

从“微视频制作”到“短视频创作与运营”：行业需求驱动下的课程改革与实践

欧阳妍妤

南京传媒学院，江苏南京，210013；

摘要：时代浪潮奔涌向前，互联网技术迭代日新。在新媒体连接全球的背景下，短视频的迅猛发展既为新媒体行业注入全新机遇，也对人才培养提出了前所未有的革新要求。传统《微视频制作》课程存在重技术轻思维、重课堂轻实践、重“作品化”轻“产品化”的局限，已难以适配行业需求。而《短视频创作与运营》课程以“创作能力+运营思维+生态视野”为改革核心，构建“校内教学——校外实践——行业检验”协同化教学新模式，聚焦学生技术应用、内容创作与运营管理能力的系统培养，为复合型短视频人才培育提供了极具实践价值的路径。

关键词：微视频制作；短视频创作与运营；课程改革；教学模式

DOI：10.64216/3080-1516.25.05.005

近年来，技术进步和市场需求变化推动了短视频行业的深刻变革。尤其在AIGC的影响下，短视频行业发生了深刻变化。短视频内容的多样化和个性化趋势日益明显。用户不再满足于单一的信息获取方式，而是更倾向于观看有趣、有料、有深度的短视频内容。短视频创作者需要不断创新，以满足用户日益增长的需求。在此背景下，短视频人才的能力体系需要进行系统性重构：既要掌握内容策划、形式创新和技术实现等基础技能，还需具备受众精准定位、多平台分发策略设计、用户行为数据分析及应用能力，同时要能构建符合商业逻辑的内容变现模式。

传统《微视频制作》课程的教学模式与短视频行业的现实需求间存在明显脱节，主要体现在以下三个方面：教学内容“重技术轻思维”、教学活动“重课堂轻实践”、教学评价标准“作品化”等

《短视频创作与运营》课程立足短视频行业对复合型人才的需求，在传统技术教学的基础上，以“创作能力+运营思维+生态视野”为改革核心。通过这一改革，该课程不仅要求学生掌握视频制作技术，还需深入理解内容传播逻辑、制定精准运营策略，最终实现与市场需求的衔接。与此同时，课程探索形成了可复制的教学实施模式：通过构建“校内教学——校外实践——行业检验”的闭环机制，实现三重核心对接。第一，课程内容与行业标准的动态对接，依据平台规则迭代与市场需求变化更新教学模块；第二，教学过程与工作过程的场景对接，将课堂理论转化为真实项目中的实践流程；第三，学生能力与岗位需求的精准对接，以行业真实岗位的胜

任力要求为导向校准培养方向。

1《短视频创作与运营》课程教学基本情况

《短视频创作与运营》课程作为南京传媒学院新闻传播学院所有（网络与新媒体、新闻学、广告学、传播学、数字出版）专业的必修课，总计64个学时，4个学分，采用理论与实践结合的教学模式。课堂教学是高校最主要的教学形式，其教学内容作为整个教学活动的核心，对课程改革和创新具有重要的影响。首先，为保障教学内容的系统性与前沿性，教师在授课过程中即时更新教学内容。一方面，以人民邮电出版社《短视频剪辑与AI创作》和智慧树在线学习资源《短视频创作全流程》为教学参考，为学生提供详细的理论讲解与实际操作流程指导；另一方面，引入剪映官方提供的信息管理系统和教学课件作为补充。

在此基础上，教学实施过程中注重“阶段式”的应用。《短视频创作与运营》课程依据能力培养的递进逻辑，在保留技术能力培养基础地位的前提下，对传统技能传授模式进行了迭代升级。在教学初始阶段，仍以拍摄技法（如构图、运镜）与剪辑能力（如基础技能、进阶技能）为核心训练内容，但方式有所不同。首先引导学生对标行业流行的内容模板进行复刻拍摄，掌握基础技术规范；进而鼓励学生基于自主构思的主题完成创作，强化创意表达能力；最终训练学生从现实生活场景中提炼创作素材、实现即时性拍摄的能力。通过这一过程，既夯实学生的摄影摄像技术功底，又培育其持续创作的内生动力。

接着，课程按照内容复杂度梯度，依次开展Vlog、

微电影广告、剧情短片等融入等不同形态短视频的创作训练,帮助学生系统掌握多元内容形态的制作逻辑与技术规范。值得注意的是,所有学生创作成果均同步发布于抖音等主流平台,使学生直接接触真实的流量环境与后台数据(如播放量、完播率、点赞评论比、用户画像标签等);后续通过平台运营基础理论教学环节,引导学生结合数据指标分析内容传播效果的影响因素,理解内容质量、平台规则与用户反馈之间的关联机制,实现技术实践与运营认知的有机衔接。

2 《短视频创作与运营》课程教学模式革新

2.1 从技能训练到内容策划能力的进阶培养

课程突破传统以拍摄、剪辑等技术操作为核心的训练框架,新增短视频选题、短视频发布运营、目标用户画像构建与内容精准定位等教学子模块。实践环节中,引导学生基于抖音、B站等主流平台的热榜数据(如话题热度、互动率、用户画像标签等)进行量化分析,掌握从数据洞察中提取选题方向、预判内容传播潜力的方法,培养以用户需求为起点的内容策划思维,替代传统依赖经验的创作模式。

2.2 从单一形态制作到多平台适配能力的系统训练

针对传统微视频“标准化制作、单一形态输出”的局限性,短视频强调内容形态与平台生态的适配性训练。教学中,引导学生深入解析不同平台的媒介特性与用户行为差异,例如:抖音的“强节奏、高刺激”传播逻辑;视频号的“社交裂变导向”特征等,针对性训练Vlog、微电影广告、剧情短片等多元内容形态的创作能力,使学生掌握基于平台调性调整内容结构、呈现方式与传播策略的方法论,实现内容从“作品属性”向“产品属性”的转化。

2.3 从个体技能训练到团队协同实践的教学模式

在短视频创作实践中,分组进行短视频团队搭建。例如:策划组——负责选题及编写视频脚本;摄制组——专注视频录制及后期处理;运营组——主攻多平台宣传和用户互动;商务组——着力商业变现。通过这种分工协作的方式,复刻行业真实的短视频团队协作情境,在提高学生沟通与项目组织意识的基础上实现由学生个体单一技能训练到整体团队协作训练。

2.4 从传统技术创作到 AIGC 协同赋能的教学拓展模式

随着短视频传播速度不断加快,人工智能生成内容

(AIGC)技术进一步推动短视频成为现代信息传播的核心渠道之一,改变了内容创作和传播的格局。《短视频创作与运营》课程将 AIGC 相关内容系统纳入教学体系,探索多样化创作风格,推动内容向多元化和个性化方向发展,从而为学生开辟更广阔的创意空间。

根据学生的兴趣、专业背景和创作目标,课程建立“生成式短视频创意工坊”。主要构建涵盖了文字生成与视频制作两个方面的教学内容。在文字创作方面,教学聚焦提示词与 AI 辅助文案生成能力的培养。实践环节中,引导学生在选题策划阶段借助 AI 工具进行创意发散与方向筛选,通过精准设计提示词获取多维度选题建议。在脚本撰写环节,引入 AI 生成作为基础素材来源,要求学生基于现实场景需求对 AI 产出文本进行针对性修改与优化,形成以“AI 辅助生成为先,人工二次修改创作”的协同模式,既提升创作效率,又强化学生对内容适配性的思考与把控能力。在视频制作方面,课程系统纳入即梦、可灵等 AI 生成工具的操作教学,通过案例解析与实操训练相结合的方式,帮助学生掌握工具的技术特性与适用场景。教学中选取典型成功案例与失败样本进行对比分析,比如指令为“生成吃火锅的场景”。总结 AI 生成视频在画面精度、叙事连贯性、风格统一性等方面的优势与局限,引导学生基于具体创作目标,合理选择工具应用场景,最终实现以 AI 技术解决实际创作问题的能力迁移,推动技术工具与创作需求的有机融合。

3 《短视频创作与运营》教学模式革新的核心实施路径

3.1 项目式教学为核心的实践体系构建

项目式学习是创造性思维课程中不可或缺的环节,它使得学生在实践中将理论知识转化为创造力。因此课程使用“真实项目”的教学方法,即在教学过程中以真实项目为例,以小组的形式对学生进行全过程中级的项目实践训练。具体而言,在教学过程中穿插类似项目期内发生的现实社会热点项目或者平台话题,比如按照当周社会热点或平台话题,完成剪映模板的设计与制作,保持“周更”形式(每周至少 1 条原创内容);并且需同步记录并分析内容发布后的用户互动数据(点赞数、转发数、评论数)与传播效果指标(播放数、点赞数、转化率、播放平均时长),形成阶段性数据复盘报告。以此让学生从实践出发,了解项目中每个环节的相互逻辑关系,达到从完成创意思维任务到项目评估反馈的项目闭环思维。

3.2 翻转课堂与案例教学的协同应用

课程创新采用“翻转课堂+案例教学”的混合式教学模式，实现“自主学习——问题聚焦——实操验证”的教学闭环。课前阶段，依托剪映模板案例库等数字化教学资源，引导学生自主开展爆款视频的结构化拆解（如叙事逻辑、镜头语言、节奏设计等要素分析），完成基础知识与典型案例的前置学习；课堂环节则以“问题导向”为核心，聚焦行业实操中的关键命题（如“前3秒注意力抓取的镜头语言设计”“低粉丝账号的流量池突破策略”等），通过教师引导式讨论、小组方案推演与即时性实操验证，如现场修改视频开头设计以测试完播率差异，将理论认知转化为解决实际问题的能力，强化“学——思——做”的深度融合。

3.3 产教融合框架的深化与实践

产教融合的深化是教育创新的核心。通过与传媒行业中主流企业的紧密协作，学校能够实时捕捉行业脉搏，将最新的行业需求和趋势融入课程体系。《短视频创作与运营》课程与抖音开展校内项目合作，建立长期稳定的校外实践基地。在实践中，课程引入行业中的优势资源，例如：通过邀请抖音知名大V张良仁教授在学校进行专题讲座、工作坊等形式，从短视频账号的运营技法上帮助学生答疑解惑。与此同时，字节跳动工作人员参与到学生新账号的组建及运营过程，在账号组建、内容拍摄、运营推广、数据分析等实战环节，切实帮助学生在过程中掌握市场规律及平台运作的规则等。通过这种校企合作，将真实的工作项目作为教学资源，帮助学生在实践中快速成长。

4 教学改革的实施成效与案例支撑

4.1 学生核心能力提升的实证表现

《短视频创作与运营》教学改革的成效在学生实践成果中得到显著体现。主要体现在：账号运营能力提升。学生团队独立运营的抖音账号在改革实施后，粉丝数量的平均增长率较改革前呈现统计学意义上的显著提升，反映出其对平台运营逻辑与用户增长策略的掌握程度明显增强。同时，班级60%的学生通过剪映官方技能认证的3级创作人，表明其技术实操能力已获得行业标准化认可。在此基础上，学生创作的短视频作品在省级及以上竞赛中取得优异成绩，体现出其内容创意与制作水平符合相应专业评价标准。

4.2 教学模式的辐射效应转化

课程改革不仅仅完成人才培养质量，还可复制教学成果，基于改革后课程模式，课程培养学生已具备“内容生产+商业应用+生态事业”的服务能力，能够独立承接全流程内容生产到商业转化项目的承接。同时，基于与剪映共建校园“短视频孵化基地”，进一步深化产教融合，促进深化教学成果价值转化。学生深度参与剪映官方活动，创作的短视频内容在流量转化的同时，也促使地方文旅资源等场景产生实实在在的社会价值。比如学生积极参与“善田江宁”短视频创作活动，实现了教学成果从“校园实践”到“社会服务”的转化验证，课程模式具有实践性和社会适用性。

5 结语

《短视频创作与运营》课程的教学模式革新以短视频行业的真实需求为根本点，突破传统课程技术技能本位的封闭框架，通过“创作能力+运营思维+生态视野”的系统性改革，构建起覆盖“校内教学——校外实践——行业检验”的人才培养模式。这一革新的核心要义不仅是课程名称从的表层变更，更是教育理念的深层转型，即从培养单纯掌握技术操作技能的“工具型执行者”，转向培养能够深度理解行业生态、参与市场竞争、具备系统思维的“行业生态参与者”。

《短视频创作与运营》课程的改革实践为高等院校应用型课程的迭代升级提供了可借鉴的路径：一方面，验证了以行业需求反哺教学体系的可行性，强调课程内容与行业价值链的深度耦合；另一方面，揭示了应用型人才培养中技术能力与商业思维、实践操作与系统认知协同发展的重要性，为同类课程的改革提供了理论参照与实践范式。

参考文献

- [1] 郑晓喆. 短视频的个性化创新发展[J]. 新闻采编, 2025, (03): 54-55.
- [2] 刘艺, 邵泽宇. 短视频创作课程教学改革与探索——以广州华商学院为例[J]. 传播与版权, 2021, (11): 106-108+117.
- [3] 李雨甜, 谭伟职. AIGC时代创造性思维课程驱动下的短视频创作人才培养[J]. 传播与版权, 2025, (03): 43-45.
- [4] 余兰亭, 冯梦然. 新闻传播类专业产教融合创新策略研究——以“短视频创作与运营”课程为例[J]. 数字化传播, 2024, (04): 77-80.