课程改革模式建立了一个评价体系,这个体系以能力达成为核心,也把过程表现当成了重点。体系里有多个评价主体,评价方式也更多样,这样就能全面、科学地把学生的综合能力评价出来。

评价结构:本课程把过程性评价与终结性评价的权重分配为70%和30%。过程性评价中,每个模块的项目成果占10%,团队协作占5%,过程的参与度占5%。终结性评价中,最终路演和作品集质量各占15%。这样分配能更全面地把学生的学习效果与综合能力反映出来。

评价标准:把能力目标和职业素养要求进行直接挂钩,教师在评价时不仅考虑考核学生的技能操作水平,还把团队协作、精益求精、开拓创新、社会服务等多方面的职业素养都纳入到了考核的范畴。

评价手段:利用学生学习轨迹,结合项目答辩、成果展示、数据报告等多种形式,实现对学生知识、技能、素养的全方位、立体化评价。

3 “产教融合+模块化项目驱动”教学模式实施路径

3.1 实施前的系统准备

与一家或多家有代表性的短视频电商企业签定深度课程共建协议。协议里明确双方在课程开发等方面的融合责任与相关权益。组建双导师团队，校内教师与企业专家共同组建课程教学团队。开学前组织集中备课与教学法培训，统一教学目标、明确分工与协作机制。建设教学资源与项目库，完成教材等教学资源的开发与整合。做好学情分析和项目小组搭建，遵循异质分组的原则，组建项目团队，模拟企业项目组的结构模式，初步明确每个成员的角色分工。

3.2 教学过程的四阶段实施路径

教学实施以一个完整的学期为周期，划分为四个逻辑连贯的阶段，遵循分析策划、设计制作、展示提升、探究迁移的螺旋式教学过程。

第一阶段：项目启动与认知建构（第1-2周）。向学生发布本学期的核心项目背景信息以及具体的商业目标，教师详细讲解课程的整体设计思路、评价方式以及学习要求。随后进入模块一市场洞察的学习，最终形成初步的定位分析报告，为后续项目开展奠定基础。

第二阶段：模块化技能进阶与项目迭代（第3-12周）。本阶段属于课程的核心部分，按六大模块的顺序推进，每周教学用了理论精讲、案例研讨与项目工作坊的混合结构。比如在模块二脚本策划部分，企业导师会入校开展“爆款脚本拆解”工作坊；在模块三拍摄与模块四剪辑的教学中，教学活动会安排在配备了专业设备的实训室进行，教师与企业导师会巡回指导，及时解决学生遇到的技术难题；在模块五运营部分，学生需要在真实或模拟账号上发布内容，还要学习使用数据分析工具，完成运营复盘报告。每个模块学习结束后，各学习小组都要提交该模块的相关作业，随后接受教师与企业导师的点评，作为下一模块迭代优化的重要依据，确保学生的学习效果能够稳步提升。

第三阶段：项目整合与成果冲刺（第13-15周）。各项目团队整合前序各模块产出，进行最终视频成片的打磨、整体营销方案的完善与路演准备。

第四阶段：成果展示、综合评价与反思迁移（第16周）。课程结束后举行成果路演。各项目小组完成项目总结陈述和成果展示。评委们会从商业价值、创意表现、技术执行、团队协作这几个维度，打出公正的分数。路演结束之后，学生们要整理好自己的作品集，全面呈现自身的学习收获与实践能力。最后，教师汇总学生的表

现数据和终结性评价结果，完成课程成绩的评定工作。

4 总结

综上所述，本研究提出的“产教融合+模块化项目驱动”教学模式通过对《短视频创作与运营》课程进行系统性的重构，同时推动产教深度融合，解决了职业本科教育中普遍存在的学用脱节的问题。这种教学模式不仅为短视频课程提供了一套可落地、可操作的教学实施方案，也为同类课程的教学改革工作，提供了可参考、可借鉴的理论框架与实践范式，对于推动职业本科教育高质量发展、精准对接全媒体电商产业的人才需求，具有十分积极的现实意义。

参考文献

- [1]陈艳红,姚泳怡,杨雁儿.“刷”出消费:短视频营销对消费者购买意愿的影响研究[J].全国流通经济,2025,(24):8-11. DOI:10.16834/j.cnki.issn1009-5292.2025.24.016.
- [2]黄楚新.中国短视频发展的现状、挑战与展望[J].人民论坛·学术前沿,2025,(11):63-70. DOI:10.16619/j.cnki.rmltxsqy.2025.11.007.
- [3]白雪,颜新新.短视频营销在电商平台中的创新应用与效果评估[J].商场现代化,2026,(02):52-54. DOI:10.14013/j.cnki.scxdh.2026.02.037.
- [4]黄建华.“三教”改革视域下短视频课程教学改革探索[J].匠心,2025,(02):157-159.
- [5]袁鑫.高职农村电商专业《短视频拍摄与制作》模块化课程开发与实施研究[J].现代农村科技,2023,(06):113-116.
- [6]吴陵玲.数字中国战略下短视频在电子商务教学中的应用研究[J].科技资讯,2022,20(24):204-207+240. DOI:10.16661/j.cnki.1672-3791.2211-5042-0144.
- [7]江玉珍.基于工作岗位与成果导向的课程教学设计与实践研究——以“商业摄影与视频制作”为例[J].现代职业教育,2022,(21):61-63.
- [8]黄楚新,张熙悦.“人工智能+”赋能主流媒体系统性变革的基本逻辑与实现路径[J].青年记者,2025,(08):31-37. DOI:10.15997/j.cnki.qnjz.2025.08.008.

安徽职业技术大学2024年度校级质量工程重点项目
项目名称:新质生产力背景下高职电商类课程标准建设研究——以《网店推广》课程为例
项目编号:2024xjjxyjz21