

# 2023

## 闽西职业技术学院

企业参与高等职业教育人才培养年度报告

( 抖音 )

2022年12月



## 抖音集团

# 企业参与高等职业教育人才培养年度报告 (2023)





# 目 录

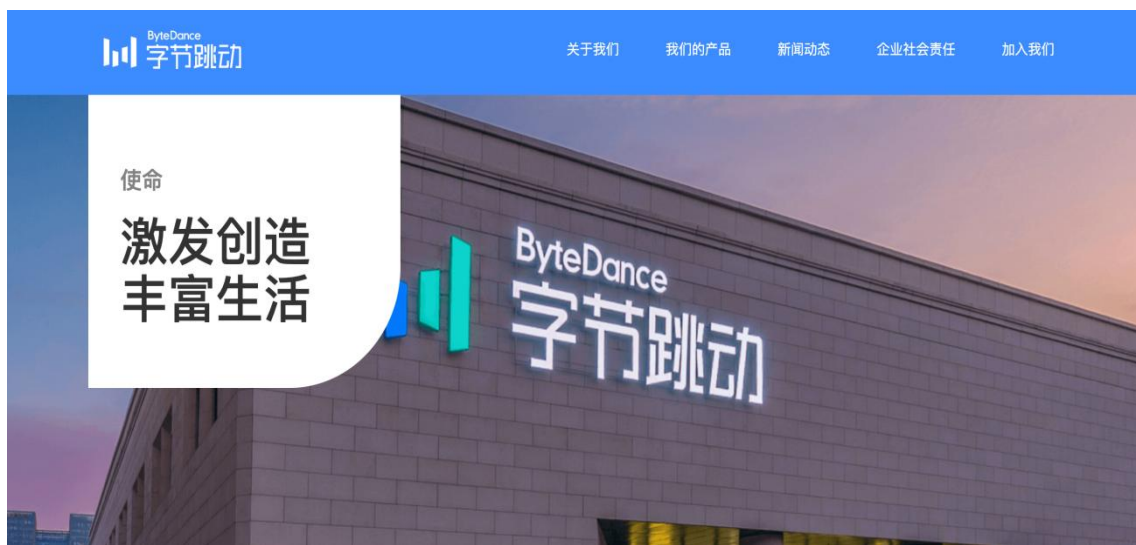
一、企业介绍.....	1
(一) 企业概况.....	1
(二) 旗下产品.....	1
(三) 企业研发实力.....	4
(四) 企业社会服务.....	4
(五) 抖音数字学堂.....	7
二、校企双元共育新型技能型人才.....	8
(一) 合作概述.....	8
(二) 合作内容.....	9
三、校企资源投入情况.....	26
四、合作保障体系.....	27
(一) 政策保障.....	27
(二) 协议保障.....	27
五、问题与展望.....	28
(一) 新媒体、新电商变化过快.....	28
(二) 以赛促练，扩大规模.....	28
(三) 融入本地产业，开启新的产业赛道.....	28
六、未来合作项目清单.....	29



# 一、企业介绍

## （一）企业概况

北京抖音信息服务有限公司（以下简称“抖音集团”）成立于2012年3月，公司业务覆盖150个国家和地区，拥有超过11万名员工。抖音集团在全球推出了多款有影响力的产品，包括今日头条、抖音、西瓜视频、飞书、TIKTOK等，截止2021年6月，抖音集团旗下产品全球月活跃用户数超过19亿，旗下产品涉及电商、数字广告。

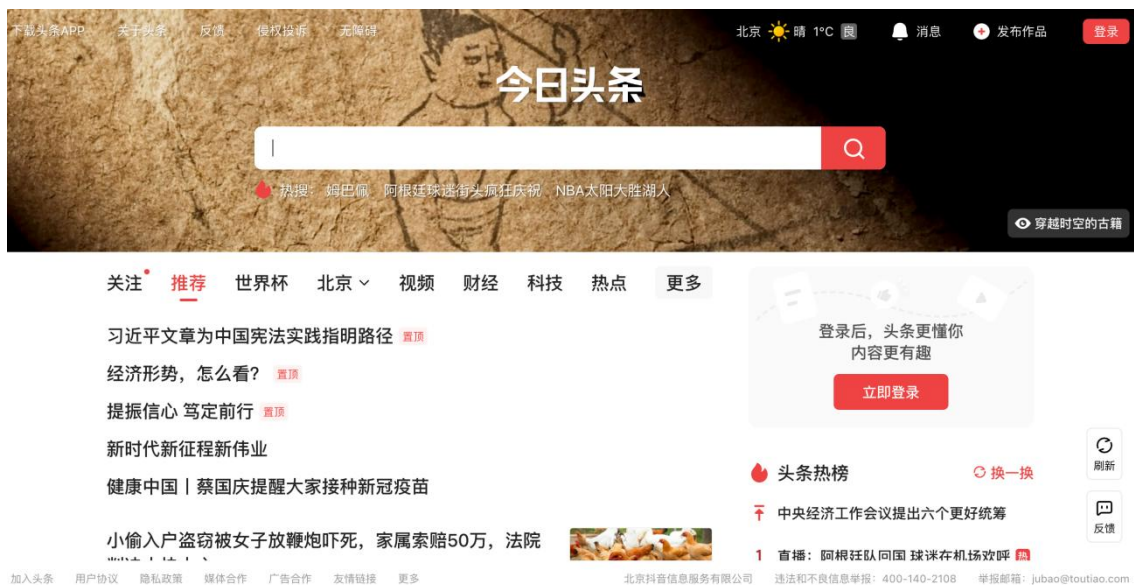


## （二）旗下产品

抖音集团旗下产品有头条、抖音、西瓜、搜索、百科、懂车帝、任小帮、剪映等APP产品，为用户提供更优质的内容及服务。

### 今日头条

今日头条是一个通用信息平台，致力于连接人与信息，让优质丰富的信息得到高效精准的分发，促使信息创造价值。今日头条目前拥有推荐引擎、搜索引擎、关注订阅和内容运营等多种分发方式，囊括图文、视频、问答、微头条、专栏、小说、直播、音频和小程序等多种内容体裁，并涵盖科技、体育、健康、美食、教育、三农、国风等超过100个内容领域。



## 抖音

一款音乐创意短视频社交软件，该软件面临全年龄向，社区平台和用户可以通过这款软件选择歌曲，拍摄音乐作品形成自己的作品。2019年1月18日下午，中央电视台与抖音短视频举行新闻作品会，正式宣布抖音将成为《2019年中央广播电视总台春节联欢晚会》的独家社交媒体传播平台，会上公布了2019年央视春晚“幸福又一年”的新媒体行动，抖音将同央视春晚在短视频宣发及社交互动等领域展开全方位深度合作，调动广大年轻群体，面向全球华人，以参与代替评论，用参与引导关注，助力春晚传播。2021年1月26日，抖音与央视春晚联合宣布，抖音成为《2021年中央广播电视总台春节联欢晚会》独家红包互动合作伙伴。

## 飞书

飞书是一款一站式无缝办公协作，团队上下对其目标，全面激活组织与个人。它是一款抖音集团于2016年上线的，自研的新一代一站式协作平台，是保障字节跳动全球数万人高效协作的办公工具。飞书将即时沟通、日历、云文档、云盘和工作台深度整合，通过开放兼容的平台，让成员在一处即可实现高效的沟通和流畅的协作，全方位提升企业效率。

# 飞书

## 高效愉悦的办公平台

飞书整合即时沟通、日历、音视频会议、在线文档、云盘、工作台等功能于一体，成就组织和个人，更高效、更愉悦。



- 即时沟通：低噪有序沟通**  
支持快捷表情回复、图文同时发送，已读未读可见，消息智能提醒。
- 智能日历：高效时间协同**  
轻松订阅同事日历，查看全球时区，会议室状态可见，一键创建会议群聊。
- 音视频会议：高品质远程沟通**  
清晰、高品质的音视频会议，立体化远程沟通，异地协作成本大幅降低。
- 开放平台：个性化开放兼容**  
支持小程序、机器人、H5以及SideBar，可进行个性化应用开发和集成对接。
- 企业OA：组织智慧管理**  
提供企业级智慧管理服务，如审批、考勤、工资条等，支持与第三方系统互通。
- 在线文档：丰富内容互动**  
集合文档、电子表格、思维导图等多种在线工具，云端实时存储，评论互动随时提醒。

## 火山引擎

火山引擎是抖音集团旗下的云服务平台，将抖音集团快速发展过程中积累的增长方法、技术能力和工具开放给外部企业，提供云基础、视频与内容分发、大数据、人工智能、开发与运维等服务，帮助企业在数字化升级中实现持续增长。



火山引擎 最新活动 产品 解决方案 定价 合作与生态 支持与服务 开发者 了解我们 Q 文档 备案 控制台 登录 立即注册

解决方案 全行业的解决方案，助力用户快速增长。 企业增长专区 >

通用解决方案 行业解决方案

- 企业上云**
  - 多云应用
  - 应用架构现代化
  - 高并发泛交易系统
  - 游戏云端部署
  - 同城双活
  - 企业IT系统上云
  - 专属云
- 音视频**
  - 音视频云端一体(veVOS)
- 智能营销**
  - 数智化营销增长 **HOT**
- 汽车**
  - 汽车行业
  - 汽车超级APP用户体验提升
  - 智能座舱AI推荐 **HOT**
  - 智能驾驶云 **HOT**
- 金融**
  - 金融行业
  - 金融内容智能运营
  - 金融公私域流量经营
  - 金融机构数字化运营实战平台
  - 金融应用现代化架构
- 文娱**
  - 社交互娱
  - 行为预测投放优化
- 医疗**
  - 基因-生物医学研究平台
  - AI医药智能算力
- 政府文旅**
  - 文旅集团数字营销
- 通信传媒**
  - 通信传媒行业
  - 新媒体数智化运营
- 大消费**
  - 大消费行业
  - 消费者全链路数字化营销
  - 消费者AR体验营销
  - 消费品牌公域营销增长
  - 消费者精细化运营

火山引擎·增长动力 助力企业快速增长 了解详情 >

万有商城 精选SaaS生态产品，助力客户运营提效和生意增长 了解详情 >

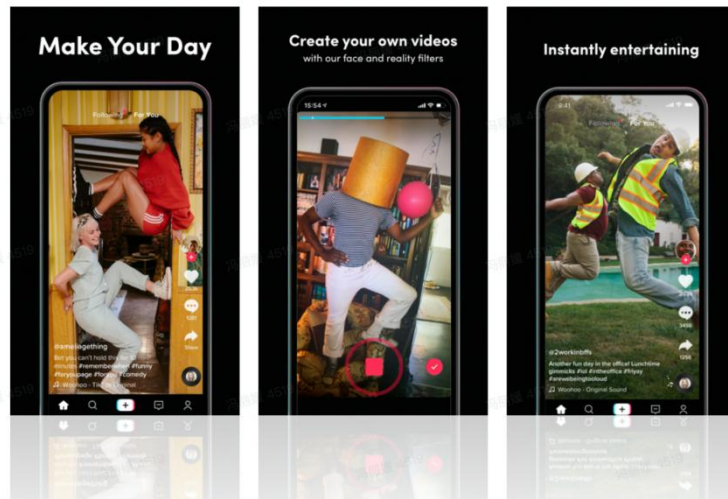
## TikTok

是抖音集团于2017年上线的短视频社交平台，2021年11月，TikTok扩张到电视领域，已在亚马逊 Fire TV 平台推出电视应用，TikTok 将这一范围扩张到了三星、LG 以及 Android TV 电视平台。2022年8月，抖音及其海外版 TikTok 以将近6600万下载量。





TikTok是一个覆盖150个国家和地区的国际短视频平台，发现真实、有趣的瞬间，让生活更美好。



### （三）企业研发实力

抖音集团用创新技术改变人与信息的连接方式，主要的技术研究领域包括：机器学习、计算机视觉、自然语言处理与理解、安全与隐私。抖音集团拥有海量数据及更为完美的训练样本，在数据、算法、内容之间形成完整的反馈闭环，拥有丰富多样的实际应用场景，聚集了国内外的顶尖人才。

### （四）企业社会服务

抖音集团一直用技术回馈社会，用信息帮助更多人，包括以下内容：

#### 1、利用优质内容创造社会价值

截至2019年4月，1372项国家级非遗代表项目中，其中有1214项相关内容在抖音上大范围传播，覆盖率超过88%，共产生超2400万条视频，获得了超1065亿次播放量，抖音实际上已经成为最大的非遗传播平台。并且推出“非遗合伙人”计划，该计划旨在通过加强流量扶持、提高变现能力、打造非遗开放平台及开展城市合作等方式，全方位助力非遗传承。同时，通过传播形式的创新，吸引年轻一代对非遗的了解和好奇心，进一步提升非遗市场价值，让更多人加入非遗传承队列。

## 抖音已经成为最大的非遗传播平台

覆盖88.4%国家级非遗项目

抖音非遗传承代表，油纸伞大师登新闻联播，讲述他在抖音直播中卖油纸伞的故事。仅在今年中秋前后一个月卖出了3000多把油纸伞，已成为**新经济服务传统文化的典型代表**。



“DOU 知计划”是中国科学院科学传播局、中国科学技术协会科普部、中国科学报社、中国科技馆、字节跳动公司等五家机构在北京于2019年3月21日联合发起的全民短视频科普行动。截至2019年12月2日，抖音上粉丝过万的知识内容创作者数量已超过7.4万名，这些优质知识内容创作者累计创作了1985万条优质知识短视频，累计播放量超过了1.9万亿；他们创作的知识内容在抖音的日均播放量超过了52.1亿次，日均点赞量超过1.6亿次，他们创作的每一条知识短视频，触达了近10万人次。

## DOU知计划

“DOU知计划”已吸纳了13位中国科学院/中国工程院院士、52位专家；平台上粉丝过万的知识类创作者6.3万余个，累计发布超过1620万知识类短视频，产生超过15570亿次播放量；通过知识创作，点亮学习者的好奇心和深入学习的兴趣，激励人们探索和触达更多的知识。



“山里 DOU 是好风光”是“抖音乡村计划”的子项目，由字节跳动公益和抖音生活服务联合发起，旨在促进乡村文旅资源推广和产业发展，探索实现乡村文化与生态资源价值的新形式。通过抖音让乡村

的好风光看得到、找得到、体验得到，提升村民旅游增收，带动乡村文旅可持续发展。截至 2022 年 8 月，该项目已相继落地广西、四川、贵州等 8 个省份，累计帮扶 200 余个区县、1400 多个乡村文旅商家，总交易额已突破 3 亿元，抖音相关话题播放量累计超 60 亿。



## 2、信息助力公益新思路

“山货上头条”是字节乡村计划的重点项目之一，由字节跳动公益和抖音电商共同支持，旨在发挥平台内容和技术优势，聚焦乡村“人”“货”“场”，打造特色农产品品牌，帮助地方农特产业发展，带动更多农民增收致富，助推乡村经济发展。



截至 2022 年 7 月，已累计帮助超过 19000 个失散家庭团圆，最多一天助力 59 人回家。在找回的走失者中，最久失散 80 年，最快 60 秒被找回，年纪最大的 101 岁，最小的仅 3 个月。

# 头条寻人

利用大数据结合产品功能服务社会

截至2021年12月22日

头条寻人共找到

## 17862人

共弹窗寻人启事

## 150869

弹窗寻人成功率 **12%**

两岸寻亲项目

无名患者寻亲项目

头条追逃项目

寻找烈士后人项目




## （五）抖音数字学堂

抖音数字学堂是抖音集团旗下促进就业创业的培训及服务平台，专注于职业教育，致力于提升数字化从业人员的职业技能。截至2022年12月，抖音数字学堂共培训30万人次，覆盖500多所院校。



## 二、校企双元共育新型技能型人才

### （一）合作概述

为深化产教融合，把产业前沿最新的技术、产品、平台、案例等内容转化为教研成果融入高校，提升校企合作成果转化效率，实现真正的校企共赢。2021年，闽西职业技术学院和抖音集团联合创建抖音集团数字经济产业学院，产业学院学生由闽西职业技术学院2021级电子商务、市场营销和影视多媒体技术三个专业组成，已累计540余名学生，该产业学院学生对标龙岩市及福建省数字经济产业发展现状，培养适应数字经济产业需求的高素质人才，校企深度合作在教学环境、人才培养方案、实施教学、教学考核等方面共建共管共享，共同探索完善数字经济领域的产教融合协同育人机制，形成可复制可推广的职业教育新模式，打造福建省乃至全国数字经济领域的职业教育标杆。



校企合作揭牌仪式



教研教学交流研讨会

(二) 合作内容

主要方向	合作内容
参与办学	共建校内实践教学基地
	双师型师资培养
	网络营销与直播电商、市场营销、电子商务专业人培与教学计划共同制定
参与教学	派遣企业导师实施企业课程
	共同开发活页式教材、教学内容
	举行校内赛事，以赛促练
	定期举行职业公开课，扩宽学生知识面

## 1、参与办学情况

### (1) 建设实训实习双创基地

校企共建实践教学基地是学生巩固理论知识、增强劳动观念、练就实践能力、实现角色转换、培养综合职业素质的实践性学习与训练场所，也是职业院校专业建设、课程建设、理论与实践相结合的基本内容。

为了使教学实习紧贴市场一线需求，搭建数字经济产业学院实习实训场景，抖音集团与闽西职业技术学院共同建设了数据标注实训基地、新媒体实训室、直播间等实训场景。



数据标注实训室



直播电商实训室

## (2) 双师型师资队伍建设

打造“双师双能型”教师队伍，定期持续开展数字经济领域师资培训，组织师资到行业企业实践、交流、研讨、培训，建设辐射一定区域的“双师双能型”型师资队伍。抖音集团邀请行业专家、企业骨干老师定期入校，与学校师资搭档完成教学任务与开发任务，共同带队完成考核指标，共同磨合项目式教学完成机制，为双师型教师队伍建设奠定一定基础。

## (3) 专业人培与教学计划共同制定

双方在共同探讨了产业学院的学习目标、培养方式及教学设计等方面，制定了产业学院电子商务、市场营销、影视影视多媒体技术合并分组后的关于直播电商和数字营销方向的学习内容。



## 一、专业人才需求岗位与技能要求

序号	主要职业岗位	岗位描述	能力要求
1	策划编导	完成网络内容的编导及策划工作，具备项目管理能力，推动团队工作的有效实施。对内容的创意质量负责。	<p>1、短视频脚本撰写能力：能结合视频播放平台、视频风格调性、出镜画面元素、视频内容目的等因素撰写视频脚本、完成重要分镜头的画面设计。</p> <p>2、直播脚本撰写能力：能根据直播主题，结合直播时长、嘉宾特点、直播商品等元素，规划直播节奏、梳理利于口播和展示的产品文案、促单文案，并能根据主播特点和商品特征，设计抽奖、秒杀、投票、话题等互动玩法。</p> <p>3、新媒体账号内容策划能力：结合账号运营平台，规划账号内容的风格、更新频次、封面视觉、主要视听元素、拍摄手法，完成系列内容及单条内容的选题策划。</p> <p>4、内容制作能力：熟悉拍摄场景搭建的方法、能独立完成常规性直播、短视频的独立拍摄和剪辑。</p> <p>5、项目管理能力：能够明确工作目标，熟悉项目操作流程，了解人员特点，合理安排人力，清晰工作分工，搭建标准的协同流程，能合理安排工作计划及推动实施。</p> <p>6、免费流量获取能力：熟悉平台流量规则及引流方法，能够帮助视频、直播间获取免费流量。</p>
2	内容制作	能通过风格把控、场景搭建、拍摄、剪辑、文案创意、艺术设计等工作，完成新媒体内容的制作和内容包装。*对内容的制作完成度负责。	<p>1、案例分析能力：能熟悉抖音、快手、B站、小红书等主流新媒体平台的内容风格调性，具备对典型案例进行技法分析的能力，能基于运营目标确定适合的内容风格和制作技法。</p> <p>2、拍摄场景搭建能力：熟悉视频拍摄及直播间的相关主流器材与制作软件，能完成设备调试，能够根据行业特点和业务需求，灵活搭建直播场景及视频拍摄场景。</p> <p>3、视频拍摄能力：能够基于业务需求，拍摄视频内容，并能通过阶段性的工作实现各项数据指标的正向增长。</p> <p>4、直播开播能力：能够基于业务需求，顺利完成直播开播任务，并能通过阶段性的工作实现各项数据指标的正向增长。</p> <p>5、视频后期制作能力：熟练掌握视频剪辑软件和制作软件，包括Pr、FCP、AE、剪映等视频</p>

			<p>编辑软件，完成视频的剪辑、渲染等后期工作。</p> <p>6、内容包装能力：通过文案撰写、海报制作等工作，深度诠释内容创意，完成内容包装展示物料。</p>
3	平台运营	<p>通晓各新媒体平台的运营规则，完成新媒体账号、电商店铺、直播现场等的运营维护工作，注重数据指标，关注用户反馈。对客群的满意度负责。</p>	<p>1、平台规则解析能力：能够有效获取抖音、快手、B站、小红书等主流新媒体平台运营规则，具备对规则的分析及应用能力。</p> <p>2、账号运营能力：能基于不同平台特性，创建新媒体账号，保持对账号的稳定更新频率，关注账号数据效果的正向提升。</p> <p>3、店铺运营能力：能够理解各主流平台店铺的产品功能，根据产品特点及店铺基础模块设置，制作素材、进行产品上架及店铺优化。</p> <p>4、数据运营能力：能够善用 Excel 等办公软件、抖音电商罗盘等平台数据工具，进行业务数据的收集、分析、整理工作，达到从数据发现问题并提出优化方案的能力。</p> <p>5、客户服务能力：具备售前及售后工作的开展能力；包括，熟悉客服接待流程、能够妥善处理售前问题并促进销售转化；熟悉物流、商品退换货等流程，能够妥善处理售后问题并进行后续预防的服务能力。</p> <p>6、直播场控能力：能协助主播把控直播间氛围、处理直播间突发事件、做直播商品的操作及完成直播监控及设备调整。</p>
4	营销推广	<p>能合理的安排资源投入，可通过广告投放、粉丝运营、资源整合等市场动作促进业务效果的提升。能撰写营销推广方案，懂得品牌打造的思路和方法。对资源利用率和投入产出比(ROI)负责。</p>	<p>1、广告投放能力：熟悉主流广告投放平台(dou+、巨量千川... ..)独立搭建广告投放账户、制作素材、实现投放；并能对账户、素材、目标受众、投放方式等做持续的优化，达到ROI大于1的结果目标；</p> <p>2、粉丝运营维护能力：能够通过多种工具和多层次的运营手段，实现涨粉，并建立与粉丝的长期信任关系，提升粉丝活跃、粘性和忠诚度。</p> <p>3、粉丝复购转化的运营能力：能够对粉丝群体进行细分、挖掘、引导，有效提升复购转化。</p> <p>4、资源整合能力：了解市场的主流营销推广方式，能通过多种市场工作手段、借力外界资源，通过资源整合，实现最大营销推广效果。</p> <p>5、方案撰写能力：能够策划营销推广方案，并完成营销推广的实施执行工作及结案分析工作；</p> <p>6、品牌策划能力：能够有效规划产品及品牌策略，明确品牌市场定位及价值理念，建立可形成差异化市场品牌的市场推广策略。</p>

5	市场商务	负责进行选品、达人对接及经营、合作资源拓展等对外合作工作，懂得成本管理思路和方法。对营收结果负责。	<p>1、选品能力：能够根据行业趋势、市场竞争环境、用户需求、渠道和品类特色，选出有竞争力的产品，纵横比较产品价格、品质和采购渠道，挑选出最合适的产品。</p> <p>2、排品能力：提炼符合产品特性和打动消费者的卖点、制定售价与备货量计划；了解客户心理，制定产品最优出场次序及捆绑产品</p> <p>3、达人资源拓展能力：熟悉自身产品，多渠道建联拓展合适达人，维护达人保持长期合作，达到共赢。</p> <p>4、达人经营能力：根据达人内容定位制定选品策略，为达人筛选适合推广的产品、争取优质的市场资源，保证达人拥有正向的发展收益。</p> <p>5、商务合作能力：根据业务属性，甄选及拓展适配的商务合作资源，完成商务合作执行落地的管理工作。</p> <p>6、成本管理能力：有成本概念，能综合营收目标及业务收入，规划营销推广、资源合作、内容制作等方面的成本投入，推动团队内部实践践行。</p>
---	------	---	--

## 二、教学计划

大一下学期

课程模块	课程主题	课程内容	课程类型	课时	任务
引言	先导引入课	1. 项目介绍 2. 项目团队分工与职业生涯规划评测	线上直播课	3 课时	1. 学生分组 2. 双师项目组分工明确
		1. 学生自我介绍 2. 比赛作品点评及解析讨论	实践指导课	2 课时	
		1. 过年期间的爆款视频解析 2. 寻找热点的途径	线上直播课	2 课时	
		1. 抖音平台近期涨粉较快的领域、类型分析 2. 如何选择适合自己的账号与赛道	线上直播课	2 课时	
		1. 什么是账号定位 2. 如何给新账号进行定位 3. 如何辨别账号定位的好坏/账号定位分析	线上直播课	2 课时	

账号	账号定位	1.账号基础信息要素及功能 2.账号基础信息设置及优化	线上直播课	2 课时	1. 确定账号定位 2. 每周三更	
		1.创建团队账号并做自己的账号定位 2.确定自己的账号的人设、内容表现形式、风格 3.账号定位的诊断与优化	实践指导课	1 课时		
	平台规则解析	1.平台审核规则 2.平台推荐规则 3.平台违规判罚	线上直播课	3 课时	1. 建立自己的选题库 2. 建立常规选题 vs 爆款选题的素材库	
	选题策划	选题的分类和选取	线上直播课	2 课时		
		如何搭建自己的素材库 如何寻找和拓展自己的选题创意	线上直播课	3 课时		
		作业：写出 20-30 条的选题规划	实践指导课	2 课时		
	视频拍摄与剪辑	脚本写作与创作基础	日常与广告脚本的写作	线下课	2 课时	1. 能固定周产具有网感的 3 条视频 2. 账号粉丝突破 500+
			分镜脚本拆解练习		1 课时	
			画面、构图、运镜方式、拍摄角度		2 课时	
			自定选题及素材拍摄		1 课时	
剪辑软件的使用和常用功能 卡点、特效、滤镜、字幕、转场			4 课时			
音效、音乐、表情包 视频封面的设计		剪辑素材作业课堂练习及点评	线下课	2 课时		
				2 课时		
				2 课时		
运营	平台运营与分发	各平台规则与短视频特点解析	线上直播课	2 课时	拓展至 3 个平台，并分发已有的视频内容	
		作业：剪辑好的视频成品在各平台进行分发	实践指导课	2 课时		
	MCN 机构的模式与分工	1.MCN 机构的内容孵化模式 2.短视频行业岗位的分工与职责	线上直播课	3 课时		
	账号运营与维护	1.账号运营技巧分析 2.账号数据分析	线上直播课	2 课时	1. 学会分析自己账号的用户画像	
		1.用户画像分析 2.互动与评论管理	线上直播课	3 课时		

		3.如何提升关注率和涨粉率			
	粉丝运营	针对账号目前情况，总结目前存在的问题和不足，寻找可采用的运营技巧和方式。	实践指导课	1 课时	2.复盘可行的运营技巧和方式
	内容推广	dou+投放，利用短视频获取免费流量； 利用话题标签、热点榜单、热门音乐获取流量	线上直播课	3 课时	1.给自己的账号做一次 dou+ 投放 2.账号粉丝突破 800+
		运用所学技巧进行视频推广实践	实践指导课	1 课时	
	爆款内容创作	爆款视频的底层逻辑和案例	线下课	2 课时	1.发布一条爆款视频 2.阅读量突破 50000+ 3.可考虑奖励机制 4.账号粉丝量突破 1000+
		如何利用第三方数据平台寻找爆款创意		2 课时	
		如何将爆款创意借鉴运用到自己的内容创作		2 课时	
		制作爆款视频的注意点和误区		2 课时	
		作业：找到并拆解同领域垂直类型的 10 个爆款作品	实践指导课	1 课时	
		带货短视频的内容形式与特点		2 课时	
	带货短视频的拍摄	橱窗功能的规则与使用	线下课	2 课时	1.开通商品橱窗功能 2.做带货短视频内容调整
		优秀带货短视频爆款案例拆解		2 课时	
		小组讨论+现场点评：拆解一条爆款带货短视频内容，并分析拍摄手法和脚本文案		2 课时	
直播	带货短视频脚本策划	带货短视频的脚本写作模版 违禁词及误区	线上直播课	2 课时	发布至少 5 条带货视频
		撰写带货短视频脚本，并提交点评	实践指导课	2 课时	

		学生作业优化与点评： 如何拍好带货短视频	线上直播课	2 课时	
	带货商品的选品	如何寻找高转化率的爆款商品	线上直播课	3 课时	根据小组账号特点，选品并拿到样品
		利用所学方法，从精选联盟找出适合自己的 10 个商品	实践指导课	2 小时	
	直播入门与基础	直播的分类与行业发展趋势	线上直播课	2 课时	1. 组内进行直播分工 2. 根据选品，撰写第一份直播脚本
		直播团队的岗位分工与职责	线上直播课	2 课时	
		直播开播前的场景搭建和设备准备	线上直播课	2 课时	
		直播间流程与脚本设计	线上直播课	3 课时	
		作业：撰写一场直播脚本并提交	实践指导课	1 课时	
	直播电商实操	直播开播基础功能与规则	线下课	1 课时	1. 小组实操至少 5 次直播 2. 能够自主复盘流程、话术和脚本 3. 实现账号累计直播带货 GMV500+
		直播间的选品组品策略		2 课时	
		直播间流量来源和数据分析		2 课时	
		直播间引流短视频的拍摄		3 课时	
		主播能力要求及标准	线下课	1 课时	
		直播主播话术技巧		3 课时	
		现场小组模拟直播实践与点评		4 课时	
提升	直播能力进阶	优秀直播间案例分析	线上直播课	3 课时	
		直播间违禁行为及处罚处理	线上直播课	2 课时	
		优秀直播脚本拆解	线上直播课	3 课时	
		作业：观摩至少 5 场不同类型直播，总结流程和话术，撰写自己的脚本	实践指导课	1 课时	
		学生作品优化与点评：直播引流视频	线上直播课	4 课时	
		学生作品优化与点评：直播开播实操	线上直播课	4 课时	
	综合能力培养与提升	短视频变现的路径和其他方式	线下课	2 课时	1. 小组成果展示及期末表彰大会 2. 项目导师与学生团队签约仪式
		千万级流量大号的孵化模式拆解		2 课时	
		2022 上半年账号涨粉盘点与案例拆解		4 课时	
		私域用户维护及运营步骤		4 课时	
		垂直行业和品牌如何运用短视频营销推广		4 课时	

大二下学期

周数	授课形式		课程核心	课程内容
第一周	线下		项目班/教学班分班	项目班/教学班分班
		实训	电商基础认知	1. 电商直播行业现状与发展 2. 直播团队岗位分工与职责 3. 团队人员业绩及考核 4. 团队人员配合及复盘 5. 电商直播前期准备工作解析
		大班课	端口操作&产品	1. 电商直播开播认知与操作 2. 营销工具使用教学 3. 电商直播选品、组货、测品、排品攻略
	线下	大班课	场景搭建	1. 开播前的直播场景搭建和设备准备 2. 直播间搭建的常见类型 3. 绿幕直播间背景制作教学
			【初级】话术&脚本	1. 主播心态 2. 直播话术要项 3. 单品脚本 4. 整场脚本 5. 优惠脚本 6. 作业布置
		实训	项目班/教学班实训指导	项目班/教学班实训指导
第二周	线上	大班课	直播数据	1. 初识电商直播流量大盘 2. 认知行业基础数据指标
			【初级】直播复盘	1. 掌握基础数据指标分析原理
	线上	实训	项目班/教学班实训指导	项目班/教学班实训指导

第三周	线上	大班课	【初级】 引流&挂车视频	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 . 内容形式与特点</li> <li>2 . 橱窗功能与规则</li> <li>3 . 视频拆解</li> <li>4 . 小组讨论+点评分析两类爆款视频</li> </ol>
	线上	实训	项目班/教学班实训指导	项目班/教学班实训指导
第四周	线上	大班课	平台规则	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 . 抖音信息获取渠道</li> <li>2 . 抖音最新规则解读</li> <li>3 . 抖音违规处理方式</li> </ol>
			粉丝运营	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 . 账号粉丝运营</li> <li>2 . 账号粉丝粘性提升</li> <li>3 . 账号粉丝变现能力</li> <li>4 . 账号粉丝复购能力</li> </ol>
	线上	实训	项目班/教学班实训指导	项目班/教学班实训指导
第一周	线下	大班课	【进阶】 话术&脚本	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 . 产品话术案例拆解</li> <li>2 . 配合话术梳理拆解</li> <li>3 . 口语化表达提升实操</li> </ol>
		实训	项目班/教学班实训指导	项目班/教学班实训指导
	线下	大班课	【进阶】 直播复盘	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 . 电商直播后的复盘六要素</li> <li>2 . 数据分析与直播复盘</li> <li>3 . 复盘分析实操</li> </ol>
			起号逻辑	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 . 直播流量来源渠道</li> <li>2 . 电商直播前期起号思路</li> <li>3 . 流派与打法</li> <li>4 . 思考自己团队打法</li> </ol>
		实训	项目班/教学班实训指导	项目班/教学班实训指导
	线上	大班课	【初级】 活动策划	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 . 活动策划分类 (专题类：节日、季节、大促、达人)</li> </ol>

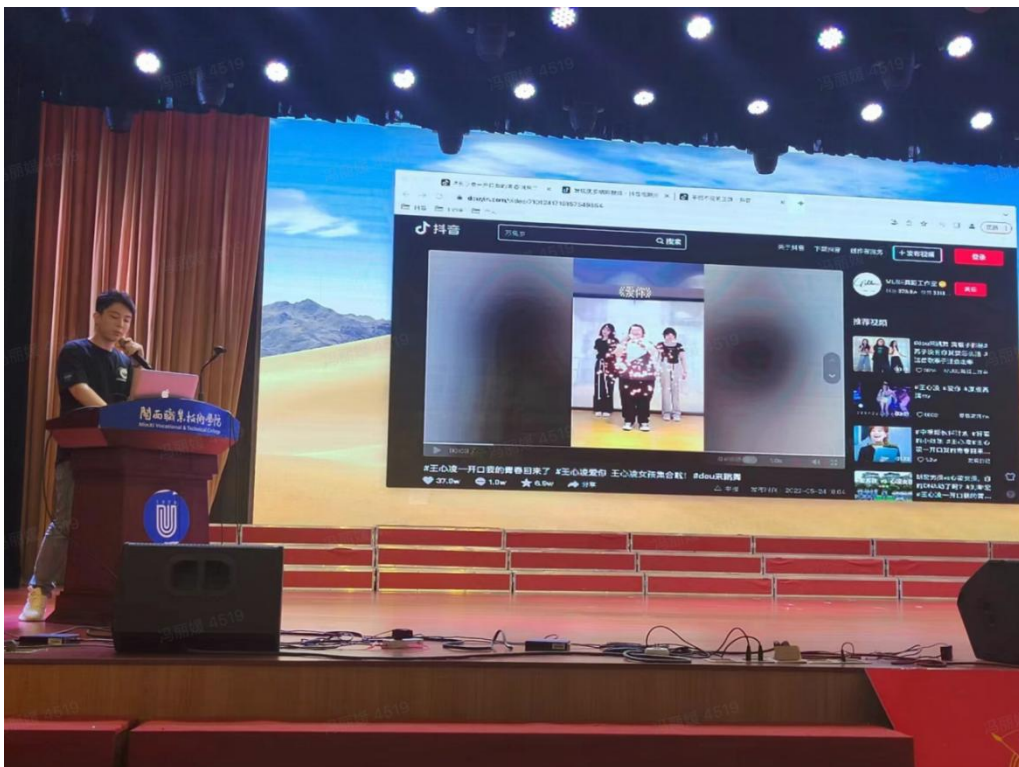


				(效果类：涨粉、促活、转化)
第二周	线上	实训	项目班/教学班实训指导	项目班/教学班实训指导
第三周	线上	大班课	看片会：账号案例分析	1. 品牌带货账号 2. 供应链带货账号 3. 达人带货账号 4. 爆品带货账号
	线上	实训	项目班/教学班实训指导	项目班/教学班实训指导
第一周	线上	大班课	【初级】商单变现	1. 短视频商单 2. 直播商单
	线上	实训	项目班/教学班实训指导	项目班/教学班实训指导
第二周	线上	大班课	准备 24/25 日直播活动	待定
第三周	线上	实训	准备 24/25 日直播活动	待定
四周	线下	排练	【进阶】活动策划一：直播节	项目班/教学班实训指导
	线下	直播节	【进阶】活动策划一：直播节	项目班/教学班实训指导
	线下	直播节	【进阶】活动策划一：直播节	项目班/教学班实训指导
第二周	线上	大班课	商单变现+补齐视频 (40 条)	讲解一下最后 3 周的工作
	线上	实训	直播节复盘	每位老师对直播节提出总结归纳
第三周	线上	大班课	项目班视频/教学不上课	项目班布置期末考试：视频
	线上	实训	教学班串讲/项目不上课	课上给教学班复盘下周将会考试的内容范围
第四周	线上	大班课	教学班开卷笔试/项目班点评视频	教学班成绩将由学校老师给分+15 号的期末视频导师点评

## 2、参与教学情况

### (1) 派遣企业导师实施企业课程

抖音集团邀请行业内专家、具备丰富经验的企业骨干作为企业导师入驻学校进行教学，将学生的实训部分拔高并现场纠错，提升实训效率。



企业导师线上线下相结合的教学方式

## (2) 共同开发活页式教材、教学内容

为激发学生学习主动性，抖音集团尝试用一系列的电子活页式教材让学生按“需”所学，该部分内容正在开发中，计划在23年春季学期实施应用，活页式教材包含任务页、活动页、所学内容、情景描述、建议学习时长及输出结果等部分。

### 【任务1：建立创业公司】工作页

基准课时：18（2天全日制训练营/周末）

#### 【情境描述】

你们团队计划开始创业，看好新媒体直播电商领域，但对这个领域不太了解，现在团队准备启动创业公司建立、行业调研。

#### 【学习目标】

- 筹备一个电商公司，创建组织结构和制度规则
- 团队成员认识彼此、熟悉彼此，共建信任
- 团队成员学习办公协同工具“飞书”、智能创意工具”
- 对直播电商行业基本常识、业务流程、关键岗位职责有基本认知

#### 【学习活动】

活动一：建立公司

活动二：行业调研

#### 活动一：建立公司

- 建议学习时长：8学时（1天）
- 子情境描述：

你们的团队要开始创业了，你们要创建自己的公司组织、文化和基本规则；

### 活页式教材示例

## (3) 举行校内赛事，以赛促练

为了通过比赛活动的形式，让学生真实体验做项目的完整过程，为未来的实习就业提升经验值，在教学过程中引入本地产业项目，供学生进行真实产业项目实训，同时将产业学院与龙岩当地产业相结合，有效促进当地产业发展。



前期与本地商家联络，并与商家做详细沟通



学生团队直播，企业导师现场指导

#### (4) 定期举行职业公开课，扩宽学生知识面

定期为学生举行各种关于技能、职场选择、学习、思维认知提升的公开课，逐步拓展学生的知识面，为学生认知提升、思维提升和职业选择有更好的塑造。

ByteDance  
字节跳动

大学“职”Talk

校园小白到王者毕业生的  
升级之路 大学技能BUFF开箱

公开课时间 2022.05.25 [19:00-20:15]

公开课地点 大匠堂

字节跳动 王飞  
毕业后经历过社会的毒打。

字节跳动 陈建栋  
我要当学生会主席!

字节跳动 林婕  
刚入校园的我看到这么多社团这些都是干什么的?应该如何抉择?应该在社团上花多少精力合适呢?想要了解以上内容就一起听听我说的吧~

字节跳动 管啸  
想学的东西太多,但精力终究有限。三步带你学会如何选择,如何快速提升。



### 三、校企资源投入情况

抖音集团自 2021 年与闽西职业技术学院合作起，就产业学院的教学资源、相关教学设备、机房实训室、师资培训、企业导师聘请、实习创业项目的引荐、抖音集团的企业级适配教学工具，对接可开展教学的软件平台，解决产业学院高效、高质的问题。

#### 人力投入情况

	姓 名	职 务
抖音集团	孙增蔚	抖音集团企业社会责任部培训总经理
	蔡文婷	抖音集团企业社会责任部院校培训总监
	赖小梅	抖音集团福建公共事务总监
	刘耕	抖音集团企业社会责任部课程开发总监
	冯丽媛	抖音集团企业社会责任部院校培训产品经理
	顾荣	抖音集团企业社会责任部高级项目经理
	李玉欣	抖音集团企业社会责任部课程研发高级经理
	陈建栋	抖音集团内容质量与用户体验平台 AI 数据服务经理
	王冰虹	抖音集团企业社会责任部课程研发高级经理
	郭思	抖音集团内容质量与用户体验平台 AI 数据服务资源经理
	管啸	抖音集团内容质量与用户体验平台 AI 数据服务培训经理

## 四、合作保障体系

### （一）政策保障

《国家中长期教育改革和发展规划纲要》（2010年—2020年）、《国务院 关于加快发展现代职业教育的决定》（国发〔2014〕19号）和《国务院办公厅 关于深化产教融合的若干意见》（国办发〔2017〕95号）中均指出，健全行业 企业参与制度；推动行业积极参与和指导职业教育发展；发挥企业重要办学主体 作用；研究制订促进校企合作办学的激励政策；规模以上企业要对接职业院校设 立学生实习和教师实践岗位，企业因接受学生实习所实际发生的与取得收入有关的、合理的支出，按现行税收法律规定在计算应纳税所得额时扣除；多种形式支 持企业建设兼具生产与教学功能的公共实训基地。《职业学校校企合作促进办法》（教职成〔2018〕1号）还指出：职业学校和企业可结合实际，在人才培养、技 术创新、就业创业、社会服务、文化传承等方面，开展 7 种校企合作方式。

贯彻落实《国务院关于印发国家职业教育改革实施方案的通知》、《教育部等九部门关于印发〈职业教育提质培优行动计划（2020—2023年）〉的通知》和《关于实施中国特色高水平高职学校和专业建设计划的意见》等文件精神。以“职教 20 条”为引领，建设智能化时代下的会计专业，提升智能财务人才培养能力， 适应产业转型升级对财务人才的新需求。

### （二）协议保障

闽西职业技术学院与抖音集团签订了校企合作协议，涉及到资金采购部分签署合同，每项合作内容列明校企合作的原则、内容、责任方、金额、付款方式、 实施方式、验收方法、售后服务、违约和生效等内容。并且建立了理事会、院务会、教研组等管理执行组织，并且有理事会章程等文件约束



## 五、问题与展望

### （一）新媒体、新电商变化过快

当前，云计算、人工智能、大数据的加持下，新兴媒体层出不穷，十年来出现各种形式的新兴媒体形式，其内容也随之变化。未来随着行业相关规范的出台，以及5G等相关互联网技术的成熟与普及，未来市场前景十分可观。不管是数字营销亦或者是直播电商，内容为王的时代，内容策划仍然是学生必须要掌握的一项技能，然而伴随新型媒体的变化与形式多样，内容与受众都不断进行细分，在教育体系下及时伴随职业所需更新教学内容成为一大难题。

### （二）以赛促练，扩大规模

在之前进行的校内比赛中，很好的促进了一部分同学的直播电商技能，然而需要扩大范围与学生进行多层次、多维度、多专业的大赛形式，选品方向以本地特色产业为主，日化转化较好的为主，以学生熟悉为主，一方面不容易打击学生自信心，另一方面可快速拉动本地市场的变现转化和流量转化。

### （三）融入本地产业，开启新的产业赛道

之前的人培方案和教学计划中，主要以全国的标准化产业为导向进行人培和课程设置，对于本地的产业引入较少，23春季学期起，与本地的中小型企业商户和本地的较为繁荣的产业共同结合，一起引产入教，让学生在中学中，在产地中练，在实境中完成教学成果，逐步调整产业人才结构、人才与需求不匹配的问题。

## 六、未来合作项目清单

序号	合作内容
1	1+X 认证
2	网络营销与直播电商专业申报及人培制定
3	直播实训基地建设
4	项目式教学师资培养
5	教材合作
6	案例成果申报
7	工作室模式建设
8	顶岗实习接收、高薪就业推荐
9	参与全国性/省市级电商、营销赛事