



日照职业技术学院
RIZHAO POLYTECHNIC

《短视频剪辑与制作》教案

商学系

王翠平



1 面认识短视频

一、教学目标

知识目标：

- 1) 学生能够清晰阐述短视频的定义、发展历程与现状，了解短视频在当今媒体环境中的地位与作用。
- 2) 准确列举短视频的主要特征，如时长简短、内容精炼、传播迅速等，并深入理解这些特征所带来的优势，包括满足碎片化时间需求、易于引发社交分享等。
- 3) 熟知至少 5 种热门短视频类型，如搞笑娱乐类、生活记录类、知识科普类、技能教学类、电商带货类等，掌握各类短视频的核心特点、受众群体与典型代表作品。
- 4) 系统学习短视频的常见商业变现方法，包括广告植入、平台补贴、电商带货、直播打赏、知识付费等，明白每种变现方式的运作原理与适用场景。

技能目标：

- 1) 能够运用所学知识，对不同类型的短视频进行快速准确的分类与分析，评估其内容质量、传播潜力与商业价值。
- 2) 掌握基本的短视频创作思路，能根据给定主题或个人兴趣，初步规划短视频的脚本框架，确定内容方向、镜头设计与时长安排。

- 3) 学会利用简单的视频剪辑工具（如剪映等），对拍摄素材进行剪辑加工，实现视频的拼接、转场、添加字幕、配乐等基本操作，制作出一条完整的、具有一定观赏性的短视频小样。
- 4) 具备初步的短视频商业变现策划能力，能结合自身特长与目标受众，为个人或企业设计一套可行的短视频商业运营方案，选择合适的变现路径并预估收益。

素质目标：

- 1) 培养学生的创新思维与审美能力，在短视频创作与分析过程中，鼓励学生突破传统，追求独特创意，注重画面、音乐等元素的美感搭配。
- 2) 提升学生的团队协作精神，通过小组讨论、合作实践项目，让学生学会倾听他人意见，分工协作，共同完成任务。
- 3) 增强学生的信息素养，使其能够在海量的短视频信息中辨别真伪、筛选优质内容，同时合理运用网络资源进行学习与创作。

二、课程思政

在讲解短视频的发展历程与现状时，引导学生关注中国短视频行业在全球的领先地位，激发学生的民族自豪感与爱国情怀，让学生认识到科技创新对文化传播的强大推动作用。

分析热门短视频类型时，强调知识科普类、技能教学类短视频对于提升全民素质的重要意义，鼓励学生创作有价值的内容，为社会知识传播贡献力量，培养学生的社会责任感。

通过小组合作实践，教导学生尊重他人劳动成果，学会分享与互助，培养良好的职业道德与人际交往品质。

三、教学重点

- 1) 短视频的核心特征与优势，让学生深刻理解这些要素如何驱动短视频的快速发展与广泛传播。
- 2) 各类热门短视频的特点、受众及典型案例，使学生能够精准识别不同类型短视频，并能借鉴成功经验进行创作。
- 3) 短视频的常见商业变现方法，帮助学生掌握如何将短视频创作转化为实际经济收益，为未来职业发展或创业奠定基础。

四、教学难点

- 1) 如何引导学生将短视频的理论知识灵活运用到实际创作与商业变现策划中，实现知识与技能的有效转化。
- 2) 针对短视频创作思路的培养，让学生在有限的时长内构思出新颖、有吸引力的内容，同时兼顾画面、音效等多方面的协调配合。
- 3) 在商业变现策划过程中，帮助学生理解市场需求、受众心理与变现方式的复杂关系，制定出切实可行的运营方案。

五、教学重点及难点解决方法

（一）教学重点解决方法

针对“短视频的核心特征与优势”：采用“对比分析 + 案例拆解”双轨教学法。对比长视频与短视频的制作周期、传播路径、用户触达场景，用表格直观呈现差异；选取 3-5 个抖音、快手爆款

短视频（如知识类“无穷小亮的科普日常”、娱乐类“多余和毛毛姐”），逐帧拆解其时长控制、内容亮点设计、传播触发点，让学生直观感受特征与优势的关联。

针对“热门短视频类型及案例”：构建“类型 - 案例 - 受众”三维分析模型。为每种类型建立专属案例库（包含 3 个头部账号 + 2 个新锐账号），发放《类型分析工作表》，引导学生从内容结构、表现形式、互动方式、受众画像四个维度自主分析，教师结合学生分析结果进行总结提炼，强化认知。

针对“短视频商业变现方法”：采用“案例复盘 + 模拟实操”模式。选取不同变现方式的典型案例（如广告植入类“李佳琦 Austin”、知识付费类“罗翔说刑法”），拆解其变现流程、盈利关键点；设置“变现方案匹配”模拟任务，给出特定账号定位（如“校园美食测评”），让学生分组为其选择合适的变现方式并说明理由，教师点评优化。

（二）教学难点解决方法

针对“知识与技能转化”：设计“阶梯式实践任务”。从基础任务（对给定短视频进行类型与变现方式分析），到进阶任务（根据主题撰写 15 秒短视频脚本），再到综合任务（小组合作完成短视频小样 + 变现思路策划），逐步提升实践难度；同时提供《理论应用指引手册》，明确不同知识点对应的实践场景与操作步骤，降低转化门槛。

针对“创作思路培养”：引入“创意激发工具包”。包含“热点选题库”（整合近期短视频平台热门话题、节日节点）、“创意模板库”（如“问题 - 解决方案”“反转剧情”“干货清单”等经典结构）、“感官刺激法”（引导学生从视觉、听觉、情感等维度设计亮点）；开展“创意头脑风暴”小组活动，采用“思维导图 + 故事板绘制”方式，将抽象创意具象化，同时教师进行个性化创意指导。

针对“商业变现策划”：搭建“市场 - 受众 - 变现”逻辑框架。通过市场调研报告解读、目标受众问卷分析实训，帮助学生理解两者与变现方式的匹配逻辑；提供《商业变现策划模板》，明确市场分析、受众定位、变现路径、执行计划、收益预估等模块的填写要求；组织“方案答辩会”，让学生展示策划方案，接受其他小组提问与教师点评，优化可行性。

六、教学方法和手段

（一）教学方法

案例教学法：贯穿全课程的核心方法，选取覆盖定义、特征、类型、变现等模块的典型案例，通过案例展示、分析、复盘，将抽象理论具象化，提升学生理解与应用能力。

小组合作学习法：在类型分析、创意构思、实践创作、商业策划等环节，将学生分为 4-6 人小组，明确组长、记录员、发言人等角色，通过讨论、分工协作、成果共享，培养团队协作与沟通能力。

任务驱动教学法：以 “完成短视频小样 + 商业变现方案” 为总任务，拆解为多个子任务（理论学习、案例分析、脚本设计、剪辑实操等），驱动学生主动参与学习，提升问题解决能力。

讲授法：用于短视频定义、发展历程、变现原理等基础理论知识的讲解，确保知识传递的系统性与准确性，配合 PPT、数据图表辅助讲解，提升课堂效率。

评价反馈法：结合学生自评、小组互评、教师点评，对理论学习成果、实践作品、策划方案进行多维度评价，及时反馈问题与改进方向，促进学生迭代提升。

（二）教学手段

多媒体教学手段：利用 PPT 展示理论知识、数据图表、案例截图；播放短视频片段、混剪视频、工具操作教程，丰富教学形式，增强视觉与听觉冲击，激发学生兴趣。

实操工具辅助：引入剪映（手机版 + 电脑版）、思维导图工具（XMind、MindMaster）、脚本模板工具，提供工具操作手册与线上教程，帮助学生快速掌握基础操作，支撑实践环节开展。

线上资源拓展：推荐短视频行业报告（艾瑞咨询、QuestMobile）、头部账号案例库、平台创作者学院（抖音创作者学院、快手大学）等线上资源，引导学生课后自主学习，拓宽知识视野。

互动教学工具：使用课堂提问、小组讨论、头脑风暴、方案答辩等互动形式，结合学习通、雨课堂等线上互动平台，收集学生反馈，提升课堂参与度与互动性。

七、教学设计

导入环节（10 分钟）：

播放一段涵盖多种热门类型的短视频混剪，引发学生兴趣，提问学生对短视频的直观感受与日常使用习惯，引出本节课主题 —— 全面认识短视频。

知识讲解环节（30 分钟）：

短视频概述：利用 PPT 展示短视频的定义、发展历程关键节点及现状数据图表，结合简单易懂的语言进行讲解，如举例说明 4G 网络普及前后短视频的变化。

短视频的特征与优势：通过对比长视频，详细剖析短视频的时长、内容、制作、传播等特点，并以抖音上的爆款短视频为例，阐述其优势如何助力传播。

热门短视频类型分析：依次播放搞笑娱乐类、生活记录类等各类短视频片段，组织学生分组讨论其特点与受众，每组选派代表发言，教师总结补充。

短视频的商业变现方法：结合实际案例，如知名美妆博主的电商带货视频、知识付费课程推广短视频等，讲解各种变现方式的操作流程与要点。

实践操作环节（30 分钟）：

将学生分成小组，根据给定主题或学生自选主题，要求小组合作规划短视频脚本，利用简单剪辑工具进行素材剪辑，尝试制作短视频小样。教师巡视指导，及时解决学生遇到的技术问题。

总结评价环节（20 分钟）：

各小组展示制作的短视频小样，其他小组进行评价，教师从知识掌握、技能运用、团队协作等方面进行综合点评，总结本节课重点内容，强调知识与技能转化的重要性。

八、教学内容

短视频概述：

定义：讲解短视频的概念，明确其区别于传统长视频的显著特征——时长通常在几秒到几分钟之间，以简洁直观的方式传递信息。

发展历程：回顾短视频从诞生之初到如今蓬勃发展的各个阶段，介绍关键的技术突破、平台崛起与社会文化背景，如 4G 网络普及催生短视频爆发、抖音快手等头部平台引领潮流。

现状：分析当前短视频行业的规模、用户活跃度、地域分布等数据，展现其广泛影响力，探讨短视频在信息传播、社交娱乐、文化传承等领域的重要角色。

短视频的特征与优势：

特征：详细剖析短视频的时长、经验、制作、传播等方面的特点。时长简短，适应现代人快节奏生活与碎片化时间；内容精炼，聚焦核心亮点，迅速抓住观众注意力；制作门槛低，普通用户利用手机即可创作；传播迅速，依托社交媒体平台，实现病毒式扩散。

优势：深入阐述基于上述特征所衍生的优势，如满足用户随时随地获取娱乐、知识的需求；方便创作者快速试错、迭代内容；利于品牌、产品借助社交网络高效推广，精准触达目标受众。

热门短视频类型分析：

搞笑娱乐类：展示各类搞笑短剧、幽默段子、趣味模仿等视频案例，分析其通过夸张表演、巧妙剧情设计引发观众爆笑的手法，探讨受众为缓解生活压力、寻求欢乐的心理需求。

生活记录类：剖析 vlog 等生活记录短视频，关注普通人分享日常、旅行、美食体验等内容，研究如何以真实、贴近生活的风格拉近与观众距离，激发情感共鸣。

知识科普类：列举物理、化学、历史、文化等领域知识科普短视频，讲解创作者如何将复杂知识简化，运用动画、实验演示等形式深入浅出讲解，满足大众求知欲。

技能教学类：以美妆、摄影、健身、烹饪等技能教学视频为例，分析教学步骤拆解、实操演示、要点提示等制作要点，为观众提供实用价值。

电商带货类：解读主播通过短视频展示商品特性、使用方法，结合优惠活动引导购买的策略，研究如何利用短视频打造消费场景，驱动用户消费。

短视频的商业变现方法：

广告植入：介绍品牌在短视频中以产品展示、台词提及、场景植入等方式进行广告宣传，结合案例分析如何自然融入，避免生硬推销，实现品牌与内容双赢。

平台补贴：讲解各大短视频平台为鼓励优质内容创作，依据播放量、点赞数、评论数等指标给予创作者资金补贴的政策与规则。

电商带货：阐述创作者或商家利用短视频展示商品，引导用户点击链接跳转购买的流程，包括选品策略、视频营销话术、店铺运营配合等要点。

直播打赏：分析主播在直播过程中通过才艺表演、互动娱乐吸引观众打赏的技巧，探讨如何培养粉丝粘性，提升打赏意愿。

知识付费：以线上课程、付费咨询等知识付费项目为例，讲解创作者凭借专业知识在短视频引流，转化用户为付费学员的模式，包括课程设计、推广渠道选择等。

九、教学资源

（一）教材与讲义

核心教材：《短视频创作与运营实战》《新媒体短视频营销教程》。

配套讲义：本节课 PPT 课件。

（二）案例资源

短视频案例库：按类型分类整理的头部账号案例（如搞笑娱乐类“Papi 酱”、生活记录类“房琪 kiki”、知识科普类“李永乐老师”等），包含账号简介、代表作品链接、核心亮点分析。

商业变现案例集：涵盖广告植入、电商带货、知识付费等不同模式的成功案例，含案例背景、操作流程、收益数据、经验总结。

（三）工具资源

剪辑工具：剪映（手机版 + 电脑版），提供基础剪辑、转场、字幕、配乐等功能，适合新手操作。

辅助工具：思维导图工具（XMind、MindMaster）、脚本模板（Word/Excel 格式）、视频素材网站（Pexels、Pixabay 免费无版权素材）、音乐素材库（抖音官方音乐库、网易云音乐开放平台）。

（四）线上资源

行业报告：艾瑞咨询《中国短视频行业研究报告》、QuestMobile《短视频用户行为分析报告》。

学习平台：抖音创作者学院、快手大学、B 站 “短视频创作教程” 合集、中国大学 MOOC “新媒体运营” 相关课程。

数据平台：蝉妈妈、新抖（短视频账号数据监测与分析工具），用于查看账号粉丝量、播放量、变现数据等。

十、学习指导

（一）课前预习指导

提前下载剪映 APP，熟悉软件基本界面与核心功能（如视频导入、剪辑、字幕添加），观看 1-2 个基础操作教程，为课堂实操做准备。

浏览抖音、快手、视频号等主流短视频平台，关注 3-5 个不同类型的热门账号，记录账号的内容特点、表现形式与互动方式，带着观察结果参与课堂讨论。

阅读课前发放的《短视频行业概况摘要》，初步了解短视频的发展背景与行业规模，标记不懂的知识点，便于课堂针对性提问。

（二）课中学习指导

理论学习环节：重点记录短视频的核心特征、各类型关键差异、商业变现核心逻辑，结合教师讲解的案例，在笔记中补充个人思考与案例分析要点。

小组讨论环节：积极参与发言，倾听组员观点，结合自身观察与预习成果，贡献独特见解；明确小组分工，认真完成分配的任务（如案例分析、脚本撰写、素材剪辑等）。

实践操作环节：遇到技术问题先查阅《工具操作教程》，或与组员互助解决，无法解决时及时向教师求助；注重创意与实用性结合，在有限时间内优先保证作品的完整性与核心亮点。

（三）课后复习与拓展指导

复习巩固：整理课堂笔记，梳理“定义 - 特征 - 类型 - 变现”的知识框架，结合课堂案例再次复盘重点内容；观看教师推荐的优质短视频案例，分析其符合本节课所学的知识要点。

技能拓展：利用课后时间完成课堂未完善的短视频作品，尝试运用更多剪辑技巧（如特效、字幕动画）；自主探索剪映的高级功能，提升视频制作质量。

知识延伸：阅读行业报告，了解短视频行业最新趋势（如 AI 短视频工具应用、跨境短视频发展）；关注平台创作者学院的最新课程，学习更多创作与运营技巧。

十一、作业及实训项目

（一）课后作业

基础作业：撰写一份《短视频类型分析报告》，选择 1 个自己感兴趣的短视频类型，分析其核心特点、目标受众、典型账号（至少 2 个）的成功经验，字数不少于 800 字，附案例作品链接。

技能作业：独立创作一条 15-60 秒的短视频，主题不限（可选择生活记录、知识科普、趣味创意等方向），要求画面清晰、内容完整、有明确亮点，提交作品文件及简单的创作思路说明（100 字左右）。

策划作业：针对自己创作的短视频或选定的某一短视频账号定位，设计一套商业变现方案，明确变现方式、实施步骤、目标受众及收益预估，以 PPT 或 Word 文档形式提交，不少于 5 页 / 800 字。

（二）实训项目

项目主题：“校园短视频创作与运营模拟实训”。

项目要求：以小组为单位（4-6 人），完成从账号定位、内容策划、视频制作到商业变现方案设计的完整流程。

账号定位：明确账号的核心主题、目标受众、差异化亮点（如“校园学习干货分享”“校园美食测评”等）。

内容创作：制作 3 条系列短视频，保持风格统一、内容连贯，每条时长 15-60 秒。

运营策划：设计账号的推广方式（如校园社群分享、同学互助转发等）、互动策略（如评论区回复、话题引导等）。

变现方案：结合账号定位，制定切实可行的商业变现方案，包含变现路径、合作对象（如校园周边商家、学习类平台等）、盈利模式说明。

成果提交：提交实训报告（含账号定位分析、3 条视频作品、运营策划方案、商业变现方案）、小组分工说明、实训总结（反思项目实施过程中的问题与改进方向）。

评价方式：采用 “作品质量（40%）+ 策划方案可行性（30%）+ 小组协作（20%）+ 实训总结（10%）” 的综合评价体系，由教师评分与小组互评结合得出最终成绩。