

《文案策划基础》课程

教学标准

课内学时数： 54

适用的专业范围及层次： 移动商务 电子商务

课程学分： 3

考核方式： 考试

编制人： 袁尔漫

说明

一、教学目的和要求

1. 教学目标

(1) 知识目标

- [1] 认识文案的商业价值和重要性
- [2] 了解电商文案的类型及撰写重点
- [3] 认识电商文案岗位的工作范围、能力要求
- [4] 正确认识电商文案的定位
- [5] 了解电商文案创作的几种方法
- [6] 知晓每一种模式的创作要点
- [7] 尝试借鉴好的创意进行二次创作
- [8] 知晓文案创作的战略准备
- [9] 了解你写的产品、消费者及竞争对手
- [10] 清楚如何完成文案创作前的准备工作
- [11] 了解以产品为取向的策略
- [12] 了解以消费者为取向的策略
- [13] 掌握感性诉求与理性诉求结合的写法
- [14] 了解马斯洛需求层次理论在文案中应用
- [15] 了解网购用户消费动机类别及相应的文案设计
- [16] 理解什么是消费者洞察，掌握提高文案洞察力的方法
- [17] 针对具体的消费对象设计文案
- [18] 知晓用户设计撰写文案的重要性
- [19] 了解影响用户感受的几种文案
- [20] 了解影响文案长短的因素
- [21] 熟悉长文案的几种类型
- [22] 了解长文案的优势
- [23] 掌握长文案的几种创作套路
- [24] 了解电商文案标题的类型和功能
- [25] 熟悉 4U 标题写作公式
- [26] 了解文案标题的构思路径
- [27] 了解电商海报的形式、创作目的、创作误区等知识

- [28] 知晓电商海报文案的特征、电商海报文案策略、撰写技巧
- [29] 掌握产品标题的写作方法
- [30] 掌握产品详情页文案的优化技巧
- [31] 了解电商品牌故事的类型
- [32] 掌握商业故事的讲述框架
- [33] 如何写出有故事感的文案

(2) 素质目标

- [1] 具备网络信息收集能力，能够自主收集有关电商文案的新知识。
- [2] 能根据电商文案的能力清单做自我学习规划
- [3] 培养职业思考角度，反观对照自身学习。
- [4] 能够用九宫格思考法进行创意发散
- [5] 能够灵活运用各种策略进行文案创意
- [6] 能拆解优秀电商文案案例，培养创新思维、创新意识和创新能力。
- [7] 能够灵活运用各种策略进行文案写作
- [8] 能够根据需求层次阶梯的指引，进行文案训练
- [9] 不断练习探索如何写出具有洞察力的文案
- [10] 掌握高转化率文案的心理技巧
- [11] 能够根据各要素是情况，决定文案的长短
- [12] 能够通过不断练习探索如何写出具有吸引力的长文案
- [13] 能够根据长文案写作套路进行模拟创作
- [14] 能够用 4U 写作公式进行电商文案标题创作
- [15] 能够灵活运用构思标题的路径，进行标题优化
- [16] 能够进行电商海报文案创作
- [17] 能够优化电商海报文案提高转化率
- [18] 能够设计详细且合理的产品详情页结构
- [19] 具备一定的审美能力，切记模块太多、颜色太杂，保证详情页整体的易读性
- [20] 具备团队协作、互助意识，小组能够共同完成各项实训任务。
- [21] 具备创新意识、创新精神，能够在创作商业故事时提出好创意

2. 课程思政育人目标

- [1] 培养良好的学习习惯，平时多阅读，注意电商文案案例的积累。
- [2] 关注积极向上的文案信息源，树立正确的价值观。
- [3] 方法论归根到底还是需要自身的不断练习和学习，不可走捷径。
- [4] 借鉴后的二次创作，方法不代表可以照抄照搬，或侵权抄袭。
- [5] 培养持久文案力，学习别人的文章、创意、经验。
- [6] 关注积极正能量信息源，形成以创新为立足点的文案策划与写作观。
- [7] 树立正确的价值观，分享积极正面的品牌价值观文案；
- [8] 掌握消费心理做文案创作，不利用人性弱点做营销，要弘扬良善。
- [9] 热爱本职工作，具备职业精神和职业素养。
- [10] 具备有条不紊、灵活变通的活动能力，能够协助他人完成实训项目。
- [11] 树立正确的职业理念，警惕低俗、恶意营销。
- [12] 能从优秀的公益海报里吸取养分进行电商海报创作
- [13] 电商详情页描述产品是基于真实原则，不能虚假描述或文过饰非。
- [14] 熟悉广告法，避免商品文案出现违禁词等。
- [15] 热爱本职工作，具备良好的道德操守，要懂得担当责任，回馈社会。

[16] 文案人要注意讲好中国故事，向世界展示真实、立体、全面的中国。

[17] 知晓红色革命故事，追忆先烈，懂得责任担当，回馈社会。

二、课程内容和学时分配

1. 教学进度安排

根据教学计划规定的学时数为 54 学时，具体学时分配如下表，供参考。

课程内容和学时分配表

	主要内容	学时	小计
1	认识文案的商业价值和重要性 了解电商文案的类型及撰写重点 认识电商文案岗位职责、能力要求	3	3
2	认识文案的销售性与文学性 正确认识电商文案的定位 认识电商文案新手误区 认识电商文案的功能	3	3
3	能够用九宫格思考法进行创意发散 能够掌握表达的逻辑性 能灵活运用各种策略进行文案创意	6	6
4	知晓文案创作的战略准备 了解你写的产品、消费者及竞争对手 如何完成文案创作前的准备工作 找到最适合自己的写作流程	4	4
5	掌握以产品为取向的文案策略 掌握以消费者为取向的策略 把握品牌形象、价值观类型文案写法 灵活运用各种策略进行文案写作	4	4
6	根据需求层次阶梯进行文案训练 探索如何写出具有洞察力的文案 掌握高转化率文案的心理技巧	4	4
7	确定文案的目标受众，用文案描绘用户画像； 掌握用户视角设计文案的技巧； 根据品牌人格进行文案设计	4	4
8	根据各要素情况，决定文案的长短； 通过不断练习探索如何写出具有吸引力的长文案； 根据长文案写作套路进行模拟创作	4	4
9	用 4U 写作公式进行电商文案标题创作； 运用构思标题的路径，进行标题优化	6	6

10	能够进行电商海报文案创作 能够优化电商海报文案提高转化率	4	4
11	详情页的组成模块 产品详情页的写作方法 掌握产品详情页文案的优化技巧	6	6
12	电商品牌故事的类型、掌握商业故事的讲述框架、写出有故事感的文案	6	6

2. 思政映射与融入点

教学周次	课程教学要求	思政映射与融入点	授课形式与教学方法	教学预期成效
1-3	学生应当对互联网文案有基本认识，了解互联网文案的基本职责。	正确进行问题分析，激发民族自豪感。	教师讲授，课堂互动；小组讨论。	培养良好的学习习惯，平时多阅读，注意电商文案案例的积累。
4-6	掌握电商文案的标题写作、电商文案的正文写作、商品卖点提炼与展现、拟定商品标题、商品详情页文案写作和品牌故事写作	培养实践能力，立志为国家做贡献	教师讲授，课堂互动；小组讨论。	关注积极向上的文案信息源，树立正确的价值观
7-10	培养文案工作者的职业规范和理念	强调职业规范，做一个遵纪守法的社会主义工作者	教师讲授，课堂互动；小组讨论。	方法论归根到底还是需要自身的不断练习和学习，不可走捷径
11-13	案例分析与讨论要求学生分组，分担任务，学习配合	注重个人和团队	教师讲授，课堂互动；小组讨论。	树立正确的价值观，分享积极正面的品牌价值观文案
14-15	通过小组发言、提交案例报告增强语言与文字沟通能力	积极沟通，做一个善于沟通的“友善”者	教师讲授，课堂互动；小组讨论。	电商详情页描述产品是基于真实原则，不能虚假描述或文过饰非
16-18	管理文案创作项目的进度、广告预算	理解项目管理，激发创造潜力	教师讲授，课堂互动；小组讨论。	文案人要注意讲好中国故事，向世界展示真实、立体、全面的中国

三、教学建议

1. 理论配合实战训练进行学习，提高学生的电商文案的能力；
2. 在条件允许的情况下，可申请一个网店和社交平台账号，进行深入学习；
3. 开设新媒体创作账号，进行电商长文案写作，提高学生运用知识的能力。

四、理论教学部分

章节	名称	主要内容	重难点关键词	类型
1	电商文案概述	认识文案的商业价值和重要性 了解电商文案的类型及撰写重点 认识电商文案岗位职责、能力要求	电商文案类型、功能、岗位职责、能力要求	案例+理论讲授
2	电商文案不卖弄文学	认识文案的销售性与文学性 正确认识电商文案的定位 认识电商文案新手误区 认识电商文案的功能	电商文案的销售性、误区	同上
3	电商文案创作方法	能够用九宫格思考法进行创意发散 能够掌握表达的逻辑性 能灵活运用各种策略进行文案创意	电商文案创意方法	同上
4	电商文案创作准备	知晓文案创作的战略准备 了解你写的产品、消费者及竞争对手 如何完成文案创作前的准备工作 找到最适合自己的写作流程	战略准备、了解产品、受众、对手	同上
5	电商文案写作策略	掌握以产品为取向的文案策略 掌握以消费者为取向的策略 把握品牌形象、价值观类型文案写法 灵活运用各种策略进行文案写作	产品取向的、消费者取向的文案策略	同上
6	消费动机与文案设计	根据需求层次阶梯进行文案训练 探索如何写出具有洞察力的文案 掌握高转化率文案的心理技巧	需求层次阶梯、洞察力	同上
7	用受众的语言写文案	确定文案的目标受众，用文案描绘用户画像；掌握用户视角设计文案的技巧；根据品牌人格进行文案设计	用户视角、品牌人格	同上
8	电商文案创作的长与短	根据各要素情况，决定文案的长短；通过不断练习探索如何写出具有吸引力的长文案；根据长文案写作套路进行模拟创作	长短文案优势、长文案套路	同上
9	电商文案标题创作技巧	用4U写作公式进行电商文案标题创作；运用构思标题的路径，进行标题优化	4U写作公式构思标题的路径	同上

10	电商海报文案创作	能够进行电商海报文案创作 能够优化电商海报文案提高转化率	电商海报文案创作	同上
11	产品详情页文案设计	详情页的组成模块 产品详情页的写作方法 掌握产品详情页文案的优化技巧	详情页撰写技巧、优化原则	同上
12	商业故事文案写作	电商品牌故事的类型、掌握商业故事的讲述框架、写出有故事感的文案	商业故事、品牌故事	同上

五、建议使用教材及主要参考书

[1] 马楠. 尖叫感: 互联网文案创意思维与写作技巧[M]. 北京理工大学出版社, 2016.

[2] 乔治·费尔顿. 广告创意与文案(中文版)[M]. 中国人民大学出版社, 2005.

[3] 朱雪强. 吸金广告文案写作教程[M]. 民主与建设出版社, 2018.

[4] 苏芯. 文案基本功: 9大爆款文案创作技巧[M]. 电子工业出版社, 2019.

[5] 李欣频. 灵感来了: 李欣频的文案创意课[OL]. 喜马拉雅, 2019.

[6] 林桂枝. 秒赞: 文案女王20年创作技巧与心法[M]. 中信出版社, 2021.

[7] 罗伯特·布莱. 文案创作完全手册[M]. 北京联合出版公司, 2013.

[8] 王中伟. 卖货文案: 新媒体文案创作10堂必修课[9][M]. 电子工业出版社, 2020.

[9] 关键明. 爆款文案[M]. 北京联合出版公司, 2017.

[10] 韩老白. 高能文案[M]. 北京联合出版公司, 2020.

2026年2月6日