

基于职业导向的《新媒体文案写作》 课程渐进式教学应用对策研究

高艳妮

芜湖职业技术学院，安徽 芜湖 241000

DOI: 10.61369/SDME.2025070010

摘要：高职教育发展的主要动力是经济产业对技术技能人才的需求，广大职业院校的毕业生来自基层、深入基层、扎根基层，为各行各业和经济发展提供了一线高素质技术技能人才支撑。新媒体作为新兴行业，在高速发展的同时，也面临着内容泥沙俱下，人才良莠不齐的处境。本文通过对新媒体行业、企业、学校及毕业生的充分调研，在《新媒体文案写作》课程中提出以职业为导向，采取渐进式的教学思路，推动教学方法改革，完善教学实践体系，实现专业赋能，构建适应行业、企业需求的新媒体应用型人才培养模式。

关键词：新媒体文案；教学模式；职业能力；应用型人才

Research on Countermeasures for the Progressive Teaching Application of the “New Media Copywriting” Course Based on Career Orientation

Gao Yanni

Wuhu Vocational Technical University, Wuhu, Anhui 241000

Abstract : The main driving force behind the development of higher vocational education lies in the demand for technical and skilled talents from economic industries. Graduates of vocational colleges, coming from, working in, and rooted in grassroots sectors, provide support for various industries and economic development with frontline high-quality technical and skilled personnel. As an emerging industry, new media is experiencing rapid growth but also facing challenges such as mixed-quality content and unevenly skilled professionals. Based on thorough research on new media industries, enterprises, schools, and graduates, this paper proposes a vocational-oriented and progressive teaching approach in the course of New Media Copywriting. It aims to promote the reform of teaching methods, improve the teaching practice system, realize professional empowerment, and construct a training model for applied new media talents that meets the needs of industries and enterprises.

Keywords : new media copywriting; teaching model; vocational ability; applied talents

一、以职业为导向的渐进式教学法在《新媒体文案写作》课程中的教学设计

(一) 课程教学现状

芜湖职业技术学院《新媒体文案写作》课程开设了三个学年，初步积累了丰富的教学资源，如教学指导书、学情调研报告、实训手册、案例数据库等。以职业为导向的渐进式教学法已针对融媒体技术与运营专业221班的《新媒体文案写作》课程日常教学进行课堂革命实践，并取得初步成果^[1-3]。

(二) 课程建设思路

以职业为导向的渐进式教学法其根本上是从新媒体职业、行业、企业对新媒体人才需求的角度入手，由浅入深、由原理入实战的教学方法。整个课程前后连贯且有因果，每一个阶段的目的

和目标都是明确的，上一阶段辅助下一阶段，下一阶段承接上一阶段；每个阶段都会用到上一阶段的关键知识点，而每个阶段都会将上一阶段的知识迭代升级，在这个迭代的过程中，不断复习同时又会不断深入。从2022年开始，融媒体技术与运营专业将渐进式教学法融入《新媒体文案写作》课程中，以该班为研究对象，对整个课程体系进行重新解构，依据由浅入深的教学次序让学生逐步敲开《新媒体文案写作》的大门，使学生由入门级小白进阶到职场精英^[4,5]。

(三) 课程教学设计

1. 教学目标

(1) 通过以职业需求为导向的渐进式学习法，《新媒体文案写作》课程实现“提高新媒体写作能力”的最终目标，帮助学生更好地适应企业、岗位，构建更具推广性的新媒体专业写作实践体系。

基金项目：

芜湖职业技术学院校级教育教学改革研究项目 项目编号：2023jybj08。

芜湖职业技术学院校级教学示范课（课堂革命）《会展服务与管理》项目编号：2022sfk03。

(2) 教学内容的重构，包含梳理写作目标、策划爆款选题、搭建写作框架、搜索与加工原始素材等，利用渐进式的教学方法，学生打破原有的学习逻辑，避开划知识点、记笔记等传统的听课形式，学生能够听进去、用得上，突出新媒体写作知识的应用性和前沿性。^[6]

(3) 以职业需求为导向的渐进式教学法可以突出新媒体写作的特点，便于学生循序渐进地深化认知，巩固专业知识，切实感受新媒体公司的业务开展情况与实际工作步骤，与新媒体现实情况紧密结合。

(4) 教学实践方面贯彻“边学习边工作”的理念，突破原有课堂壁垒，引导学生进行沉浸式的新媒体写作体验，推动学生深入新媒体写作一线实战，在实际的工作氛围中，逐步提升自身的职场适应性和竞争力。

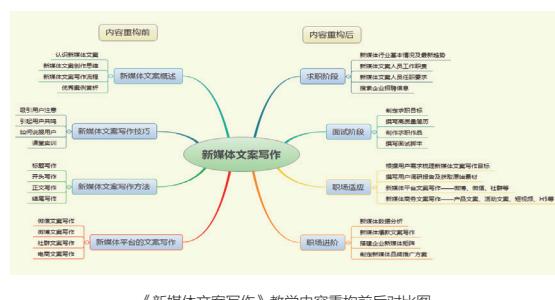
2. 教学内容

第一步：求职阶段，以前程无忧和智联招聘两个综合性招聘网站发布的招聘信息为数据来源，引导学生了解新媒体行业现状及熟知新媒体文案从人员岗位职责，对标岗位需求进行自我评估，利用学习过程逐步完善自己，提高与岗位的匹配度。教导学生知晓新媒体文案岗位职场进阶模式即由新媒体运营专员到运营主管、运营总监直至品牌策划总监的发展路径，帮助学生根据他们的能力及个性制定职业发展规划^[7,8]。

第二步：面试阶段，根据行业和企业需求、产品定位及市场目标等构建求职作品。学生将根据岗位需求准备面试，包括制定求职目标、优化求职简历，制作文案作品，撰写面试脚本等。

第三步：职场适应，通过理论学习和系统的项目实战掌握核心技能，包括用户调研、文案写作等，掌握微博、微信公众号、抖音、社群等各新媒体平台的文案写作技巧，并能完成作品。利用这一阶段的学习，帮助学生了解入职后如何适应工作需求，包括需要具备哪些职业素养和技能，学会如何像专业的新媒体文案人员一样思考和工作，帮助学生快速打造职业适应性。

第四步：职场进阶，在实践工作中不断学习、反思、沉淀，除了具备文案人员的基本素养外，能够进行数据分析、搭建新媒体矩阵、制定全盘推广计划等，帮助学生提升职场竞争力并初步实现职业理想^[9]。



《新媒体文案写作》教学内容重构前后对比图

3. 教学方法

由于《新媒体文案写作》课程需要培养学生多元化的职业技能，所以在实际教学中，除了保持渐近法作为贯穿教学始终的根本方法之外，还需适当地运用各种不同的教学模式。首先，在提升学生基础写作能力的练习上，选择使用激趣法、讲授法、演示法、讨

论法、练习法、项目制教学法和任务驱动教学法等。利用激趣法可以帮助学生全面树立写作兴趣，把爱好当成职业，选择自己热爱并且坚持自己选择的，才是职场的良性发展思路。讲授法和演示法以教师传授为主，通过教师的言与行，可以使学生更好地理解新媒体文案传播的一般理论知识与相关业务的基础操作方法，用最简单的模式探索出符合职业需求的创作路径。而讨论法和练习法则是以学生为主，通过学生自身的讨论与操作，可以让学生在不断练习中熟练把握整体的职业技能。其次，在提高学生综合职业能力上，选择项目制教学法和任务驱动教学法。有效提升学生对《新媒体文案写作》课堂知识在实际工作中的应用能力，构建出学界与业界完美对接，更符合职场需求的人才培养模式。

二、教学开展路径

(一) 重构教学内容，紧扣职场需求切分教学模块

本课程按照传统的教学内容及顺序，分别包括：新媒体文案概述，新媒体文案的传播模式，新媒体文案的创作技巧，常见的新媒体平台文案写作策略，常见的新媒体文案的类型及写作要点。通过重新调整，将教学进程分为求职、面试、初入职场及职场进阶四个阶段，将教学模块切分得更符合职业发展需求^[10-12]，如第一阶段增加简历的撰写、第二阶段加入面试技巧的讲解、第三阶段适当引入线上活动策划书的创作过程、第四阶段则创造更多的品牌宏观策划、市场营销等内容。通过重构教学内容，学生将原本零星的知识点结合成系统的硬实力，面对实际需求时才能灵活运用，举一反三。

(二) 创设工作场景，教学活动与职业需求紧密结合

通过设计实际工作案例，引导学生进行角色分配，在实际工作中充分考虑文案中涉及的品牌定位、产品知识、目标受众、写作目的等。如在初入职场阶段的学习中，组织学生参加新媒体文案部门工作会议，引导学生在会议中根据项目任务进行头脑风暴，并邀请各个角色的同学进行发言。通过一次部门会议，完成一个职场新人思考问题、表达方式等方面的实战练习，克服学生初入职场的恐惧心理，帮助学生快速进入工作状态，在课堂中即完成从学生至职员的角色转型。

(三) 实行动态评估，健全职业型人才六边形评价模式

本课程在综合评估上，改变以往通过学生出勤率、日常作业、期末成绩三个维度作为主体的评价标准，而是采用校内教师和企业导师双重评价，注重学习过程的各种动态数据，综合考虑学生整个学习期间的理论知识、写作技能、工作业绩等多种鉴定考评依据，克服唯分数倾向，健全职业型人才在品德、能力、担当、创新、业绩、协作六个方面的全方位评价模式，提高评价的针对性和有效性，形成了有利于人才尽出，人尽其才的评价考核机制。^[13]

三、教学反思和改进

(一) 问卷调查结果

本次调查问卷采用线上不记名方式进行，共有61名同学参

与调查。通过对问卷结果进行统计，可以得出98%的学生对《新媒体文案写作》课程有着浓厚的学习兴趣；有97%的学生对该课程的教学效果较为满意，有66%的同学表示愿意在毕业之后从事《新媒体文案写作》的相关工作。受调查的学生一致认为改革后的《新媒体文案写作》课程将大容量的知识信息与工作实际密切关联，原本生硬的书本知识转化为实实在在的职业本领，对于日后的求职和工作极具价值。

（二）教学反思和优化

1. 本课程在培养学生的职业素养上还存在着一定的不足，比如学生对待行业的深度认知，对职业的敏感度以及对企业的忠诚度，爱岗敬业等等。针对这些问题，在今后的教学活动中将着重加强与优质企业的产教融合，提升与企业导师及其工作团队对教学过程的参与度，将企业实际工作氛围应用到教学活动中，让其真正成为学生的教学日常^[14]。

2. 因材施教的精准度不够，在学情分析中缺少对单招和统招，学困生和学优生等不同特性学生的区分，教学过程中未能精准实施因材施教、个性化教学等有效的教学策略。后续将进一步

完善实训条件，将教学地点延伸至工作现场，组织学生实地走访校企合作单位。深入分析学生特性，根据不同层次学生分级布置工作任务和分层推送教学资源，精准实施学生个性化学习。

3. 在进行《新媒体文案写作》实训课程教学时，个别同学学习主观能动性不强，宏观任务容易让他们产生懈怠心理。今后的教学中，将通过企业导师进一步引入问题导向法，让学生带着工作中可能会遇到的实际问题走进当天的课堂学习，把整体任务分解成多个步骤，各个攻破。在问题实践中，切实培养学生分析与解决问题的能力^[15]。

新媒体行业对于人才的要求，不仅需要“高精尖缺”的核心人才，同时也需要能够熟练掌握具体实践流程的应用型人才。以职业为导向的渐进式教学法，可以为培养新时代环境下更具整合能力优势的新媒体人才提供全方位的教学探索模式。从专业理论处入手，在职业技能上落实，在培训目标及教学模式等方面都进行了全新的尝试，让学生在校内既可以完成从“新手”到“熟手”的过度，毕业后即可以在工作岗位上成为“顶梁柱”，为发展新质生产力注入源源不断的人才活水。

参考文献

- [1] 田秀芳.新媒体时代数据新闻人才培养模式研究[J].中国报业,2021,(22):34-35.
- [2] 崔玉婷.新媒体环境下营销文案的写作策略[J].应用写作,2024,(01):22-26.
- [3] 卢春芳.论新媒体营销文案的写作方法[J].科学咨询,2023,(19):248-250.
- [4] 崔淑琴.新媒体文案写作特殊性探析[J].秘书之友,2023,(09):34-36.
- [5] 张新兰.全媒体视域下《媒体文案写作》课程思政教学研究[J].漳州职业技术学院学报,2023,25(01):43-48.
- [6] 张静容.全媒体视域下地方文化融入《媒体文案写作》课程探析——以漳州市为例[J].延安职业技术学院学报,2022,36(05):15-18.
- [7] 欧阳宇光.新媒体营销文案写作方法的沿袭与变革[J].新闻传播,2022,(17):84-85.
- [8] 杨茜.新媒体内容文案架构与传统新闻写作技巧的异同[J].声屏世界,2022,(06):24-26.
- [9] 胡海利.浅析新媒体时代文案写作技巧[J].现代职业教育,2021,(34):52-53.
- [10] 关松涛.新媒体时代创意广告文案写作实践教学改革创新——评《广告文案写作教程》[J].热带作物学报,2021,42(06):1889-1890.
- [11] 陈连锦.新媒体时代创意文案写作实务课程教学改革的思考[J].集宁师范学院学报,2021,43(01):93-95+103.
- [12] 施洪玲,叶伟伟,李焱.新媒体语境下电子商务专业《文案策划与写作》课程改革实践研究[J].营销界,2020,(33):164-165.
- [13] 张竹沁.中职文秘专业学生新媒体写作能力培养研究[D].广西师范大学,2020.
- [14] 谭威威.移动传播下新媒体文案特点及标题写作浅析[J].今传媒,2020,28(01):133-134.
- [15] 张雷红.新媒体背景下营销文案写作技巧研究[J].营销界,2019,(48):276-277.