



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



2.1 优质内容的基本模式

一、教学目标

知识目标：

- 1) 学生能够明确阐述短视频优质内容的关键构成要素，包括主题选择、脚本设计、画面呈现、声音搭配等方面的要点。
- 2) 熟知不同类型短视频（如剧情类、知识类、生活类等）优质内容的共性特征与差异化表现，理解各类型内容吸引受众的核心原理。
- 3) 掌握短视频内容创作过程中的法律法规、平台规则及道德规范，知晓如何在合规前提下进行创新创作。

技能目标：

- 1) 能依据所学知识，对给定的短视频作品进行内容质量评估，精准指出其优点与不足之处，并提出针对性的优化建议。
- 2) 学会运用创意构思方法，结合当下热点与个人兴趣，独立策划出具有吸引力的短视频主题与初步脚本，规划合理的镜头序列与情节走向。
- 3) 熟练掌握至少一种视频剪辑软件（如剪映、快影等）的进阶功能，包括但不限于多镜头精细剪辑、特效添加、音效混音等，将策划的脚本转化为高质量的短视频成品。

素质目标：

- 1) 培养学生敏锐的市场洞察力与受众感知力，使其能精准把握社会潮流与大众喜好变化，创作贴合市场需求的内容。

- 2) 提升学生的创新与批判性思维能力，鼓励学生在短视频创作中大胆尝试新形式、新手法，同时对现有作品保持理性分析态度，持续改进。
- 3) 强化学生的自律意识与社会担当，确保短视频创作遵循公序良俗，传播正能量，为清朗网络空间贡献力量。

二、课程思政

在讲解短视频内容创作的法律法规与道德规范时，引入实际案例，如因侵权、低俗内容受罚的短视频案例，教育学生树立法治观念与职业道德，坚守创作底线。

分析优质短视频传递正能量、弘扬传统文化等案例时，激发学生的文化自信与民族自豪感，引导学生将社会主义核心价值观融入创作，如制作展现家乡风土人情、英雄事迹的短视频。

通过小组合作创作实践，培养学生的团队合作精神与沟通能力，教导学生尊重不同创意想法，共同打造优质作品，塑造良好的人际交往品质。

三、教学重点

短视频优质内容的核心构成要素剖析，让学生深入理解主题、脚本、画面、声音各环节如何协同发力打造爆款内容。

不同类型短视频优质内容的特征解析，助力学生根据自身定位与目标受众，精准选择创作方向，借鉴成功经验。

视频剪辑软件的进阶操作技巧讲解与实践，确保学生具备将创意转化为高质量视觉呈现的能力，提升作品竞争力。

四、教学难点

如何引导学生将创意灵感转化为切实可行的短视频脚本，兼顾内容新颖性、可行性与受众吸引力，避免创意空洞化。

帮助学生掌握在短视频中巧妙融合多种元素（如知识、娱乐、情感等）的技巧，实现内容的深度与广度兼具，提升作品内涵。

让学生理解并适应短视频平台的算法推荐机制，优化作品标签、关键词等设置，提高作品曝光度与传播效果。

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分析，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）：

展示几条不同类型的优质短视频与普通短视频，引导学生对比观察，分享直观感受，提问学生判断优质短视频的依据，引出本节课主题——短视频优质内容的基本模式。

知识讲解环节（30 分钟）：

优质内容构成要素：利用 PPT 详细讲解主题选择要聚焦热点、贴近生活且有独特视角；脚本设计需遵循起承转合、冲突设置等戏剧原理；画面呈现注重构图、色彩、光影；声音搭配要契合氛围、增强感染力，结合实例分析各要素作用。

不同类型短视频特征：分别播放剧情类、知识类、生活类短视频的典型佳作，组织学生分组讨论其内容亮点、受众反馈，教师总结归纳各类型优质内容的共性与差异。

创作规范与平台规则：解读法律法规中关于版权、隐私等规定，以及短视频平台对内容质量、格式、发布频率的要求，强调违规后果，结合案例警示学生。

实践操作环节（30 分钟）：

给定主题或让学生自选主题，要求学生独立构思脚本，运用所学剪辑软件进行素材剪辑与特效添加，制作短视频初稿。教师巡视，针对脚本构思与软件操作问题给予一对一指导。

总结评价环节（20 分钟）：

学生展示短视频初稿，其他学生进行评价，教师从内容创意、技术操作、规范遵循等多方面综合点评，总结本节课重点知识，强调持续优化作品的重要性，鼓励学生课后完善作品。

八、教学内容

短视频优质内容的构成要素：

主题选择：探讨如何挖掘热门、新颖且有深度的主题，如结合社会热点、小众兴趣、生活痛点等，举例说明热门主题引发共鸣、小众主题精准吸粉的案例。

脚本设计：讲解脚本的基本结构，包括开场、发展、高潮、结局，分析如何设置悬念、冲突、反转等情节，提升故事性，展示优秀脚本范例。

画面呈现：介绍摄影构图方法，如对称、三分法等，讲解色彩搭配原则、光影运用技巧，提升画面美感，对比分析优质与劣质画面效果。

声音搭配：阐述背景音乐、音效、旁白等声音元素的选择与配合，如恐怖氛围用惊悚音效、知识讲解用清晰旁白，播放案例感受声音魅力。

不同类型短视频优质内容特征：

剧情类：剖析剧情类短视频如何通过紧凑情节、鲜明人物塑造吸引观众，展示爆款剧情短视频的剧情线拆解、人物刻画要点。

知识类：分析知识类短视频将复杂知识简单化、趣味化的方法，如运用动画演示、案例类比，列举知名知识科普短视频的呈现技巧。

生活类：探讨生活类短视频以真实、温暖风格打动受众的策略，如记录日常美好、分享生活经验，呈现热门生活 vlog 的亮点。

短视频创作的法律法规与平台规则：

法律法规：讲解著作权法中关于素材引用、二次创作的规定，隐私保护法对拍摄他人的限制，以及广告法对商业宣传的规范，结合侵权案例加深理解。

平台规则：介绍主流短视频平台对内容审核的标准，包括低俗、暴力、虚假信息等禁限内容，讲解平台推荐算法原理，指导学生优化作品发布。

九、教学资源

（一）教材与讲义

核心教材：《短视频创作实战：从 0 到 1 打造爆款内容》《新媒体内容创作与合规指南》。

配套讲义：本节课 PPT 课件、《短视频优质内容构成要素评分表》《脚本可行性 checklist》《剪映进阶操作步骤手册》《短视频创作合规要点汇总》。

（二）案例资源

优质案例库：按“构成要素”（主题、脚本、画面、声音）和“短视频类型”（剧情类、知识类、生活类）分类整理的头部账号案例，包含账号简介、代表作品链接、核心亮点拆解（如“意公子”知识类短视频的脚本结构分析）。

对比案例集：收集优质与普通短视频对比案例、合规与违规案例，附案例分析报告（如某账号因侵权被处罚的案例详情及法律依据）。

（三）工具资源

核心工具：剪映（手机版 + 电脑版），重点使用多镜头剪辑、特效关键帧、音效混音等进阶功能。

辅助工具：思维导图工具（XMind、MindMaster）、脚本模板（Word/Excel 格式，含剧情类、知识类、生活类专用模板）、无版权素材平台（Pexels 视频素材、Pixabay 图片素材、耳聆网音效素材）、数据工具（蝉妈妈基础版，用于查看爆款视频标签与互动数据）。

（四）线上资源

学习平台：抖音创作者学院（算法推荐机制解读、合规创作指南）、快手大学（剪辑技巧教程）、B 站 “剪映进阶教学” 合集、中国大学 MOOC “新媒体内容创作” 相关课程。

合规资源：《中华人民共和国著作权法》（节选）、《网络短视频内容审核标准细则》、平台官方合规指引（如抖音创作者合规手册）。

行业报告：艾瑞咨询《中国短视频内容生态发展报告》、新抖《短视频爆款内容趋势分析》。

十、学习指导

（一）课前预习指导

工具预习：提前下载剪映 APP（手机版 + 电脑版），观看 1-2 个剪映进阶功能教程（如关键帧设置、音效混音），熟悉软件操作界面与核心进阶功能，为课堂实操做准备。

案例观察：浏览抖音、快手、视频号等平台，各关注 2 个剧情类、知识类、生活类的头部账号，观看其 3-5 条爆款作品，记录作品的主题特点、脚本结构、画面与声音搭配亮点，带着观察结果参与课堂讨论。

知识预习：阅读课前发放的《短视频创作合规要点汇总》，初步了解版权、隐私保护相关规定，标记疑问点，便于课堂针对性提问。

（二）课中学习指导

理论学习环节：重点记录优质内容构成要素的核心要点、不同类型短视频的特征差异、算法推荐的关键逻辑，结合教师讲解的案例，在笔记中补充个人分析与思考，建立 “理论 + 案例” 的知识关联。

小组协作环节：积极参与小组讨论、脚本互评等活动，主动分享自己的观察结果与创意想法，同时倾听组员意见，尊重不同观点；明确小组分工，认真完成分配的任务（如案例分析、脚本撰写、实操演示），确保协作效率。

实践操作环节：严格按照任务要求分步完成实操任务，遇到技术问题先查阅《操作步骤手册》或与组员互助解决，无法解决时及时向教师求助；注重作品的创意性与可行性平衡，在有限时间内优先保证核心要点（如脚本逻辑、画面清晰度）达标。

（三）课后复习与拓展指导

复习巩固：整理课堂笔记，梳理“构成要素 - 类型特征 - 合规要求 - 算法优化”的知识框架，结合课堂案例再次复盘重点内容；重新观看教师推荐的优质案例，对照所学知识分析其成功原因，强化理论应用能力。

技能拓展：利用课后时间完善课堂创作的短视频初稿，尝试运用更多剪映进阶功能（如特效组合、字幕动画、音效分层）；自主创作1条不同类型的短视频，刻意练习多元素融合技巧，提升创作熟练度。

知识延伸：阅读行业报告，了解短视频优质内容的最新趋势（如AI工具辅助创作、垂直细分领域内容崛起）；关注平台创作者学院的最新课程，学习更多合规创作、算法优化技巧；定期分析爆款短视频的新特征，更新自己的创作思路。

十一、作业及实训项目

（一）课后作业

基础作业：撰写一份《短视频优质内容分析报告》，选择 1 条爆款短视频（需注明平台、账号、作品链接），从构成要素（主题、脚本、画面、声音）、类型特征、合规性、算法适配性 4 个维度进行分析，字数不少于 800 字，需附案例截图辅助说明。

技能作业：独立完成一条 30-60 秒的优质短视频，类型不限（剧情类、知识类、生活类任选），要求主题明确、脚本完整、画面清晰、声音协调，且符合合规要求；提交作品文件、完整脚本、创作思路说明（150 字左右，含算法优化设计，如标签设置、标题关键词）。

合规作业：结合所学法律法规与平台规则，分析 1 个短视频违规案例（可自选或使用教师提供案例），指出违规点、对应的法律 / 平台条款，以及整改建议，字数不少于 500 字。

（二）实训项目

项目主题：“优质短视频系列创作与推广模拟实训”。

项目要求：以小组为单位（4-5 人），完成从主题策划、系列脚本创作、视频拍摄剪辑到推广方案设计的完整流程，周期为 2 周。

主题策划：确定 1 个核心主题（需贴合社会热点或受众需求，如“校园反诈科普”“传统手工艺传承”），明确目标受众与内容定位。

脚本创作：围绕核心主题，设计 3 条系列短视频脚本，保持风格统一、内容连贯，每条时长 30-60 秒，需体现优质内容构成要素。

视频制作：完成 3 条短视频的拍摄与剪辑，运用剪映进阶功能提升作品质量，确保合规性。

推广设计：设计推广方案，包括平台选择、标签与关键词设置、发布时间规划、互动引导策略（如评论区话题设计），结合算法原理优化推广效果。

成果提交：提交实训报告（含主题策划书、3 条完整脚本、3 条视频作品、推广方案）、小组分工说明、实训总结（反思创作与推广过程中的问题及改进方向）。

评价方式：采用 “作品质量（40%）+ 脚本完整性（20%）+ 推广方案可行性（20%）+ 小组协作（10%）+ 实训总结（10%）” 的综合评价体系，结合教师评分与小组互评得出最终成绩。