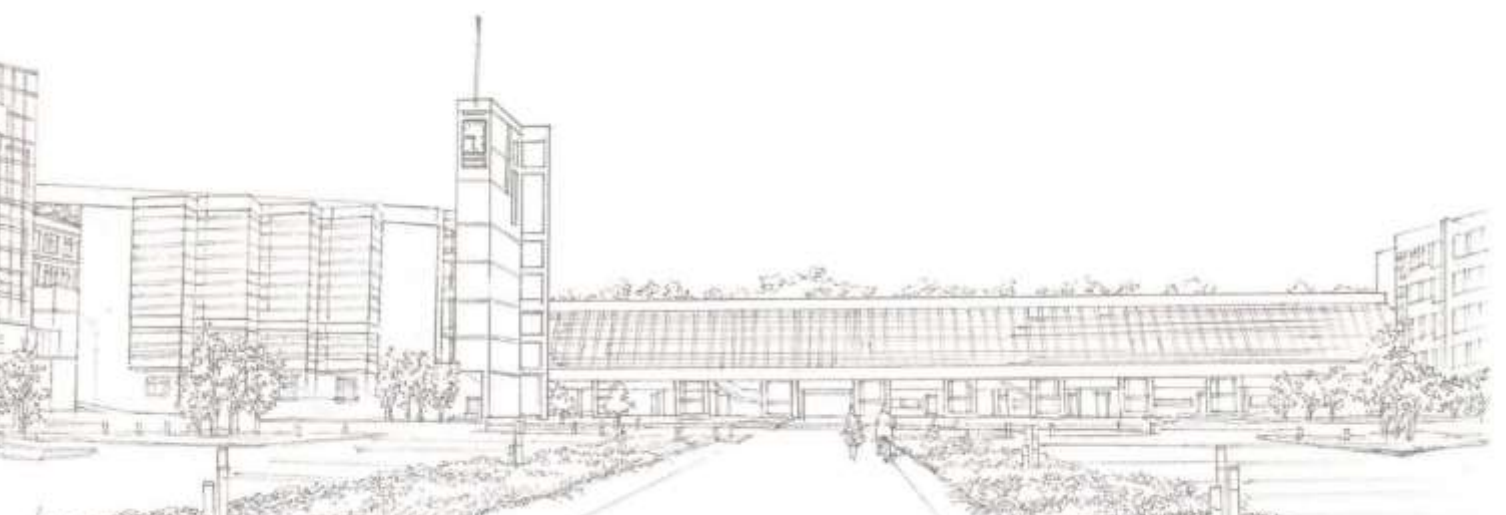




日照职业技术学院
RIZHAO POLYTECHNIC

《新媒体文案策划》教案

商学系



专业课程教案

课程名称：新媒体文案策划

专业名称：移动商务商务

专业代码：270927

修订时间：2024.8.24

商学院移动商务教研室

《新媒体文案策划》

教学教案

项目一

课时内容	新媒体文案概述	授课时间	90 分钟	课时	2
教学目标	<input checked="" type="checkbox"/> 认识新媒体文案 <input checked="" type="checkbox"/> 了解新媒体文案岗位 <input checked="" type="checkbox"/> 掌握新媒体文案创意思维				
教学重点	<input checked="" type="checkbox"/> 掌握新媒体文案的常见类型 <input checked="" type="checkbox"/> 掌握新媒体文案职业素养 <input checked="" type="checkbox"/> 掌握九宫格思考法 <input checked="" type="checkbox"/> 掌握头脑风暴法 <input checked="" type="checkbox"/> 掌握多维度发散思维				
教学难点	<input checked="" type="checkbox"/> 掌握新媒体文案的基础知识 <input checked="" type="checkbox"/> 掌握新媒体文案创意思维				
教学设计	<p>1、教学思路：（1）通过介绍新媒体文案的概念、新媒体文案的特点、新媒体文案的常见类型等基础知识，以帮助学生更深入地认识新媒体文案；（2）通过介绍新媒体文案岗位职责、新媒体文案任职要求、新媒体文案职业素养，以帮助学生更深入地了解新媒体文案岗位；（3）通过对九宫格思考法、头脑风暴法、元素组合法、金字塔结构法、多维度发散思维等知识点进行说明，让学生掌握新媒体文案创意思维；（4）每个项目结束后通过实训和练习进行巩固。</p> <p>2、教学手段：（1）通过理论加案例的方式讲解，帮助学生快速理解知识点；（2）通过课堂讨论提出问题，活跃课堂气氛并激发学员的学习兴趣；（3）以项目方式讲解知识，理论与案例融合，并通过任务实训与任务考核，帮助老师进行考查。</p> <p>3、教学资料及要求：除教材中讲解的知识，可以通过其他渠道了解更多新媒体文案相关知识，加以学习。</p>				
教学内容					
讨论问题：1、什么是新媒体文案？新媒体文案岗位是干嘛的？ 2、新媒体文案创意思维有哪些？					
内容大纲：具体可结合本章的 PPT 课件进行配合讲解。					
学习目标					
知识结构图					
1.1 认识新媒体文案					
1.1.1 新媒体文案的概念					
1.1.2 新媒体文案的特点					
1.1.3 新媒体文案的常见类型					
1.2 了解新媒体文案岗位					
1.2.1 新媒体文案岗位职责					

	<p>1.2.2 新媒体文案任职要求</p> <p>1.2.3 新媒体文案职业素养</p> <p>1.3 掌握新媒体文案创意思维</p> <p>1.3.1 九宫格思考法</p> <p>1.3.2 头脑风暴法</p> <p>1.3.3 元素组合法</p> <p>1.3.4 金字塔结构法</p> <p>1.3.5 多维度发散思维</p> <p>1.4 课堂实训</p> <p>1.4.1 新媒体文案岗位分析</p> <p>1.4.2 选择合适的思维方法</p> <p>1.5 课后练习</p>
<p>小结</p>	<p>1、认识新媒体文案</p> <p>2、了解新媒体文案岗位</p> <p>3、掌握新媒体文案创意思维</p>
<p>思考及作业</p>	<p>1. 假设你是某美食新媒体的负责人，工作室的文案人员将于半月后离职，现需招聘一名新的文案人员，请你列出该岗位需要完成的工作、任职要求和必须具备的职业素养。</p> <p>提示：可在新媒体平台上，搜索知名新媒体团队的招聘启事，分析对新媒体文案相关岗位的描述，再结合美食新媒体的特点，完成本题。</p> <p>2. 分析猫研所微信公众号中的新媒体文案，分析其文案风格、写作思路、创意思维等内容。</p> <p>提示：可在微信公众号搜索“猫研所”，浏览 15 天发布的文案，从文案风格、写作思路、创意思维等不同方面进行分析。</p>

项目二

课时内容	新媒体文案的写作技巧	授课时间	90 分钟	课时	2
教学目标	<input checked="" type="checkbox"/> 掌握吸引用户注意力 <input checked="" type="checkbox"/> 掌握引起用户共鸣 <input checked="" type="checkbox"/> 掌握说服用户				
教学重点	<input checked="" type="checkbox"/> 掌握吸引用户注意力的方法 <input checked="" type="checkbox"/> 掌握利用故事引起用户共鸣的方法 <input checked="" type="checkbox"/> 掌握制造悬疑引起用户共鸣的方法 <input checked="" type="checkbox"/> 熟悉利用权威和数据说服用户的方法				
教学难点	<input checked="" type="checkbox"/> 掌握利用好奇心吸引用户注意力 <input checked="" type="checkbox"/> 掌握形成对比吸引用户注意力 <input checked="" type="checkbox"/> 掌握制造悬疑引起用户共鸣的方法 <input checked="" type="checkbox"/> 了解通过展示用户感受说服用户的方法				
教学设计	<p>1、教学思路：（1）通过对提供好处、利用好奇心、刺激情绪、形成对比进行介绍，让学生了解吸引用户注意力的方法；（2）通过对借用故事、提出问题、制造悬疑、利用情怀等进行介绍，让学生了解引起用户共鸣的方法；（3）通过对利用权威、提供数据、展示用户感受等方面的知识进行介绍，以帮助学生掌握广告战略规划的方法，更好地进行广告策划；（4）每个项目结束后通过实训和练习进行巩固。</p> <p>2、教学手段：（1）过理论加案例的方式讲解，帮助学生快速理解知识点；（2）通过课堂讨论提出问题，活跃课堂气氛并激发学员的学习兴趣；（3）以项目方式讲解知识，理论与案例融合，并通过任务实训与任务考核，帮助老师进行考查。</p> <p>3、教学资料及要求：除教材中讲解的知识，可以自行查找并了解更多新媒体文案的写作技巧。</p>				
教学内容					
<p>知识回顾：在前面介绍了认识新媒体文案、了解新媒体文案岗位、掌握新媒体文案创意思维等内容。</p> <p>讨论问题：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、如何吸引用户注意力？ 2、如何引起用户共鸣？ 3、如何说服用户？ <p>内容大纲：具体可结合本章的 PPT 课件进行配合讲解。</p> <p>学习目标</p> <p>知识结构图</p> <ol style="list-style-type: none"> 2.1 吸引用户注意力 <ol style="list-style-type: none"> 2.1.1 提供好处 2.1.2 利用好奇心 2.1.3 刺激情绪 2.1.4 形成对比 2.2 引起用户共鸣 <ol style="list-style-type: none"> 2.2.1 借用故事 2.2.2 提出问题 2.2.3 制造悬疑 2.2.4 利用情怀 2.3 说服用户 					

	<p>2.3.1 利用权威</p> <p>2.3.2 提供数据</p> <p>2.3.3 展示用户感受</p> <p>2.4 课堂实训</p> <p>2.4.1 写作店铺开业的新媒体文案</p> <p>2.4.2 写作推荐类新媒体文案</p> <p>2.4.3 写作产品推广的新媒体文案</p> <p>2.5 课后练习</p>
<p>小结</p>	<p>1、掌握吸引用户注意力</p> <p>2、掌握引起用户共鸣</p> <p>3、掌握说服用户</p>
<p>思考及作业</p>	<p>1. 通过互联网，搜索老干妈发布的新媒体文案“拧开干妈”，分析该视频中采用的写作技巧。</p> <p>提示：可结合百度、搜狐等搜索网站，以及微博、微信公众号、知乎等新媒平台上，其他的相关文章，从文案本身、背后表达的情感等方面进行分析。</p> <p>2. 请对以下介绍养生热饮的新媒体文案进行优化，增强其对用户的吸引力。原新媒体文案如下所示。</p> <p>苹果一个，红枣去核，桂圆五颗，红糖一小勺，姜丝三克，枸杞三克，经常喝，有惊喜。</p> <p>3. 假设你运营了一个关于写作技巧类的微信公众号，请你通过回答知乎问题“有什么适合宝妈赚钱的方式？”，为微信公众号吸引更多粉丝。</p> <p>提示：可从提供好处、利用好奇心、借用故事、提供数据、展示用户感受等不同方面进行写作。</p>

项目三

课时内容	新媒体文案的写作方法	授课时间	90 分钟	课时	2
教学目标	<ul style="list-style-type: none"> ☑ 掌握新媒体文案标题的写作 ☑ 掌握新媒体文案开头的写作 ☑ 掌握新媒体文案正文的写作 ☑ 掌握新媒体文案结尾的写作 				
教学重点	<ul style="list-style-type: none"> ☑ 了解新媒体文案标题的命名方法 ☑ 了解新媒体文案标题的写作注意事项 ☑ 了解新媒体文案标题的基本要求 ☑ 掌握新媒体文案开头的写作 ☑ 掌握新媒体文案正文的写作 ☑ 掌握新媒体文案结尾的写作 				
教学难点	<ul style="list-style-type: none"> ☑ 掌握热点开头新媒体文案的写作 ☑ 掌握新媒体文案正文的写作结构 ☑ 掌握制造场景结尾新媒体文案的写作 ☑ 掌握引导行动式结尾新媒体文案的写作 				
教学设计	<p>1、教学思路：(1)通过讲解新媒体文案标题的基本要求、新媒体文案标题的命名方法、新媒体文案标题的写作注意事项，让学生了解新媒体文案标题的写作；(2)通过对直接开头、名言开头、热点开头、修辞手法开头、注意事项等知识进行介绍，让学生能够了解新媒体文案开头的写作；(3)通过讲解新媒体文案正文的表现形式、新媒体文案正文的写作结构，让学生了解新媒体文案正文的写作；(4)通过介绍神转折结尾、金句结尾、幽默结尾、话题讨论结尾、制造场景结尾、引导行动式结尾等知识，对新媒体文案结尾的写作进行介绍，让学生掌握其写作方法；(5)每个项目结束后通过实训和练习进行巩固。</p> <p>2、教学手段：(1)由浅入深，从理论到实践操作；(2)通过课堂讨论提出问题，活跃课堂气氛并激发学员的学习兴趣；(3)以项目方式讲解知识，理论与案例融合，并通过任务实训与任务考核，帮助老师进行考查。</p> <p>3、教学资料及要求：除教材中讲解的知识，可以查找更多关于新媒体文案写作技巧的知识。</p>				
教学内容					
<p>知识回顾：前面讲解吸引用户注意力、引起用户共鸣、说服用户等内容。</p> <p>讨论问题：1、怎么写作具有受众吸引力的文案标题、正文和结尾？ 2、新媒体文案标题、正文和结尾有哪些写作技巧？</p> <p>内容大纲：具体可结合本章的PPT课件进行配合讲解。</p> <p>学习目标</p> <p>知识结构图</p> <p>3.1 新媒体文案标题的写作</p> <p>3.1.1 新媒体文案标题的基本要求</p> <p>3.1.2 新媒体文案标题的命名方法</p> <p>3.1.3 新媒体文案标题的写作注意事项</p> <p>3.2 新媒体文案开头的写作</p> <p>3.2.1 直接开头</p>					

	<p>3.2.2 名言开头</p> <p>3.2.3 热点开头</p> <p>3.2.4 修辞手法开头</p> <p>3.2.5 注意事项</p> <p>3.3 新媒体文案正文的写作</p> <p>3.3.1 新媒体文案正文的表现形式</p> <p>3.3.2 新媒体文案正文的写作结构</p> <p>3.4 新媒体文案结尾的写作</p> <p>3.4.1 神转折结尾</p> <p>3.4.2 金句结尾</p> <p>3.4.3 幽默结尾</p> <p>3.4.4 话题讨论结尾</p> <p>3.4.5 制造场景结尾</p> <p>3.4.6 引导行动式结尾</p> <p>3.5 课堂实训</p> <p>3.5.1 分析新媒体文案</p> <p>3.5.2 写作推广文案</p> <p>3.6 课后练习</p>
<p>小结</p>	<p>1、掌握新媒体文案标题的写作</p> <p>2、掌握新媒体文案开头的写作</p> <p>3、掌握新媒体文案正文的写作</p> <p>4、掌握新媒体文案结尾的写作</p>
<p>思考及作业</p>	<p>1. 在微博搜索“提起影视剧里那些精彩的反串戏，你都能想到谁!？”，观看该视频式新媒体文案，分析其文案使用的写作框架。</p> <p>提示：有些文案的框架是本章所列正文结构的变形，要透过现象看本质，找出其主要采取的正文结构形式。</p> <p>2. 阅读《没有鱼刺的鱼做法合辑，堪称下饭宝藏》新媒体文案，分析其写作方法。</p> <p>提示：可将其分为标题、开头、正文和结尾4个部分，分别对各个部分进行分析；其中，标题可以分析其命名方法，开头和结尾可以分析其采用了何种写作方法，正文则可以分析其采用的写作结构。</p>

项目四

课时内容	新媒体平台的文案写作	授课时间	135 分钟	课时	3
教学目标	<input checked="" type="checkbox"/> 掌握微信文案写作 <input checked="" type="checkbox"/> 掌握微博文案写作 <input checked="" type="checkbox"/> 掌握社群文案写作				
教学重点	<input checked="" type="checkbox"/> 掌握朋友圈文案的写作 <input checked="" type="checkbox"/> 掌握微信公众号文案的写作 <input checked="" type="checkbox"/> 掌握微博文案的写作方法 <input checked="" type="checkbox"/> 掌握社群文案的内容构建 <input checked="" type="checkbox"/> 掌握社群文案的使用场景				
教学难点	<input checked="" type="checkbox"/> 掌握微信公众号文案的写作 <input checked="" type="checkbox"/> 掌握微博文案的注意事项 <input checked="" type="checkbox"/> 掌握社群文案的使用场景				
教学设计	<p>1、教学思路：（1）通过介绍微信文案的特点、朋友圈文案的写作、微信公众号文案的写作，让学生掌握微信文案的写作方法；（2）通过对微博文案的特点、微博文案的写作方法、微博文案的注意事项等知识进行介绍，以帮助学生写出有趣的、引人注目的微博文案；（3）通过介绍社群文案的形式、社群文案的使用场景、社群文案的内容构建、社群文案写作的注意事项，让学生掌握其方法并设计出一个好的社群文案；（4）每个项目结束后通过实训和练习进行巩固。</p> <p>2、教学手段：（1）由浅入深，从理论到实践操作；（2）通过课堂讨论提出问题，活跃课堂气氛并激发学员的学习兴趣；（3）对于重点内容进行着重讲解。</p> <p>3、教学资料及要求：除教材中讲解的知识外，可以查找更多关于微信文案、微博文案、社群文案的写作方法。</p>				
教学内容					
<p>知识回顾：前面讲解了新媒体文案标题的写作、新媒体文案开头的写作、新媒体文案正文的写作、新媒体文案结尾的写作等知识。</p> <p>讨论问题：1、如何写作微信文案？ 2、如何写作微博文案？ 3、如何写作社群文案？</p> <p>内容大纲：具体可结合本章的 PPT 课件进行配合讲解。</p> <p>学习目标</p> <p>知识结构图</p> <p>4.1 微信文案写作</p> <p>4.1.1 微信文案的特点</p> <p>4.1.2 朋友圈文案的写作</p> <p>4.1.3 微信公众号文案的写作</p> <p>4.2 微博文案写作</p> <p>4.2.1 微博文案的特点</p> <p>4.2.2 微博文案的写作方法</p> <p>4.2.3 微博文案的注意事项</p> <p>4.3 社群文案写作</p> <p>4.3.1 社群文案的形式</p>					



	<p>4.3.2 社群文案的使用场景</p> <p>4.3.3 社群文案的内容构建</p> <p>4.3.4 社群文案写作的注意事项</p> <p>4.4 课堂实训</p> <p>4.4.1 写作微信公众号文案</p> <p>4.4.2 写作微博短文案</p> <p>4.4.3 写作分享类社群文案</p> <p>4.5 课后练习</p>
<p>小结</p>	<p>1、掌握微信文案写作</p> <p>2、掌握微博文案写作</p> <p>3、掌握社群文案写作</p>
<p>思考及作业</p>	<p>1. 假设你是某服装品牌的文案人员, 现需写作一条关于连衣裙的朋友圈推广文案, 以吸引用户注意, 提高产品销售量。</p> <p>提示: 可通过直接推广产品、分享日常生活、介绍产品信息、借助热点展示用户评价等方法进行写作。</p> <p>2. 写作一篇用于推广某景区的 4 家民宿的微博长文案。</p> <p>提示: 可采用各个击破法, 将不同民宿之间的优缺点分别列举出来, 以供用户选择。</p> <p>3. 某社群要以“家装好物”为主题, 开展一次交流活动, 现需你写作活动预告、暖场、控场以及宣传文案。</p> <p>提示: 可选择不同的社群文案组成要素, 写作社群交流类文案。。</p>

项目 4

任务一 电商文案的概述（4 课时）			
授课班级			授课人：
授课时间)	教学方法：讲授法、分组教学法、任务驱动法、案例法
授课地点			
课业内容	1、电商文案的概念及基本知识 2、电商文案的写作误区 3、电商文案的常见类型		课型
			理实课
教学目标	知识目标 1、了解电商文案的定义 2、了解电商文案的写作误区 3、熟悉电商文案的常见类型 4、掌握优秀电商文案的特征	技能目标 1、掌握不同类型电商文案的写作特点 2、能够借鉴或模仿优秀电商文案的写作思路	素质目标 1、具备电商文案的写作能力 2、具备相关职业道德，遵守电商行业规范
	教学重点 理解电商文案的概述，明确电商文案的作用及类型	教学难点	明确优秀电商文案的特征
教学资源与工具	网络、教学参考、PPT、云班课		
教学步骤	教 学 设 计		时间分配 (分钟)

<p>情感教育、教学要求、导入新课</p>	<p>1、师生相互自我介绍初步了解； 2、讲解本学期课程要求以及考核标准； 3、讲解课程地位及课程结构； 4、讲解教学要求及考核标准； 5、讲解学科政治要求，融入课堂思政。 提问导入： 思考什么是电商文案？学生通过云班课轻直播讨论发表个人意见。</p>		<p>20</p>
------------------------------	--	--	-----------

<p>教学步骤</p>	<p>教 学 设 计</p>	<p>时间分配 (分钟)</p>
<p>任务一、电商文案策划概述相关知识</p>	<p>1、根据学生云班课直播讨论的反馈，进行评价，并引出电商文案的概述。 2、教师讲解理论知识（1.2 电商文案的常见类型），学生对重要知识点进行记录。 3、通过两道测试题，分析学情，根据学生的测试结果采取不同的教学方法，将测试结果与优秀网络文案特征知识点结合讲解，激发学生的学习欲望。（1.3 优秀电商文案的特征）</p> <div data-bbox="319 1388 981 1780">  </div>	<p>30</p>


	 <p>这段文案, 你最先看到的是哪条卖点?</p>	
<p>任务二、分析优秀案例及反面案例</p>	<p>4、提出问题：我们为什么要学习电商文案？采取小组讨论，从个人以及企业层面进行回答，加强与学生的交流，树立学生的学习信心。</p> <p>1、先提出问题，让学生对于案例的内容主动思考，随后带着思考观看视频案例。</p>  <p>2、分析反面案例，从而引出网络文案写作常见的四个误区，并警示学生，切勿为了流量而触犯了电商法律法规。</p>	<p>30</p>
<p>教学步骤</p>	<p>教 学 设 计</p>	<p>时间分配 (分钟)</p>

任务三、布置训练任务	<p>1、布置课堂任务：用不超过 30 字的文案分别从长相、性格、生活观念三方面描述自己。通过此任务，摸清学生的语言组织能力，并借此使学生、教师之间相互了解。</p> <p>2、布置课堂小组任务：举例一则你看过的优秀网络文案，阐述打动你的理由，分析该文案。</p> <p>3、教师课堂巡回检查，及时解答学生疑惑。</p> <p>4、随机选取 2-3 个小组，派出小组代表展示任务成果，根据学生的展示成果，予以评价并及时总结。</p> <p>5、预习任务二节的知识内容。</p>		80
考勤记录			
	请假		
	旷课		
	迟到		
课后小结与体会			

任务二 电商文案写作的前期准备（4课时）

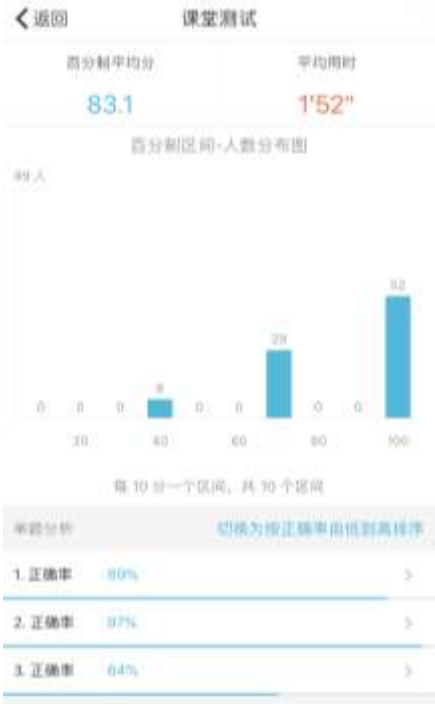
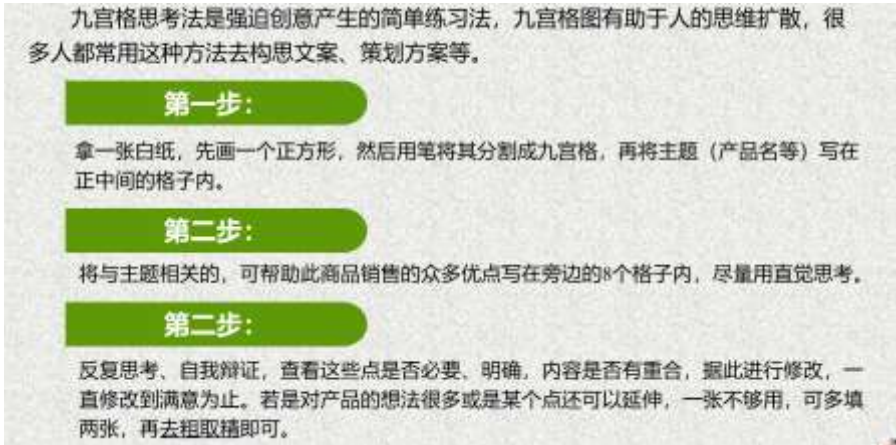
授课班级			授课人：刘琴心	
授课时间			教学方法：讲授法、分组教学法、任务驱动法、案例法	
授课地点				
课业内容	1、分析目标消费群体 2、电商文案的创意思路 3、电商文案整体构思方法			课型
				理实课
教学目标	知识目标	技能目标	素质目标	
	1、掌握分析电商文案消费者的方法 2、掌握常见电商文案的创意思路 3、掌握完善电商文案整体构思的方法	1、对目标消费者进行精准的画像 2、从产品特色分析消费者的购买动机和心理 3、使用不同的诉求方式创作电商文案	1、具备电商文案的写作能力 2、具备相关职业道德，遵守电商行业规范	
教学重点	1、了解消费者的购买动机和心理 2、掌握常见的电商文案创意思路 3、熟悉构思文案主题和写作风格的思路	教学难点	能够对目标消费者进行精准的画像，学会从产品特色分析消费者的购买动机和心理，并使用不同的诉求方式创作电商文案。	
教学资源与工具	网络、教学参考、PPT、云班课			
教学步骤	教 学 设 计			时间分配 (分钟)
课前测试检验、导入新课	1、通过云班课提前发布的测试题，了解对学生上节课的知识掌握情况，并根据习题测试结果对上节课的知识重点进行有针对性的复习回顾。 2、通过广告文案大师大卫奥格威经典语录，引出新课内容。 3、讨论问题：你知道有哪些调研途径，通过云班课轻直播讨论发表意见，导入新课。			20

教学步骤	教 学 设 计	时间分配 (分钟)
任务一、 分析电商 文案的消 费者	1、教师讲解电商文案写作前的准备——分析电商文案的消费者 2、教师讲解如何为消费者画像、消费者的购买动机以及消费者的消费心理，并引用经典优秀文案案例佐证，随机选取学生进行阅读，加强课堂互动。	50
任务二、分 析电商的 创意思路 以及完善 电商文案 的整体	1、教师导入：在电商文案创作中，创意是不可或缺的。成功的电商文案不仅要有说服力，还要有传播力，创意的好坏会直接影响电商文案的传播效果。好的文案创意，不仅使消费者印象深刻，更能引起消费者主动讨论的兴趣。下面对常用的电商文案创意思路进行介绍。（提醒学生做好笔记） 2、教师讲解电商文案写作前的重要准备工作还需要完善电商文案的整体构思，文案创作者需要明确电商文案的主题、电商文案的诉求方式及其风格。	30

教学步骤	教 学 设 计	时间分配 (分钟)
任务三、布置训练任务	<p>1、布置课堂小组任务：某网店有一款外观时尚、操作便捷的拍立得相机，原价为 699 元，现价为 499 元。本次实战训练将为这款拍立得相机做写作前的准备工作。</p> <p>3、教师课堂巡回检查，及时解答学生疑惑。</p> <p>4、随机选取 2-3 个小组，派出小组代表展示任务成果，根据学生的展示成果，予以评价并及时总结。</p> 	80
考勤记录		
	请假	
	旷课	
课后小结与体会		

任务三 电商文案写作的切入点（4 课时）

授课班级			
授课时间			教学方法:讲授法、分组教学法、任务驱动法、案例法
授课地点			
课业内容	1、		课型
			理实课
教学目标	知识目标 1、掌握电商文案创意写作的 4 种思维 2、掌握通过关联法找到写作的切入点的方法 3、掌握以产品核心卖点为写作切入点的方法	技能目标 1、能够提炼产品的核心卖点 2、能够找到电商文案的写作切入点	素质目标 1、具备电商文案的写作能力 2、具备相关职业道德，遵守电商行业规范
教学重点	1、掌握电商文案创意写作的 4 种思维 2、了解常见核心卖点的展示角度 3、掌握通过关联法找到写作的切入点的方法	教学难点	学会提炼产品的卖点，掌握通过关联法找到写作的切入点的方法。
教学资源与工具	网络、教学参考、PPT、云班课		
教学步骤	教 学 设 计		时间分配 (分钟)

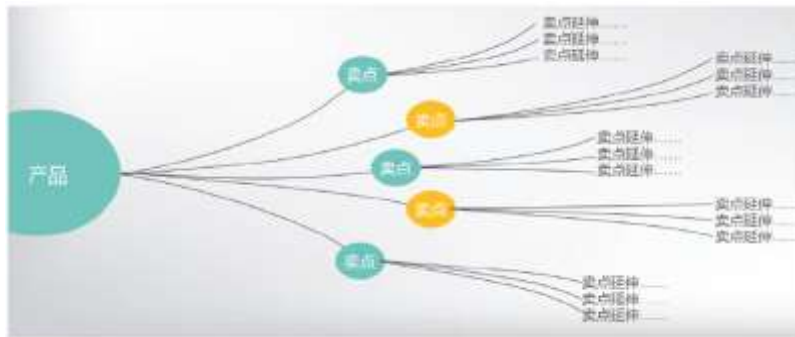
<p>课前测试 检验、 导入新课</p>	<p>1、通过云班课提前发布的测试题，了解对学生上节课的知识掌握情况，并根据习题测试结果对上节课的知识重点进行有针对性的复习回顾。</p> <p>2、思考，针对取暖器，如何将产品的卖点提炼出来？越多越好。</p> 	<p>20</p>
<p>教学步骤</p>	<p style="text-align: center;">教 学 设 计</p>	<p>时间分配 (分钟)</p>
<p>任务一、 电商文案的 创意策略</p>	<p>1、提前告知学生准备好纸和笔，教授学生训练生成创意练习，帮助学生对取暖器进行思维发散，为取暖器商品提炼八个卖点。</p>  <p>2、以小组为单位，学生在小组内进行头脑风暴训练，对“夹心饼干”运用头脑风暴训练法，联想关键词，并将关键词组合在一起形成文案。</p>	<p>80</p>

1. 围绕主题确定关键字

在展开头脑风暴时，最先做的应该是审查文案的主题，确认文案关键字，关键字的设想必须保持在主题的范围以内，可根据文案描述主体的不同思考方向和相对应的不同特点，并罗列出相应的关键字，这样可产生较多可供选择的点。

方向/特点	特点A	特点B	特点C	特点D
方向1	1A	1B	1C	1D
方向2	2A	2B	2C	2D
方向3	3A	3B	3C	3D
方向4	4A	4B	4C	4D

3、教师讲解要点延伸法、五步创意法等创意策略，并通过案例佐证，对于知识要点提醒学生及时记录。



<p>任务二、找到电商文案写作的切入点</p>	<p>1、教师导入：信息时代下，人们每天都被各种新闻、网络段子、广告包围着，依靠电商文案吸引消费者眼球变得十分困难。如果只简单罗列企业的所有业务或产品，或者详细描述产品的主要功能，那么就很难激发消费者的购买欲望。要想勾起消费者的兴趣，电商文案创作者就需要通过“关联法”找到写作的切入点。例如，利用新闻事件、热点话题，或者制造冲突等方法创作出能打动人心、引发共鸣的电商文案。</p> <p>2、教师讲解通过掌握关联法和产品的核心卖点为写作切入点，结合优秀的品牌案例佐证，让学生透彻理解。</p>	<p>30</p>
<p>教学步骤</p>	<p>教 学 设 计</p>	<p>时间分配 (分钟)</p>
<p>任务三、布置训练任务</p>	<p>1、布置课堂小组任务：构建多场景文案实训练习，以小组为单位，每个小组成员至少提供一条使用场景。</p> <p>2、通过小组展示回答，对任务三的课程内容进行总结回顾。</p> <div data-bbox="320 1518 1153 1926" style="border: 1px solid black; padding: 10px; margin: 10px 0;"> <p>多场景文案实训练习：</p> <p>你的任务是卖这双超轻弹力鞋，把使用场景文案场景一、场景二…文案描述出来，至少六个场景，刺激购买欲。</p> <ul style="list-style-type: none"> · 鞋面采用莱卡面料，鞋子轻薄，透气性能佳。 · 轻盈柔软得不可思议，它的单只鞋重量只有大约80克，穿上就像是没穿鞋一样。 · 这种莱卡面料不怕水，入水不会被泡坏，出水后水分会速干。 · 可以360度卷曲折叠，PVC（聚氯乙烯）的鞋底柔软性优良，无论如何折叠弯曲，鞋子也不会变形损坏。折起来后，很小的包都能塞下这双弹力鞋，占空间小，方便随身携带。 <p>你的目标客户：是22岁至35岁职场人士，男女不限。你想想，他们在工作日、周末、小长假、年假和大长假里，有哪些时候正需要这双超轻弹力鞋？把多个使用场景描述出来。</p> </div>	<p>50</p>

考勤记录			
	请假		
	旷课		
迟到			
课后小结 与体会			

任务四 电商文案标题的创作（4课时）

授课班级			
授课时间		教学方法:讲授法、分组教学法、任务驱动法、案例法	
授课地点			
课业内容	1、拟定电商文案的标题		课型
	2、电商文案标题的创作技巧		理实课
教学目标	知识目标	技能目标	素质目标
	1、了解创作电商文案标题的注意事项 2、掌握电商文案标题的常见类型 3、掌握电商文案标题的创作技巧	1、能够撰写不同类型的网络文案标题 2、能够根据产品的特点、功效等创作网络文案标题	1、具备电商文案的写作能力 2、具备相关职业道德，遵守电商行业规范
教学重点	1、掌握电商文案标题的常见类型 2、掌握电商文案标题的创作技巧	教学难点	掌握电商文案标题的创作技巧并能够撰写不同类型的电商文案标题。
教学资源与工具	网络、教学参考、PPT、云班课		
教学步骤	教 学 设 计		时间分配 (分钟)
课前练习 导入新课	1、温习上节课所学知识点，通过九宫格思考法提炼甜橙的八个卖点。		20
	<div style="border: 1px solid #ccc; padding: 10px;"> <p style="background-color: #f4a460; color: white; padding: 2px 5px; margin-bottom: 5px;">实战训练——某水果产品卖点文案设计</p> <p>该水果产品的特点如下。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 该水果种植于大山深处，光照充足，空气湿润，温度常年在 20℃ - 32℃之间，且昼夜温差大，因此果实品质较高。 ● 该水果果实较大，单果重120克左右，无核、皮薄，果面较光滑，果色橙红，味道微甜，汁水充沛。 ● 因含糖量极低，果汁含量达到适当程度时即可采收、上市，是极早熟的甜橙品种。 ● 该水果还有丰富的维生素C、胡萝卜素、钙、蛋白质、铁等多种营养成分，可以软化和保护血管，促进血液循环，一般人群均可食用。 ● 由专业人员进行管理，没有喷洒任何药剂。 </div>		
	2、引入视频案例，知乎——我们都是有问题的人，通过提问导入新课：你认为电商文案标题有什么作用？		

教学步骤	教 学 设 计	时间分配 (分钟)
任务一、 电商文案 标题的作用及创作 原则	<p>1、通过学生的讨论结果,教师总结电商文案标题的作用以及重要性,加深学生对知识点的印象。</p> <p>2、通过原标题与修改后的标题进行对比,引出创作文案标题需要遵循的四个原则。</p> <p style="padding-left: 2em;">2. 要有趣</p> <p style="padding-left: 2em;">什么样的标题会让人想读? 首要的一点是有趣。为什么现在的人长时间花费在各大网络社交平台上,就是因为在这里,他们能看到更多有趣的内容。面对标题,受众也是一样的态度。</p> <div style="background-color: #0070C0; color: white; padding: 10px; margin: 10px 0;"> <p style="margin: 0;">原标题: 《这款手机采用优质感光元件, 夜拍能力超强》</p> <p style="margin: 0;">修改后: 《哇哦! 这款手机可以拍星星》</p> </div> <p>相比于第一则标题直接展示产品特点的写法,第二则标题则将其性能用一个动作场景表现出来,不仅体现了产品的使用价值,还会显得更加生动、有创意。</p>	30

<p>任务二、 电商文案 标题的类型、创作技 巧以及注 意事项</p>	<p>1、教师分别讲解网络文案标题的十种类型，穿插相关案例，让学生更透彻理解。</p>  <p>2、开展课堂小组实训任务，以小组为单位，分析关注的微信公众号推文采取了哪种标题命名方法，针对十种类型标题，每个类型分别找到两个案例。</p> <p>3、教师介绍电商文案标题的创作技巧以及创作标题的误区，融入思政内容，引导学生标题的创作一定要符合《广告法》规范。</p>	<p>60</p>
<p>教学步骤</p>	<p>教 学 设 计</p>	<p>时间分配 (分钟)</p>
<p>任务三、课 堂反馈与 总结</p>	<p>1、现有一款红茶产品，请根据下面的产品特点和功效撰写一个有吸引力的电商文案标题。</p> <p>特点：外形条索紧细，肥壮重实，毫多而匀齐；色泽乌黑油润，略带红褐，芽尖呈金黄色；茶香馥郁纯净；汤色红艳，碗沿有明亮金圈，冷却后有“冷浑浊”现象；茶汤滋味醇厚、鲜甜。</p> <p>功效：健胃消食，利尿、消除水肿，并具有抗酸化作用，降低心肌梗塞的发病率。经常用红茶漱口还可预防蛀牙。</p> <p>2、随机选取 2-3 个小组，派出小组代表展示任务成果，根据学生的展示成果，予以评价并总结。</p> <p>3、再次网络文案的标题类型，并通过学生反馈结果，鼓励学生，并对反馈结果有误的部分进行矫正。</p> 	<p>70</p>

考勤记录			
	请假		
	旷课		
迟到			
课后小结 与体会			

任务五 电商文案内文的创作（4 课时）

授课班级			授课人：
授课时间)	教学方法：讲授法、分组教学法、任务驱动法、案例法
授课地点			
课业内容	1、电商文案开头的写作方法 2、电商文案正文的写作方法 3、电商文案结尾的写作方法		课型
			理实课
教学目标	知识目标 1、掌握电商文案开头的写作方法 2、掌握电商文案正文的写作方法 3、掌握电商文案结尾的写作方法	技能目标 1、学会灵活运用电商文案标题、开头和结尾的撰写方法 2、能够撰写出有吸引力的电商文案内容	素质目标 1、具备电商文案的写作能力 2、具备相关职业道德，遵守电商行业规范
	教学重点 1、掌握电商文案开头的写作方法 2、掌握电商文案正文的写作方法 3、掌握电商文案结尾的写作方法	教学难点	掌握电商文案开头、正文、结尾的写作方法。
教学资源与工具	网络、教学参考、PPT、云班课		
教学步骤	教 学 设 计		时间分配 (分钟)
导入新课	1、复习上一章节的知识要点； 2、通过文案大师约瑟夫·休格曼语录导入新课： 如果一则广告里的所有元素都是为了让读者开始阅读文案，那么我们真正要谈论的应该就是文案第一句话，……广告中第一句话的唯一目的就是为了让读者读第二句话。 3、提问：电商文案的开头有什么作用？		20

教学步骤	教 学 设 计	时间分 配 (分钟)
任务一、 电商文案 开头、正文 结构以及 结尾的写 作	<p>1、虽然电商文案标题吸引了消费者打开文案，但是只有电商文案的开头引起了消费者的阅读兴趣，消费者才会继续阅读后面的内容。因此，撰写出有吸引力的电商文案开头十分重要，下面将具体介绍电商文案开头的常用的几种写作方法。</p> <p>2、正文是电商文案中处于主体地位的语言文字部分，其主要功能是解释或说明电商文案的主题，将在电商文案标题中引出的广告信息进行详细的叙述，使目标消费者了解相关产品，并对其产生好感，激发购买欲望。</p> <p>正文的写作方法多种多样，但是无论文案创作者采用哪种诉求方式、使用哪种修辞手法来写作电商文案正文，只有有效地表达出产品的卖点，解决消费者的实际需求或写出引起消费者情感共鸣的文字内容，才能真正地说服和打动消费者，促成消费者的购买行为。下面将介绍电商文案正文常见的写作方法。</p> <p>3、对于电商文案写作而言，标题和开头能够吸引消费者完整阅读文案内容固然重要，但一个好的结尾也能为电商文案增色不少，能总结全文、突出主题或与开头相呼应。一个好的结尾要么能够充分展现电商文案意图，要么能够使消费者对电商文案或者产品留下深刻的印象，要么能够引导消费者关注产品、购买产品。下面将介绍常用的电商文案结尾的写作方法。</p>	30
任务二、分 析优秀电 文案案例	<p>1、观看 B 站在五四青年节献给青年人《后浪》视频案例。</p>	30



2、提问：该视频文案采用了哪种正文的写法？带给你什么样的感受？

教学步骤

教 学 设 计

时间分
配
(分钟)

任务三、布
置训练任
务

1、布置课堂任务：
现有一款某化妆品品牌新上市的保湿眼霜，其消费者定位于 25 岁~30 岁的女性，适合有抗初老要求的，眼部干燥、有小细纹和鱼尾纹、黑眼圈的女性群体。尤其适合干性及混合性皮肤，主要功效是美白、保湿和修护眼部轮廓，解决眼周暗沉、眼周松弛、细纹、黑眼圈等问题。为该眼霜撰写一篇宣传文案。

2、随机选取 2-3 个小组，派出小组代表展示任务成果，根据学生的展示成果，予以评价并总结。

80

考勤记录			
	请假		
	旷课		
	迟到		
课后小结 与体会			

任务六 展示类电商文案的写作（4课时）

授课班级			授课人：
授课时间)	教学方法:讲授法、分组教学法、任务驱动法、案例法
授课地点			
课业内容	1、产品详情页标题的撰写方法 2、产品详情页的写作原则、方法和技巧 3、掌握产品展示的海报文案的写作技巧		课型
			理实课
教学目标	知识目标 1、掌握产品详情页标题的撰写方法 2、掌握产品详情页的写作原则、方法和技巧 3、掌握产品展示的海报文案的写作技巧	技能目标 1、能挖掘产品属性关键词能设计详细且合理的产品详情页结构 2、能够撰写出精练简洁的海报文案 3、能够撰写不同类型的促销文案	素质目标 1、具备电商文案的写作能力 2、具备相关职业道德，遵守电商行业规范
	教学重点 1、掌握详情页的主体内容构架、 2、掌握产品展示的海报文案的写作技巧 3、掌握产品促销文案的写作类型	教学难点	掌握详情页的主体内容构架、海报文案的写作技巧、促销文案的写作方法。
教学资源与工具	网络、教学参考、PPT、云班课		
教学步骤	教 学 设 计		时间分配 (分钟)

<p>导入新课</p>	<p>1、复习上一章节的知识要点； 2、案例导入：Mr. ing 是一家立志成为中国男士休闲鞋第一品牌的新时尚男鞋，它倡导“轻，就是舒服”的主题产品理念，是目前知名的淘品牌之一。它的成功除了产品的精确定位与营销外，电商文案也是一个不可或缺的因素。Mr. ing 认为，传统广告只展示产品的最大关键点——卖点，这并不适用于电子商务购物模式，因为消费者比较反感广告，但如果产品是消费者自己搜索、选择的，则说明消费者对这个产品感兴趣，并需要通过更多的信息来了解这个产品。因此，Mr. ing 提出产品详情页要尽可能地将产品的所有卖点都呈现出来，包括产品效果图、细节图、产品材质、规格，甚至产品加工过程、科普知识和消费者反馈等一系列颇具代表性的因素。</p>	<p>20</p>
<p>教学步骤</p>	<p>教 学 设 计</p>	<p>时间分配 (分钟)</p>
<p>任务一、 产品详情页的写作</p>	<p>1、产品详情页是指在淘宝、京东等电商平台中，商家以文字、图片或视频等手段展示所销售产品信息的页面。消费者在电子商务平台上购物时，不能触摸到实际的产品，只能通过产品详情页来充分了解产品的各项信息，因此商家要尽可能地让产品详情页详尽而有吸引力，这对消费者决定是否购买商家的产品至关重要。 2、教师理论讲解详情页的概述、作用、写作原则等，介绍详情页的主体内容构架，写作方法和写作技巧。</p>	<p>30</p>

任务二、海报、促销文案的写作	<p>1、教师提问：按用途的不同，海报有哪些类型？</p> <p>2、教师讲解，按其应用的不同，海报可以分为商业海报、文化海报、电影海报和公益海报等。商业海报是指宣传产品或商业服务的广告性海报，电商海报就属于商业海报的一种类型，其文案设计要符合产品的格调和受众对象，并根据商业的诉求为商家的商业目标服务。对于电商而言，海报文案就是指海报中的文字，它是海报的主题，用来展示海报的设计意义，海报中的图像则起着辅助表达的作用。</p> <p>2、教师介绍促销文案的写作，包括促销文案的主题、促销方式等。</p>	60
教学步骤	教 学 设 计	时间分配 (分钟)
任务三、课堂反馈与总结	<p>1、已知某款豆浆机，它的卖点有轻音防噪、细腻无渣免滤、五大功能（打牛奶、打鱼汤、做辅食、榨果汁、五谷粥）、12小时智能预约、18分钟快速制浆…请借助520表白节，为该品牌写作一篇节日促销文案。</p> <p>2、随机选取2-3个小组，派出小组代表展示任务成果，根据学生的展示成果，予以评价并总结。</p>	70
考勤记录	请假 旷课	

	迟到	
课后小结 与体会		

任务七 品牌类电商文案的写作（4课时）

授课班级			授课人：
授课时间)	教学方法:讲授法、分组教学法、任务驱动法、案例法
授课地点			
课业内容	1、品牌口号的写作方法和技巧 2、品牌故事的写作类型、原则和技巧		课型
			理实课
教学目标	知识目标 1、掌握品牌口号的写作方法和技巧 2、掌握品牌故事的写作类型、原则和技巧	技能目标 1、能够找到品牌口号的写作切入点 2、能够运用不同的方法撰写品牌口号 3、能够撰写不同类型的品牌故事	素质目标 1、具备电商文案的写作能力 2、具备相关职业道德，遵守电商行业规范
	教学重点 1、掌握品牌口号的写作方法和技巧 2、掌握品牌故事的写作类型、原则和技巧	教学难点	掌握品牌口号的写作方法和技巧，品牌故事的写作原则和技巧。
教学资源与工具	网络、教学参考、PPT、云班课		
教学步骤	教 学 设 计		时间分配 (分钟)
导入新课	<p>1、复习上一章节的知识要点；</p> <p>2、案例导入：“我是江小白，生活很简单”，这句口号切中了很多人奋斗在都市中的青年落寞、无奈的痛点：我奋斗了很多年，却仍然碌碌无为，面对社会我很无助，希望生活和工作简单一点，纯粹一点。江小白作为年轻化的白酒品牌，关注年轻消费者的饮酒偏好、生活方式，旨在打造代表年轻人的白酒产品作为载体，来传递简单纯粹的生活哲学和品牌理念，主张年轻人释放自己的情绪，寻找真我。</p>		20

教学步骤	教 学 设 计	时间分配 (分钟)
任务一、 撰写品牌 口号	<p>1、一个成功的企业品牌形象，由一系列相互关联的元素组成，每个元素都旨在宣传品牌的价值，除了品牌图标或标志外，传播范围较广并能为消费者留下深刻印象的就是企业的品牌口号了。</p> <p>品牌口号是用来传递有关品牌的描述性或说服性信息的短语，用于对外表达品牌在市场上的态度，突出品牌所代表的产品或服务的独到之处，或品牌希望对消费者许下的具体承诺，以利于加强消费者对品牌的积极认知。品牌口号除了需要令人过目不忘外，还要让消费者洞察品牌为其提供的价值和优质体验，以区别于竞争对手，如方正“正在你身边”，名人牙膏“名人送给天下有情人”。</p> <p>2、教师理论讲解：撰写品牌口号的五种方式，提醒学生做好笔记。</p>	30

<p>任务二、讲好品牌故事</p>	<p>1、教师提问：什么是品牌故事？你认为品牌故事是写给谁看的，具有什么作用？</p> <p>2、教师总结并讲述，品牌故事是在塑造品牌的过程中整合产品信息、品牌形象、品牌文化等基本要素，加入时间、地点、人物及相关信息，并以完整的叙事结构或感性诉求信息的形式传播推广的故事。一个好的品牌故事和品牌紧密关联，能提高记忆度和辨识度，从而获得更多消费者的关注，增加品牌曝光度和受欢迎程度，提高消费者的品牌忠诚度。</p> <p>3、教师讲解理论知识，品牌故事的写作类型、写作原则、结构要素以及写作技巧。</p> <p>4、观看视频案例《奇点》，谈一谈支付宝讲述了一个怎样的故事？想传达给消费者什么理念？</p>	<p>60</p>
<p>教学步骤</p>	<p>教 学 设 计</p>	<p>时间分配 (分钟)</p>
<p>任务三、课堂反馈与总结</p>	<p>1、 现有一款男士商务保温杯，采用 304 不锈钢材质，容量为 1000ml，保温时长 12 小时。下面请结合保温杯的基本信息，从感情诉求的角度撰写一篇品牌故事，尽量让消费者融入故事中，并对该品牌产生好感。</p> <p>2、随机选取 2-3 个小组，派出小组代表展示任务成果，根据学生的展示成果，予以评价并总结。</p>	<p>70</p>
<p>考勤记录</p>	<p>请假</p>	

	旷课	
	迟到	
课后小结 与体会		

任务八 推广类电商文案的写作（4课时）

授课班级			授课人：
授课时间)	教学方法：讲授法、分组教学法、任务驱动法、案例法
授课地点			
课业内容	1、微信推广文案的写作 2、微博推广文案的写作 3、视频直播类推广文案的写作 4、社群推广文案的写作		课型
			理实课
教学目标	知识目标 1、掌握微信推广文案的写作 2、掌握微博推广文案的写作 3、掌握视频直播类推广文案的写作 4、掌握社群推广文案的写作	技能目标 1、能够在不同平台撰写推广文案 2、能够使推广文案在微信和微博等媒体平台得到有效的传播	素质目标 1、具备电商文案的写作能力 2、具备相关职业道德，遵守电商行业规范
	教学重点 1、掌握微信推广文案的写作 2、掌握微博推广文案的写作	教学难点	掌握微信、微博推广文案的写作方法
教学资源与工具	网络、教学参考、PPT、云班课		
教学步骤	教 学 设 计		时间分配 (分钟)

<p>导入新课</p>	<p>1、复习上一章节的知识要点；</p> <p>2、案例导入：QQ 浏览器曾推出名为“感谢你，与我共度的那些年”的微信推广文案，通过沉浸式的体验，引发了无数网友对过往生活的回忆。该文案通过“加载时光”的方式开头，运用拟人的手法回忆并展示了 QQ 浏览器从过去到现在的成长和变化，从“青春就是选一款热血沸腾的浏览器，做一个正当好的年轻人”到“青春太长，要的太多”，再到“我要的现在就要”。通过与目标群体深度互动，吸引大批用户参与、分享，在获得用户好感的同时还推广了产品。</p> <p>微信作为当今流行的移动互联网平台之一，是电商时代企业进行营销的重点。而微信文案是最重要的电商推广文案之一。本章除了讲解微信文案的写作与推广外，还将逐一介绍微博、视频直播类，以及社群推广文案的写作方法。</p>	<p>20</p>
<p>教学步骤</p>	<p>教 学 设 计</p>	<p>时间分配 (分钟)</p>
<p>任务一、 微信、微博 推文案的 写作</p>	<p>1、微信作为当今流行的移动互联网平台之一，无疑是电商时代企业进行营销的重点。随着微信公众号和微信商城的推出，大、中、小企业及个人商家，都开始通过微信进行营销，或直接以微信作为电商经营平台。</p> <p>2、教师讲解微信推广文案的主要表现形式、常见写作方法、封面设计、写作技巧、推广技巧以及文字排版。</p> <p>3、教师讲解微博推广文案的写作基础、文案的三要素、常见写作方法以及推广技巧。</p>	<p>30</p>

<p>任务二、 视频直播、 社区推广 类文案的 写作</p>	<p>1、观看网络视频和直播是目前人们非常喜欢的娱乐方式，其点击量和收视率也很高。企业可以与视频网站或者直播平台开展合作，在视频和直播中推出有趣的产品文案，让消费者在娱乐的过程中产生对该产品的购买意愿。网络信息的形式十分丰富，与图文相比，视频和直播具有更加直观的场景表现力，其传播速度快，可与用户进行实时互动，因此，视频和直播这种新兴的营销方式越来越受到企业的重视。</p> <p>2、教师讲解视频网站的电商推广文案写作以及直播平台的电商推广文案写作，提醒学生做笔记记录要点。</p>	<p>60</p>
<p>教学步骤</p>	<p>教 学 设 计</p>	<p>时间分配 (分钟)</p>
<p>任务三、课 堂反馈与 总结</p>	<p>1、撰写微博产品推广文案，产品种类不限，但要求采用不同的写作方法，并与粉丝进行互动。</p> <p>2、随机选取 2-3 个小组，派出小组代表展示任务成果，根据学生的展示成果，予以评价并总结。</p>	<p>70</p>

考勤记录			
	请假		
	旷课		
	迟到		
课后小结 与体会			

课时内容	其他文案的写作	授课时间	135 分钟	课时	3
教学目标	<input checked="" type="checkbox"/> 掌握产品文案的写作 <input checked="" type="checkbox"/> 掌握品牌故事文案的写作 <input checked="" type="checkbox"/> 掌握活动文案的写作 <input checked="" type="checkbox"/> 掌握海报文案的写作 <input checked="" type="checkbox"/> 掌握视频文案的写作 <input checked="" type="checkbox"/> 掌握 H5 文案的写作				
教学重点	<input checked="" type="checkbox"/> 掌握产品文案的写作方法和技巧 <input checked="" type="checkbox"/> 掌握品牌故事文案的写作要素和技巧 <input checked="" type="checkbox"/> 掌握活动文案的写作要素和技巧 <input checked="" type="checkbox"/> 掌握海报文案的写作和排版 <input checked="" type="checkbox"/> 掌握视频文案的写作 <input checked="" type="checkbox"/> 掌握 H5 文案的写作				
教学难点	<input checked="" type="checkbox"/> 掌握品牌故事文案的写作要素和技巧 <input checked="" type="checkbox"/> 掌握海报文案的写作和排版 <input checked="" type="checkbox"/> 掌握活动文案的写作要素和技巧				
教学设计	<p>1、教学思路：（1）通过对产品文案的组成部分、产品文案的写作思路、产品文案的写作方法、产品文案的写作技巧等知识进行介绍，帮助学生写出优秀又有特色的产品文案；（2）通过对品牌故事文案的写作流程、品牌故事文案的写作要素、品牌故事文案的写作技巧等知识进行介绍，帮助学生全面地了解品牌故事文案；（3）通过对活动文案的种类、活动文案的写作要素、活动文案的写作技巧等知识进行介绍，帮助学生写出优秀又有特色的活动文案；（4）通过对海报文案的组成部分、海报文案的写作方法、海报文案的排版方法等知识进行介绍，帮助学生全面地了解海报文案；（5）通过对视频文案的特点、视频文案的组成部分、视频文案的写作方法等知识进行介绍，帮助学生全面地了解视频文案；（6）通过对 H5 文案的主旨确认、H5 文案的标题拟定、H5 文案的内容写作、H5 文案的版式设置等知识进行介绍，帮助学生全面地了解 H5 文案；（7）每个项目结束后通过实训和练习进行巩固。</p> <p>2、教学手段：（1）由浅入深，从理论到实践操作；（2）通过课堂讨论提出问题，活跃课堂气氛并激发学员的学习兴趣；（3）以项目方式讲解知识，理论与案例融合，并通过任务实训与任务考核，帮助老师进行考查。</p> <p>3、教学资料及要求：除教材中讲解的知识，可以了解一些其他文案的写作方法。</p>				

教学内容

知识回顾：在前面讲解了微信文案、微博文案、社群文案的写作方法。

讨论问题：

- 1、如何写作产品文案？
- 2、如何写作品牌故事文案？
- 3、如何写作活动文案？
- 4、如何写作海报文案？
- 5、如何写作视频文案？
- 6、如何写作 H5 文案？

内容大纲：具体可结合本章的 PPT 课件进行配合讲解。

学习目标

知识结构图

5.1 产品文案的写作

5.1.1 产品文案的组成部分

5.1.2 产品文案的写作思路

5.1.3 产品文案的写作方法

5.1.4 产品文案的写作技巧

5.2 品牌故事文案的写作

5.2.1 品牌故事文案的写作流程

5.2.2 品牌故事文案的写作要素

5.2.3 品牌故事文案的写作技巧

5.3 活动文案的写作

5.3.1 活动文案的种类

5.3.2 活动文案的写作要素

5.3.3 活动文案的写作技巧

5.4 海报文案的写作

5.4.1 海报文案的组成部分

5.4.2 海报文案的写作方法

5.4.3 海报文案的排版方法

5.5 视频文案的写作

5.5.1 视频文案的特点

5.5.2 视频文案的组成部分

5.5.3 视频文案的写作方法

5.6 H5 文案的写作

5.6.1 H5 文案的主旨确认

5.6.2 H5 文案的标题拟定

5.6.3 H5 文案的内容写作

5.6.4 H5 文案的版式设置

5.7 课堂实训

5.7.1 写作品牌故事文案

5.7.2 写作活动文案

5.7.3 写作视频文案

5.8 课后练习

小结

- 1、掌握掌握产品文案的写作
- 2、掌握品牌故事文案的写作

	<p>3、掌握活动文案的写作</p> <p>4、掌握海报文案的写作</p> <p>5、掌握视频文案的写作</p> <p>6、掌握 H5 文案的写作</p>
思考及作业	<p>1. 假如你是某美妆网店的商家，现需上新一款睡眠面膜，该产品具有美白嫩肤的功效，且自带桂花香，请你根据以上信息，结合电商平台美白面膜的特性，为该睡眠面膜写作产品文案。</p> <p>提示：产品文案可从功效、产品图、包装、物流等不同方面进行写作。</p> <p>2. 针对上题所述的睡眠面膜，写作海报文案。</p> <p>提示：可结合该睡眠面膜的特点、价格、优惠等不同方面，结合排版方式，写作海报文案。</p> <p>3. 假设你是某音乐 App 的文案人员，现需制作一个 H5 用于宣传该 App，请你为 H5 写文案。</p> <p>提示：可从音乐 App 的品牌故事、发展历程、优势、特色等方面写作，此外，需注意 H5 文案的版式设置。</p>

项目 6

课时内容	新媒体文案的传播	授课时间	135 分钟	课时	<u>3</u>
教学目标	<input checked="" type="checkbox"/> 了解传播性文案的特点 <input checked="" type="checkbox"/> 掌握新媒体文案传播的技巧 <input checked="" type="checkbox"/> 掌握新媒体文案传播的注意事项 <input checked="" type="checkbox"/> 掌握提高新媒体文案传播性的方法 <input checked="" type="checkbox"/> 掌握不同新媒体平台的文案传播				
教学重点	<input checked="" type="checkbox"/> 了解符号化、价值化 <input checked="" type="checkbox"/> 掌握唤醒用户痛点 <input checked="" type="checkbox"/> 掌握善用语法引导 <input checked="" type="checkbox"/> 掌握微信文案传播 <input checked="" type="checkbox"/> 掌握微博文案传播 <input checked="" type="checkbox"/> 掌握社群文案传播				
教学难点	<input checked="" type="checkbox"/> 掌握选择合适的发表时间 <input checked="" type="checkbox"/> 掌握新媒体文案传播的技巧 <input checked="" type="checkbox"/> 掌握不同新媒体平台的文案传播				
教学设计	<p>1、教学思路：（1）通过对符号化、价值化、附着力等知识进行介绍，让学生对传播性文案的特点有一个基本的了解；（2）通过对唤醒用户痛点、重复核心语句、加强口语化表述、善用语法引导等知识进行介绍，让学生掌握新媒体文案传播的技巧；（3）通过讲解选择合适的发表时间、信息传达要准确、不能有错别字，让学生掌握新媒体文案传播的注意事项；（4）通过介绍选择恰当的图片、合理运用色彩、优化文字用语、加深情感交流、直接利用提问，让学生掌握提高新媒体文案传播性的方法；（5）通过讲解微信文案传播、微博文案传播、社群文案传播，让学生掌握不同新媒体平台的文案传播；（6）每个项目结束后通过实训和练习进行巩固。</p> <p>2、教学手段：（1）由浅入深，从理论到实践操作；（2）通过课堂讨论提出问题，活跃课堂气氛并激发学员的学习兴趣；（3）以项目方式讲解知识，理论与案例融合，并通过任务实训与任务考核，帮助老师进行考查。</p> <p>3、教学资料及要求：除教材中讲解的知识，可结合更多新媒体平台，了解更多新媒体文案的传播方法。</p>				
教学内容					
<p>知识回顾：前面讲解了产品文案的写作、品牌故事文案的写作、活动文案的写作、海报文案的写作、视频文案的写作、H5 文案的写作等相关知识。</p> <p>讨论问题：1、传播性文案有哪些特点？ 2、新媒体文案的传播技巧有哪些？ 3、新媒体文案传播的注意事项有哪些？ 4、提高新媒体文案传播性的方法有哪些？ 5、不同新媒体平台的文案传播方法有哪些？</p> <p>内容大纲：具体可结合本章的 PPT 课件进行配合讲解。</p> <p>学习目标</p> <p>知识结构图</p> <p>6.1 传播性文案的特点</p>					

- 6.1.1 符号化
- 6.1.2 价值化
- 6.1.3 附着力
- 6.2 新媒体文案传播的技巧
 - 6.2.1 唤醒用户痛点
 - 6.2.2 重复核心语句
 - 6.2.3 加强口语化表述
 - 6.2.4 善用语法引导
- 6.3 新媒体文案传播的注意事项
 - 6.3.1 选择合适的发表时间
 - 6.3.2 信息传达要准确
 - 6.3.3 不能有错别字
- 6.4 提高新媒体文案传播性的方法
 - 6.4.1 选择恰当的图片
 - 6.4.2 合理运用色彩
 - 6.4.3 优化文字用语
 - 6.4.4 加深情感交流
 - 6.4.5 直接利用提问
- 6.5 不同新媒体平台的文案传播
 - 6.5.1 微信文案传播
 - 6.5.2 微博文案传播
 - 6.5.3 社群文案传播
- 6.6 课堂实训
 - 6.6.1 提高品牌及新媒体文案的传播性
 - 6.6.2 利用微博传播新媒体文案
- 6.7 课后练习

<p>小结</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1、了解传播性文案的特点 2、掌握新媒体文案传播的技巧 3、掌握新媒体文案传播的注意事项 4、掌握提高新媒体文案传播性的方法 5、掌握不同新媒体平台的文案传播
<p>思考及作业</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 阅读如下所示的新媒体文案，结合相关传播技巧，提高其传播性。 提示：可从唤醒用户痛点、口语化、利用陈述句和运用动宾结构等技巧中进行选择。 婚纱照 一生拍一次，一次美一生。 2020年（新）价目表奉上。 2. 查看新媒体文案《假期嗨够了吗？》，假设你是该新媒体文案的文案人员，请你为该新媒体文案设计一个传播方案。 提示：可结合恰当的技或方法，利用不同新媒体平台进行。

项目 7

课时内容	新媒体文案创作与传播的行业案例	授课时间	135 分钟	课时	3
教学目标	<input checked="" type="checkbox"/> 掌握银行业金融机构新媒体文案的创作与传播 <input checked="" type="checkbox"/> 掌握家居行业新媒体文案的创作与传播 <input checked="" type="checkbox"/> 掌握运动行业新媒体文案的创作与传播 <input checked="" type="checkbox"/> 掌握汽车行业新媒体文案的创作与传播				
教学重点	<input checked="" type="checkbox"/> 掌握银行业金融机构新媒体文案的创作与传播 <input checked="" type="checkbox"/> 掌握家居行业新媒体文案的创作与传播 <input checked="" type="checkbox"/> 掌握运动行业新媒体文案的创作与传播 <input checked="" type="checkbox"/> 掌握汽车行业新媒体文案的创作与传播				
教学难点	<input checked="" type="checkbox"/> 掌握银行业金融机构新媒体文案的创作与传播 <input checked="" type="checkbox"/> 掌握汽车行业新媒体文案的创作与传播				
教学设计	<p>1、教学思路：（1）通过介绍中国银联《不打开 App 就支付》、民生信用卡《灵魂降温指南》两个案例，让学生通过案例受到启发，拓展思维，更好地理解银行业金融机构新媒体文案的创作与传播；（2）通过介绍方太《和我一起共创幸福公约》、美的《爸妈，我过年不想回家》两个案例，让学生通过案例受到启发，拓展思维，以帮助学生掌握家居行业新媒体文案的创作与传播；（3）通过介绍 Keep《为什么逢年过节、一年四季都逃不开饺子？》、咕咚 App《散步幸福》，两个案例，让学生通过案例受到启发，拓展思维，掌握运动行业新媒体文案的创作与传播；（4）通过介绍奥迪《走过的上班路居然这么长》、凯迪拉克《没有后驱不算豪华》两个案例，让学生通过案例受到启发，拓展思维，更好地掌握汽车行业新媒体文案的创作与传播；（5）每个项目结束后通过实训和练习进行巩固。</p> <p>2、教学手段：（1）由浅入深，从理论到实践操作；（2）通过课堂讨论提出问题，活跃课堂气氛并激发学员的学习兴趣；（3）以项目方式讲解知识，理论与案例融合，并通过任务实训与任务考核，帮助老师进行考查。</p> <p>3、教学资料及要求：除教材中讲解的知识，可以结合更多新媒体平台，了解更多行业新媒体文案的创作与传播。</p>				
教学内容					
<p>知识回顾：在前面讲解了传播性文案的特点、新媒体文案传播的技巧、新媒体文案传播的注意事项、提高新媒体文案传播性的方法、不同新媒体平台的文案传播等相关知识。</p> <p>讨论问题：1、银行业金融机构如何开展新媒体文案的创作与传播？ 2、家居行业如何开展新媒体文案的创作与传播？ 3、运动行业如何开展新媒体文案的创作与传播？ 4、汽车行业如何开展新媒体文案的创作与传播？</p> <p>内容大纲：具体可结合本章的 PPT 课件进行配合讲解。</p> <p>学习目标</p> <p>知识结构图</p> <p>7.1 银行业金融机构新媒体文案的创作与传播</p> <p>7.1.1 中国银联《不打开 App 就支付》</p> <p>7.1.2 民生信用卡《灵魂降温指南》</p> <p>7.2 家居行业新媒体文案的创作与传播</p> <p>7.2.1 方太《和我一起共创幸福公约》</p>					

	<p>7.2.2 美的《爸妈，我过年不想回家》</p> <p>7.3 运动行业新媒体文案的创作与传播</p> <p>7.3.1 Keep《为什么逢年过节、一年四季都逃不开饺子？》</p> <p>7.3.2 咕咚 App《散步幸福》</p> <p>7.4 汽车行业新媒体文案的创作与传播</p> <p>7.4.1 奥迪《走过的上班路居然这么长》</p> <p>7.4.2 凯迪拉克《没有后驱不算豪华》</p> <p>7.5 课堂实训</p> <p>7.5.1 饿了么星选新媒体文案分析</p> <p>7.5.2 知乎新媒体文案分析</p> <p>7.6 课后练习</p>
<p>小结</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握银行业金融机构新媒体文案的创作与传播 2. 掌握家居行业新媒体文案的创作与传播 3. 掌握运动行业新媒体文案的创作与传播 4. 掌握汽车行业新媒体文案的创作与传播
<p>思考及作业</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 搜索“民生消费美学”，对除《灵魂降温指南》外的新媒体文案内容进行分析。 提示：可分别从构图、写作方法、运用的技巧等不同方面进行分析。 2. 搜索欧派的新媒体文案“共享爸爸”，对其内容进行分析。 提示：可从内容写作的方法，使用的技巧等方面进行。 3. 搜索 Keep 的新媒体文案“怕就对了”，观看相关视频，对其传播方式进行分析。 提示：可在不同平台搜索 Keep “怕就对了”相关新媒体文案，进行综合分析。 4. 搜索梅赛德斯-奔驰在 2020 年发表的贺岁微电影《归心》，对其内容和传播方式进行分析。 提示：可在不同新媒体平台搜索与《归心》相关的新媒体文案、资料，对视频文案本身、梅赛德斯-奔驰不同平台账号发布的新媒体文案进行分析。。