**《电子商务文案策划与写作》课程教学大纲**

**一、课程简介**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程中文名** | **电子商务文案策划与写作** | | | | | | |
| **课程英文名** | **New Media Marketing and Operations** | | | | **双语授课** | | □是 ☑否 |
| **课程代码** | **28112008** | **课程学分** | **2** | **总学时数** | | 32（含实践0） | |
| **课程类别** | □通识教育课程  □公共基础课程  ☑专业教育课程  □综合实践课程  □教师教育课程 | **课程性质** | ☑必修  □选修  □其他 | **课程形态** | | □线上  ☑线下  □线上线下混合式  □社会实践  □虚拟仿真实验教学 | |
| **考核方式** | □闭卷 □开卷 □课程论文 ☑课程作品 ☑汇报展示 ☑报告  ☑课堂表现 ☑阶段性测试 ☑平时作业 ☑其他 （可多选） | | | | | | |
| **开课学院** | 管理学院 | | **开课系** | 工商管理系 | | | |
| **面向专业** | 市场营销 | | **开课学期** | 第5学期 | | | |
| **课程负责人** | 陈晓琴 | | **审核人** | 罗文宝 | | | |
| **先修课程** | 新媒体营销与运营 | | | | | | |
| **后续课程** | 直播营销与运营、新媒体前沿实践专题、电商直播实训等 | | | | | | |
| **选用教材** | 电子商务文案写作（慕课版），人民邮电出版社，2022（如有新版选择最新版） | | | | | | |
| **参考书目** | 1.电子商务文案策划与写作，白东蕊，人民邮电出版社，2022年3月  2.电子商务文案写作与推广，辛丽如 周艳红，中国人民大学出版社，2021年10月  3.电子商务文案：策划写作、视觉营销与平台推广，张晓芸 王昌云，人民邮电出版社，2020年6月 | | | | | | |
| **课程资源** | <https://www.icourse163.org/course/ZJU-21002?from=searchPage&outVendor=zw_mooc_pcssjg_>  <https://www.icourse163.org/course/SYSU-136001?from=searchPage&outVendor=zw_mooc_pcssjg_>  <https://www.icourse163.org/course/HUST-1003174001?from=searchPage&outVendor=zw_mooc_pcssjg_>  <https://www.icourse163.org/course/CUC-1003758002?from=searchPage&outVendor=zw_mooc_pcssjg_> | | | | | | |
| **课程简介** | 通过本课程的学习，使学生对电子商务文案的具体写作有初步的掌握，帮助学生了解电子商务文案岗位的工作职责，提高学生策划与写作电子商务文案的能力，为未来成为一名合格的文案创作者做好准备。《电子商务文案策划与写作》是一门实践性非常强的课程，在熟悉电子商务文案的基本理论知识的基础上，结合目前主流的营销与推广平台，以项目任务式的方式引导学生一步步学习，学生要善于与学过的电子商务文案的相关理论相互结合，通过动手做和同步实训，融会贯通电子商务文案的相关理论和实践操作。在学习本书内容的过程中，要求学生积极主动参与实践，认真完成各实训任务，通过不断的练习和实践，提升学生的实际操作能力、专业技能掌握能力和问题解决能力。 | | | | | | |

**二、课程目标**

《电子商务文案策划与写作》课程旨在培养学生在电子商务领域的文案策划和写作能力，使其能够熟悉电子商务文案的特点和要素，掌握电子商务平台上的文案策划和写作技巧，了解电子商务文案的目标受众和推广渠道，以及电子商务文案的评估和优化方法。同时，通过课程的学习，目标是培养学生的创新思维、沟通能力、团队合作精神和责任感，使其具备分析和理解电子商务行业的能力，注重质量和客户导向，树立正确的价值观和道德意识。最终目标是培养学生成为具有高度专业素养和价值观的电子商务文案专业人才，能够为企业和消费者提供优质的文案服务，并为电子商务行业的发展做出贡献。

**表 1 课程目标**

|  |  |
| --- | --- |
| **序号** | **具体课程目标** |
| **课程目标 1** | 理论知识目标：理解电子商务文案的定义、作用和重要性；掌握电子商务文案的特点和要素，包括标题、引言、产品描述、优势展示、售后服务等；学习电子商务平台上的文案策划与写作技巧，如如何吸引用户注意、增加用户购买意愿等；理解电子商务文案的目标受众和推广渠道，以便更有效地进行文案策划和撰写；学习电子商务文案的规范化和标准化要求，如正确使用标点符号、遵循行业规范等；了解电子商务文案的评估方法和优化技巧，将学到的知识应用于实际案例分析和改进。 |
| **课程目标 2** | 能力与方法目标：培养学生分析和理解电子商务文案的能力，以便能够准确把握文案的需求和目标，并根据目标受众进行策划和写作；培养学生撰写电子商务文案的能力，包括选取恰当的词汇、句式和段落结构，使文案易于理解、吸引人并激发购买欲望；培养学生运用合适的推广渠道和技巧，将文案有效地传播给目标受众，并提高点击率和转化率；培养学生对文案的评估和优化能力，通过数据分析和反馈，及时发现文案中存在的问题并进行改进；通过案例分析和实践操作，培养学生独立思考和解决问题的能力，以及团队合作和沟通协作的能力；通过阅读和学习电子商务行业的相关知识，培养学生更新和深化对电子商务的理解，以便更好地进行文案策划和写作。 |
| **课程目标** 3 | 意识与素养目标：培养学生对电子商务行业的敏感性和洞察力，了解行业发展趋势和市场需求，从而能够更好地进行文案策划和写作；培养学生的创新思维和创意表达能力，鼓励他们在文案策划和写作中寻求新颖、有吸引力的创意，以区别于竞争对手；培养学生的沟通能力和团队合作精神，使他们能够与其他团队成员、上级领导和客户进行有效的沟通和合作，以完成项目任务；培养学生的数据分析和决策能力，使他们能够根据数据和反馈进行文案优化和调整，以提高营销效果；培养学生的品牌意识和市场定位意识，使他们在文案策划和写作中能够准确传达品牌形象和核心价值，与目标受众产生共鸣；培养学生的综合素养和自我学习能力，促使他们持续学习和发展，保持对电子商务文案策划与写作领域的敏感度并不断提升自己的专业能力。 |
| **课程目标** 4 | 情感态度与价值观目标：培养学生对电子商务文案策划与写作的热情和兴趣，激发他们对这一领域的情感投入和积极态度；培养学生注重质量和创造性的价值观，使他们在文案策划与写作过程中追求卓越，努力创作有实际效果和价值的文案作品；培养学生的责任感和道德意识，使他们在文案策划与写作中秉持诚信和公正原则，不使用虚假宣传手段，提供真实和有益的信息给消费者；培养学生的客户导向和服务意识，使他们能够理解和满足客户需求，以提供优质的文案服务和解决方案；培养学生的批判思维和判断能力，使他们能够从商业伦理和社会责任的角度审视和评估电子商务文案的影响和影响力；培养学生积极向上的心态和持续自我提升的意愿，使他们不断追求进步和成长，成为具有高度专业素养和价值观的电子商务文案专业人才。 |

**表2 课程目标与毕业要求对应关系**

| **毕业要求** | **指标点** | **课程目标** |
| --- | --- | --- |
| **毕业要求1：**素养要求【M】 | 1.3 核心素养：系统掌握工商管理类专业基础知识；具备扎实的专业知识、专业技能和专业素养；具备快速准确地识别和分析市场营销中的各种问题，系统分析、解决营销问题、提出解决对策。 | 3 |
| **毕业要求1：**素养要求【L】 | 1.4.本土情怀:立足中国市场情境，开展实践和调研活动，提高对本土情况的了解，帮助企业更好地  适应市场环境，提高产品和服务的质量和竞争力；具备心系家国的本土情怀，牢记基层意识，脚踏实地，  勇于承担社会责任，积极为祖国、为家乡繁荣和美好贡献力量。 | 4 |
| **毕业要求2：**知识要求【H】 | 2.4专业知识：熟悉和掌握与市场营销有密切关系的相关管理学、经济学、统计学、心理学等自然科学和社会科学知识；具有扎实的现代市场营销学、市场调研、营销策划等方面的基本理论与专业知识，了解本学科前沿及发展动态；熟悉我国有关市场营销的方针、政策与法规，了解市场营销前沿理论及营销实践。 | 1 |
| **毕业要求3：**能力要求【M】 | 3.4 职业发展：具备敏锐的市场洞察力和判断力及时了解本学科的理论前沿及发展动态，能够不断学习最新的专业知识和技能；具备批判性思维，对市场营销领域涉及的问题进行探索和研究。 | 2 |

**三、课程学习内容与方法**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程模块** | **学习内容** | **学习任务** | **课程目标** | **学习重点难点** | **教学方法** | **学时** |
| 1 | 走进电子商务文案的世界 | 1. 电子商务文案的含义 | 通过网络搜索并了解优秀的文案，了解电子商务文案的找寻、不同电子商务文案的要求、特点分析。 | 1 | 重点：  1.熟悉电子商务文案的不同分类。  2.掌握电子商务文案的写作要点。  难点：  1.能够正确判断电子商务文案的类型。  2.能够写出符合要求的电子商务文案 | **1.讲授法：**能够帮助学生理解和掌握电子商务相关知识的内涵和本质，明确学习本课程的意义和方法，了解课程的整体框架体系。  **2.案例教学：**能够引导学生理论联系实际，激发学习兴趣和积极性，建立电商思维和意识提高学生分析问题和解决问题的能力。 | 2 |
| 2.电子商务文案的写作要点 | 1、2 |
| 2 | 做好文案写作准备 | 1. 搜集与整理素材 | 小组实战任务：搜索文案并分类整理文案素材，利用网络搜索与“云洱”普洱茶相关的各种素材，要求将整理好的素材进行分类并保存在专门的文件夹中，为构思“云洱”普洱茶的产品宣传文案做准备。 | 1、2 | 重点：  1.能够掌握文案写作的不同创意策略和创意思路。  难点：  1.能够搜集和整理文案写作可能用到的素材。  2.能够采用不同的方法构思文案。 | 1. 讲授法：能够帮助学生理解、掌握基本理论、知识和方法技术。  2.视频学习：更生动、直观介绍有关知识，能够激发学生学习需求、提高学习积极性。 | 4 |
| 2. 激发创意 | 1、2、3 |
| 3 | 策划与构思文案 | 1. 明确写作目的 | 小组实战任务：策划与构思产品文案，明确需要从产品销售的角度出发，分析云南普洱茶的目标客户人群、宣传的目的、用户的心理、确定产品宣传文案的主题和结构，为后续产品文案的写作打好基础。 | 1、2 | 重点：  1.掌握目标受众的分析方法。  2.学习确定写作主题和完善内容构思的相关知识。  难点  1.能够分析文案的目标受众。  2.能够针对写作目的和目标受众完成文案主题的构建，并列出文案提纲。 | 1. 讲授法：能够帮助学生理解、掌握基本理论、知识和方法技术。  2.案例教学：能够引导学生理论联系实际，激发学习兴趣和积极性，，提高分析问题和解决问题的能力。  3.小组实践活动：学生通过模拟练习，能够帮助学生运用相关理论知识分析、解决现实问题，提高实战能力。 | 6 |
| 2. 分析受众的购买动机、购买心理 | 2、3 |
| 3. 根据主题构建场景 | 2、3、4 |
| 4 | 撰写文案标题 | 1. 选择适合的标题类型 | 小组实战任务：撰写文案标题，明确需要配合产品的上新与中秋、国庆的双节优惠活动为推广文案撰写多个有吸引力的标题，文案标题需体现推广主题，并充分调动受众参与的积极性。 | 2、3 | 重点：  1.认识标题的作用与类型。  2.掌握撰写优秀标题的方法和标题写作的注意事项。  难点：  1.能够写出不同类型的标题。  2.能够创作出优秀的标题。 | 1. 讲授法：能够帮助学生理解、掌握基本理论、知识和方法技术。  2.小组实践活动：学生通过模拟练习，能够帮助学生运用相关理论知识分析、解决现实问题，提高实战能力。 | 4 |
| 2. 结合标题写作的常用技巧撰写标题 | 2、3、4 |
| 5 | 文案正文的写作技巧 | 1. 选择合适的正文开头写作方法 | 小组实战任务：撰写一篇完整的推广文案，明确需要根据产品的特点，结合中秋、国庆双节的优惠活动，通过实训四的文案结构，对标题、正文、开头和结尾分别进行设计，撰写一篇完整的推广文案。 | 2 | 重点：  1.掌握不同的正文开头写作方法。  2.掌握不同的正文结尾设计方法。  难点：  1.能够设计出合适的开头与结尾。  2.能够熟练安排文案结构，并结合正文写作技巧设计文案内容。 | 1. 讲授法：能够帮助学生理解、掌握基本理论、知识和方法技术。  2.案例教学：能够引导学生理论联系实际，激发学习兴趣和积极性，提高分析问题和解决问题的能力。 | 4 |
| 2.突出文案正文特色 | 2 |
| 3.设计正文结尾 | 2、3 |
| 6 | 写作并排版店铺推广文案 | 1.卖点的提炼方法 | 小组实战任务：设计网店的商品详情与宣传推广文案，明确需要根据“云洱”网店的销售与宣传需求，设计网店的商品详情页面内文案以及店铺的宣传推广文案。 | 1、2 | 重点  1.提炼及展现产品卖点的方法  2.不同的店铺推广文案写作方法  难点：  1.能够关联受众痛点与产品卖点。  2.能够写作详情页、海报、店铺上新等文案。 | 1. 讲授法：能够帮助学生理解、掌握基本理论、知识和方法技术。  2.案例教学：能够引导学生理论联系实际，激发学习兴趣和积极性，提高分析问题和解决问题的能力。 | 4 |
| 2.分析受众画像 | 1、2 |
| 3.写作详情页文案 | 2、3 |
| 4.写作店铺活动文案 | 2、3、4 |
| 7 | 写作品牌推广文案 | 写作品牌故事 | 小组实战任务：设计一篇品牌推广文案，明确需要为“云洱”品牌写作一则体现“精选好料、匠心制茶”理念的品牌故事。 | 2、3、4 | 重点：  掌握品牌故事的写作要素与写作技巧。  熟悉宣传文案的写作技巧。难点：  1.能够写作品牌故事文案。  2.能够写作品牌宣传文案。  3.能够写作不同类型的品牌公关文案。 | 1.自学为主：教师简要讲解，学生通过阅读教材、线上学习、查阅资料等方式自学为主。  2.小组实践活动：学生通过模拟练习，能够帮助学生运用相关理论知识分析、解决现实问题，提高实战能力。 | 4 |
| 写作品牌宣传文案 | 2、3、4 |
| 写作品牌公关文案 | 2、3、4 |
| 8 | 自媒体文案创作 | 1.写作并排版微信文案 | 小组实战任务：1. 撰写不同类型的微信朋友圈文案，明确需要结合微信朋友圈的特点，规划该品牌的微信朋友圈文案范围，并设计两条常见类型的微信朋友圈文案。  2. 设计一场直播活动并通过短视频预告，明确需要根据云洱产品，设计直播脚本与短视频文案。 | 2、3、4 | 重点：  1. 微信朋友圈文案的写法。  2. 短视频脚本的撰写方法  3. 优化和发布今日头条文案  难点：  1. 能够写作合适的微信朋友圈文案和微信公众号文案  2. 能够写作短视频脚本  3. 能够优化和发布今日头条文案 | 1. 讲授法：能够帮助学生理解、掌握基本理论、知识和方法技术。  2.案例教学：能够引导学生理论联系实际，激发学习兴趣和积极性，提高分析问题和解决问题的能力。 | 4 |
| 2.写作短视频与直播文案 | 2、3、4 |
| 3.写作今日头条文案 | 2、3、4 |

说明：“学习任务”和“教学方法”只是主要部分、并非全部，仅供参考，任课教师在教学过程中可以根据实际和需要自行选择和调整。

## 四、课程考核

**（一）考核内容与考核方式**

**表4-1 课程目标、考核内容与考核方式对应关系**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程目标** | **考核内容** | **所属**  **学习模块/项目** | **考核占比** | **考核方式** |
| 课程  目标 1 | 1. 电子商务文案的含义 | 走进电子商务文案的世界 | 25% | 1.平时作业  2.期末考核  3.课堂表现 |
| 2.电子商务文案的写作要点 | 走进电子商务文案的世界 |
| 3.搜集与整理素材 | 做好文案写作准备 |
| 4.激发创意 | 做好文案写作准备 |
| 5.明确写作目的 | 策划与构思文案 |
| 6.卖点的提炼方法 | 写作并排版店铺推广文案 |
| 7.分析受众画像 | 写作并排版店铺推广文案 |
| 课程  目标 2 | 1.电子商务文案的写作要点 | 走进电子商务文案的世界 | 40% | 1.平时作业  2.课堂表现  3.期末考核  4.营销活动模拟 |
| 2. 搜集与整理素材 | 做好文案写作准备 |
| 3. 激发创意 | 做好文案写作准备 |
| 4. 明确写作目的 | 策划与构思文案 |
| 5. 分析受众的购买动机、购买心理 | 策划与构思文案 |
| 6. 根据主题构建场景 | 策划与构思文案 |
| 7. 选择适合的标题类型 | 撰写文案标题 |
| 8. 结合标题写作的常用技巧撰写标题 | 撰写文案标题 |
| 9. 选择合适的正文开头写作方法 | 文案正文的写作技巧 |
| 10.突出文案正文特色 | 文案正文的写作技巧 |
| 11.设计正文结尾 | 文案正文的写作技巧 |
| 12.卖点的提炼方法 | 写作并排版店铺推广文案 |
| 13.分析受众画像 | 写作并排版店铺推广文案 |
| 14.写作详情页文案 | 写作并排版店铺推广文案 |
| 15.写作店铺活动文案 | 写作并排版店铺推广文案 |
| 16.写作品牌故事 | 写作品牌推广文案 |
| 17.写作品牌宣传文案 | 写作品牌推广文案 |
| 18.写作品牌公关文案 | 写作品牌推广文案 |
| 19.写作并排版微信文案 | 自媒体文案创作 |
| 20.写作短视频与直播文案 | 自媒体文案创作 |
| 课程  目标 3 | 1.写作今日头条文案 | 自媒体文案创作 | 20% | 1.平时作业  2.课堂表现  3.期末考核  4.营销活动模拟 |
| 2. 明确写作目的 | 策划与构思文案 |
| 3. 分析受众的购买动机、购买心理 | 策划与构思文案 |
| 4. 根据主题构建场景 | 策划与构思文案 |
| 5. 选择适合的标题类型 | 撰写文案标题 |
| 6. 结合标题写作的常用技巧撰写标题 | 撰写文案标题 |
| 7.突出文案正文特色 | 文案正文的写作技巧 |
| 8.设计正文结尾 | 文案正文的写作技巧 |
| 9.写作详情页文案 | 写作并排版店铺推广文案 |
| 10.写作店铺活动文案 | 写作并排版店铺推广文案 |
| 11.写作品牌故事 | 写作品牌推广文案 |
| 12写作品牌宣传文案 | 写作品牌推广文案 |
| 13.写作品牌公关文案 | 写作品牌推广文案 |
| 14.写作并排版微信文案 | 自媒体文案创作 |
| 15.写作短视频与直播文案 | 自媒体文案创作 |
| 课程  目标 4 | 1.写作今日头条文案 | 自媒体文案创作 | 15% | 1.课堂表现  2.营销活动模拟 |
| 2. 结合标题写作的常用技巧撰写标题 | 撰写文案标题 |
| 3.写作店铺活动文案 | 写作并排版店铺推广文案 |
| 4.写作品牌故事 | 写作品牌推广文案 |
| 5写作品牌宣传文案 | 写作品牌推广文案 |
| 6.品牌公关文案 | 写作品牌推广文案 |
| 7.写作并排版微信文案 | 自媒体文案创作 |
| 8.写作短视频与直播文案 | 自媒体文案创作 |
| 9.写作今日头条文案 | 自媒体文案创作 |

**表4-2 课程目标与考核方式矩阵关系**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程  目标 | 考核方式 | | | | 考核占比 |
| 期末考核成绩比例60% | 营销活动模拟成绩比例10% | 平时作业成绩比例20% | 课堂表现成绩比例10% |
| 课程目标1 | 27.5% |  | 40% | 5% | 25% |
| 课程目标2 | 45% | 10% | 55% | 20% | 40% |
| 课程目标3 | 27.5% | 20% | 5% | 5% | 20% |
| 课程目标4 |  | 70% |  | 80% | 15% |

## （二）成绩评定

**1.平时成绩评定**

**（1）课堂表现（25%）**：通过学生在课堂上的表现情况（包括课堂提问、发言、参与讨论和营销活动模拟、回答问题、听课情况等），来评价学生学习过程及效果。课堂表现由教师平时所做学生表现的记录为依据。

**（2）平时作业完成情况（50%）**：围绕课程的学习目标进行作业的设计，通过课堂练习题、单元测验和小组任务等检验、强化学生对相关知识和方法的理解和掌握。平时作业主要根据雨课堂或学习通中要求学生完成的随堂测试、课后作业等得到的成绩为准。

**（3）营销活动模拟（25%）：**设计市场分析、卖点挖掘、标题创意、情境设计、说服训练、竞品分析、文案优化等相关内容的文案设计。通过模拟训练，提升文案策划能力，创作吸引力和说服力的文案，从而提升销售效果和品牌形象。营销活动模拟主要通过实战成果来进行评价，实战成果提交学习通或者雨课堂。

**2.小组实战成绩评定**

可以从任务完成情况、电子商务文案质量、团队合作情况以及答辩表现几个方面进行评价。

任务完成情况评价：考察学生在实践过程中是否能按时完成任务，包括撰写电子商务文案、设计页面、制作推广计划等。评价标准可以根据任务要求的难易程度和时间安排，评估完成情况的优秀程度。

电子商务文案质量评价：评价学生所撰写的电子商务文案的质量，包括文案的逻辑性、表达准确性、吸引力、推销效果等方面。可以通过专家评审、客户反馈、用户调查等方式来进行评估。

团队合作情况评价：考察学生在团队中的角色扮演和合作能力，包括与组员的配合程度、协调沟通能力、问题解决能力等。可以通过组内评估、团队讨论记录、合作反馈等方式来进行评估。

答辩表现评价：评价学生在答辩环节中的表现，包括对电子商务文案策划与写作过程的理解程度、对文案的解释与分析能力、对团队合作的总结与展望等。可以通过评委的专业评审、同学的提问互动等方式来进行评估。

等级评定标准（示例）：

优秀（A级）：学生在任务完成情况、电子商务文案的质量、团队合作和答辩表现方面表现出色，完成任务的质量和效果非常出色，报告内容深刻，团队合作和沟通卓越，答辩清晰自信。

良好（B级）：学生在任务完成情况、电子商务文案的质量、团队合作和答辩表现方面表现良好，任务完成质量较高，报告内容充实，团队合作和沟通良好，答辩表现较为自信。

中等（C级）：学生在任务完成情况、电子商务文案的质量、团队合作和答辩表现方面表现一般，任务完成质量一般，报告内容基本满足要求，团队合作和沟通一般，答辩表现尚可。

及格（D级）：学生虽然完成了任务，但任务完成质量一般，报告内容较为简单，团队合作和沟通较弱，答辩表现较为紧张或不够清晰。

不及格（F级）：学生未完成任务，或者任务完成质量极低，报告内容不符合要求，团队合作和沟通表现非常差，答辩表现不合格。

**3.总成绩评定**

总成绩由平时考核成绩和小组实战考核成绩构成。总成绩（100%）=平时成绩（40%）+实践成绩（60%）

**（三）评分标准**

课程考核方式中涉及到平时成绩的评分标准，评分依据见“平时成绩评定”部分。试卷考核项目以试卷参考答案及评分细则为准。

## 五、其它说明

本课程大纲依据2023版市场营销专业人才培养方案，由管理学院工商管理系讨论制定，管理学院教学工作委员会审定，教务处审核批准，自2023级开始执行。