



日照职业技术学院
RIZHAO POLYTECHNIC

《短视频剪辑与制作》单元设计

商学系

王翠平



《短视频剪辑与制作》 单元设计

单元标题	2.2 直击用户痛点、满足粉丝和用户喜好			单元教学学时	90 分钟
				在整体设计中的位置	第 3 次
授课班级	25 电商 4、5 班	上课时间	周 月 日第 节至 周 月 日第 节	上课地点	格物楼 A338
教学目标	能力目标（技能目标+素质目标）		知识目标	思政目标	
	技能目标：1. 能运用问卷星、抖音创作者服务平台等工具开展用户调研，精准定位目标受众痛点与喜好；2. 能依据调研结果，策划并创作直击用户痛点的短视频内容，熟练运用剪映完成剪辑；3. 能掌握评论区管理、粉丝群运营等互动技巧，根据用户反馈优化作品。 素质目标：1. 培养同理心与社会敏感度，站在用户角度创作有温度、有价值的作品；2. 提升创新应变能力，适配市场动态调整创作思路；3. 强		1. 深入理解用户痛点与粉丝喜好的内涵、形成原因，掌握不同群体的痛点与喜好特征；2. 熟知用户痛点与喜好的挖掘方法（问卷调研、大数据分析等）；3. 领会短视频直击用户痛点、满足粉丝喜好的创作与运营策略，掌握基于用户反馈的优化方法。	1. 引导关注社会弱势群体需求，激发社会责任感，鼓励通过短视频为其发声；2. 强调中华优秀传统文化、红色文化传承，培养文化自信，引导融入创作；3. 通过小组合作，培养团队协作、分工共享、尊重他人的良好品质。	

	化责任担当，创作积极健康、传递正能量的内容。		
能力训练任务	以小组为单位，选定目标受众（如高职学生、老年大学学员等），运用问卷星等工具开展用户调研，挖掘核心痛点与喜好，完成 1 条 30-60 秒直击用户痛点的短视频策划、脚本设计及剪辑制作，记录调研、创作过程中的问题及解决方法，结合用户反馈提出优化建议。		
外语单词	1. 用户痛点 User Pain Point 2. 粉丝喜好 Fan Preference 3. 用户调研 User Research 4. 大数据分析 Big Data Analysis 5. 问卷星 Wenjuanxing 6. 抖音创作者服务平台 Douyin Creator Service Platform 7. 短视频剪辑 Short Video Editing 8. 脚本 Script 9. 互动运营 Interactive Operation 10. 粉丝粘性 Fan Stickiness 11. 完播率 Completion Rate 12. 点赞率 Like Rate 13. 评论率 Comment Rate 14. 用户画像 User Portrait 15. 选题 Topic Selection 16. 反馈优化 Feedback Optimization 17. 视觉营销 Visual Merchandising 18. 剪辑 Editing 19. 字幕 Subtitle 20. 转场 Transition 21. 受众 Audience 22. 传播 Communication 23. 创意 Creativity 24. 合规 Compliance		
案例和教学材料	课件：直击用户痛点、满足粉丝和用户喜好（含 PPT、案例截图、工具操作步骤）；案例资源：校园类痛点短视频案例库（“校园帮”“高职生活圈”等）、优质与普通痛点类短视频对比案例集；工具：剪映（手机版+电脑版）、问卷星、抖音创作者服务平台（免费版）、百度指数、XMind；辅助材料：《用户调研实操手册》《痛点筛选 checklist》《反馈分析工作表》《剪映操作三步卡》；线上资源：抖音创作者学院、快手大学、B 站“高职短视频创作”合集、《短视频内容创作合规指南（简易版）》。		

单元教学进度

步骤	教学内容及能力/知识目标	教师活动	学生活动	时间（分钟）
1（课前）	教学内容：本节课教学方案介绍、剪映及问卷星基础操作预习指引； 能力目标：1. 对用户痛点挖掘、短视频创作核心模块有总体把握；2. 熟悉核心工具基础操作。知识目标：1. 了解学生对用户痛点的认知程度；2. 明确本单元学习任务、考核方式。	1. 介绍课程内容、岗位关联度及后续学习衔接，告知能力目标与知识目标；2. 介绍学习方法和考核方案；3. 指导学生预习剪映剪辑、问卷星问卷创建，观察校园类痛点短视频账号。	1. 讨论自身关注的用户痛点及想要掌握的调研、创作技能；2. 讨论考核方式合理性；3. 交流预习成果（工具操作、痛点短视频观察）。	10
2（导入）	教学内容：高互动痛点类短视频与低互动普通短视频对比展示； 能力目标：1. 能区分两类视频的核心差异；2. 激发用户痛点类短视频创作兴趣。知识目标：1. 了解学生对痛点类短视频的判断标	1. 播放两类短视频，引导学生对比分析评论区、点赞数等数据差异；2. 提问学生造成差异的原因，引导聚焦“用户痛点”核心，引出课题。	1. 分享观看感受，讨论两类短视频的核心差异；2. 交流观看时的关注点，分析痛点对视频吸引力的影响。	20

	准；2. 引出本节课主题。			
3 任务 1	教学内容：用户痛点与粉丝喜好剖析、挖掘方法讲解； 能力目标：1. 能精准剖析不同群体的痛点与喜好，构建简易用户画像；2. 能运用调研工具开展基础用户调研。知识目标：1. 掌握用户痛点与喜好的内涵、群体特征；2. 熟知问卷调研、大数据分析等挖掘方法的核心要点。	1. 结合 PPT、校园案例，讲解不同群体痛点与喜好特征，拆解挖掘方法；2. 指导学生使用问卷星设计调研问卷，开展模拟调研；3. 引导学生分组讨论，梳理调研要点。	1. 记录核心知识点，结合校园场景补充个人思考；2. 参与小组讨论，梳理调研问卷设计思路；3. 尝试设计简易调研问卷，交流完善。	30
4 任务 2	教学内容：痛点类短视频创作运营策略、用户反馈优化方法； 能力目标：1. 能结合用户痛点策划短视频内容，运用剪映完成剪辑；2. 能解读用户反馈与数据，提出作品优化建议。	1. 结合案例拆解创作运营策略，讲解反馈优化方法与数据解读技巧；2. 布置小组实操任务，巡视指导调研、策划与剪辑；3. 引导学生总结策略应用要点。	1. 分组完成调研、短视频策划与初步剪辑，记录遇到的问题；2. 学习解读数据指标，尝试分析作品优化方向；3. 交流创作思路与实操难点，互相借鉴。	25

	知识目标：1. 掌握选题、表现形式、互动运营的核心策略；2. 熟知完播率等数据指标含义及反馈分析方法。			
考核	教学内容：知识点回顾、实操成果考核；能力目标：1. 能熟练运用知识点分析痛点类短视频；2. 能清晰表达调研思路与创作逻辑。知识目标：1. 巩固用户痛点挖掘、创作策略等核心知识点；2. 检验知识应用与实操能力。	1. 提问用户痛点内涵、挖掘方法、创作策略等知识点；2. 让小组代表简述调研思路、创作逻辑及作品亮点，进行针对性点评。	1. 回答基础知识点提问；2. 小组代表展示实操成果，阐述调研与创作思路；3. 倾听他人展示，补充完善自身认知。	过程中
小结	教学内容：本单元核心知识点梳理、实践任务布置；能力目标：1. 梳理“调研-创作-优化”完整框架，明确实践重点；2. 明确能力训练任务的执行要求。知识目标：巩	1. 总结本单元重点（痛点挖掘-创作策略-反馈优化），梳理知识框架；2. 布置课后作业与实训项目，明确要求；3. 解答学生疑问。	1. 整理课堂笔记，完善知识框架；2. 明确课后作业与实训项目的执行步骤；3. 提出课堂遗留疑问，及时解决。	5

	固核心知识 点，理清知识 逻辑。			
作业	1. 完成《校园用户痛点调研报告》（600 字以上），以高职大一学生为目标受众，收集 30 份以上有效数据，分析核心痛点与喜好；2. 独立创作 1 条 30-60 秒校园痛点类短视频，提交作品、创作思路（100 字左右）及优化建议；3. 分析 1 个校园类短视频账号的用户运营策略，从痛点挖掘、互动方式、反馈优化维度撰写 500 字以上分析报告。 -			
课后拓展	1. 完善课堂创作的短视频，运用剪映进阶功能提升作品质感；2. 用问卷星发起真实校园调研，收集更多用户痛点数据；3. 关注抖音创作者学院“用户洞察”专栏，学习进阶调研技巧；4. 阅读《高职生短视频用户行为报告》，了解目标受众最新喜好趋势。 -			