

**北京市昌平职业学校**  
**新媒体运营专业 2023 级人才培养方案 (3+2)**

专业类别：7306 财经商贸大类工商管理类

专业名称：新媒体运营专业

专业代码：730605W

修订负责人：\_\_\_\_\_ 石新蕊 \_\_\_\_\_

主要成员：\_\_\_\_\_ 李典 邓佳钰 闻雅 \_\_\_\_\_

系主任（签字）：\_\_\_\_\_ 方荣卫 \_\_\_\_\_

主管部门主任（签字）：\_\_\_\_\_ 周林娥 \_\_\_\_\_

教学主管领导（签字）：\_\_\_\_\_ 郑艳秋 \_\_\_\_\_

校长、党委书记（签字）：\_\_\_\_\_ 段福生 \_\_\_\_\_

2023 年 6 月

# 人才培养方案修订说明

为贯彻落实《国家职业教育改革实施方案（国发〔2019〕4号）》《北京职业教育改革发展行动计划（2018-2020年）（京教职成〔2018〕4号）》《教育部关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见（教职成〔2019〕13号）》《北京市昌平职业学校专业人才培养方案制（修）订工作方案》等系列文件精神与要求，保障专业建设的科学性与规范性。为使人才培养目标定位更精准，课程结构更科学，人才培养跟上产业发展的变化，毕业生更适合就业市场对人才的要求，服务区域经济发展，以及满足对口学校对升学学生的学业要求，本专业通过深入开展人才需求调研、职业分析、课程转换等工作，与高职院校进行研讨，在2022级第三版基础上进行修订，制定2023级新媒体运营专业（3+2）人才培养方案第一版。

## 一、职业面向

根据新媒体运营专业发展新趋势和行业产业契合度调研、人才培养调研的工作，对职业面向及主要岗位进行调整及更新。

## 二、培养目标和培养规格

根据国家统一制定的专业教学标准、北京市职业院校教学管理通则等系列文件精神与要求，依托人才培养调研和职业分析会的成果对培养目标和培养规格进行了调整及更新。

## 三、课程设置及要求

1. 公共基础课：按照教育部最新的公共基础课程标准，调整思政、语文、数学、英语、艺术课程的课时及开设学期，按照大纲要求开设了创新创业课程，充足开设了历史和劳动教育课程。

2. 专业课程：根据北京市职业院校教学管理通则等系列文件精神与要求，依据人才培养调研和职业分析会的课程转化成果对专业基础课、专业核心课、专业拓展课、综合应用课进行了调整及更新。例如，为提升学生对于新媒体短视频拍摄的画面审美及拍摄能力，提升学生的审美能力，增加了视听语言基础专业基础课。

## 四、实施保障

对专业校内、校外实训基地根据最新的校企合作情况进行了更新。

# 北京市昌平职业学校

## 新媒体运营专业 2023 级人才培养方案（3+2）

### 一、专业名称（专业代码）

#### （一）专业名称

中职：新媒体运营

高职：影视多媒体技术（新媒体运营方向）

#### （二）专业代码

中职：730605W

高职：660208

### 二、入学要求

初中毕业生或具有同等学力者。

### 三、基本修业年限

学制：三年。

学历：中职。

### 四、职业面向

表4-1 新媒体运营专业人才职业面向表

	中职	高职
所属专业大类（代码）	财经商贸大类（73）	新闻传播类1303
所属专业类（代码）	财经商贸大类工商管理类 7306	广播影视类 660208
对应行业（代码）	新闻业（8610） 互联网广告服务（7251）	文化艺术事业（88） 广播电视事业（89）
主要职业类别（代码）	全媒体运营师04-13-05-04 商务策划专业人员2-06-07-03 会展策划专业人员2-06-07-05 文化经纪人4-13-05-01	新闻传播类 摄影师4-07-05-01 剪辑师2-10-05-06 电影电视摄影师2-10-05-03 录音师2-10-05-05
主要岗位（群）或技术领域举例	1. 账号运营 2. 活动运营 3. 粉丝运营 4. 短视频编导	1. 账号运营 2. 活动运营 3. 粉丝运营 4. 短视频编导

	5. 短视频拍摄剪辑 6. 直播运营	5. 短视频拍摄剪辑 6. 直播运营
职业类证书举例	1. 自媒体运营职业技能等级标准- 初级（必考） 2. 数字影像处理职业技能等级证书 -初级（选考）	新媒体运营师（初级）

## 五、培养目标和培养规格

### （一）培养目标

本专业坚持立德树人的根本任务，培养能够践行社会主义核心价值观，德、智、体、美、劳全面发展，具有良好的科学与人文素养、职业道德和精益求精的工匠精神和信息素养，扎实的文化基础知识、较强的就业创业能力和学习能力，掌握本专业知识和技术技能，面向新闻业、互联网广告服务行业的全媒体运营师、商务策划专业人员、会展策划专业人员、文化经纪人相关的账号运营、活动运营、粉丝运营、短视频编导、短视频拍摄剪辑、直播运营等职业群（或技术领域），能够从事账号日常运营、粉丝与活动运营执行、创意短视频编与导、新媒体创意短视频制作、电商直播运营执行等工作的高素质劳动者和技术技能人才。

### （二）培养规格

本专业学生应在系统学习本专业知识和完成有关实习实训基础上，全面提升素质、知识、能力，掌握并实际运用账号运营、活动运营、粉丝运营、短视频编导、短视频拍摄剪辑、直播运营等岗位（群）需要的专业核心技术技能，总体上须达到以下要求。

1. 坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感，坚定维护国家政权、主权、统一和领土完整；

2. 能够熟练掌握与本专业从事职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握绿色生产、环境保护、安全防护、质量管理等相关知识与技能，了解新媒体运营等产业文化，遵守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感和担当精神；

3. 具备较强的沟通能力和问题解决能力，对自身工作的上下游关系了然于胸，掌握常用新媒体、影视、动画行业专业词汇、短语和缩略语，能够与项目上下游同事进行顺畅沟通，确保对项目需求、主管要求理解准确，能够通过寻找操作工具等方式代替人工操作，解决问题、提高效率，能够与团队成员通力协作，保持建设性的沟通，共同保障运营效果；

4. 有复盘意识、掌握复盘方法，通过各类新媒体运营项目复盘或数据复盘，进行结论的有效提炼、发现关键结论，并提供给策划、编导团队，在复盘过程中总结可取之处，并将所

学内容应用到下一个项目中；

5. 掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的思想政治、语文、历史、数学、英语、信息技术、体育与健康、艺术等文化基础知识，具有良好的科学与人文素养，具备职业生涯规划能力；

6. 对当下主流平台（如抖音、B站等）有深度使用和热爱，熟悉各主流新媒体平台（抖音、B站、微博等）规则和用户特点，熟练掌握新媒体账号开设、定位、运营、变现的流程及相关工具使用技巧；

7. 熟悉私域流量基本知识及常见引流方式，了解粉丝社群组织运营基本规则；

8. 对美术/影视艺术原理有基本掌握，了解视听语言的构成要素，掌握画面构图、色彩构成、人物景别、光、声音等基本知识，能够灵活运用到色彩搭配、画面构图和镜头动态把握中，提升海报、短视频等作品美感；

9. 掌握剧本创作的要素与禁忌等基础知识，熟悉一般剧本、脚本的撰写技巧及方法；

10. 掌握视频制作的相关基础知识，熟悉短视频转场、字幕、音效等效果的插入技巧，熟悉镜头剪辑与组接的一般规律；

11. 掌握直播平台的要求规范，了解直播带货、账号数据分析的基本知识，熟悉直播目标及各类数据的意义；制定直播运营策略及规划，制定直播GMV目标，对直播进行日常数据监控，通过数据反馈不断优化选品、活动方案。

12. 善于捕捉网络热点，能够实时关注网络热点并结合自身账号定位提供选题创意；

13. 能够精准掌握粉丝及活动定位特征，基于领导制定的私域引流方案，进行有效的跨站引流执行，基于社群的不同定位，有效涨粉；

14. 能够按照命题要求，完成某一类短视频制作工作，能够与团队配合密切，高质量、高效率、低成本地完成摄影创作与制作；

15. 具备广告法、个人信息保护法、著作权法等法律法规的常识素养，熟悉国家关于网络、直播的各项管理规定，能够避免账号内容侵权或触犯法律法规，保护好自身法律权益。

16. 具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力，具有整合知识和综合运用知识分析问题和解决问题的能力；

17. 掌握基本身体运动知识和至少1项体育运动技能，养成良好的运动习惯、卫生习惯和行为习惯；具备一定的心理调适能力；

18. 掌握必备的美育知识，具有一定的文化修养、审美能力，形成至少1项艺术特长或爱好；

19. 弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代精神，热爱劳动人民、珍惜劳动成果、树立劳动观念、积极投身劳动，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养、劳动技能。

## 六、培养模式

### （一）专业群说明

专业群围绕数字文化产业中文化 IP 数字化打造的业务模式，聚焦在区域文化挖掘、网络视听内容创作、网络视听内容传播、销售经营产业链中的网络视听内容创作和网络视听内容传播两个关键且用人需求较大的环节。其中数字影像技术、动漫与游戏制作专业主要对应网络视听内容中的影视、游戏、动漫等不同形态的网络视听内容创作技术领域，培养摄影师、摄像师、剪辑调色师、特效合成师、2D 动画制作师、3D 动画制作师、3D 建模师、短视频制作等技术技能型人才。新媒体运营专业对应新业态、新形势下的以短视频和直播为主的多渠道网络视听内容传播技术领域，培养新媒体平台内容运营、活动运营、粉丝运营、直播运营、短视频制作、短视频编导等懂制作会运营的复合型人才。

其中数字影像技术专业开设时间最早、师资队伍最强、校企合作资源最多、技术性强、学生升学就业质量最高，是专业群的核心专业。动漫与游戏制作专业是专业群的基础支撑专业，新媒体运营专业是专业群中的新增专业，两个专业紧紧围绕数字影像技术专业构成“一体两翼”的有机整体，以核心带动“两翼”共同发展，发挥专业群的规模效应、合力效应和效率效应，促进三个专业的共同发展。群内各专业与数字创意企业同频共振，服务区域文化产业集群，让区域文化 IP 的网络视听内容能够“创得出来”、“传得出去”，促进专业集群与产业集群之间的协调创新发展。



图 6-1 数字媒体艺术专业群组群逻辑示意图

## (二) 人才培养模式

新媒体运营专业以培养符合数字媒体制作及新媒体运营要求的具有创新意识、创意能力的复合型数字媒体艺术人才为目标。打通产业端和教学端，依托数字文化创意产品研发基地，实现学校与企业的“三对接”，构建由产促教、岗课赛证的“双主体、项目化、技艺创融合”的特色学徒制人才培养模式，如图6-2所示。专业将社会主义核心价值观、艺术修养、劳动态度、工匠精神等融入人才培养的全过程，贯穿成果导向的育人理念，项目引领、梯次渐进地开展学徒培养，培育能适应数字文化创意产业岗位技能迅速迭代，具有“厚人文、有创意、善设计、精技术”的复合型媒体人。

### 1. 模式内涵释义

**双主体：**即学校和企业深度融合协同育人，共同制定人才培养方案、课程标准、评价标准，分层渐进地进行学徒培养，形成产教共同体，为人才培养提供持续保障。

**项目化：**即课程内容全程来自企业的商业化项目，依托集群化产教融合平台进行项目的研发及转化，将临摹性项目、生产性项目及研发性项目贯穿人才培养全过程，实现课程内容与岗位生产标准的无缝对接。

**半工半读工学交替：**即在人才培养中通过“识岗”、“跟岗”、“熟岗”、“顶岗”四个阶段，完成从“学生”到“准员工”的角色转变。第1、2学期侧重学生通用基本技能学习以及通过大师进校园和企业参观认知，让学生基本认识岗位；第3、4学期侧重学生岗位核心

技能培养，通过半工半读的形式，上午在学校学习专业核心课程，下午在校中企进行跟岗实践，通过理实结合培养学生的岗位核心技能；第5学期侧重学生岗位核心技能的夯实和职业综合技能的培养，通过在企业作为“学徒”开展仿真项目和生产项目的实践达到学生能够在指导下熟练完成部分岗位工作日任务目标；第6学期侧重学生职业综合技能的培养，学生以准新员工的身份进行顶岗实习，在企业师傅的指导下独立完成一些生产项目。

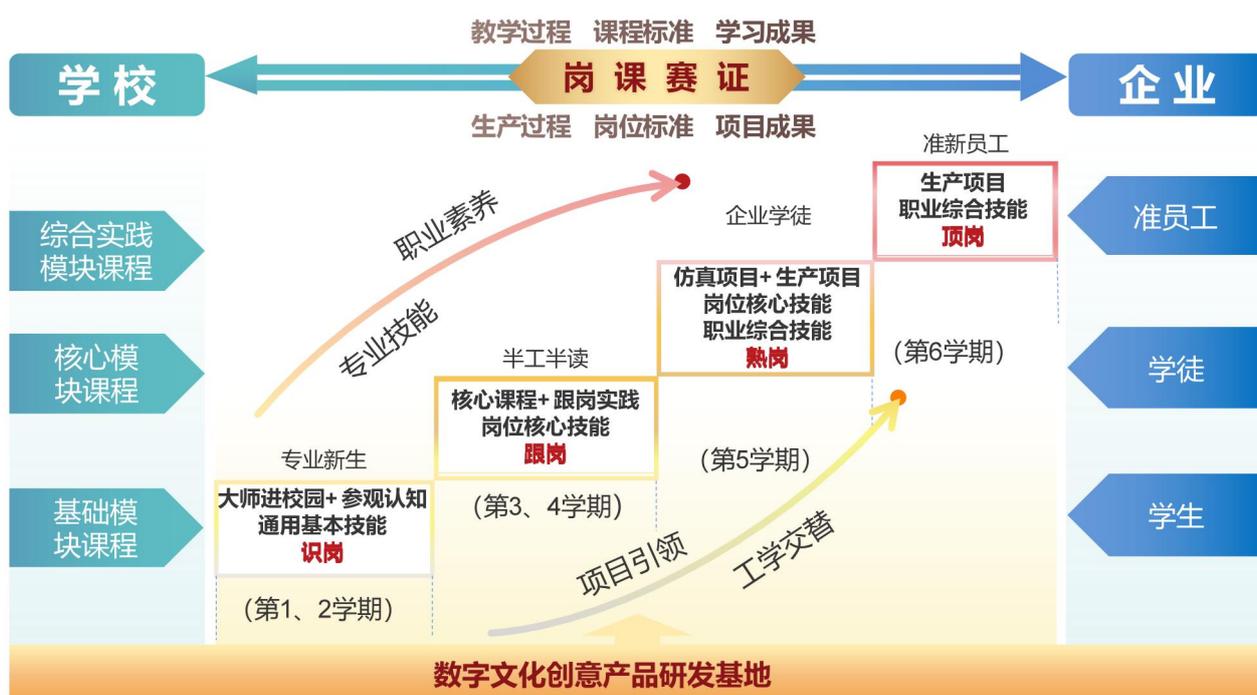


图 6-2 新媒体运营专业人才培养模式示意图

## 七、课程设置与要求

### (一) 课程体系

#### 1. 本专业岗课赛证实施情况

(1) 基于企业岗位典型工作任务深化专业课程体系改革。按照人才培养目标与岗位需求对接、课程教学内容与岗位工作任务内容对接的原则，本专业根据人才需求调研报告围绕账号运营、活动运营、粉丝运营、短视频编导、短视频拍摄剪辑、直播运营六个岗位按照 PGSD 能力分析模型开展职业分析，分析了目标岗位的典型工作任务、工作内容和 PGSD 能力要求并进行了课程转化和能力对应，精准促进“岗课”融合。

(2) 举办高水平职业技能大赛，大力推进“以赛促学”“以赛促教”。以职业院校技能大赛、行业大赛、校办职业技能大赛相结合的模式，选定了与岗位和专业核心课程对应密切的短视频制作、“强国有我不负青春”短视频大赛等，鼓励学生根据自身能力水平积极参与，大力推进“以赛促学”“以赛促教”。

(3) 将职业资格证书融入人才培养方案，打造“课证”融合的教学体系。在制订人才培养计划时，将《自媒体运营职业技能等级证书-初级》、《数字影像处理职业技能等级证书-初级》对应的职业技能标准、职业技能鉴定考试大纲和试题库，融入专业教学计划，设置与职业资格证书关键考核内容一致的《数字影像处理》专业核心课程和《自媒体运营》的综合应用课程，建立“岗一课一证”三位一体的专业课程体系。

(4) 建立“岗课赛证”相结合的多元评价模式。将考取职业证书纳入毕业要求中，同时开展学分互换，比赛获奖、考取证书可抵相应的学分。建立与“岗课赛证”相匹配的多元评价模式。

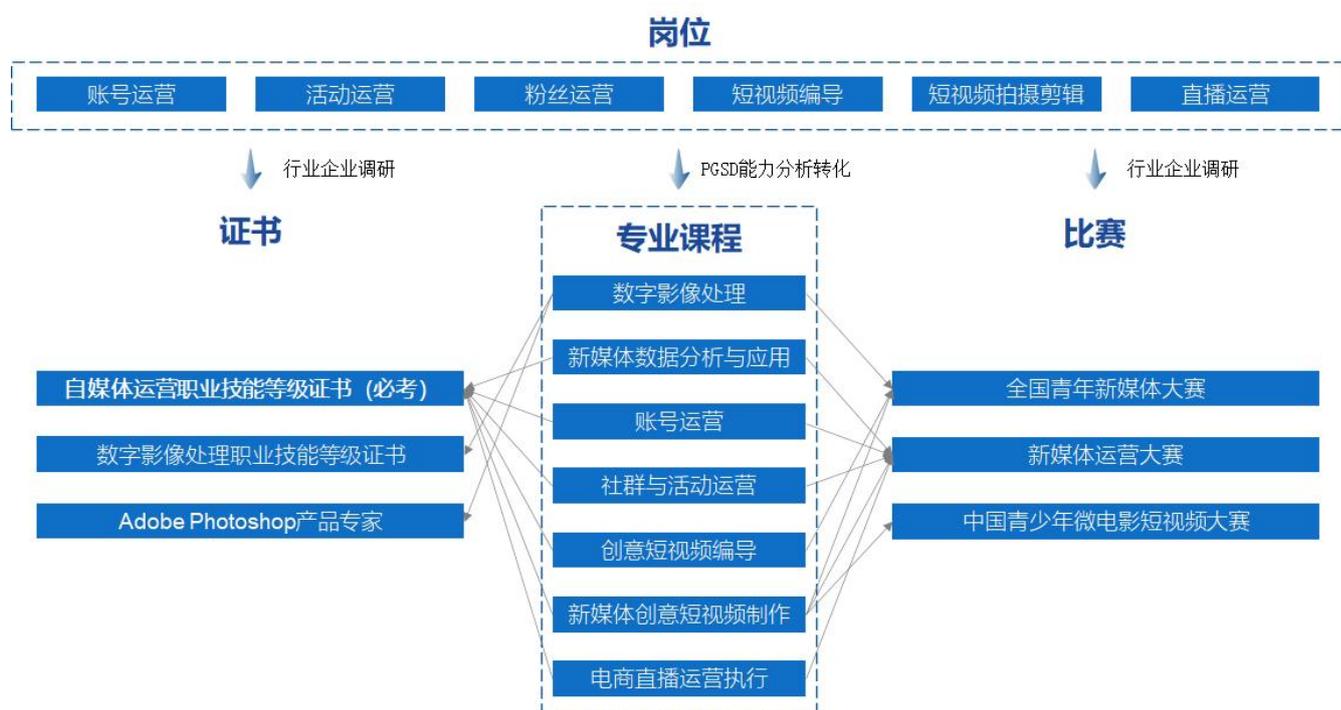


图7-1 新媒体运营专业岗课赛证实施框架图

## 2. 专业群课程体系

数字媒体艺术专业群遵循“工作导向、能力递进、专创融合、个性发展”的原则，聚焦学生艺术素养提升，以“技艺创融合”为核心，构建“平台为基、核心分设、拓展纵深”的“积木式”课程体系。对接“1+X”职业技能等级证书标准，岗课证融通，课程划分为A-公共基础课、B-群平台课、C-专业核心课、D-专业拓展课、E专业群拓展课等五大类课程。新媒体运营专业学生学习“A+B+C+D（专业拓展3选2）+E（公共拓展2选1、专业群拓展课5选3）”的课程套餐完成学历教育学分获得学历证书，并选择考取三个证书其中的一个，实现学历与技能并重，德技并修。如图7-2所示。

专业	数字影像技术	动漫与游戏制作	新媒体运营
岗位群	平面摄影师 剪辑师 调色师	摄像师 特效师 后期包装师	2D动画师 3D建模师 3D动画师
X证书	数字影像处理1+X证书、动画制作1+X证书、自媒体运营1+X证书 任选其一		
E 群拓展课程	公共拓展课 职业素养 中华传统文化 专业群拓展课 影视LED背景虚拟拍摄 (UE4) 区域文化IP宣传创作与运营 网络与新媒体广告 中外美术简史 创新思维方法		
D 专业拓展课	品宣效果图灯光渲染 MG动画制作 三维动画制作	品宣效果图灯光渲染 影视后期编辑 节目包装与特效制作	影视后期编辑 MG动画制作 三维动画制作
C 专业核心课	数字影像处理 (中阶) 电视节目摄像 影视后期编辑 节目包装与特效制作	二维动画辅助绘制 MG动画制作 动画运动规律 生活化简易三维模型制作 三维角色日常动画制作	新媒体创意短视频编导 新媒体账号运营 新媒体数据分析与应用 新媒体社群与活动运营 直播编导与运营执行
B 群平台课	平面和色彩构成 视听语言基础 美术基础 数字影像处理 人像与静物平面摄影 新媒体创意短视频制作		
A 公共基础平台课	思想政治 语文 数学 英语 历史 体育与健康 信息技术 艺术 劳动教育		

图7-2 数字媒体艺术专业群课程体系示意图

### 3. 本专业课程整体安排

本专业课程类型分为公共基础课程、专业课程。

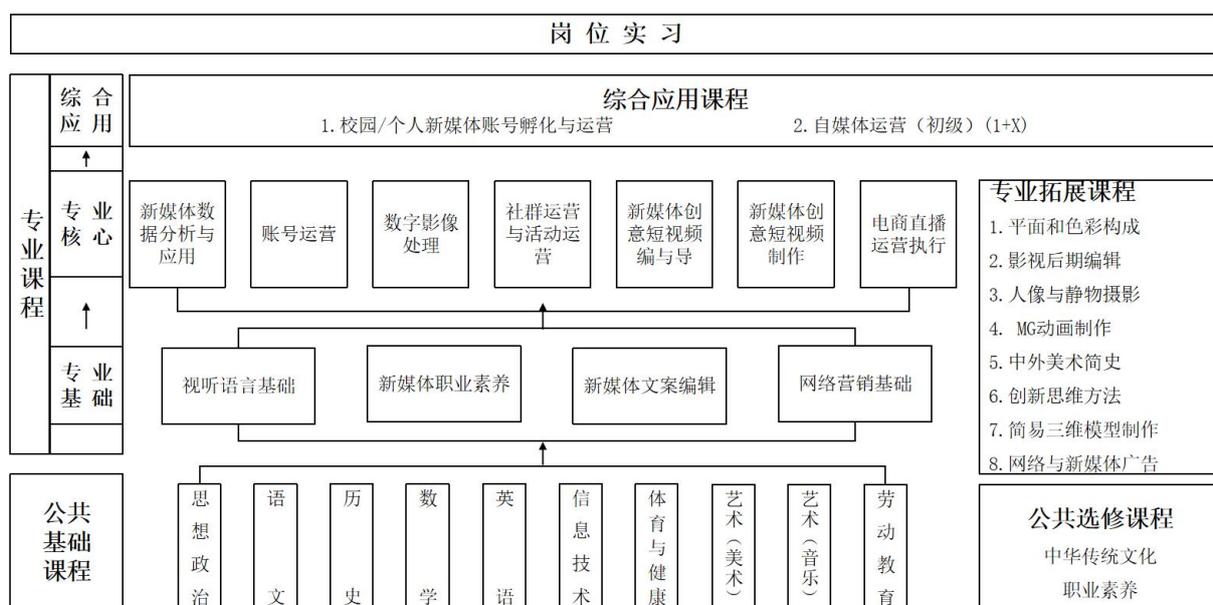
**公共基础课程：**注重学生知识储备、文化素质、科学素养、综合职业能力和可持续发展能力培养，为学生实现更高质量就业和职业生涯更好发展奠定基础。思政教育、素质教育、创新创业教育融入人才培养全过程。培养学生文化修养、艺术素养、逻辑建构等基础知识。

**专业基础课程：**设置视听语言基础、新媒体行业认知与从业规范、新媒体文案编辑、网络营销基础共4门课程，意在使专业学生形成对行业发展、职业素养、视听语言、新媒体文案、网络营销等内容的理解和内化，为专业技能学习和创新发展奠定理论和认知基础。

**专业核心课程：**面向岗位群中各岗位的核心能力要求，对应设置人像与静物平面摄影、数字影像处理、新媒体创意短视频编导、新媒体创意短视频制作、新媒体数据分析与应用、新媒体社群与活动运营、直播编导与运营执行共7门课程，依据课程标准，强化岗位核心技能培养，确保学生达到岗位任职要求。

**综合应用课程：**设置校园/个人新媒体账号孵化与运营、自媒体运营（初级）(1+X)，通过综合性项目训练，提高学生分析问题、解决问题的能力，为就业打下良好的基础。

**专业拓展课程：**设置影视LED背景虚拟拍摄(UE4)、区域文化IP影像动画发布运营、品宣效果图灯光渲染、网络与新媒体广告等课程，主要提升学生专业群内的岗位综合能力和岗位迁移能力。



**图 7-3 新媒体运营专业课程体系示意图**

## (二) 课程要求

### 1. 公共基础课

#### (1) 必修课

序号	课程名称	课程代码	主要教学内容和要求	学时	学分	备注
1-1	思想政治 (中国特色社会主义)	000000Z01	学生能够正确认识中华民族近代以来从站起来到富起来再到强起来的发展进程；明确中国特色社会主义制度的显著优势，坚决拥护中国共产党的领导，坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信；认清自己在实现中国特色社会主义新时代发展目标中的历史机遇与使命担当，以热爱祖国为立身之本、成才之基，在新时代新征程中健康成长、成才报国。	36	2	
1-2	思想政治 (心理健康与职业生涯)	000000Z01	学生应能结合活动体验和社会实践，了解心理健康、职业生涯的基本知识，树立心理健康意识，掌握心理调适方法，形成适应时代发展的职业理想和职业发展规划，探寻符合自身实际和社会发展的积极生活目标，养成自立自强、敬业乐群的心理品质和自尊自信、理性平和、积极向上的良好心态，提高应对挫折与适应社会的能力，掌握制订和执行职业生涯规划的方法，提升职业素养，为顺利就业创业创造条件。	36	2	
1-3	思想政治 (哲学与人生)	000000Z01	学生能够了解马克思主义哲学基本原理，运用辩证唯物主义和历史唯物主义观点认识世界，坚持实践第一的观点，一切从实际出发、实事求是，学会用具体问题具体分析等方法，正确认识社会问题，分析和处理个人成长中的人生问题，在生活中做出正确的价值判断和行为选择，自	36	2	

序号	课程名称	课程代码	主要教学内容和要求	学时	学分	备注
			觉弘扬和践行社会主义核心价值观,为形成正确的世界观、人生观和价值观奠定基础。			
1-4	思想政治 (职业道德 与法治)	000000Z01	学生能够理解全面依法治国的总目标,了解我国新时代加强公民道德建设、践行职业道德的主要内容及其重要意义;能够掌握加强职业道德修养的主要方法,初步具备依法维权和有序参与公共事务的能力;能够根据社会发展需要、结合自身实际,以道德和法律的要求规范自己的言行,做恪守道德规范、尊法学法守法用法的好公民。	36	2	
2	语文	000000Z02	在义务教育的基础上,进一步培养学生掌语文握基础知识和基本技能,强化关键能力,使学生具有较强的语言文字运用能力、思维能力和审美能力,传承和弘扬中华优秀传统文化,接受人类进步文化,汲取人类文明优秀成果,形成良好的思想道德品质、科学素养和人文素养,为学生学好专业知识与技能,提高就业创业能力和终身发展能力,成为全面发展的高素质劳动者和技术技能人才奠定基础。	198	11	
3	历史	000000Z03	学生能够在义务教育历史课程的基础上,以唯物史观为指导,进一步了解人类社会形态从低级到高级发展的基本脉络、基本规律和优秀文化成果;从历史的角度了解和思考人与人、人与社会、人与自然的关系,增强历史使命感和社会责任感;进一步弘扬以爱国主义为核心的民族精神和以改革创新为核心的时代精神,培育和践行社会主义核心价值观;树立正确的历史观、民族观、国家观和文化观;塑造健全的人格,养成职业精神。	72	4	
4	数学	000000Z04	学生能够获得进一步学习和职业发展所必需的数学知识、数学技能、数学方法、数学思想和活动经验;具备中等职业学校数学学科核心素养,形成在继续学习和未来工作中运用数学知识和经验发现问题的意识,运用数学的思想方法和工具解决问题的能力;具备一定的科学精神和工匠精神,养成良好的道德品质,增强创新意识,成为德智体美劳全面发展的高素质劳动者和技术技能人才。	144	8	
5	英语	000000Z05	学生在义务教育基础上,能够进一步提升英语学习的兴趣,能够进一步学习语言基础知识,提高听、说、读、写等语言技能,发展中等职业学校英语学科核心素养;能在真实情境中开展语言实践活动,认识文化的多样性,形成开放包容的态度,发展健康的审美情趣;能够理解思维差异,增强国际理解,坚定文化自信;能树立正确的英语学习观,能用英语讲好中国故事。	144	8	
6	信息技术	000000Z06	要落实立德树人的根本任务,在完成九年义务教育相	108	6	

序号	课程名称	课程代码	主要教学内容和要求	学时	学分	备注
			关课程的基础上，通过理论知识学习、基础技能训练和综合应用实践，培养中等职业学校学生符合时代要求的信息素养和适应职业发展需要的信息能力。帮助学生认识信息技术对当今人类生产、生活的重要作用，理解信息技术、信息社会等概念和信息社会特征与规范，掌握信息技术设备与系统操作、网络应用、图文编辑、数据处理、程序设计、数字媒体技术应用、信息安全和人工智能等相关知识与技能，综合应用信息技术解决生产、生活和学习情境中各种问题；在数字化学习与创新过程中培养独立思考和主动探究能力，不断强化认知、合作、创新能力，为职业能力的提升奠定基础。			
7	体育与健康	000000Z07	学生能够熟练掌握部分体育项目的技巧，形成健康的行为与生活方式，健全人格，强健体魄，具备身心健康和职业生涯发展必备的体育与健康学科核心素养，行成健康人格、增强体能素质、提高综合职业能力，养成终身从事体育锻炼的意识、能力与习惯，提高生活质量，为全面促进学生身体健康、心理健康和社会适应能力服务。	180	10	
8	艺术 (美术)	000000Z08	学生能够具备美术审美和实践能力，提升其艺术品位为目的的美术活动。学生通过观察、体验、赏析、评判等活动，学习美术知识和技能，欣赏美术作品，了解作品主题，感悟作品情感，理解作品内涵，认识美术的基本功能与作用，提高审美情趣和美术实践能力。	18	1	
9	艺术 (音乐)	000000Z08	学生能够具备音乐审美和实践能力，提升其音乐品位为目的的音乐活动。学生通过聆听中外经典音乐作品，参与音乐实践活动，学习有关知识和技能，认识音乐的基本功能与作用，获得精神愉悦，提高审美情趣和音乐实践能力。	18	1	
10	劳动教育	000000Z09	学生能够增强职业荣誉感和责任感，提高职业劳动技能水平，培育积极向上的劳动精神和认真负责的劳动态度的基础上，持续开展日常生活劳动，能够促进学生自我管理生活，提高劳动自立自强的意识和能力；运用专业技能为社会、为他人提供相关公益服务，培育社会公德，厚植爱国爱民的情怀；依托实习实训，参与真实的生产劳动和服务性劳动，增强职业认同感和劳动自豪感，提升创意物化能力，培育不断探索、精益求精、追求卓越的工匠精神和爱岗敬业的劳动态度，坚信“三百六十行，行行出状元”，体认劳动不分贵贱，任何职业都很光荣，都能出彩。	18	1	

(2) 选修课

序号	课程名称	课程代码	主要教学内容和要求	学时	学分	备注
1	职业素养	000000Z13	学生能够提升职业意识，规范职业行为，养成优秀职业品质；引导学生了解职场、了解职业，以一个准职业人的身份要求自己；使学生成为崇尚劳动、敬业守信、创新务实的社会好公民；成为立足岗位、服务群众的全媒体人；成为德才兼备、创新进取、精益求精的优秀工匠。	36	2	平台基础课程 第二学期选择2学时。
2	中华传统文化	000000Z12	学生能够了解中国传统文化思想文明成就，中华民族创造历史，融入社会文化的意涵，学生具备爱国主义情操，开阔文化视野。例如：琴棋书画、传统文学、饮食厨艺、民间工艺等	36	2	平台基础课程 第一、二学期各选1学时。

## 2. 专业课

专业课包括专业基础课程、专业核心课程、综合应用课程和专业拓展课程等。

### (1) 专业基础课

专业基础课程是必修课程，包括：视听语言基础、新媒体运营基础（含法律法规）、平面和色彩构成、新媒体文案编辑，共4门课程。

序号	课程名称	课程代码	主要教学内容和要求	学时	学分	备注
1	视听语言基础	730605Z0B01	学生能够掌握电影、电视、新媒体短视频、数字影视短片等形态的视听语言的概念与特性，熟悉形成影像的基本元素。使学生深入理解和领会镜头（景别、角度、焦距与焦点、运镜）、轴线、动画场面调度、人物造型、画面构图、电影声音、剪辑技巧、蒙太奇等影视视听语言的基本原理与典型案例，为后续进行人物拍摄、场景拍摄、情节拍摄、灯光造型设计、剪辑等工作奠定视听语言基础，培养影视内容制作方面的创造力。	36	2	平台基础课程
2	新媒体运营基础（含法律法规）	730605Z0B02	学生能够对新媒体行业形成基础认知，能够熟练掌握媒体行业道德与法律法规，掌握高效学习、积极网络情绪、逻辑思考与表达（讲好中国故事）、审辩之眼看热点、为“她/他”发声（媒体人的社会责任）、问题分析与解决、团队分工及项目管理、用心沟通与魅力表达、时间管理的工具与方法，成为基础积淀较为扎实的新媒体人。	72	4	平台基础课程

序号	课程名称	课程代码	主要教学内容和要求	学时	学分	备注
3	平面和色彩构成	730605Z0B03	学生掌握构成的基本概念及设计思维。利用点、线、面、不同形态、色彩、空间等方面的创造而进行的一种偏重于逻辑思维和创造性思维的有效训练，通过这种训练，学生最大限度地挖掘自己的创造潜能，从而获得丰富的、适应于艺术设计知识，为专业后续设计制作课程学习打下坚实基础。	72	4	平台基础课程
4	新媒体文案编辑	730605Z0B04	学生能够掌握新媒体文案的撰写要点及规范，通过对文案编写技巧的学习，提高文案输出能力，在面对不同群体、不同适用场景时能够快速输出恰当的文案。同时学习常见的文案编辑与排版工具，培养独立完成新媒体文案撰写、排版及发布的能力。	72	4	

## (2) 专业核心课

专业核心课程是必修课程，包括：人像与静物平面摄影、数字影像处理、新媒体创意短视频编导、新媒体创意短视频制作、新媒体数据分析与应用、新媒体社群与活动运营、直播编导与运营执行，共7门课程。

序号	课程名称	课程代码	主要教学内容和要求	学时	学分	备注
1	人像与静物平面摄影	730605Z0B05	学生能够基于人像与静物的摄影实践，重点在于对摄影技法的掌握，包括艺术构思、构图方法、光线的使用、照片的后期处理等方面；具备在人像摄影、静物摄影和商业摄影领域拍摄以及处理影像的能力。	72	4	
2	数字影像处理	730605Z1B06	学生能够熟练应用 PS、CDR、AI、ID 等制图软件，对于各种图像素材能够进行“再创作”；能够调动图形设计能力，制作各类镜头装饰元素图案、主题背景、各类特效矢量图等；掌握透过多种方式创造和结合符号、图片和文字，做出用来传达想法或讯息的视觉表现。	72	4	平台基础课程 + 书证融通课程
3	新媒体创意短视频编导	730605Z1B07	学生能够熟练掌握短视频选题创意的方法与技巧，在熟练使用央广网“内容生产管理系统”进行热点线索搜集和内容统一审核与管理的基础上，使选题能体现出甲方要传达的信息；熟练掌握剧本编写的方法与技巧，使剧本逻辑通顺，台词贴近生活；能够据剧情要求指导演员表演，在后期包装阶段指导剪辑、特效、音轨的包装和制作，使成片可以准确表达剧	108	6	书证融通课程

4	新媒体创意短视频制作	730605Z1B08	学生能够通过综合性的短视频主题策划、制作，学生能够强化职业应用能力、制作过程所必须具备的综合职业素养和相关工作经验等；熟悉各类新媒体创作平台，充分运用网络数字媒体的发展提高学生从事各类新媒体作品创意、短视频创作与后期包装的实践能力。	108	6	书证融通课程
5	新媒体账号运营	730605Z1B09	学生能够掌握账号运营的流程及工作任务；掌握常见新媒体平台特性、账号定位、内容素材选择与处理、账号内容发布规则、账号数据获取等相关内容；掌握账号注册、内容日常维护、选题优化、账号评论监测、粉丝维护、运营数据统计等方法；熟练联合应用央广网新媒体矩阵管理平台与各大平台后台，独立进行新媒体账号日常运营。	108	6	书证融通课程
6	新媒体数据分析与应用	730605Z1B010	学生能够熟悉新媒体数据获取渠道、掌握各类新媒体数据含义；能够掌握3种左右数据分析方法，能够进行数据分析应用和分析结果优化；通过对数据进行分析处理及可视化的训练，提高学生利用数据思维在新媒体行业中分析问题、解决问题的能力。	90	5	书证融通课程
7	新媒体社群与活动运营	730605Z1B11	学生能够掌握常见私域流量基本知识、常见引流方式、常见社群玩法；熟练掌握各常见引流方式的操作流程、社群维护、社群活动执行的技巧；结合案例分析成功引流、社群高效裂变的因素，培养快速引流并将流量变现的基本能力。	108	6	书证融通课程
8	直播编导与运营执行	730605Z1B12	学生能够通过学习直播间带货模式及流程的相关知识，学生能够熟悉一场直播带货活动各环节的工作内容（包括选品预告环节、直播间搭建环节、直播环节、复盘环节）；掌握直播脚本的撰写技巧，建立协助完成直播活动的的能力，具备电商直播运营岗位的综合素质及职业准备。	108	6	书证融通课程

### (3) 综合应用课

综合应用课程是必修课程，包括：校园/个人新媒体账号孵化与运营、自媒体运营（初级）(1+X)，共2门课程。

序号	课程名称	课程代码	主要教学内容和要求	学时	学分	备注
1	校园/个人新媒体账号孵化与运营	730605Z0B13	学生能够提升新媒体账号创建与运营的实践能力，学生可根据自己的兴趣、爱好、特长、用户画像、目标用户等元素选择自己的账号内容与平台定位，选定内容形式，并采用所学理论知识进行内容创作与内容发布，通过对运营数据的分析对内容进行调整，实现运营优化，实现粉丝积累、经验和认知积累的目标。	72	4	
2	自媒体运营 (初级) (1+X)	730605Z0B14	学生通过参与校园 MCN 真实业务的综合演练，熟练应用央广网账号管理系统和内容生产管理系统，综合提升自身运营自媒体平台的操作能力，为今后从事新媒体运营、内容运营、短视频运营、平台运营等岗位提供实践机会与职业经验。学生需对前期所学专业知进行综合应用，完成内容素材编辑创作、账号日常更新与维护、社群运营与活动执行、数据监测与收集等工作，达到新媒体运营专业的实践能力要求，提高作为新媒体行业人才的综合职业素质。	72	4	

#### (4) 专业拓展课

专业拓展课是选修课，包括：影视LED背景虚拟拍摄（UE4）、区域文化IP影像动画发布运营、网络与新媒体广告、影视后期编辑、MG动画制作、三维动画制作、中外美术简史、创新思维方法，共8门课程。

序号	课程名称	课程代码	主要教学内容和要求	学时	学分	备注
1	影视 LED 背景虚拟拍摄 (UE4)	730605Z0X15	学生综合运用前期掌握的三维建模软件，以小组为单位选择天图万境真实项目作为学习和演练载体，基于 UE4 引擎，根据影片故事需求或导演构想，制作与之契合的行车外景、远景、抠像背景、宫殿城堡/办公室等室内场景、虚拟舞台/科幻等虚拟空间场景，制作 LED 背景，使灯光烘焙效果与影片风格、故事情节匹配，与棚内置景匹配。进入实拍阶段后，学生能够运用摄影摄像基础、实时渲染、实时合成的专业技能，在现场辅助摄影师保障拍摄画面中的空间比例、摄像头运动轨迹、透视关系、光影变化自然流畅。	72	4	8 选 5， 共 20 学分

序号	课程名称	课程代码	主要教学内容和要求	学时	学分	备注
2	区域文化 IP 影像动画发布运营	730605Z0X16	学生以昌平区特色文化 IP 为创作对象,综合运用平面拍摄、视频拍摄、图像处理、视频剪辑、特效合成等技术模块,以小组为单位,学生自选主题进行区域文化 IP 数字影像制作,在全校乃至社会范围内发布作品,展示学生技能培养成果,提升专业影响力。	72	4	
3	影视后期编辑	730605Z0X17	学生通过应用后期软件 (PR/FCP/达芬奇) 对影视素材进行后期处理,将镜头按照一定的原则组接成片,在实践中掌握不同类型视频的视听语言法则,通过剪辑实操 (剪辑 MV/剪辑广告片/剧情片) 夯实非线性编辑的实操能力。同时对国内外优秀节目、纪录与实验影像的案例赏析、临摹、分析,熟悉和掌握影像语言的创作过程,具备编辑影片、创作影像语言的能力。	72	4	
4	MG 动画制作	730605Z0X18	学生能够按照实际目标出发,用丰富的范图、案例生动详细地介绍动画造型设计中各类元素的设计原理,包括人物、动物、怪物、机械以及其他必要的基础及辅助性原理,包括动作设计原理、人体结构、服饰设计、动物设计、怪物设计、机械设计等。	72	4	
5	网络与新媒体广告	730605Z0X19	学生能够掌握新媒体广告的表现形态和类型,具备一定的市场营销、媒介调查、广告设计、媒体策划与运营的知识 and 能力,能够运用新媒体进行门户广告、搜索引擎广告、微博广告、微信广告、直播广告等广告运作。	72	4	
6	三维动画制作	730605Z0X20	学生能够熟练掌握三维软件 Maya、3DMax 的绑定、权重调节、生成控制器、添加动作、K 关键帧的操作,能够快速实现基础物体动画 (小球、武器等)、推拉摇移摄像机镜头动画、两足角色基础运动动画 (走、跑、跳、飞、扑)、四足生物角色基础运动动画 (走、跑、跳、飞、扑)、日常基本表情动画 (说话、吃饭、吹泡泡) 等各类基础动作表情动画的制作,使角色、道具动画符合运动规律、契合背景故事设定,自然流畅。	72	4	

序号	课程名称	课程代码	主要教学内容和要求	学时	学分	备注
7	中外美术简史	730605Z0X21	<p>学生能够掌握每个时期美术样式形成的政治、军事、文化、科学与地理背景及意义，通过纵横联系、中西比较提升自身对中外美术的造型、特征及精神内涵的理解。</p> <p>学生能够立足当代，结合现实，立体地掌握中外美术各艺术风格、流派及作品作家的特点，知道何以为美，提升自身审美标准。</p>	72	4	
8	创新思维方法	730605Z0X22	<p>学生能够掌握创新基础知识、创新思维与创新技法，通过学习国内外已有的创新方法和理论，有意识地运用创新思维进行选择、策划、创意、设计和解决问题，提高在学习、工作上的创新创造能力。</p>	72	4	

#### (5) 岗位实习课

岗位实习课程是必修课程。

序号	课程名称	课程代码	主要教学内容和要求	学时	学分	备注
1	岗位实习	730605Z0B23	<p>学生通过从事一定的工作实践或生产操作对特定技术、技能或综合职业能力有相应的提升，是实践教学的重要形式之一，学生离校走入企业生产一线，在企业中进行职业素质方面的强化训练，了解社会，增强岗位意识和岗位责任感，提升职业综合素养。</p>	600	30	

## 八、教学进程总体安排

### (一) 课程结构比例表

表 8-1 新媒体运营专业课程结构比例表

总学时	总学分	公共基础课学时	公共基础课学时占比>=33%	实践课学时	实践课学时占比>=50%	选修课学时	选修课学时占比>=10%
3264	178	1134	34.7%	2192	67.1%	432	13.2%

### (二) 教学活动周进程安排表(单位：周)

表 8-2 新媒体运营专业教学活动周进程安排表

项目 学期	军事 训练	理实一 体教学	社会 实践	劳动 教育	认识 实习	岗位 实习	考证	考试	总周数	备注
一	1	18	0.5					0.5	20	
二		18		1	0.5			0.5	20	
三		18	0.5			1		0.5	20	
四		18		1		0.3	0.2	0.5	20	
五		18	0.5			0.8	0.2	0.5	20	
六						20			20	
合计	1	90	1.5	2	0.5	22.1	0.4	2.5	120	

### (三) 实践教学环节安排表(单位: 周)

表 8-3 新媒体运营专业实践教学环节安排表

序号	名称	总周数	第一学年		第二学年		第三学年		备注
			1	2	3	4	5	6	
1	区域文化宣传短视频创作实践	1			1				
2	区域文化宣传账号运营实践	2				1	1		
3	岗位认知企业实践	0.5		0.5					
4	工学交替岗位实践	2			1	0.8	0.8		
5	作品展	2		0.5	0.5	0.5	0.5		
6	岗位实习	20						20	

### (四) 职业资格证书考取安排表

表 8-4 新媒体运营专业职业资格证书考取安排表

序号	证书名称及等级(必考/选考)	拟考学期	对应课程	开设学期	证书类型
1	自媒体运营职业技能等级标准-初级(必考)	4、5	*自媒体运营(初级)(1+X)	4	职业技能等级证书
			数字影像处理	2、3	
			新媒体社群与活动运营	4	
			新媒体创意短视频编导	3	
			新媒体创意短视频制作	3	
			直播编导与运营执行	5	
			校园/个人新媒体账号孵化与运营*	5	

2	数字影像处理职业技能等级证书-初级 (选考)	3	数字影像处理	2、3	职业技能等级证书
---	---------------------------	---	--------	-----	----------

### (五) 专业教育活动设置与教育时间安排进程表

如表 8-5 所示, 在专业教学的同时, 进一步创新学校“五育”并举综合培养途径, 提升中职学校学生培养质量, 促进学生德智体美劳全面发展。提出了“五育并举、一带四”的发展理念, 以学校“爱国爱党”、“修德修身”、“铸魂铸匠”三大特色主题教育活动为路径, 紧扣育人总目标, 凸显出昌职育人的特色和风貌。

表 8-5 专业教育活动设置与教育时间安排进程表

教育系列	课程名称	教育主题	课程性质	学期课时安排					
				有模有样		有思有责		有勇有智	
				一	二	三	四	五	六
爱国爱党系列	主题班会	勿忘历史, 以国为荣	必修	1					
		我骄傲我是中国人	必修			1			
		我是学校代言人	必修					1	
	思政教育活动	“勿忘历史, 以国为荣”主题系列活动	选修	√	√				
		“我骄傲我是中国人”主题系列活动	选修			√	√		
		“我的梦中国梦”主题系列活动	选修					√	
		爱国爱党系列观影会	必修	√	√	√	√	√	
		爱国主义歌曲合唱、史诗朗诵比赛	必修	2	2	2	2	2	
		国防教育综合实践活动	必修	2W					
		“新媒体人”思政大讲堂	选修	3	3	3	3	3	
中国电影博物馆参观	必修	√							
“我奉献, 我快乐”志愿服务实践活动	选修	1	1	1	1	1			
修德修身系列	主题班会	知礼懂礼我做起	必修	1					
		我的责任我担当	必修			1			
		勇于对不良现象说不	必修					1	
		关心他人, 把握界限	必修					1	
		明辨是非、谁是英雄	必修				1		
		你会爱自己吗?	必修	1					
		做最美的自己	必修	1					
	如果我是你	必修				1			
五	“知礼守法我做起”主题系列活动	必修	√	√					

育 教 育 活 动		“知恩懂孝我担当”主题系列活动	选修			√	√		
		“勇于对不良现象说不”主题系列活动	选修					√	
		入学教育	必修	10					
		艺术节-年度教育教学成果展	必修	2W		2W		2W	
		体育节-运动会	必修	2W	2W	2W	2W	2W	
		社团活动	选修	28	28	28	28	28	
		付冬梅主题教育	必修	√		√		√	
		IT 吉尼斯	选修		1		1		
		青春风采 show	选修	1		1		1	
铸匠 铸魂 系列	主 题 班 会	带着目标上路	必修		1				
		从菜鸟到达人	必修				1		
		铸就非凡匠心	必修					1	
		做自己人生的掌舵者	必修		1				
		世界这么大，带你去看看	必修			1			
		用心经营生活	必修						1
		未来扑面而来	必修					1	
	五 育 教 育 活 动	“带着目标上路”主题系列活动	选修	√	√				
		“从菜鸟到达人”主题系列活动	选修			√	√		
		“铸就非凡匠心”主题系列活动	选修					√	
		科技节-IT 类科技竞赛活动	必修	√		√		√	
		双创节-学生创意项目孵化及展示活动	必修	√	√	√	√	√	
技能大比拼		选修	1	1	1	1	1		

说明：

1. 主题班会使用周一“主题班会课”学时，“爱国主义歌曲合唱、史诗朗诵比赛”使用周四“团活动”学时，其他教育活动结合实际安排，使用“主题班会课”学时、“团活动”学时、早读晚自习时间及课余时间。

2. 表中“W”表示“周”、“√”表示在相应学期内自行安排时间，不限定学时量。

## （六）教学进程安排表（见附录1）

## 九、实施保障

### （一）师资队伍

#### 1. 队伍结构

教师队伍的数量、学历和职称要符合国家有关规定，形成合理的梯队结构。本专业学生数与专任教师数比例不高于 16:1，本专业学生数与思政教师数比例不高于 200:1，专任教师中具有高级专业技术职务人数不低于20%，双师型教师占专业教师比不低于90%，兼职教师承

担专业课的比例不低于20%。

## 2. 专任教师

具有中职及以上教师资格和数字媒体艺术领域有关证书；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有数字媒体相关专业本科及以上学历；具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力，熟悉岗位群工作要求；具有较强的信息化教学能力，能胜任专业课程的教学，能够开展课程教学改革和科学研究；每年累计不少于1.5个月的企业实践经历。实验实习指导教学应具有3年以上企业工作经历。专任教师能够适当深入学习党和国家以及业务主管部门对应的经济、政治、文化、社会、生态或党建的相关理论，努力成为先进思想文化的传播者、党执政的坚定支持者，更好担起学生健康成长指导者和引路人的责任。

## 3. 专业带头人

专业带头人原则上应具有副高及以上职称，能够较好地把握国内外新媒体行业、专业发展现状与未来趋势，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在本区域或本领域具有一定的专业影响力。

## 4. 兼职教师

兼职教师应具备中级以上职称或高级工以上资格，主要从相关行业企业聘任，在行业企业一线从事管理、技术工作3年以上，尤其是合作企业的行业大师可以作为兼职教师，具有相关工作的丰富经历和较强的专业技能，熟悉工作流程。具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具备具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上数字媒体相关技能资格证书，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务，参与专业建设、课程开发等活动。

## （二）教学设施

教学设施主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、校内实训室和校外训等。

### 1. 专业教室条件

为满足学生账号运营、活动与粉丝运营、短视频编导与制作等专业需求，需配备专业多媒体教室及相应讨论区，具体如下：

表 9-1 新媒体运营专业教室设备详情表

设备名称	具体描述	数量
教学计算机	Windows 系统电脑	31
	Office 办公软件	31

设备名称	具体描述	数量
	剪辑软件：剪映、PR	31
教学资源平台	教学项目资源库、内部存储及访问互联网	/
讨论区	可移动桌椅，可单独坐、可分组坐	30
	可移动白板	2

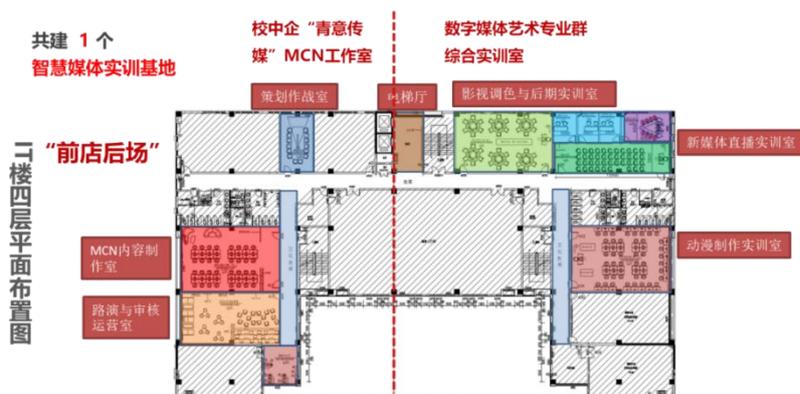
## 2. 校内实训室要求

基于校中企“青意传媒”MCN工作室的真实MCN运营业务和运营模式，共建1个智慧媒体实训基地，探索新媒体专业“前店后场”的新型“现代学徒制”的人才培养模式：

(1) **深度探索混合所有制模式：**通过内部结算机制探索学院“自负盈亏”运作机制；通过对外项目运作探索市场化运转机制，激发学院自身造血功能。

(2) **开展真实企业运营：**建立企业运营机制，运营新媒体IP业务，承接校外影像服务生产制作的项目。

(3) **打造学徒制人才培养实训基地：**选拔数媒专业群优秀学生成立学徒班由企业师傅开展学徒人才培养。



9-1 校内实训基地平面布置图

表9-2 新媒体运营专业校内实训室一览表

序号	实训室名称 (面积m <sup>2</sup> )	主要功能		主要设施设备配置建议
		对应主要课程	主要实训项目	
1	策略作战室 (35m <sup>2</sup> )	1. 新媒体社群与活动运营	1. 校园/个人新媒体账号孵化与运营 2. 自媒体运营(初级)(1+X)	本实训室主要用于选题策划、账号IP策划、审核与演讲路演，配置会议室、演讲需求基本配置即可。
2	路演与审核运营室 (91.7m <sup>2</sup> )	1. 新媒体社群与活动运营 2. 新媒体创意短视频编导 3. 新媒体创意短视频制作		

序号	实训室名称 (面积m <sup>2</sup> )	主要功能		主要设施设备配置建议
		对应主要课程	主要实训项目	
3	新媒体直播实训室 (25m <sup>2</sup> , 2间)	1. 直播编导与运营执行		<p>一、录音系统*2</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 数字调音台, 2台, 12路单声道输入话筒/线路输入和 2 个立体声输入</li> <li>2. 话筒, 4只, 率响应: 50Hz-15kHz</li> <li>3. 话筒架, 4只, 黑色万向MIC支架, 含5m电缆, 桌夹最高可夹到53mm</li> <li>4. 耳机, 4副, 头戴式耳机, 监听耳机, 2副, 头戴式耳机, 驱动单元/直径 40mm大动驱单元, 频率响应 18Hz - 20KHz</li> <li>5. 监听音箱, 2对, 最大声压级: 105"两分频全频有源监听音箱</li> <li>6. 固态播放器, 2台, 1U机架式; 带http网络流音频播放; 支持微信语音播放;</li> <li>7. 录制工作站, 2台, NewCorei5-10500(3.1G/12M/6核) /8G/1TB/DVD-RW/USB抗菌键盘/USB Optical 抗菌鼠标/机箱智能电磁锁/23.8寸显示器 /win10操作系统</li> </ol> <p>二、新媒体直播系统*2</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 直播手机, 2台, 全网通, 麒麟9000旗舰芯片, 8GB+256GB</li> <li>2. 手机支架, 2套, 手机直播支架补光灯套装</li> <li>3. 无线话筒, 2套, 一拖二手机无线小蜜蜂采访直播收音麦</li> <li>4. 背景屏, 2台, 4K超高清智慧语音, 超薄悬浮全面屏</li> </ol> <p>三、导播间</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 导播工作站, 2台, NewCorei5-10500(3.1G/12M/6核) /8G/1TB/DVD-RW/USB抗菌键盘/USB Optical 抗菌鼠标/机箱智能电磁锁/23.8寸显示器 /win10操作系统</li> <li>2. 监听音箱, 2对, 频率响应: 47-25kHz (-6dB), 54-20kHz (±2.0dB); 单元配置: 低音5" +高音3/4" 金属球顶+DCW</li> <li>3. 监听耳机, 2副, 头戴式耳机, 驱动单元/直径 40mm大动驱单元, 频率响应 18Hz - 20KHz</li> </ol> <p>四、基础配置</p>

序号	实训室名称 (面积m <sup>2</sup> )	主要功能		主要设施设备配置建议
		对应主要课程	主要实训项目	
				1. 直播桌, 1张*2 2. 座椅, 10把*2 3. 120多阻尼轻质复合隔声墙零星封窗洞, 9.75 m <sup>2</sup> *2
4	后期制作实训室 标称面积 (≥80m <sup>2</sup> )	1. 数字影像处理 2. 新媒体创意短视频制作		1. 图像处理: Ps、Lr等软件 2. 音视频剪辑: FCPX、Pr等软件; 3. 电视节目包装: AE、3DMax、C 4D 等软件; 4. 影视节目调色、Davinci调色软件 ;

### 3. 校外实训室基地基本要求

校外实训基地建设拓展有实质性合作、联系紧密的MCN企业、直播代运营基地和企业市场营销部作为校外实训基地,形成长期互动的合作机制,以培养学生的综合职业能力为目标,在真实的职场环境中使学生得到有效的训练,实现校企双方的互利双赢。目前该专业校外实训基地有北京亿和文华数字科技有限公司、友邦佳通电子科技有限公司、央广传媒、天图万境(虚拟制片)等。拓展的校外实训基地必须具备的基本要求如下:

(1) 企业应是正式的法人单位,组织机构健全,领导和工作(或技术)人员素质高,管理规范,发展前景好。

(2) 所经营的业务和承担的职能与相应专业对口,在本地区的本行业中有一定的知名度,社会形象好。

(3) 能够为学生提供专业实习实训条件,并且满足学生顶岗实训一个月以上。

(4) 有相应的技术人员担任实训指导教师。

### (三) 教学资源

#### 1. 教材选用机制和要求

中职阶段思想政治、语文、历史三科,必须使用国家统编教材。高职阶段必须使用国家统编的思想政治理论课教材、马克思主义理论研究和建设工程重点教材;中职阶段其他公共基础课教材须选用国家规划教材;中职阶段专业核心课程和高职阶段公共基础课程教材优先从国家和省级规划教材中选用,也可在学校教材信息库中选用,建议选用校企合作开发活页式/工作手册式校本教材;不得以岗位培训教材取代专业课程教材。选用的教材应符合课程标准的基本要求,必须具有思想性、科学性、先进性和适用性。相同课程标准的同一门课程选用一种教材,确因教学需要的辅助教材,任课教师提出拟选用教材,须经各教学实施部位审议通过方可使用。

## 2. 图书文献配备要求

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献主要包括：行业政策法规资料，有关软件开发的技术、标准、方法、操作规范以及实务案例类图书等。

## 3. 数字教学资源配置要求

以专业领域特点，强化应用功能和共享机制设计。数字化资源包括专业文献、视频音频资料、电子教材、教辅材料、教学课件、案例库、行业政策法规资料、职业考评、就业创业信息等，形式多样、使用便捷、动态更新。

## 4. 支持信息化教学方面的基本要求

(1) 用智慧职教平台将课程设计、课程资源、课程习题建设在平台上进行授课教学使用

(2) LMS网络学习平台、四叶草课程平台雨课堂、UMU、蓝墨云班课等学习APP

(3) 与合作企业共同建立信息化教学资源库，资源库内容包括实训项目库、信息化微课库、测评库、知识库、素材库等，形成一套一体化设计、结构化课程、颗粒化资源的信息化教学资源库，帮助学生自主学习、辅助教师教学，引导学生利用信息化教学条件自主学习，提升教学效果。

### (四) 教学方法改革

在疫情常态化背景下，积极运用现代化教育技术，改革教学方法与教学手段，开展基于网络课程的案例式、探究式、研讨式、翻转课堂和混合式等教学模式，增强教学效果。教学方法设计中，考虑“基于项目的学习、基于问题的学习、探讨式学习、研究性教学、案例教学”等开展教学方法，突出培养学生运用所学解决实际问题的能力，满足技术技能型人才培养要求。积极推动“课程思政”改革，将灌输与渗透相结合、理论与实际相结合、历史与现实相结合、显性教育与隐性教育相结合。加强课堂教学管理，规范教学秩序，打造优质课堂。

### (五) 教学评价改革

围绕学生综合职业能力，构建“三元三阶四维”评价体系。通过教师、企业、学生三个评价主体和以终为始的毕业评价、学年评价、学期评价三个评价阶段，结合教学目标，从核心素质、关键知识、综合能力、实践成果四个维度，形成个性化成长报告，助力学生发现自身优劣势，不断自我完善，使教学评价更加多元有效。

#### 三元评价主体：

学生作为评价主体，提升学生在学习过程中的关注度，启发学生对学习满意度和学习效果的思考；教师、用人企业参与评价，促进从教学到实践中各环节持续改进的意愿度。

学生评价：学生与学生之间进行评价：“三人行必有我师”，朋辈之间的欣赏更容易将他人闪光点，内化到自身的行为当中。

教师评价：教师作为主要评价主体可帮助学生始于评价，终于改进。

企业评价：侧重对实践成果的评价，是检验教学成果是否符合时代和行业需求的试金石。

### **三阶评价阶段：**

以终为始得梳理学习评价阶段，主要分为毕业评价、学年评价、学期评价。

学期评价，采用理论测试和综合项目测试的方式对学生进行考核，检查学生的专业能力和职业素养的成长确实达到或超过预期。理论采用试卷测试的方式进行，采用定量的测试，检查学生对专业知识的掌握程度。综合项目测试由教师、企业专家共同形成考官，选取源自企业的真实工作任务作为考核项目，组织学生以小组合作的方式在规定的时间内完成项目任务，考官全程进行测评，可根据项目的难易对评价项目及权重进行适当调整。

学年评价，采用每学年进行“述职”答辩的方式进行，学生对自身一学年的知识与技能学习、项目学习、赛证结果进行综合汇报；学期/学年“述职”评委会，由学校教师，企业人员参与共同评审。

毕业评价在达到毕业要求的基础上综合毕业答辩、学年答辩、学分及理论成绩，进行综合等级评定。结果分为三个等级，分别是通过、良好和优秀，并确立对应标准与分布比例。

各评价阶段之间的评价维度各有不同的侧重，完整记录学习旅程，阶段化的评价可以及时发现学习过程中的待改进点，适时、及时地解决问题。

### **四维评价维度：**

从底层核心素养的培养作为起点，通过学习积累知识，经由实践转化为自身能力，形成学习成果，覆盖全部学习过程，使评价过程更完整。主要包含四方面维度：核心素质、关键知识、综合能力、实践成果

(1) 核心素质：主要包括品格和修养两个子维度。品格：指爱国、爱党、遵纪守法、有正确的社会主义价值观和新闻观，坚定维护国家政权、主权、统一和领土完整。修养：道德修养、职业修养和通识修养。道德修养：诚实守信、遵守公共道德。职业修养：爱岗敬业、有职业担当、具备良好的职业礼仪。通识素养：哲学社会科学素养、人文素养、自然科学与技术素养、美学艺术素养、实践能力素养

(2) 关键知识：拥有核心素养的必备常识，以及本专业和相关专业领域基础理论与知识。

(3) 综合能力：纳入全国职业院校技能大赛和对应1+X证书结果评估，验证完成本专业工作所需的通用能力和专业能力；

(4) 实践成果：能利用在校期间积累的素质和专业知识，形成综合能力，进而在实践中产出实际的工作结果。

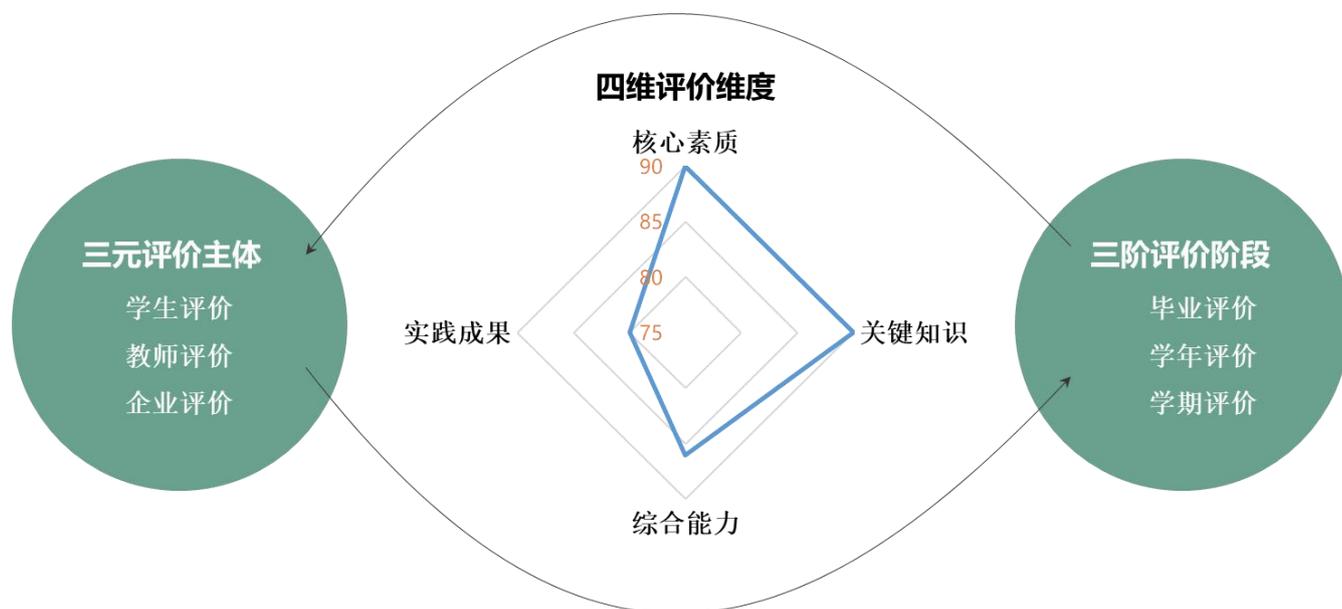


图 9-1 教学评价机制图

## （六）质量诊断与改进

1. 建立专业建设和教学质量诊断与改进机制。健全专业教学质量监控管理制度，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养规格。

2. 完善教学管理机制。加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

3. 建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制。对生源情况、在校学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

4. 建立专业教研活动机制。成立专业教研组，定期进行教学评估，针对重点、难点问题开展教研，充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

5. 建立人才培养方案实施的监管体系及修订机制。加强对人才培养方案实施情况的检查指导和必要的质量监测。形成人才培养方案修订机制，紧跟区域产业行业发展变化，结合人才培养质量，每年调整、更新专业人才培养方案，推进专业人才培养质量持续提升。

## 十、毕业要求

### （一）学分要求

至少修满178学分。学分免修条件：

比赛：教育部组织的国家级比赛获奖，可抵扣2学分，学会组织的抵1学分；北京市一等奖以上奖项抵1学分；

证书：考取1+X等国家级职业技能等级证书，1个抵4学分；考取行业、企业相关职业技能等级证书，1个抵2学分；

荣誉：获得市级“三好学生”“优秀学生干部”等同等荣誉，可酌情抵扣1-2学分。

## （二）思想道德要求

坚持正确的政治方向，爱国拥党，理想信念坚定，思想道德高尚，行为习惯良好，无违规违纪；参与学校德育体系要求的核心教育内容学习，三年评价成绩合格。

## （三）职业资格证书要求

必须考取自媒体运营职业技能等级证书（初级）

## （四）综合实践要求

参与1项以上综合实践项目，并通过项目考核。

## （五）转段说明

中职阶段学生报考北京财贸职业学院2年制专科，必须具有新媒体运营的专业基础，侧重对专业理论知识和英语水平的考试，突出专业性。考试合格者，可继续升入高职学习。

限定条件：

1. 选拔推荐期间有处分未解除者。
2. 公共文化课及专业基础课的平均成绩低于70分者。
3. 平均总评成绩低于70分者。
4. 在学习过程中有两门及两门以上课程不及格者（按初次成绩核算）。

奖励条件：

1. 凡学生获得市级三好学生、市级优秀学生干部、市级优秀团干部称号且符合没有处分、平均总评成绩高于70分者两项条件者，可直接获得考试资格。
2. 在各类市级赛项中获得市级一等奖学生可在同等条件下优先推荐。
3. 在全国技能大赛中取得三等奖以上的学生可在同等条件下优先推荐。

# 十一、附录

## (一) 附件1. 教学进程安排表

课程类别	序号	课程名称	课程编码	学分	学时分配			课程性质	考核方式	学期课时安排						备注	
					总学时	理论	实践			中职阶段							
										1	2	3	4	5	6		
公共基础课	1	思想政治	000000Z01	10	144	150	30	必修	考试	2	2	2	2				
	2	语文	000000Z01	10	198	150	30	必修	考试	2	2	2	2	3			
	3	历史	000000Z01	4	72	42	30	必修	考试	2	2						
	4	数学	000000Z01	8	144	114	30	必修	考试	2	2	2	2				
	5	英语	000000Z02	8	144	114	30	必修	考试	2	2	2	2				
	6	信息技术	000000Z03	6	108	36	72	必修	考试	6							
	7	体育与健康	000000Z04	10	180	30	150	必修	考试	2	2	2	2	2			
	8	艺术（美术）	000000Z05	1	18	6	12	必修	考试	1							
	9	艺术（音乐）	000000Z06	1	18	6	12	必修	考试		1						
	10	劳动教育	000000Z07	1	18		18	必修	考试						1		
	<b>公共基础必修课汇总</b>				<b>58</b>	<b>1044</b>	<b>630</b>	<b>414</b>			<b>19</b>	<b>13</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	
	1	职业素养	000000Z13	2	36	12	24	限选	考查		2						▲群平台课
	2	中华优秀传统文化	000000Z12	2	36	12	24	限选	考查	1	1						
	<b>公共基础选修课汇总</b>				<b>4</b>	<b>72</b>	<b>24</b>	<b>48</b>			<b>1</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	
	<b>公共基础课汇总</b>				<b>62</b>	<b>1116</b>	<b>654</b>	<b>462</b>			<b>20</b>	<b>16</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	
专业课	专业基础课	1	视听语言基础	730605Z0B01	2	36	27	9	必修	考试	2						▲群平台课
		2	新媒体运营基础(含法律法规)	730605Z0B02	4	72	30	42	必修	考试	4						▲群平台课
		3	平面和色彩构成	730605Z0B03	4	72	30	42	必修	考试	2	2					▲群平台课
		4	新媒体文案编辑	730605Z0B04	4	72	30	42	必修	考试		4					

专业 核心 课	1	人像与静物摄影（平面）	730605Z0B05	4	72	18	54	必修	考试		4							
	2	数字影像处理-初级	730605Z1B06	4	72	18	54	必修	考试		2	2						▲群平台课+ 书证融通课程
	3	新媒体创意短视频编与导	730605Z1B07	6	108	27	81	必修	考试			6						书证融通课程
	4	新媒体创意短视频制作	730605Z1B08	6	108	27	81	必修	考试			6						书证融通课程
	5	新媒体账号运营	730605Z1B09	4	72	18	54	必修	考试			2	2					书证融通课程
	6	新媒体数据分析与应用	730605Z1B010	6	108	27	81	必修	考试			4	2					书证融通课程
	7	新媒体社群与活动运营	730605Z1B11	6	108	27	81	必修	考试				6					书证融通课程
	8	直播编导与运营执行	730605Z1B12	6	108	27	81	必修	考试					6				书证融通课程
综合 应用 课	1	校园/个人新媒体账号孵化与运营*	730605Z0B13	4	72	0	72	必修	考试									不占上课课时
	2	自媒体运营（初级）(1+X)*	730605Z0B14	4	72	0	72	必修	考试									书证融通课程 不占上课课时
<b>专业必修课汇总</b>				<b>60</b>	<b>1152</b>	<b>288</b>	<b>792</b>			<b>8</b>	<b>12</b>	<b>18</b>	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>0</b>			
专业 拓展 课	1	影视 LED 背景虚拟拍摄（UE4）	730605Z0X15	4	72	18	54	选修	考查							16		4 学期任选一门；5 学期任选四门
	2	区域文化 IP 宣传创作	730605Z0X16	4	72	18	54	选修	考查				4					

(8选 5,共 20学 分)		与运营														
	3	网络与新媒体广告	730605Z0X17	4	72	18	54	选修	考查							
	4	影视与后期编辑	730605Z0X18	4	72	18	54	选修	考查							
	5	MG动画制作	730605Z0X19	4	72	18	54	选修	考查							
	6	三维动画制作	730605Z0X20	4	72	18	54	选修	考查							
	7	中外美术简史	730605Z0X21	4	72	18	54	选修	考查							
	8	创新思维方法	730605Z0X22	4	72	18	54	选修	考查							
<b>专业拓展课汇总</b>				<b>20</b>	<b>360</b>	<b>90</b>	<b>270</b>			<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>16</b>	<b>0</b>	
岗位 实习	1	岗位实习	730605Z0X22	30	600	0	600	必修	考试						30	
<b>专业课汇总</b>				<b>85</b>	<b>1512</b>	<b>400</b>	<b>1130</b>			<b>8</b>	<b>12</b>	<b>17</b>	<b>18</b>	<b>22</b>	<b>0</b>	
合 计	<b>选修课合计</b>			<b>24</b>	<b>432</b>	<b>114</b>	<b>318</b>			<b>0</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>16</b>	<b>0</b>	
	<b>必修课合计</b>			<b>154</b>	<b>2886</b>	<b>958</b>	<b>1874</b>			<b>28</b>	<b>25</b>	<b>27</b>	<b>24</b>	<b>12</b>	<b>30</b>	
	<b>总计</b>			<b>178</b>	<b>3318</b>	<b>1072</b>	<b>2192</b>			<b>28</b>	<b>28</b>	<b>28</b>	<b>28</b>	<b>28</b>	<b>30</b>	

## （二）附件2. 职业分析及课程转化表

### 2.1 典型工作任务与工作内容分析汇总表

典型工作任务		工作内容						
序号	名称	1	2	3	4	5	6	7
A	账号日常运营	账号注册与装修维护	收集整理热点内容	提供账号选题创意	更新发布账号内容	维护账号粉丝活跃度	统计竞品内容与数据	统计账号数据情况
B	粉丝与活动运营执行	管理员、个人号人设维护	私域引流方案执行	企业微信群日常管理	粉丝平台话题互动	限时活动执行		
C	创意短视频编与导	短视频选题创意	剧本编写	现场拍摄调度	后期包装指导	复盘与优化		
D	新媒体创意短视频制作	个人生活/才艺类竖屏短视频创作	美食类横屏短视频创作	家乡风光类纪实短视频创作	剧情类短视频创作	科普分享类短视频制作		
E	电商直播运营执行	选品上架	撰写脚本话术	直播现场布置、设备调试	直播预告	直播场控	统计直播数据	

### 2.2 PGSD能力分析表

典型职业活动名称： 账号日常运营	典型职业活动序号：A	工作任务及编号	1 账号注册与装修维护	2 收集整理热点内容	3 提供账号选题创意	4 更新发布账号内容
			5 维护账号粉丝活跃度	6 统计竞品内容与数据	7 统计账号数据情况	
典型职业活动描述		<p>1. 活动性质：该活动是新媒体行业中运营岗位的入门级典型职业活动，通过新媒体平台进行账号管理、内容发布、粉丝促活等，促进涨粉、变现，达到宣传、推广及营销等目的。</p> <p>2. 职业活动：运营者需要了解微信公众号、微博、抖音、知乎、小红书等平台规则，熟悉账号的定位及受众群体，善于捕捉热点并发布热点话题，对平台上的留言评论进行回复及筛查，整理统计运营数据。</p> <p>3. 工作范畴：在工作团队中账号运营者通常与策划、内容创作者保持紧密联系，提供运营数据、掌控账号发布节奏和时间节点、提升账号活跃度与账号权重、推动账号涨粉变现等。</p>				
工作要求与考核标准		1. 能够熟练掌握各主流新媒体平台的平台规则与账号功能，能够熟练地进行账号注册、账号装修，进行粉丝互动和账号数据统计。				

	2. 善于捕捉网络热点，能够实时关注网络热点并结合自身账号定位提供选题创意。		
	3. 对自身账号数据及竞品数据进行对比分析，能够按照数据模板定期提供自身及竞品基础数据、分析数据并进行结论的有效提炼，提供给策划、编导团队。		
<b>使用工具硬件与软件</b>	硬件：手机、电脑 软件：Word、Excel、Ps 等常规图文编辑软件		
<b>能力类别</b>	<b>编号</b>	<b>能力描述</b>	<b>学习程度</b>
职业能力	P-A-1.1	了解各主流新媒体平台（抖音、B站、微博等）账号特性，确定账号定位，按照各新媒体平台的注册和认证要求完成账号注册。	L2 理解
	P-A-1.2	掌握各平台账号的美化功能，根据账号定位选择合适的头像并撰写描述，设置相应的自动回复，使受众快速了解账号性质，对账号形成印象。	L3 应用
	P-A-2	能够及时捕捉热点风向或话题，对热点内容进行整理总结，确保热点的时效性。	L4 分析
	P-A-3	了解受众群体的特征，能够根据热点话题和账号定位提供有创意的选题，并且能有 2-3 个选题纳入使用。	L4 分析
	P-A-4.1	了解各主流新媒体平台（抖音、B站、微博等）的内容发布规则、形式和争取更多流量的技巧，确保发布的内容符合平台要求、能够获得更多流量。	L2 理解
	P-A-4.2	熟练使用各类平台的发布功能（微信公众号需使用秀米、135 编辑器），完成图片与文案的排版，选择合适时间进行内容更新发布。	L3 应用
	P-A-5.1	对当下主流平台（如抖音、B站等）有深度使用和热爱，熟练掌握各主流新媒体平台（抖音、B站、微博等）评论管理及回复功能，积极回复粉丝留言或评论。	L3 应用
	P-A-5.2	了解账号粉丝喜好，选择相应的话题和语言方式与粉丝进行友好互动，提高粉丝黏性和账号活跃度。	L4 分析
	P-A-6	能够精准识别竞品账号，关注竞品账号日常发布的内容与数据，对有代表性的内容和数据进行整理统计。	L4 分析
P-A-7.1	熟练掌握各主流新媒体平台（抖音、B站、微博等）后台数据管理及分析功能，能够熟练导出账号各项数据及分析结果（粉丝数、阅读量、新增粉丝数等）。	L3 应用	

	P-A-7.2	能够熟练运用央广网“新媒体矩阵管理平台”，进行第三方平台账号监管、内容管理、多维度/多数据统计新媒体传播效果及分析，进行新媒体账号矩阵的高效统一管理。	L3 应用
通用能力	G-A-1	信息技术：能熟练使用 Word、Ps 和 Excel 等办公软件，完成文字、图片和数据的输入输出。	L3 应用
	G-A-2	传媒敏感度：具备敏锐的传媒嗅觉，关注传媒热点，善于捕捉热点事物将其转化为新媒体创作来源。	L3 应用
	G-A-3	数据分析能力：能对自身账号及竞品账号的运营数据进行对比分析，总结出关键结论，给上级领导做决策提供有力支持。	L4 分析
社会能力	S-A-1	法律常识：具备广告法、个人信息保护法、著作权法等法律法规的常识素养，熟悉国家关于网络、直播的各项管理规定，能够避免账号内容侵权或触犯法律法规，保护好自身法律权益。	L3 应用
	S-A-2	逻辑梳理能力：具备较强的条理性，能够合理安排剧情走向，确保剧情发展流畅自然，避免生硬突兀。	L3 应用
	S-A-3	沟通能力：能和各对接岗位人员有效沟通，确保工作质量；能和粉丝打造轻松愉悦的沟通氛围，提高粉丝粘性和账号活跃度。	L3 应用
	S-A-4	情绪控制力：在面对不友好的评论或回复时能冷静下来，正面、有技巧地应对和处理。	L3 应用
	S-A-5	时间把控能力：运营者需要及时发布账号内容，确保热点的时效性，抢占获取关注的最佳时机。	L3 应用
发展能力	D-A-1	学习能力：能够在指导下完成第一个账号后举一反三地主动探索学习完成其他账号注册和日常运营工作。	L3 应用
	D-A-2	创新思维：能够在参考其他账号的基础上，在选题创意、内容发布、粉丝互动等方面有一定的创新与改变。	L3 应用
	D-A-3	问题解决思维：能够通过寻找操作工具等方式代替人工操作，解决问题、提高效率。	L3 应用

典型职业活动名称： 粉丝与活动运营	典型职业活动序号：B	工作任务及编号	1 管理员、个人号人设维护	2 私域引流方案执行	3 企业微信群日常管理	4 粉丝平台话题互动
			5 限时活动执行			

执行					
典型职业活动描述	<p>1. 活动性质：该活动是属于新媒体行业的一种宣传、营销手段，以粉丝为中心，遵循其需求设置运营活动与规则，以达到预期的运营目标。</p> <p>2. 职业活动：运营者需要根据上级制定的私域引流方案，对社群进行日常管理与维护，定期在社区内进行话题互动、发布和组织群内活动消息，对产品进行宣传推广。</p> <p>3. 工作范畴：运营者是连接产品与粉丝群体的中间桥梁，通过一系列的营销手段为产品打开私域流量通道，促进成交、变现，提升粉丝满意度，增进粉丝粘性。</p>				
工作要求与考核标准	<p>1. 能够精准掌握粉丝及活动定位特征，基于领导制定的私域引流方案，进行有效的跨站引流执行，基于社群的不同定位，有效涨粉。</p> <p>2. 能及时获取行业最新动态及热点信息，维护好管理员/个人号人设，并在社群内组织良性交流，维护社群活跃度和认可度，促进涨粉和转化变现。</p> <p>3. 在活动执行过程中，能按时保质完成粉丝限时活动中自身所负责的物料设计与跟进、活动预热、粉丝互动、数据统计等工作，确保项目按时推进、完美落地，并及时对项目进行数据统计，协助上级进行项目复盘。</p>				
使用工具硬件与软件	<p>硬件：手机、电脑</p> <p>软件：Ps、Pr、剪映等常规图频处理软件</p> <p>Excel、PPT 等常规办公软件</p>				
能力类别	编号	能力描述			学习程度
职业能力	P-B-1.1	有一定的图片编辑和文案编辑基础，能够根据上级领导所策划的管理员、个人号的人设，整体打造和维护账号的头像、昵称、个性签名和背景页，确保账号对外形象符合人设，给粉丝留下独特印象。			L2 理解
	P-B-1.2	有一定的话题规划、文案设计能力，能够根据上级领导所策划的管理员/个人号的人设、所营销产品的定位、用户画像，规划每周、每天的朋友圈内容，进行产品价值、产品火爆程度、个人生活、段子、感悟等内容发布，强化人设定位，促进粉丝认同度。			L3 应用
	P-B-2	了解私域流量基本知识及常见引流方式，能够熟练掌握各常见引流方式的操作流程及步骤，进行有效的软文、社群资料、发红包等方式，跨站引流。			L3 应用
	P-B-3.1	了解粉丝社群组织运营基本规则，能够熟练掌握企业微信等常见工具，完成粉丝群创建及管理，对新用户完成社群信息及入群规则告知，积极拉新并持续优化 SOP 流程。			L3 应用

	P-B-3.2	熟悉企业微信群操作规则，能够不定期重申群规，有效审核群成员，能够积极维护社群氛围，及时清除广告、负面以及不良信息。	L3 应用
	P-B-3.3	熟悉企业微信群后台数据统计方法，能够定期进行社群数据统计与分析，评估社群成员活跃度，总结提炼社群运营的关键结论，供领导制定社会运营优化策略参考。	L3 应用
	P-B-4.1	具备用户思维，能够精准定位用户群体，掌握用户画像，对粉丝群体的特征有清晰的认识，根据行业最新动态与社会热点，规划每周社群交流议题。	L3 应用
	P-B-4.2	根据所制定议题，收集资料、编辑文案，定期在群内发布议题、资源及相关物料，引导粉丝与组织间的交流互动，提升粉丝活跃度。	L3 应用
	P-B-5.1	能够系统收集项目背景资料、竞品资料、行业形势信息，根据客户提供的需求，理清需求优先级，明确活动目标，整理活动需求信息表。	L3 应用
	P-B-5.2	能够快速收集活动素材与信息，为活动策划和内容执行提供主题、形式创意，能够符合活动定位与用户需求。	L3 应用
	P-B-5.3	能够熟练使用 Ps 等绘图软件进行图片处理，以图片为支撑，突出活动特点及产品卖点，并按照活动要求，配合限时活动文案在社群平台发布，起到预热预告作用。	L3 应用
	P-B-5.4	能熟练使用 Pr、剪映等软件进行视频剪辑，以影像视频为支撑，突出活动特点及产品卖点，并按照活动要求，配合限时活动文案在社群平台发布，起到预热预告作用。	L3 应用
	P-B-5.5	具备基础数据思维，能熟练使用 Excel 软件进行活动数据的统计和分析，能够制作 PPT 文件，完成对活动的数据复盘汇报。	L3 应用
通用能力	G-B-1	数据分析能力：熟练掌握热点、活动监测软件，能准确获取运营中的各环节数据，根据数据定性定量分析运营得失，得出确定性结论和优化方向。	L4 分析
	G-B-2	逻辑梳理能力：具备较强的条理性，能够合理安排剧情走向，确保剧情发展流畅自然，避免生硬突兀。	L3 应用
社会能力	S-B-1	项目推进能力：熟练掌握基本的活动执行方法，明确任务交付关键节点，做到完整、无失误、零差错地完美执行落地，促成活动的有效执行。	L3 应用
	S-B-2	思维灵敏：能独立处理活动中的突发事件、紧急情况，对预警现象有提前预判能力，提前制定 Plan B 应急预案。	L3 应用

	S-B-3	项目复盘能力：了解复盘方法论，能够养成定期复盘的习惯，进行经验总结和优化建议的提炼。	L4 分析
	S-B-4	沟通协调能力：能和各对接岗位人员有效沟通，确保工作质量；能积极引导社群友好沟通，耐心回复粉丝留言与疑问，提高粉丝满意度与认可度。	L3 应用
	S-B-5	情绪控制力：在面对不友好的评论或回复时能冷静下来，正面、有技巧地应对和处理，避免与粉丝冲突。	L3 应用
	S-B-6	法律常识：具备广告法、个人信息保护法、著作权法等法律法规的常识素养，能合理地规避道德、法律等维度存在的风险。	L3 应用
发展能力	D-B-1	学习能力：能在项目复盘过程中总结可取之处，并将所学内容应用到下一个项目中。并保持对新趋势、新方向的学习能力，不断提升。	L3 应用
	D-B-2	问题解决思维：能够通过寻找操作工具等方式代替人工操作，解决问题、提高效率。	L3 应用

典型职业活动名称： 创意短视频编导	典型职业活动序号：C	工作任务及编号	1 短视频选题创意	2 剧本编写	3 现场拍摄调度	4 后期包装指导
			5 复盘与优化			
典型职业活动描述	<p>1. 活动性质：该活动是短视频编导岗位的典型职业活动，是短视频创作的核心部分，也是短视频拍摄的主要流程。</p> <p>2. 职业活动：编导需要负责短视频创作的全过程活动，包括选题创意、剧本编写、现场拍摄、后期包装及事后复盘，从零开始生成一个完整的短视频作品的策划与创作。</p> <p>3. 工作范畴：编导岗位需要与多方进行协调沟通，包括客户、演员、拍摄辅助、后期剪辑等工作人员，将客户需求以完整短视频的形式呈现出来，融入创意卖点，吸引受众，起到良好的宣传推广效果。</p>					
工作要求与考核标准	<p>1. 选题策划：选题要能正确体现出甲方想要传达的信息，不能出现模棱两可的信息表达，创意符合主流价值观，不触犯法律过触碰禁区。</p> <p>2. 剧本编写：剧本逻辑通顺；没有常识性错误；台词语言自然，贴近生活；可以综合考虑镜头时长、配乐、构图等多个环节。</p> <p>3. 现场拍摄调度：要根据剧情要求指导演员表演，指挥剧组各部门相互配合并最终完成拍摄，所拍摄素材能准确表达剧本主题。</p> <p>4. 后期包装指导：以脚本主题为中心、综合素材、设备、软件、技术等情况，进行后期剪辑、特效、音轨的包装和制作，成</p>					

	片可以准确表达剧本主题。		
<b>使用工具硬件与软件</b>	工具：各类摄影器材、电脑、监视器、耳机、麦克风、对讲机 软件：剪映、PR、AE、Finalcut 等主流剪辑软件 Word、PPT 等常规办公软件		
<b>能力类别</b>	<b>编号</b>	<b>能力描述</b>	<b>学习程度</b>
职业能力	P-C-1.1	能够使用央广网“内容生产管理系统”进行热点线索搜集，来源包括微信微博等第三方平台数据汇总及传统热线、自有平台爆料等内容，进行选题策划辅助。	L3 应用
	P-C-1.2	能够正确把握甲方意图或账号定位与粉丝需求，根据甲方需求/粉丝需求设计创意选题和对应主题。	L3 应用
	P-C-1.3	熟悉记录生活记录类、美食类、家乡风光纪实类、剧情类、科普分享类等不同类型短视频的拍摄手法及特点，能为选题选择合适的短视频类型。	L3 应用
	P-C-1.4	具备剧本大纲的制定能力，能够根据主题和视频类型制定拍摄提纲，并确保提纲具有可实施性。	L3 应用
	P-C-2.1	熟悉拍摄所需要的准备工作，包括设备、场地、时间、天气、人员、服装、道具等，确保各个要素均在剧本中得到体现。	L3 应用
	P-C-2.2	能够根据创意主题和拍摄提纲编写剧本，剧本应逻辑通顺，情节完整，没有常识性错误，编写时能综合考虑镜头时长、配乐、构图等多个环节。	L3 应用
	P-C-2.3	台词风格、用词节奏契合所拍摄视频类型需求，符合账号粉丝调性。	L3 应用
	P-C-3.1	能够独立熟练使用摄影常见器材（设备）进行 3-5 分钟短片拍摄，完成简单短视频的独立拍摄。	L3 应用
	P-C-3.2	能够结合剧本和现场情况进行二次创作，并保证剧本主题思想传递正确。	L3 应用
	P-C-3.3	能够对演员的表演进行台词、语气、表情、动作等指导，帮助演员正确塑造人物，对现场拍摄布置根据短视频内容需要进行指导，确保剧情效果到位。	L4 分析
	P-C-4	熟练操作使用 PR、AE、剪映、Finalcut 等主流剪辑软件，能够指导剪辑岗位对视频素材进行加工，生成完整作品，并能正确表述主题。	L3 应用
P-C-5.1	能够使用央广网“内容生产管理系统”进行内容的统一审核和在线管理，进行高效、多人、	L3 应用	

		有序的内容管理，便于快速检索、回顾和优化。	
	P-C-5.2	能够根据视频投放后的播放、点赞、转发、涨粉等数据，进行短视频创意、剧本、成片的复盘分析，优化选题和短视频创作。	L4 分析
通用能力	G-C-1	热爱短视频行业，对热点有较高敏感度，例如政策新闻、财经、科技、制造等行业新闻，懂得与热点巧妙结合。	L3 应用
	G-C-2	信息收集与分析能力：能够准确理解甲方需求，参照行业里的相关动态制定拍摄主题。	L3 应用
	G-C-3	逻辑梳理能力：具备较强的条理性，能够合理安排剧情走向，确保剧情发展流畅自然，避免生硬突兀。	L3 应用
	G-C-4	审美能力：具有一定的美学判断能力，对场景搭建、演员服装搭配、灯光、特效等环节进行把控与指导。	L3 应用
	G-C-5	信息技术：对常见摄影器材（设备）及各类主流剪辑软件有一定的了解，能够熟练使用 Word、PPT 等常规办公软件完成剧本输出。	L3 应用
社会能力	S-C-1	法律常识：具备广告法、个人信息保护法、著作权法等法律法规的常识素养，确保创作内容合法。	L3 应用
	S-C-2	项目统筹能力：能够独立把控视频拍摄的节奏，协调各部门之间的工作，确保拍摄顺利完成。	L3 应用
	S-C-3	沟通能力：能够和甲方、演员、道具、后期等多方人员及时进行有效沟通，保障各环节不出差错。	L3 应用
	S-C-4	危机处理能力：能够灵活应对拍摄现场的各类突发状况，沉稳处理各类紧急危机。	L3 应用
发展能力	D-C-1	学习能力：能够紧跟时事，对新鲜事物和思想可以快速地评判、筛选和学习。	L3 应用
	D-C-2	创新想象力：善于从各类渠道汲取灵感，使剧本写作有新意，套路多变灵活，契合当下热点。	L3 应用

典型职业活动名称： 新媒体创意短视频	典型职业活动序号：D	工作任务及编号	1 短视频选题创意	2 剧本编写	3 现场拍摄调度	4 后期包装指导
			5 复盘与优化			

频制作					
典型职业活动描述	<p>1. 活动性质：该典型职业活动属于传媒领域的新媒体行业，最常见的职业是自媒体博主，也是摄影师所要求的掌握的专业技能。</p> <p>2. 职业活动：创作者必须熟悉新媒体各平台的特性，具备视频策划选题的能力，有时视频创作者既是导演又是演员，还需个人完成拍摄与剪辑工作，一专多能。</p>				
工作要求与考核标准	1. 能够清楚阐述新媒体平台及其特性、创作原则，熟悉至少 3-5 部爆火的短视频，能够分析出它的创作技法且能够应用与掌握。				
	2. 至少完成任意一类自主策划的短视频作品，按主题与要求完成（主题鲜明、风格独特、具有故事性和创造力）。				
	3. 能够按照命题要求，完成某一类短视频制作工作，能够与团队配合密切，高质量、高效率、低成本地完成摄影创作。				
使用工具硬件与软件	<p>硬件设备：摄影器材（手机、数码相机、单反相机、电脑）</p> <p>软件：各类剪辑软件：剪映、PR</p>				
能力类别	编号	能力描述			学习程度
职业能力	P-D-1.1	了解新媒体各平台（抖音 快手 bilibili 等）的视频创作特性，熟悉短视频各种视频形态与内容分类和摄影，能够理解生活记录类短视频创作原则。			L2 理解
	P-D-1.2	掌握摄影器材的使用，善于对生活观察，将值得记录的生活内容具象化，运用短视频创作方法制作视频，能够独立完成导、拍、剪、播等关环节。			L3 应用
	P-D-2.1	了解美食类短视频创作原则，掌握《一人食》、《日食记》、《饭米了没》等美食类短视频创作技巧，能够做到模仿拍摄。			L2 理解
	P-D-2.2	熟悉短视频的拍摄、剪辑方法能够按照吃饭记录类、烹饪教学类、创意玩法类、美食广告等几类进行短视频创作，并上传相关新媒体平台。			L3 应用
	P-D-3.1	了解风光类短视频创作原则，能够独立策划选题进行短视频拍摄，能够体现出一定的风光审美原则。			L2 理解
	P-D-3.2	熟悉短视频的拍摄、剪辑方法，能够独立创作以“我的家乡”为主题的风光纪实类短视频，体现出家乡风土人情、典型景物。			L6 创造
	P-D-4.1	观看分析现有优质的剧情类短视频，撰写影评分析，理解热门优质剧情类短视频创作方法。			L2 理解
	P-D-4.2	掌握剧本的基本要素，能够按照剧情类短视频的不同类型，一人多角、第二人称、多人情景进行剧本创作，按照剧本内容将短视频拍摄并剪辑出来。			L3 应用

	P-D-5.1	大量观看科普短视频并撰写影评分析，理解科普类短视频的创作流程，依据自身知识了解程度选取能够驾驭的知识领域进行拍摄文本创作。	L3 应用
	P-D-5.2	熟悉科普类短视频的创作流程，能够独立完成选题策划与文本撰写，运用手机、单反等进行拍摄。	L3 应用
	P-D-5.3	熟悉 PR、剪映等视频剪辑软件能够对拍摄完成的短视频，根据视频内容进行剪辑、转场等操作。	L3 应用
通用能力	G-D-1	自学能力：在具备基本摄影知识和技能的基础上，通过自学掌握必要的相关行业技能，如音乐、美术、电影、文学等。	L4 分析
	G-D-2	传媒敏感度：具备敏锐的传媒嗅觉，关注传媒热点，善于捕捉热点事物将其转化为新媒体创作来源。	L3 应用
	G-D-3	沟通能力：具备专业工作语言能力，正确使用专有名词，规范专业术语与行业用语，能够通畅地与团队沟通交流。	L3 应用
	G-D-4	逻辑梳理能力：具备较强的条理性，能够合理安排剧情走向，确保剧情发展流畅自然，避免生硬突兀。	L3 应用
	G-D-5	身心承受力：具备强健的体魄与良好的心理素质，适应兼具脑力与体力双重劳动的弹性工作制与加班熬夜情况。	L3 应用
社会能力	S-D-1	合作意识：善于与团队协作、沟通解决问题；善于外部交流，有效跨部门推进工作进程。	L3 应用
	S-D-2	法律安全意识：具有较强的法律意识，充分了解行业法规法则，阅读《版权法》《著作权法》等法律，拥有版权意识，自觉维护行业良好风气。	L3 应用
	S-D-3	社会责任感：具有社会责任感，能够传递正确的社会价值，时刻维护国家的荣誉与形象。	L3 应用
	S-D-4	职业道德：树立正确的职业观，注意不侵犯他人肖像权、保障他人隐私，爱岗敬业、德技并修。	L3 应用
发展能力	D-D-1	创业意识：影视技术行业准入门槛较低，竞争也相对激烈，应具备一定的创业意识，培养立足岗位创新创业能力，不断深耕个人技能。	L3 应用
	D-D-2	行业洞察力：关注行业发展动态，了解行业现状与热门资讯，关注字节跳动、B 站等新媒体企业的发展动态，分析行业未来发展趋势，适应业态快速发展。	L3 应用

	D-D-3	前瞻眼光：了解行业底层逻辑，洞察行业发展走向，随时调整自我职业规划，顺应时代发展。	L3 应用
	D-D-4	自我发展：能够通过分析热门短视频成功的原因，并主动尝试练习，不断提高自己对于热点的把握能力。	L3 应用
	D-D-5	自我发展：善于把握发展实际与工作机会，切忌眼高手低、泛而不专，不断在行业内深耕技能，向纵深发展。	L3 应用

典型职业活动名称： 电商直播运营执行	典型职业活动序号：E	工作任务及编号	1 选品上架	2 撰写脚本话术	3 直播现场布置、设备调试	4 直播预告
			5 直播场控	6 统计直播数据		
典型职业活动描述	<p>1. 活动性质：该典型职业活动属于电商直播行业，是通过直播形式进行商品线上展示、咨询答疑、导购销售，促进商品成交的一种营销活动。</p> <p>2. 职业活动：运营者负责与直播间带货商品有关的每一项细节工作，需要了解产品卖点，制定直播营销话术，进行直播间布置与设备调试，进行直播预告和直播过程场控，关注直播数据，最终实现直播目标。</p> <p>3. 工作范畴：运营者是直播间的幕后推动者之一，常与品牌方、编导、主播和粉丝保持紧密联系，整合多方需求，整体推进直播的筹备、实施与后期复盘。</p>					
工作要求与考核标准	<p>1. 了解不同类型的产品特点及品牌口碑，能够提前做好市场调研工作，把控选品的质量。</p> <p>2. 掌握直播平台的要求规范，在直播现场进行调控作用，促进直播达成预期效果。</p> <p>3. 制定直播运营策略及规划，制定直播 GMV 目标，对直播进行日常数据监控，通过数据反馈不断优化选品、活动方案。</p>					
使用工具硬件与软件	<p>硬件：手机、显示屏</p> <p>软件：PS 等图片编辑软件，Excel 等数据处理软件</p>					
能力类别	编号	能力描述				学习程度
职业能力	P-E-1	了解不同品类的产品信息、特点，避免选品具有舆论争议、质量问题，将选品信息进行分类整理，挂好橱窗。				L3 应用
	P-E-2.1	具备文案撰写能力，能够将产品信息转化为主播脚本，根据不同的场景和产品策划适合的				L3 应用

		直播脚本文案。	
	P-E-2.2	熟悉常见的用户心理，能够根据不同类型产品识别潜在用户群体，能够通过脚本话术击中粉丝痛点，刺激粉丝下单购买。	L4 分析
	P-E-3.1	熟悉电商直播间现场搭建模式，能够根据不同的直播选题布置相应的直播背景，保障直播间的第一视觉效果。	L3 应用
	P-E-3.2	了解直播间常用的灯光、电脑等设备的使用，能够根据直播内容准备所需设备，并在直播前协同主播做好灯光调试、屏幕投屏调试工作。	L3 应用
	P-E-4.1	能够整理选品信息，熟练梳理预告文案，使用 PS 等图片编辑软件设计产品的预告海报，选择合适的时间及平台发布预告，提前引流。	L3 应用
	P-E-4.2	能熟练使用 Pr、剪映等软件进行视频剪辑，以影像视频为支撑，突出直播特点及产品卖点，选择合适的时间及平台发布预告，提前引流。	L3 应用
	P-E-5.1	了解直播整体节奏，能够现场跟进主播进度，必要时为主播提供实时支持和辅助。	L3 应用
	P-E-5.2	能够对直播评论及时反馈、处理，解答粉丝疑问，引导粉丝评论趋向，对恶意评论账号进行禁言处理。	L3 应用
	P-E-6	了解直播目标及各类数据的意义，从多个维度对直播数据进行监测汇总、整理、分析、复盘，关注目标进度，及时调整直播策略，不断提升各项数据指标。	L4 分析
通用能力	G-E-1	数据分析能力：能够对复盘数据进行定性定量的分析，对分析结果有优化策略意识，能够提出优化方案，提高直播内容质量。	L4 分析
	G-E-2	抗压能力：直播行业的工作时间长、强度大，常进行到深夜，需要头脑与身体具有强大的负荷能力。	L3 应用
	G-E-3	认真细致：能够细心核对产品信息，确保品牌方条件、预告信息、直播间活动做到一致，信息传达准确无误。	L3 应用
	G-E-4	审美能力：具备一定的美学判断力，对预告海报的色彩、构图有一定敏感度，确保商品信息清晰、卖点突出。	L3 应用
社会能力	S-E-1	逻辑梳理能力：具备较强的条理性，能够合理安排剧情走向，确保剧情发展流畅自然，避免生硬突兀。	L3 应用

	S-E-2	沟通能力：具备基本沟通能力，在复盘与处理粉丝问题时能够及时与相关方进行有效沟通，化解冲突，营造良好的内部合作氛围和粉丝互动效果。	L3 应用
	S-E-3	情绪控制力：在面对不友好的评论或回复时能冷静下来，正面、有技巧地应对和处理。	L3 应用
	S-E-4	法律常识：具备广告法、个人信息保护法、著作权法等法律法规的常识素养，了解国家关于网络直播、短视频新媒体平台的各项管理规定，避免在产品介绍中出现虚假宣传或违规现象。	L3 应用
	S-E-5	职业道德：具备基本职业操守，在脚本话术中承诺粉丝的事情要兑现，避免为了刺激粉丝下单而盲目开空头支票。	L3 应用
发展能力	D-E-1	经营创业意识：具备经营创业意识，能够有意识地建立客户体系并进行客户维护。	L3 应用
	D-E-2	问题解决能力：在出现问题时能够根据问题现象追溯原因，并快速找出合适的解决方案。	L4 分析
	D-E-3	创新思维：具备一定的创新思维，能够在原有的脚本基础上不断改进迭代，提出优化建议。	L3 应用

### 2.3课程转化表

序号	典型工作任务	编号	专业核心课程	专业基础课程	综合应用课程	选修课课程	公共基础课程（与专业结合）
1	账号日常运营	A	新媒体数据分析与应用	/	自媒体运营（初级） (1+X) 校园/个人新媒体账号孵化与运营	/	信息技术 数学 语文 艺术（美术） 艺术（音乐）
2			账号运营	/			
3	粉丝与活动运营执行	B	数字影像处理	/		平面和色彩构成	
4			社群运营与活动运营	新媒体文案编辑			
6	创意短视频编与导	C	新媒体创意短视频编与导	/			

7	新媒体创意短视频制作	D	新媒体创意短视频制作	视听语言基础		MG 动画制作 影视后期编辑	
8	电商直播运营执行	E	电商直播运营执行	<b>网络营销基础</b> 新媒体行业认知与从业规范			

2.4能力与课程对照表

序号	典型工作任务	对应的课程名称	课程类别	职业能力编号	通用能力编号	社会能力编号	发展能力编号
1	A. 账号日常运营	账号运营	专业核心课程	P-A-1.1	G-A-1	S-A-1	D-A-1
				P-A-1.2	G-A-2	S-A-2	D-A-2
				P-A-2	G-A-3	S-A-3	D-A-3
				P-A-3		S-A-4	
				P-A-4.1		S-A-5	
				P-A-4.2			
				P-A-5.1			
				P-A-5.2			
				P-A-6			
				P-A-7.1			
				P-A-7.2			
2	A. 账号日常运营 B. 粉丝与活动运营执行 C. 创意短视频编与导 E. 电商直播运营执行	新媒体数据分析与应用	专业核心课程	P-A-6	G-A-3	S-B-3	D-A-2
				P-A-7	G-B-1		D-A-3
				P-C-5	G-E-1		
				P-E-6			
3	B. 粉丝与活动运营执行	数字影像处理	专业核心课程	P-B-5.3	G-B-2		
				P-B-5.4	G-C-5		

序号	典型工作任务	对应的课程名称	课程类别	职业能力编号	通用能力编号	社会能力编号	发展能力编号
	C. 创意短视频编与导 E. 电商直播运营执行			P-C-4			
				P-C-3.1			
				P-E-4.2			
4	B. 粉丝与活动运营执行	社群运营与活动运营	专业核心课程	P-B-1.1	G-B-1	S-B-1	D-B-1
				P-B-1.2	G-B-2	S-B-2	D-B-2
				P-B-2		S-B-3	
				P-B-3.1		S-B-4	
				P-B-3.2		S-B-5	
				P-B-3.3		S-B-6	
				P-B-4.1			
				P-B-4.2			
				P-B-5.1			
				P-B-5.2			
				P-B-5.3			
				P-B-5.4			
				P-B-5.5			
5	A. 账号日常运营 B. 粉丝与活动运营执行 E. 电商直播运营执行	新媒体文案编辑	专业基础课程	P-B-1.2	G-B-1	S-A-1	D-A-2
				P-B-4.1	G-B-2	S-B-6	D-E-3
				P-B-4.2			
				P-E-2.1			
				P-E-2.2			
6	B. 粉丝与活动运营执行 C. 创意短视频编与导 E. 电商直播运营执行	平面和色彩构成	选修课课程	P-B-5.3	G-C-4		
				P-E-4.1	G-E-4		
7	C. 创意短视频编与导	新媒体创意短视频编与导	专业核心课程	P-C-1.1	G-C-1	S-C-1	D-C-1

序号	典型工作任务	对应的课程名称	课程类别	职业能力编号	通用能力编号	社会能力编号	发展能力编号
				P-C-1.2	G-C-2	S-C-2	D-C-2
				P-C-1.3	G-C-3	S-C-3	
				P-C-1.4	G-C-4	S-C-4	
				P-C-2.1	G-C-5		
				P-C-2.2			
				P-C-2.3			
				P-C-3.1			
				P-C-3.2			
				P-C-3.3			
				P-C-4			
				P-C-5.1			
				P-C-5.2			
8	C. 创意短视频编与导	人像与静物摄影	选修课课程	P-C-1.2	G-C-4	S-C-1	D-C-2
						S-C-2	
9	D. 新媒体创意短视频制作	新媒体创意短视频制作	专业核心课程	P-D-1.1	G-D-1	S-D-1	D-D-1
				P-D-1.2	G-D-2	S-D-2	D-D-2
				P-D-2.1	G-D-3	S-D-3	D-D-3
				P-D-2.2	G-D-4	S-D-4	D-D-4
				P-D-3.1	G-D-5		D-D-5
				P-D-3.2			
				P-D-4.1			
				P-D-4.2			
				P-D-5.1			
				P-D-5.2			
				P-D-5.3			

序号	典型工作任务	对应的课程名称	课程类别	职业能力编号	通用能力编号	社会能力编号	发展能力编号
10	C. 创意短视频编与导 D. 新媒体创意短视频制作	视听语言基础	专业基础课程	P-C-3.1	G-C-1	S-C-1	D-C-1
				P-C-3.2	G-C-2	S-C-2	D-C-2
				P-C-3.3	G-C-3	S-C-3	D-D-1
				P-D-5.1	G-C-4	S-D-1	D-D-2
				P-D-5.2	G-C-5	S-D-2	D-D-3
					G-D-1	S-D-3	
					G-D-2	S-D-4	
					G-D-3		
11	D. 新媒体创意短视频制作	MG 动画制作	选修课课程	P-D-5.1	G-D-1	S-D-1	D-D-1
				P-D-5.2	G-D-2	S-D-2	D-D-2
				P-D-5.3	G-D-4	S-D-3	D-D-3
				P-D-3.1		S-D-4	D-D-4
				P-D-3.2			D-D-5
12	D. 新媒体创意短视频制作	影视后期编辑	选修课课程	P-C-4	G-D-1	S-D-2	D-D-1
				P-D-5.3	G-D-4		D-D-2
							D-D-3
							D-D-4
							D-D-5
13	E. 电商直播运营执行	电商直播运营执行	专业核心课程	P-E-1	G-E-1	S-E-1	D-E-1
				P-E-2.1	G-E-2	S-E-2	D-E-2
				P-E-2.2	G-E-3	S-E-3	D-E-3
				P-E-3.1	G-E-4	S-E-4	
				P-E-3.2		S-E-5	
				P-E-4.1			

序号	典型工作任务	对应的课程名称	课程类别	职业能力编号	通用能力编号	社会能力编号	发展能力编号
				P-E-4.2			
				P-E-5.1			
				P-E-5.2			
				P-E-6			
14	A. 账号日常运营 B. 粉丝与活动运营执行 C. 创意短视频编与导 D. 新媒体创意短视频制作 E. 电商直播运营执行	网络营销基础	专业基础课程	P-A-4.1	G-A-2	S-A-1	D-A-1
				P-A-4.2	G-C-1	S-A-2	D-A-2
				P-A-5.1	G-C-2	S-A-3	D-A-3
				P-A-5.2	G-C-3	S-A-4	D-B-1
				P-B-2	G-D-1	S-A-5	D-B-2
				P-B-3.1	G-D-2	S-B-1	D-C-1
				P-B-3.2	G-D-3	S-B-2	D-C-2
				P-B-3.3	G-D-4	S-B-3	D-D-1
				P-B-4.1	G-D-5	S-B-4	D-D-2
				P-B-4.2	G-E-2	S-B-5	D-D-3
				P-B-5.1	G-E-3	S-B-6	D-D-4
				P-B-5.2		S-C-1	D-D-5
				P-C-1.1		S-C-2	D-E-1
				P-C-1.2		S-C-3	D-E-2
				P-C-1.3		S-C-4	D-E-3
				P-C-2.1		S-D-1	
				P-C-2.2		S-D-2	
				P-C-2.3		S-D-3	
				P-D-2.1		S-D-4	
				P-D-2.2		S-E-1	
P-D-3.1		S-E-2					

序号	典型工作任务	对应的课程名称	课程类别	职业能力编号	通用能力编号	社会能力编号	发展能力编号
				P-D-3.2		S-E-3	
				P-D-4.1		S-E-4	
				P-D-4.2		S-E-5	
				P-E-2.2			
				P-E-3.1			
				P-E-3.2			
				P-E-4.1			
				P-E-4.2			
				P-E-5.1			
				P-E-5.2			
P-E-6							
15	A. 账号日常运营 B. 粉丝与活动运营执行 C. 创意短视频编与导 D. 新媒体创意短视频制作 E. 电商直播运营执行	新媒体行业认知与从业规范	专业基础课	P-A-1.1	G-A-2	S-A-1	D-A-1
				P-A-4.1	G-C-2	S-A-2	D-A-2
				P-D-1.1	G-C-3	S-A-3	D-A-3
				P-E-1	G-D-1	S-A-4	D-B-1
					G-D-2	S-A-5	D-B-2
					G-D-3	S-B-1	D-C-1
					G-D-4	S-B-2	D-C-2
					G-E-2	S-B-3	D-D-1
					G-E-3	S-B-4	D-D-2
						S-B-5	D-D-3
						S-B-6	D-D-4
						S-C-1	D-D-5
						S-C-2	D-E-1
		S-C-3	D-E-2				

序号	典型工作任务	对应的课程名称	课程类别	职业能力编号	通用能力编号	社会能力编号	发展能力编号
						S-C-4	D-E-3
						S-D-1	
						S-D-2	
						S-D-3	
						S-D-4	
						S-E-1	
						S-E-2	
						S-E-3	
						S-E-4	
						S-E-5	
16	B. 粉丝与活动运营执行 C. 创意短视频编与导	中外美术简史	选修课课程	P-B-5.3	G-C-4		
					G-E-4		
17	A. 账号日常运营 C. 创意短视频编与导 D. 新媒体创意短视频制作 E. 电商直播运营执行	创新思维方法	选修课课程	P-C-1.2	G-A-2		D-A-2
					G-D-2		D-C-2
							D-E-3
18	B. 粉丝与活动运营执行 E. 电商直播运营执行	生活化简易三维模型制作	选修课课程	P-B-5.3	G-E-4		
19	B. 粉丝与活动运营执行 E. 电商直播运营执行	网络与新媒体广告	选修课课程	P-B-4.1			
				P-E-2.2			
20	A. 账号日常运营 B. 粉丝与活动运营执	信息技术	公共基础课程	P-B-5.3	G-A-1		D-A-3
				P-B-5.4	G-B-2		D-B-2

序号	典型工作任务	对应的课程名称	课程类别	职业能力编号	通用能力编号	社会能力编号	发展能力编号
	行 C. 创意短视频编与导 D. 新媒体创意短视频制作 E. 电商直播运营执行			P-B-5.5	G-C-5		D-D-1
				P-E-4.2			
				P-C-4			
				P-D-1.2			
				P-D-5.3			
				P-E-4.2			
21	A. 账号日常运营 B. 粉丝与活动运营执行 行 C. 创意短视频编与导 E. 电商直播运营执行	数学	公共基础课程	P-A-6	G-A-3	S-B-3	D-A-2
				P-A-7	G-B-1		D-A-3
				P-C-5	G-E-1		
				P-E-6			
22	A. 账号日常运营 B. 粉丝与活动运营执行 行 C. 创意短视频编与导 E. 电商直播运营执行	语文	公共基础课程	P-B-1.2	G-B-1	S-A-1	D-A-2
				P-B-4.1	G-B-2	S-B-6	D-E-3
				P-B-4.2	G-C-3		
				P-C-2.2			
				P-C-2.3			
				P-E-2.1			
				P-E-2.2			
23	B. 粉丝与活动运营执行 行 C. 创意短视频编与导 E. 电商直播运营执行	艺术（美术）	公共基础课程	P-B-5.3	G-C-4	D-C-1	
				P-E-3.1	G-E-4		
				P-E-4.1			
24	C. 创意短视频编与导	艺术（音乐）	公共基础课程	P-C-2.2			

### (三) 附件3. 名词术语表

序号	术语	术语解释
1	COL	Culture Opinion Leader, 即文化意见领袖, 指在文化界为他人过滤、解释或提供信息的人。
2	GMV	全称 Gross Merchandise Volume, 即商品交易总额, 是成交总额 (一定时间段内) 的意思。
3	KOC	Key Opinion Consumer, 即关键意见消费者, 对应 KOL。一般指能影响自己的朋友、粉丝, 产生消费行为的消费者。
4	KOL	关键意见领袖 Key Opinion Leader, 简称 KOL, 拥有更多、更准确的产品信息, 且为相关群体所接受或信任, 并对该群体的购买行为有较大影响力的人。
5	MCN	Multi-Channel Network, 即多频道网络, 一种多频道网络的产品形态, 是一种新的网红经济运作模式。
6	PGC	Professional Generated Content, 指专业生产内容 (视频网站)、专业生产内容 (微博)。用来泛指内容个性化、视角多元化、传播民主化、社会关系虚拟化。
7	ROI	一个好的广告应当具备三个基本要素: 相关性原则 (Relevance)、原创性原则 (Originality)、震撼性原则 (Impact)。
8	UGC	User Generated Content, 也就是用户生成内容, 即用户原创内容。
9	拔草	原指不再有购买欲, 取消了购买的计划, 后随着广泛应用有了如今常见的第二层含义, 指将原先想要买的东西购买回来了。
10	电子商务	通过信息网络进行产品和服务交易的经营活动。
11	短视频营销	商家、达人等参与者在社交 APP、短视频 APP、新闻类 APP 等应用平台上以短视频形式向用户销售商品或提供服务的活动。

序号	术语	术语解释
12	短视频运营师	通过为短视频运用提供支撑从业人员。主要包括 IP 打造、内容策划与制作、拍摄制作、推广分发、用户运营、数据分析、流量变现等工作。
13	公域流量	商家只能以付费或者活动等方式，想方设法满足平台规则而获取的流量，无法留存，如抖音公域流量池
14	互联网营销师	在数字化信息平台上，运用网络的交互性与传播公信力，对企业产品进行营销推广的人员。
15	活动营销	企业通过介入重大的社会活动或整合有效的资源策划大型活动而迅速提高企业及其品牌知名度、美誉度和影响力，促进产品销售的一种营销方式。
16	活动运营	是指活动企业针对不同活动、不同性质的活动进行运营，包含活动策划、活动实施、以及嫁接相关产业打造产业链。
17	竞价排名 SEM (Search Engine Marketing)	投放搜索引擎广告，主要指投放百度营销（原名百度推广）广告。而且其中更多的，就是特指点击付费广告，也就是通俗说的“竞价排名”。
18	媒体融合运营	针对媒体融合过程中的技术引领、渠道共享、流程优化、内容共融、平台再造、资源整合进行的一体化、全媒体化、数据化、智能化运营。
19	媒体数据	以互联网媒体为主体，描述互联网媒体类型与媒体所属行业的分类数据。
20	内容分发网络 CDN (Content Delivery Network)	内容分发网络 CDN 是构建在现有网络基础之上的智能虚拟网络，依靠部署在各地的边缘服务器，通过中心平台的负载均衡、内容分发、调度等功能模块，使用户就近获取所需内容，降低网络拥塞，提高用户访问响应速度和命中率。
21	内容营销	企业以图文、视频、直播等介质向用户传递有价值的信息内容，帮助树立品牌形象或促进产品销售的一种营销方式。
22	内容运营	围绕内容的生产、变现和消费，搭建起良性循环，持续提升各类和内容相关的数据。
23	品牌营销	通过营销，在消费者心目中建立品牌符号，促进消费者对企业品牌和产品产生认知。

序号	术语	术语解释
24	品销合一	在新媒介环境下，品牌形象的塑造与及时销售业绩的转化目标相融合的新兴营销模式。
25	全媒体运营师	指综合利用各种媒介技术和渠道，采用数据分析、创意策划等方式，从事对信息进行加工、匹配、分发、传播、反馈等工作的人员。
26	融媒体	融媒体是通过将不同所有制、不同媒介组织和不同的社会资源通过整合、转换和配置在一起的新型媒体。
27	社交媒体	用来分享交流意见、观点及经验的虚拟社区和网络平台。
28	社群运营	社群运营是指将群体成员需以一定纽带联系起来，使成员之间有共同目标和持续的相互交往，群体成员有共同的群体意识和规范。
29	数据分析	用适当的统计方法对收集的数据进行分析，为提取有用信息和形成结论而对数据进行详细研究和概况总结的过程。
30	数据营销	通过收集和积累消费者大量的信息，经过处理后预测消费者的消费行为以及利用这些信息给产品以精确定位，有针对性地制作营销信息达到说服消费者去购买产品的目的。
31	数据运营	通过信息网络以数据化为特征的运营工作，包括服务于信息呈现和数据采集、进行数据分析以及对数据加以应用的相关经营活动。
32	数字化运营	通过新技术与数据能力重塑零售行业的各个环节，升级体验，提升运营效率的方式。
33	私域流量	商家不用付费，可以在任意时间，任意频次，直接触达到用户的渠道，如微信群、抖音粉丝群等。
34	搜索引擎营销 SEM	基于搜索引擎平台的网络营销，利用人们对搜索引擎的依赖和使用习惯，在人们检索信息时将营销结果传递给目标用户。
35	搜索引擎优化 SEO	利用搜索引擎的规则，对内容进行优化，从而提高网站在有关搜索引擎内的自然排名。

序号	术语	术语解释
36	新媒体	利用数字和网络等各种信息化技术，通过不同的渠道以及各种服务终端，更新、更广、更快地向用户提供信息和娱乐服务的传播形态和媒体形态。
37	新媒体技术	以数字技术为基础，以网络为载体进行信息传播的媒介技术。本标准侧重新媒体运营领域的常用技术，主要包括新媒体平台运维技术、内容策划与加工技术、新媒体数据分析技术等，不涉及计算机编码技术。
38	新媒体矩阵	能够触达目标群体的多种新媒体渠道组合。
39	新媒体营销	在新媒体发展的基础上，通过新媒体渠道开展的营销活动。
40	新媒体运营	是通过现代化移动互联网手段，通过利用抖音、快手、微信、微博、贴吧等新兴媒体平台工具进行产品宣传、推广、产品营销的一系列运营手段。通过策划品牌相关的优质、高度传播性的内容和线上活动，向客户广泛或者精准推送消息，提高参与度，提高知名度，从而充分利用粉丝经济，达到相应营销目的。
41	信息流	由一个信息源向另一个单位按照一定要求通过一定渠道进行传递的全部信息的集合。
42	信息流广告	出现在社交媒体用户好友动态中的广告，以一种十分自然的方式融入到用户所接受的信息当中，用户触达率较高。
43	用户画像	通过收集、汇聚、分析个人信息，对某特定自然人个人特征，如其职业、经济、健康、教育、个人喜好、信息、行为等方面做出分析或预测，形成其个人特征模型的过程。
44	用户运营	用户运营指以用户为中心，遵循用户的需求设置运营活动与规则，制定运营战略与运营目标，严格控制实施过程与结果，以达到预期所设置的运营目标与任务。

序号	术语	术语解释
45	运营	即通过现代化信息操作的方法与技术，利用各类新型媒体平台与工具将媒体与政务、服务等业务相结合，提供多样化的新型媒体产品和综合服务，满足用户多样化的需求。
46	直播营销	商家、主播等参与者在电商平台、内容平台、社交平台等网络平台上以直播形式向用户销售商品或提供服务的活动。
47	种草	分享推荐某一商品的优秀品质，以激发他人购买欲望的行为。
48	自媒体	利用数字技术，通过计算机网络、无线通信网、卫星等渠道，以及电脑、手机、数字电视机等终端，向用户提供信息和服务的传播形态。
49	自媒体运营	通过现代化移动互联网手段，利用自兴媒体平台工具进行内容或产品宣传、推广、营销的一系列运营手段。
50	流量投放	直播过程的中的平台投放或短视频内容投放途径、流量采买与转化等。投放后，通过流量监测、监控及追踪，进行投放优化。

(四) 附件4. “3+2” 接续学校及专业人才培养基本情况

1. 接续高职院校名称：北京财贸职业学院

2. 接续专业名称和专业代码

专业名称：影视多媒体技术

专业代码：660208