

广东省高职教育教学改革项目

结题报告

项目名称：基于新媒体平台的高职院校传统美育课程
模式探索与实践

项目编号：GDJG2019041

负责人：黄妍

项目承担学校：广东工贸职业技术学院

项目建设时间：2019.8-2021.12

2022 年

目录

一、项目基本情况	1
二、项目完成情况	2
（一）项目开展过程.....	2
（二）项目建设成果.....	3
三、项目建设内容	4
（一）新媒体+传统文化美育育人模式研究.....	4
（二）新媒体+传统文化美育育人模式实践.....	7
四、特色与创新	8
（一）创新传统文化美育方式，构建三维全方位育人体系	8
（二）结合平台调性，多种新媒体+传统文化美育模式探索.....	9
（三）以赛促学习，以赛促践行	10
五、主要实践效果和推广应用	10
六、存在不足与需要改进之处	10
附录.....	11
1.项目成果一览表	11

“基于新媒体平台的高职院校传统美育课程模式探索与实践”项目结题报告

《基于新媒体平台的高职院校传统美育课程模式探索与实践》项目（编号：GDJG201941）是 2018 年广东省教育教改立项项目之一，立项时间为 2019 年 8 月，建设期为 2019 年 8 月至 2021 年 12 月，经过两年的研究与实践，取得一定的成效，课程模式应用班级人数 500 人，普及型美育活动影响学院学生 1000 人。现将研究与实践情况报告如下。

一、项目基本情况

本项目旨在探索新媒体平台在传统美育课程的应用，设计行之有效的新媒体+传统美育混合教学模式，达到育成学生职业精神，传播弘扬传统文化，涵养人文素养的人才培育目的，实现对高职院校学生群体的美育功能，具有促进文化传承、适应时代需求、推进美育课程理论与实践创新三个方面的意义。

（一）项目目标

1. 研究探索新媒体技术引入传统美育课程的运行机制、高职院校学生的接受心理机制，为美育课程设计奠定理论基础。

2. 建构基于新媒体平台的美育体系。开发基于新媒体平台的传统美育课程，充分利用微博、微信、QQ、易班、短视频网站等多类型平台，融入美育课程教学中，渗透入课堂教学、形成混合式教学模式。第二课堂、实践，营造美育教育的生活化学习场景。

（二）拟解决问题

1. 通过理论探索，拓展新媒体技术、新媒体平台在高职院校美育教育中应用理论疆域；

2. 通过新媒体平台融入高职院校传统美育课程建设，改善高职院校美育课程形式僵化，内容陈旧，吸引力不足的情况，有效激发学生学习兴趣，提升学生学习主动性。让传统美育的建设形式更加多样化，内容上更加丰富、生动，有效促进校园文化建设，提升学生的整体人文素养，培养良好的职业道德和职业精神。

（三）项目团队

本项目团队成员有博士 1 名，硕士 4 名，正教授 1 名，副教授 1 名，皆有独立主持省校级项目经验。老中青搭配合理，团队协作力较强。

二、项目完成情况

（一）项目开展过程

1. 2019 年 1 月-2019 年 3 月，前期调研阶段。

文献综合整理，厘清新媒体技术在高职学生美育课程中的应用情况。

围绕传统文化美育与新媒体的认识，先后对工商管理学院以及校内学生进行了问卷调查，回收有效问卷 231 份。

2. 2019 年 4 月-2019 年 12 月，推进阶段。

交流研讨：实地调研、走访在推进新媒体技术、美育教育、文化建设做得较好的高校，获得第一手材料和信息。

2019 年 6 月，学院书记带队赴广州城市职业技术学院国学研究院进行交流

2019 年 8 月，参加职业院校中华优秀传统文化公共基础课程教学研讨会。

平台建设：

2019 年 4 月，成立辅导员文化思政工作室，团队成员李爽担任负责人，项目负责人黄妍担任课程建设小组组长，展开会议讨论 5 次。

3. 2019 年 9 月-2021 年 12 月，应用阶段

推广应用。将新媒体+传统文化美育课程模式应用于教学实践，先后应用于 18、19 文秘专业、18、19 工商企业管理专业、19 商务管理专业、19 物流管理专业共 17 个班 856 人的课堂教学。

依托粤商文化基地、辅导员文化工作室开展第二课堂、生活化的新媒体美育实践。

2020 年 9 月，走访合作企业联合设计开发新媒体美育 APP。

4. 2020 年 6 月-2020 年 12 月，总结归纳提升阶段。

将新媒体平台美育教育实践应用情况进行总结，反馈，总结经验，持续改进。

2021 年 5 月-2021 年 12 月，对文献、调查资料、课程效果进行综合分析，撰写研究论文，发表了三篇研究论文。

2021 年 9 月，以“粤商文化”课程为切入点，开展微课制作。

2022 年 1 月，完成研究报告。

（二）项目建设成果

1. 平台建设。负责、参与传统美育文化平台建设。项目负责人黄妍、团队成员李爽参与辅导员文化工作室的建设，开展了国学经典导读、传统文化学习等系列活动。团队成员参与主持、组织活动 12 次。其中 “粤商文化课程宣传推广” 新媒体比赛产生较大的反响，获得好评。

2. 课堂实践。

（1）开展了《应用文写作》、《商品陈列与门店布局》课程传统美育文化+思政教学模式探索，采用新媒体平台+线下混合式教学，在 3 个年级 6 个班进行了推广应用，取得了较好的教学效果，并将推广到后续年级的课堂教学中去。

（2）开展了《创意写作》课程标准和课程资源建设，编制课程标准 1 份。

3. 教学研究。

（1）团队成员积极参与项目建设，申报相关课题、项目 9 个，其中国部级 1 项，省级 3 项，院级 5 项；教学改革与研究方向项目 2 项，科学研究方向项目 4 项。

（2）发表论文。团队成员积极发表项目研究相关论文，共发表省级及以上期刊相关论文 10 篇；教学改革论文 5 篇，科学研究论文 5 篇。

4. 获奖情况。团队成员积极参与相关竞赛，共获得相关奖励 12 项，其中省级奖励 9 项，校级 2 项，指导学生获奖 8 项。

5. 团队成员积极开展教学和科研能力培养，共参与了 12 次相关的培训、会议。

6. 教学工具。

（1）教学视频。录制了“粤商文化”教学微视频（第一期 9 个）。

（2）教学软件。开发了一个古代商业布局设计软件，让学生通过学习、欣赏古代坊市布局特点，领略前贤智慧，感受传统文化魅力。

三、项目建设内容

（一）新媒体+传统文化美育育人模式研究

基于广东工贸职业技术学院校情，研究探索高职院校里的新媒体+传统美育文化育人模式。

新媒体技术发展深刻影响着传统文化美育的生态，要充分利用新媒体平台，结合新媒体平台传播碎片化、去中心化、泛娱乐化、社交化的特点，根据高雅与趣味综合平衡、互动性与引导性的交互作用、平台调性与美育内容的有机融合、重点平台打造与全媒体矩阵结合的原则，探讨新媒体平台美育的新模式。

1. 新媒体概念厘清

新媒体的定义是处于动态变化过程当中的。1967 年美国哥伦比亚广播电视网(CBS)技术研究所所长戈尔德马克(P. Goldmark)首先提出了“新媒体”这一概念。1998 年 5 月联合国新闻委员会召开的年会上首次称互联网为“第四媒体”，是继报刊、广播、电视三大传统媒体之后的第四种主要大众传播媒体。随着智能手机的发展，基于移动端的互联网又被称为“第五媒体”，后两者媒体常常被称为“新媒体”，因此，新媒体主要是指利用数字技术、网络技术、移动技术，通过互联网、无线通信网、有线网络等渠道以及电脑、手机、数字电视机等终端，向用户提供信息和娱乐的传播形态和媒体形态。

其中的“新”是一个相对的概念，只是与“旧”“传统”相比较而言。由于不断地会有新的数字媒介出现，网络本身也是不断发展，因此内涵也在不断发生变化，作为动态的研究对象出现。本文中的“新媒体”主要指向以手机移动端为载体的互联网媒体平台。

2. 新媒体平台影响下的高校美育的新生态

新媒体，特别是基于手机移动端的新媒体目前已成为大众接收讯息的重要工具，广泛渗透到社交、娱乐、工作、生活等方面。它呈现出与传统媒体的不同的鲜明特点，也深刻地影响着高校的美育教学与传播。

（1）传播内容呈现信息碎片化特点。“碎片化”主要是指完整的信息通过网络、手机、博客、微博等媒介的再编辑与传播呈现出块状、零散的描述形式，导致信息、受众与媒介分化的现象。

(2) 平台调性普遍泛娱乐化。泛娱乐化体现在即使深刻的内容, 也仅以短平快的形式呈现。新媒体时代, 网络应用大致经历了由 BBS 到博客、QQ 空间到人人再到微博、微信的转变, 平台的内容也从博客的长文章逐渐缩短到微博的 140 字甚至只有配图, 内容长度日益降低, 文字的缩减也导致无法深入阐释问题, 进而产生信息缺乏深度、逻辑性等问题。

(3) 平台内容展现多元去中心化。信息传播正在从传统专业媒体主导的精英传播向社会广泛参与的大众化传播转变。和传统媒体时代, 报纸、电视台掌握信息资源、发布与评论的话语权相比, 新媒体的信息传布迅速, 媒体和受众关系从单向灌输向双向互动转变。新媒体改变了传统媒体自上而下的话语灌输模式, 创造了多元空间、多元选择、多元文化、多元主体的新格局在此背景下, 学生的审美多元化, 出现了二次元、古风等亚文化, 在此环境下, 学生们的话题、网络社团圈子也呈现分化。

(4) 平台模式凸显互动社交化。信息的碎片化、内容的娱乐化、传播主体的去中心化, 由此带来众生喧哗的社交化平台。传统媒体的信息传递是单向度的, 对信息的选择、传递、评价、反馈, 媒体掌握着主导地位, 受众处于被动的信息接收状态。

3. 新媒体平台美育融合的原则

新媒体平台的传播特点, 既呈现出传播范围广、速度快、受众层面多的传统媒体的优越性, 又凸显了信息失真、网络暴力、浮浅化、平面化、娱乐化的诸多不利因素, 面对日益复杂的新媒体环境, 在进行美育教学的过程中, 既需要充分利用其传播度广、接受度高等优越性的同时, 也要防范负面不利影响。

(1) 高雅化与趣味化的综合平衡

高校美育的目的在于涵养人的精神世界, 避免沦为纯粹的“工具人”。而学生正处于一个价值观初步形成阶段, 兴趣爱好游移不定, 意志不坚, 易于被娱乐性更强的内容所吸引, 对较为高深的思想、文化不感兴趣。为此, 既要发挥新媒体平台其广受学生欢迎, 用户黏性较强的优势, 适当吸取其娱乐化的表达方式, 选取优质公众号。也要小心规避其不良的负面影响, 对学生的审美趋向进行正面引导。

美育工作要向学生的兴趣爱好贴近, 适当引入新媒体平台中娱乐化、大众化

的内容，先引起学生的兴趣，可以将高雅内容趣味化、

当然，在保持适度娱乐性、通俗化的同时，也要坚决抵制网络中的庸俗无聊、肤浅甚至扭曲错误的观念，以美育精神的高雅感化熏陶、提升学生的审美品味，在尊重学生多元化的审美观念、兴趣的同时，也要以正确的价值观、高雅的美学观引导学生。

（2）互动性与引导性的交互作用

传统课堂教学与传统媒体的传播方式类似，以教师讲授为主，学生参与度不高，进入新媒体时代，美育也要与时俱进，充分汲取新媒体平台受众既是接受者又是传播者、创作者的特点，通过鼓励学生参与线上活动、互动点评、进行二次创作等方式，增强学生的参与意识。

（3）平台调性与美育内容的有机融合

不同的新媒体平台有其特定的用户群体、用户对象，在推行美育教育的时候注意结合平台调性与学生使用习惯采取不同的内容推广与美育教学。对应平台渠道的传播策略、使用模式也应有所不同。如易班是官方主推的大学生综合性互动平台，具有严肃性、政治性较强的特点，可重点发布重要美育相关的重要新闻，增强其权威性，对于以娱乐为主的短视频类新媒体平台，则以传统文化的各类宣传、影视视频为主，如最近两年备受欢迎的国潮风节日晚会演出，让学生通过观赏较高美学意蕴的传统文化视频，增强学生对于传统文化的兴趣，也营造良好的美学体验，提升对传统文化的兴趣。微信公众号有较多深度的文章、各大博物馆、图书馆的公众号，有较多的美育深度文章，可让学生关注公众号，通过深度文章的阅读、学习，加强整体美学素养，减少过多短平快碎片信息摄入，提升学生的整体美学感悟力和深度思考能力。

（4）重点平台打造与全媒体矩阵结合

多种新媒体平台容易引起信息冗余、重复，导致学生疲于应对甚至产生排斥心理，可重点打造一到两个重点宣传平台。先形成良好的社群氛围与互动基础，学生的黏性提升，有利于提高平台的活跃度和参与度，再在此基础上综合运用多个平台，推进美育工作的深入开展，打造立体化美育新媒体传播格局。

重点平台需有品牌意识，引导学生对平台的权威、经典产生认可。如关于美育的相关活动、讯息，都在该平台上首先发布、推广，校园意见领袖的发言、

互推也放在重点平台，形成品牌效应。组织上加强学校层面的统筹设置，二级学院跟进落实。在打造重点平台的基础上，充分利用其他新媒体平台的讯息、资源，形成合力，在其他平台上设置与重点平台的链接，将所有的用户再导流回重点平台，或在重点平台设置引流模式，发布与学生息息相关的内容。以微博为例，可推送某些话题登上微博热搜，再以线下活动为契机，各新媒体传播形式互为支撑，互相助力，形成一个不断扩大、加深，并带来越来越多关注度的美育传播场，提升重点平台的知名度、品牌影响力。

（二）新媒体+传统文化美育育人模式实践

结合不同新媒体平台调性与学生课堂、课外活动、生活等不同场景的特点，设计多种类型的新媒体+传统文化美育育人模式并展开实践。

1. 新媒体工具+线下美育混合式教学模式，创新课堂教学模式

项目建设过程中，以课堂教学为核心，结合课堂教学内容，充分利用新媒体工具，课前教师推送新媒体传统美育学习素材，课中引入微信美育公众号文章、抖音传统文化视频开展教学，课后学生利用新媒体工具进行自主创作，将新媒体工具渗透到课程教学全过程。

2. 新媒体平台+传统美育文化生活推送，丰富第二课堂内容。

课堂教学为核心，第二课堂与日常生活为两翼辅助，将日常生活美育渗透与第二课堂美育当中。以抖音平台为切入口，在日常生活中，利用学生喜爱的抖音视频、结合智慧职教平台播放粤商文化视频，碎片化时间完成学习。

充分发挥其要鼓励学生自主创作富有个性、富有美感的网络作品，在《门店布局与商品陈列》课中引入校园文创产品的设计，通过线下设计、线上展示，让大学生从设计美，到鉴赏美、展示美，在完整的美育校园文化活动中提升美的素养。组织社团活动，开展了诗词比赛、绘画雕塑手工比赛、朗诵征文、应用文写作比赛等活动，提高学生在美育活动中的主动性和积极性。如举办各类书法、绘画、音乐等线上活动，鼓励学生积极参赛、点评，发挥创意，让学生畅所欲言，也充分激发学生的创意和积极性，引入线上线下联动直播、在线点评，营造真实感、代入感、新鲜感、互动感，形成沉浸式工作体验，身临其境，提高学生的活

跃度和参与度。

3. 传统美育文化结合课程思政，发挥协同育人效应

充分发挥传统美育的思政功能，在传统美育中同时进行思政教育，以抗疫故事为案例，将传统的忠勇仁义精粹融入抗疫精神展示，深刻感受疫情肆虐猖獗，舍弃了“小家”的团圆，奔波在抗“疫”一线守护者“大家”的安危，医护人员、防疫人员、普通民众展现的生命至上、举国同心、舍生忘死、尊重科学、命运与共的伟大抗疫精神的感召。

案例式导引，课程思政与美育相融。以结合本土地域特色的粤商文化为切入点，以写作课、门店布局与商品陈列等与美学、文化相关的课程为载体，开展传统文化美育。以课程思政为导向，传统文化美育、融贯为一体。开展国学颂、造纸术等第二课堂活动。

四、特色与创新

（一）创新传统文化美育方式，构建三维全方位育人体系

依托辅导员文化工作室与粤商文化基地两大平台，以新媒体平台为传播基站、链接源，以课堂教学为核心，以生活美育与第二课堂活动为辅助，形成生活—课堂—第二课堂环绕式的美育育人闭环。传统美育渗入日常生活，收到潜移默化的功效，课堂教学为核心，强化传统美育效果，第二课堂为辅助，持续深入全面美育育人。

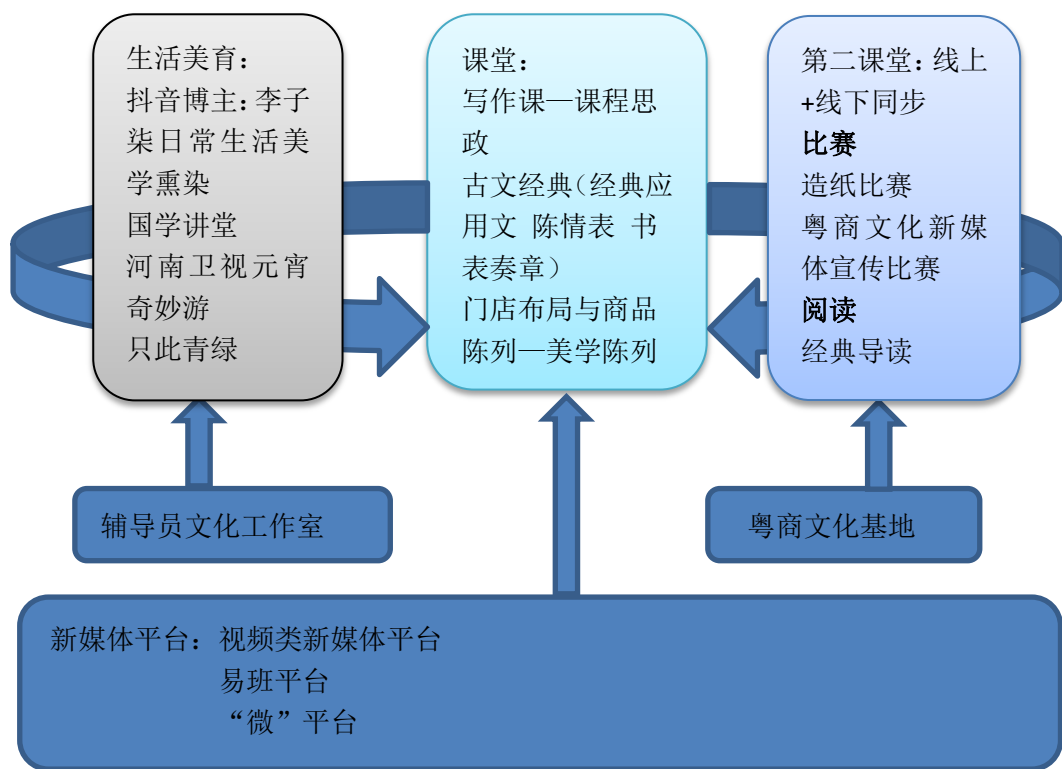


图 1: 新媒体平台+传统美育“课堂 2+生活 1”三维育人体系

（二）结合平台调性，多种新媒体+传统文化美育模式

探索

结合平台本身调性，架构方式、风格特点、传播模式进行对应的内容嵌入，更好地收到事半功倍的效果。导致宣传内容和平台风格不契合，引起学生兴趣。

充分利用学生喜闻乐见的短视频平台（抖音、快手、微信视频号）、公众号、朋友圈裂变式传播。探索实践对应平台渠道的传播策略，探索了红色易班模式、基于社交式平台的美育微传播模式、基于视频号的美育影音化传播模式。

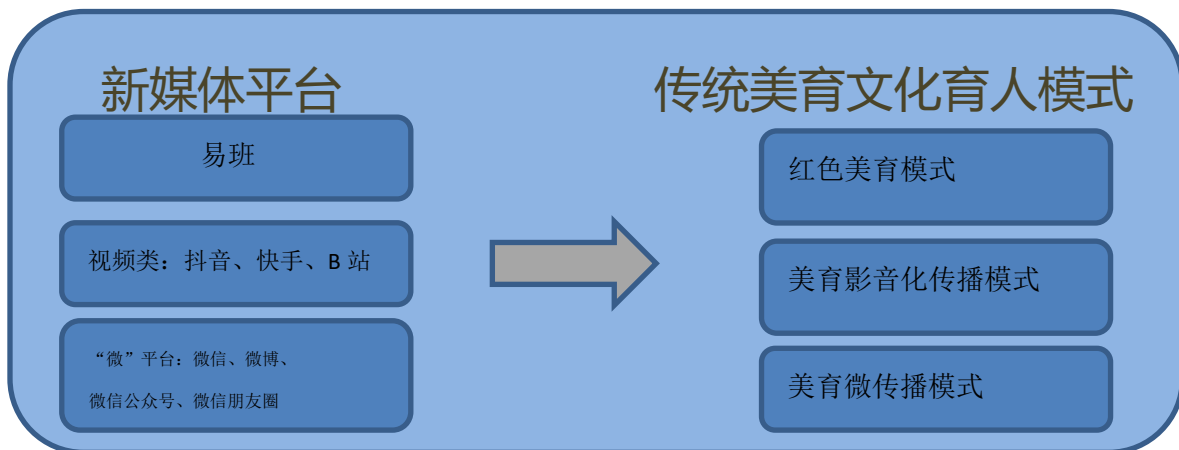


图 2：新媒体平台+传统美育文化育人模式

（三）以赛促学习，以赛促践行

组织“新媒体粤商文化”宣传比赛，造纸比赛等赛项，“抗疫”诗歌朗诵比赛，比赛既是智慧的较量，更是学习的过程，通过比赛，学生对于美育文化会有更加深刻的记忆。激发学生深入了解、学习传统美育文化的热情，通过备赛参赛，深度融入文化体验，学习传统美育文化，形成更为坚实的文化认同感。

五、主要实践效果和推广应用

（一）提高课堂教学效率，学生参与积极性高。

在《应用文写作》、《创意写作》课程中，文秘专业、工商管理专业学生积极参与“新媒体粤商文化宣传比赛”、传统文化视频宣传，提交作品 32 份，在抖音、B 站、微信公众号、腾讯视频发布视频点赞数破万。

（二）美育思政融入第二课堂与日常生活，潜移默化效果佳。

结合学生的手机使用习惯，通过向学生推送美育视频号、公众号，如抖音网红博主李子柒的案例观赏，以碎片化时间感悟，点滴化渗透传统美学，潜移默化渗入日常生活。智慧职教平台观看粤商文化视频，碎片化时间完成学习，学生轻松乐于接受。

（三）教学模式可复制，可持续推广效应较好。

不同的新媒体平台有其特定的用户群体、用户对象，在推行美育教育的时候注意结合平台调性与学生使用习惯采取不同的内容推广与美育教学。对应平台渠道的传播策略、使用模式探索了红色易班模式、基于社交式平台的美育微传播模式、基于视频号的美育影音化传播模式。提高学生的参与积极性，还让他们在参与美、制作美的美育实践中获得更为深入的美学体验。模式可复制应用，取得较为良好的推广效应。

六、存在不足与需要改进之处

项目研究与实践过程中，也存在一些不足之处：

1. 资金有限，一些硬件设备无法落实，
2. 成员专业背景限制，缺乏信息技术专业背景的研究人员支持，新媒体技术

的应用有待进一步深化。

2. 推广效果限于几个专业，主要集中在成员授课班级，尚未能在全院以及全校展开。

今后的努力方向：

1. 争取开发系统化的课程，编撰活页教材，与校本课程开发相结合
2. 争取扩大传统美育模式应用范围，特别是与工科专业课程想接轨
3. 开展基于新媒体

附录

1.项目成果一览表

2. 美育课程思政案例
3. 美育微课课件
4. 调查问卷

附录 1：成果一览表

成果类型			开展工作
平台建设	辅导员文化思政工作室	项目成员参与文化思政工作室建设，担任主持人、课程建设小组组长。	国学诵读 剪纸、花艺赏析
	粤商文化基地	参与粤商文化基地建设，开展粤商文化宣传、基地建设等工作	造纸术比赛 “粤商文化”宣传新媒体网络比赛
	姓名	题目	发表期刊/日期
论文	黄妍	新媒体平台与传统美育融合模式探析	《颂雅风》2022 年 2 月（第 6 期）
	黄妍	短视频融入高职院校传统美育路径探析	《长江丛刊》2022 年 1 月（第 6 期）
	梁巧丽	论词汇社会属性和文化属性的共性	《现代语文》2018 年 3 月（第 3 期）
	梁巧丽	岳飞《满江红》艺术赏析	《文学教育》（湖北省优秀期刊）2018 年 9 月（第九期下）
	梁巧丽	论陈邦彦诗歌的岭南色彩	《广州城市职业学院学报》2020 年 6 月（2020 年第 21 期）
	马小娟	不同专业的《口才交际课》实践教学的不同	《教育教学论坛》，2018 年 1 月（第 5 期）
	崔淑琴	谈“云秘书”的能力与优势	《秘书之友》，2021 年 12 月（第 12 期）
	黄淑雯	论文《基于能力导向的《创新思维》课程多元评价方案设计》	中国科技期刊数据库
	代月平	“互联网+”背景下 C++ 程序设计课程混合式教学模式的探索[J]	《教育现代化》，2019 年 6 月（第 50 期）
	代月平	混合式教学模式与传统教学模式对比研究	《智富时代》，2019,7:387.
	获奖人	奖项	级别
获奖奖项	黄妍	2021 年度工商管理学院“词抒院韵，图展院魂”活动	一等奖
	黄妍指导学生	2020 年度工商管理学院抗疫诗歌朗诵比	三等奖 2 项

		赛	
	黄妍、梁巧丽指导学生	2018-2019 年度广东省职业院校技能大赛秘书职业技能赛项（高职组）	三等奖
	马小娟指导学生	2018-2019 年度广东省职业院校技能大赛秘书职业技能赛项（高职组）	二等奖
	黄淑雯	2019、2021 年获校教学能力比赛	一等奖
	黄淑雯	2019、2020、2021 年参加广东省职业院校技能大赛教学能力比赛	三等奖
	黄淑雯指导学生	第七届移动互联创新大赛华南赛区高校组比赛	银奖
	黄淑雯指导学生	2021 年广东省“互联网+”大学生创新创业大赛	银奖
	黄淑雯指导学生	2021 年全国行业职业技能竞赛数字化管理师赛项（学生组）广东省赛	二等奖和三等奖
	负责人	名称	
教学案例	黄妍	课程思政案例	
	李爽	优秀案例	
	名称	内容	主要应用课程
教学软件	中国传统空间美学设计	以唐代长安坊市布局、宋代清明上河图为基础，学生通过自由组合搭配，沉浸式体验古代城市空间布局与“天人合一”的美学理念	《门店布局与商品陈列》 《应用文写作》 《创意写作》
	主题	内容	播放平台
传统文化美育课程课件	粤商文化微课视频	围绕传统文化的仁义礼智信，与社会主义核心价值观相融通，展现新时代粤商风貌，传扬传统现代精粹相结合的粤商文	智慧职教

		化精神	
	负责人	项目名称	编号 立项时间
立项项目	黄妍	2021 年度广东省普通高校特色创新类项目《疫情常态化背景下基于课程思政讲好中国传统文化故事的叙事模式研究》	项 目 编 号 : 2021WTSCX161 2021-9
	黄妍	2021 年校级科研思政类专项项目“后疫情时代背景下中国传统文化故事融入课程思政路径研究——基于叙事学视域”	项目编号: 2021-SZ-17 2021-6
	黄妍	2020 年度校级教育教学改革项目《写作课》课程思政示范课程	项目编号: 2020-SZ-08 2021-3
	马小娟	教育部人文社科项目中华古典诗词美育与粤港澳大湾区文化认同研究	项 目 编 号 : 21YJCZH105 2021-8
	马小娟	2018 年度广东省青年创新人才项目(人文社科)《工科高职院校美育育人与双创能力培养互融模式研究》	项 目 编 号 : 2018GWQNCX017 2019-4
	马小娟	广东工贸职业技术学院 2020 年院级课题《人工智能视域下工科高职院校、美育育人、就业竞争力互动关系研究》	项目编号: 2020-JK-16 2020-5
	黄淑雯	广东省 2020 年普通高校青年创新人才项目(广东省教育厅)消费升级视阈下粤港澳大湾区中小型零售企业发展与创新路径研究	项目编号: 21YJCZH105 2021-5
	黄淑雯	2020 年校级教学质量与教学改革工程项目《门店布局与商品	项 目 编 号 : 2020-JP-121 2021-3

		陈列》精品在线开放课程	
	黄淑雯	2020 年校级教学质量与教学改革工程项目《门店布局与商品陈列》课程思政	项目编号: 2020-SZ-51 2021-3

附录 2：美育课程思政案例

渗透式教学，在项目实践中感受文化魅力

——《应用文写作》课程思政实践案例

一、案例主题

高职应用文写作更注重写作技能的培养，能写出文从字顺规范的应用文是学生不可或缺的能力，也是职场上的竞争优势。同时因不少高职院校未开设大学语文课，人文教育缺失，高职院校的应用文写作课还担负着美育熏陶、通识教育的功能，蕴含着丰富的思政育人元素，既能启人清明唤醒其责任感，又可以培养学生可持续发展的能力，还可以建构学生课堂之外不可或缺的综合性的文化背景。所以应用文写作的育人功能不能因课时压缩而被忽略，教师应注重对思政元素的挖掘和提炼，寻找融入思政元素的有效途径。

通过《应用文写作》中的“新媒体文案”写作实践式项目，培养学生的文化精神，感受粤商文化的魅力，培养创新精神、诚信品质，形成良好的职业道德规范意识。

二、课程思政设计

本学期的授课班级是工商管理学院工商管理专业学生，学生整体素质较好，课堂气氛活跃，普遍动手能力较强；个性活泼，对基础性、理论性内容较为排斥，学习深度有所欠缺，更偏向于实践性强的学习内容。

针对学生特点，单纯讲解文化、思政内容，学生会感觉枯燥乏味，缺乏兴趣，为此，在“新媒体文案写作”环节，嵌入了“《粤商文化》

课程新媒体文案写作”的实操式项目，让学生深入感受粤商文化的精神，学习体悟粤商开拓创新、诚信经营、坚毅顽强、回馈社会的责任感和担当意识。

先讲授新媒体文案写作的基本知识要点，在此基础上，让学生登录智慧云课堂先学习《粤商文化》课程，分析课程内容，写出课程改进意见，再据此撰写新媒体宣传文案、制作宣传视频。通过具体的实践项目演练，让学生掌握写作技能的同时又在实际项目中感悟了解真实的粤商楷模所体现的优良品质，收到潜移默化、润物无声之效。

三、教学实践

授课内容	思政 融入点	教学过程和教学方法
第一周（4课时） 新媒体文案写作模式 传播伦理道德的意蕴与修养的方法	介绍新媒体发展历程，展示新媒体文案写作的正反案例，让学生初步了解	1. 第一节课堂教学（2学时，教师讲授与学生讨论）：教师以“咪蒙”事件引入，组织学生讨论，认识新媒体宣传与传统媒体宣传一样，职业道德与伦理道德的重要性；教师提供“丁真”的正面宣传案例，布置“发掘寻找5篇优秀新媒体宣传文案”作业。 2. 课外（学生自主研习、小组分享）：学生参照案例范文寻找相关5篇范文，分析其结构、特点、总结出模板，小组交流与分享（课外、第二周内完成），推荐小组代表。

	新媒体写作也同样需要遵循新闻传播伦理	3. 第2节课堂教学（学生分享、研讨与教师指导）：小组代表分享范文，小组进行点评，通过教师指导、学生相互间评价来完善计划。课后学生修改完善。
第二周（4学时）项目导入	学习《粤商文化》课程内容，组织讨论，深入感受粤商代表所体现的开拓创新、诚信经营、回馈社会的社会责任感和企业担	1. 第二周课堂教学（教师讲授、学生课后研读）：教师讲授新媒体文案写作的写作流程、注意事项、展示各类型写作模板，并为学生提供课后阅读的《马克思劳动概念的三重意蕴》《教师情感劳动初探》《教师劳动的特点与教师专业道德的特性》等资料。提出辩论赛设想。第八周课堂教学（学生分享、研讨与教师指导）：交流计划执行情况，并根据执行情况进行调整。 2. 课外（学生研讨、教师指导）：小组分组课外学习观看粤商文化课程，通过课程案例学习，总结，自主完成新媒体宣传比赛各项准备工作（分组、分工、收集资料、小组研讨对策等）。 3. 第二周上课时举行比赛（学生自主实践，教师指导）：宣传赛全程为学生自主实践，从宣传方案设计、文案撰写、汇报等均由学生分工合作完成，教师全程

	当	参与指导。
第三周(4课时) 项目实战 演练展示 创新诚信 爱岗敬业 责任担当	总结新媒体文案写作注意事项,再次强调、引导学生理解新媒体文案写作的伦理要求、项目中体现的文化精神。	1. 课堂教学(2学时,学生展示,现场评选,):学生通过认真学习《粤商文化》课程,撰写出既契合课程特点又有吸引力的宣传文案,并展示在宣传文案写作中感受到的粤商文化精神。 2. 课堂教学(2学时 教师总结):课堂总结。教师点评学生宣传文案,,评选优胜小组并颁发奖状予以鼓励。教师结合项目演练情况,再次强调、引导学生理解新媒体文案写作的伦理要求、项目中体现的文化精神。

四、教学总结

在讲授《应用文写作》课程中,教师要能够明确自身的岗位职责,从课程思政角度切入,发挥出《应用文写作》的实用性所在,也要让

学生通过这门课程的学习确定努力的方向。教师需要制定出适应性更强的教学方案，让学生通过《应用文写作》的学习提高思想素质以及写作能力。《应用文写作》课程思政的教学实践需要教师从全方位、多层次、立体化的角度深入融合思想政治教育理念，以润物细无声的方式影响学生、引导学生，从而切实推动高校教学的质量和水平上升新台阶。

授课单位：工商管理学院文秘教研室

授课教师：黄妍

2021 年 12 月 30 日

附录3 美育微课课件（节选）

微课名称	新时代粤商文化精神		
撰写人	黄妍 广东工贸职业技术学院		
标题	产品创新 技术创新——广铝集团		
知识点描述	铝材、产品创新、转型升级、粤商品质与价值观		
设计思路	一、 导入：粤商文化精神体现 二、 公司简介 三、 粤商品质与价值观的表现 （一）抓住机遇，勇于创新 （二）注重细节，深耕产品 （三）履行责任，回馈社会 四、 总结		
.....			
教 学 过 程			
教学环节	解说词	画面	时间
导入	大厦落成 奔赴新征程 2020 年 8 月 17 日，广铝国际中心现场举行了隆重的封顶仪式，这座高 200 米、被誉为“天际线上的琶洲双中轴核心”的双子塔正式落成。这座大厦背后，凝聚了怎样的广铝精神，体现了怎样的粤商文化？让我们一起走进广铝。	图片效果（备注图片来源），请注意让图片动起来  图片来源： 广铝集团官网	30 秒
	广铝国际中心落成，是广铝集团发展的又一个里程碑。展望未来，集聚了湾区资源的广铝集团，将屹立于琶洲核心区这块人工智能和数字经济沃土之上，奔赴新征程，开启新篇章。	老师出镜	
公司简介	广铝集团有限公司成立于 1993 年，总部位于广州市，是一家多元化投资发展的大型企业集团，也是国内外最为完整的铝全产业链生产企业之一。	公司简介视频 30 秒 视频+文字 视频： 170823-2332.mp4	ppt3

		00:48-01:14 备注来源：广铝集团官网 文字： 广铝集团有限公司 • 1993 年成立 • 总部位于广州市 • 铝全产业链覆盖，多元化投资发展	
	“创新”是企业的黄金法则，粤商立足于商业之林，也离不开这两个字，纵观广铝集团的发展历程，处处闪耀着创新的光芒。	老师出镜	
	一、抓住机遇，勇于创新	转场文字： 抓住机遇 勇于创新	PPT5
	为加快转型升级的步伐，广铝集团把“创新战略”作为公司的核心竞争力，以不断创新的精神，发挥自身资源优势 and 行之有效的经营模式，求品质，树口碑，创效益。	老师出镜+文字 文字： 创新战略	PPT6
	一是积极引进最新的技术，从德国引进先进的铝型材深加工设备，大幅度缩短产品生产周期，提升产品质量。2004 年，成立生产中心江高基地，拥有多条世界先进喷涂、电泳技术生产线；	PPT7	PPT7
	二是与等多家国际著名企业紧密合作，成功研发出铝木复合型材、电控智能百叶门窗系统、太阳能光电幕墙以及立体木纹喷涂型材等具有划时代意义和国际水平的高新技术产品。	PPT：合作企业 欧洲门窗幕墙协会 德国汉狮 意大利戴维信考曼托 新加坡绿可 产品展示	PPT8-10
	二、注重细节，深耕产品		PPT11
	广铝集团洞悉市场需求，创新开发节能环保产品。中国有 430 亿平方米的现有建筑，但大部分都不节能，广铝集团找到“节能”作为突破口，开发出了代表产品——铝木复合型材，既有木材的高级质感，也有铝材耐腐蚀、硬度高的优点。		PPT12-13
	广铝集团还充分发挥粤商务实精神，踏踏实实开发有效解决问题的产品。		

	针对常规幕墙隔音效果差，金属材料可能会造成共振传播的问题，开发了平开窗新品系列，不仅有利于商用或民用楼房的通风，而且在适用性方面比外开窗高得多有效克服了传统幕墙隔音效果差的问题。获得“广东企业 500 强”、“广东省名牌产品”等殊荣。		PPT1 4-15
	此外 ，广铝集团打破小富即安的消极思想，力争将企业做大做强，形成品牌效应。		
	比如：制定行业标准。2007 年，公司主编的《建筑用铝-挤压木复合型材》一书，被确立为行业标准，广铝集团也成为国内屈指可数的能够独立制定行业标准的一流企业。	PPT：在南京举行的“2007 年度全国有色金属标准化技术委员会年会”上	PPT1 6
	再比如，布局全产业链，形成规模集群效应。1993 年，广铝集团的创业者们紧随改革开放大潮，收购广州市白云五金铝厂，由此进入了铝型材领域。后来，通过一系列布局实现了铝型材的跨地区生产，还实现了从铝锭熔炼、至包装成品等工艺的全套生产，为广铝集团成为铝业传奇夯实了根基。2000 年，广铝集团不止步于原有成绩，积极转型升级，向产业链的两端延伸，打造铝全产业链。2006 年底，广铝集团开始在贵州清镇布局建设铝产业链上游氧化铝生产基地。历经近 30 年的发展，广铝集团已经成为目前全球唯一经营不可再生资源、铝全产业链资源以及资产资源的民营企业，所拥有的高品位铝土矿资源储量位居全球第一。	PPT：广铝集团已形成三大核心竞争优势：一是铝全产业链优势，拥有国内外当前最为完整的铝全产业链；二是铝土矿资源优势，已探明的铝土矿资源储量近 2 亿吨，位居中国第 2 位；三是品牌影响力优势，拥有 22 年铝行业专业经验以及国家级“广铝”品牌优势。	PPT1 7-22
	三、回馈社会		PPT2 3
	广铝集团积极践行利益社会化、收益共享化，勇于担当企业社会责任；取之于社会、回馈于社会、实现自我价值、推动社会发展。以自身的行动践行勇于承担社会责任的企业家精神。		PPT2 4
知识点：产品创新转型升级	2014 年 9 月广铝集团成立广东省广铝公益基金会，致力帮助社会新生力址实现“读书梦”和“创业梦”，帮助有读书书梦想但欠缺物质条件的优秀学子顺利完成学业，并资助有理想、有抱负的创业者实现创业梦想。		PPT 25

课程小结	24 载沉淀，让广铝人心中都有一种情怀——责任。质量品牌是企业生存发展的重要基石，广铝集团坚守初心，坚守品质，为推动社会发展贡献自己的一份力量。资本社会化、收益共享化，是广铝集团勇于担当的企业社会责任；取之于社会、回馈于社会、实现自我价值、推动社会发展，是广铝集团的终极目标，也体现了新时代粤商敢于创新的精神、勇于担当的责任。	老师出镜+文字 文字： 勇于担当的企业社会责任 取之于社会、回馈于社会 敢于创新、勇于担当的精神	1 分钟
思考题	广铝集团是如何抓住机遇、开拓创新的？		

相关材料：

1.广铝集团官网 <http://www.gzga.com.cn/>

附录 4：新媒体与传统美育文化调查问卷

问卷 1 B 站上传传统文化校园传播调查问卷

1. 您的性别是 [单选题] *

☐男

☐女

2. 您所在的年级是？ [单选题] *

☐大一

☐大二

☐大三

☐大四

☐其他

3. 您所在的学院是？ [单选题] *

☐工商管理学院

☐经济贸易学院

☐应用外语学院

☐机电工程学院

☐测绘遥感信息学院

☐其他

4. 您接触了解过 B 站吗？ [单选题] *

☐ 非常了解

☐ 了解

☐ 不太了解

☐ 听过但不了解

5. 您觉得在 B 站上传播传统文化好吗？ [单选题] *

☐ 非常好

☐ 一般，持中立态度

☐ 不好，没必要

6. 您在 B 站上观看传统文化相关内容的频率高吗？ [单选题] *

☐ 经常（请跳至第 8 题）

☐ 有时（请跳至第 8 题）

☐ 很少（请跳至第 7 题）

☐ 从不（请跳至第 7 题）

7. 您不选择观看此类题材内容的原因？ [单选题] *

☐ 不了解这类题材

☐ 不喜欢这类题材

☐ 题材喜欢，但是现有内容中没有喜欢的

☐ 其他

8. 您认为 B 站区别于其他网站的地方在于 [单选题] *

☐ 页面简洁

☐ 弹幕功能强大

☐ 去除广告功能

☐ 资源数量丰富且种类多

☐ 其他 _____

9. 您会使用 B 站的分享功能转发这类视频吗?

[单选题] *

☐ 会

☐ 不会

10. 您选择在 B 站上观看传统文化相关内容的原因是? [多选题] *

☐ 首页推荐

☐ 无广告观看

☐ 弹幕质量高, 含有科普性质

☐ 弹幕的趣味性高

☐ 用户参与功能 (用户可以对节目进行剪辑, 以短视频形式上传)

☐ 其他

11. 您认为传统文化相关内容在 B 站上播出的主要优势在哪? [多

选题] *

☐符合当下年轻化潮流

☐互动性强

☐B 站视频分类功能更强大

☐其他（请填写） _____ *

12. 您会收藏在 B 站上看过的传统文化视频吗？ [单选题] *

☐会

☐不会

13. 您会在 B 站上长期关注传统文化吗？ [单选题] *

☐会

☐不会

14. 您会选择哪种方式弘扬传统文化 [多选题] *

☐去当地的博物馆、展览馆参观

☐向其他用户推荐相同类型的视频

☐穿相关年代的服饰

☐阅读相关书籍

☐其他（请填写） _____

15. 您认为传统文化相关视频最吸引人的地方在于 [多选题] *

- ☐故事性强
- ☐跟得上当下的流行趋势
- ☐传统文化自身的魅力
- ☐制作精良
- ☐其他 _____

16. 这类视频让您对传统文化的认识有受到影响吗？ [单选题] *

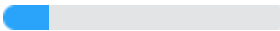
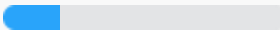
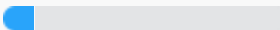
- ☐产生很大影响
- ☐产生一些影响
- ☐基本没有影响
- ☐完全没有影响

17. 您对在 B 站上传播传统文化有什么看法？ [填空题] *

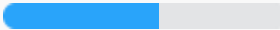
问卷 2

关于新媒体与传统美育文化融合的调查问卷

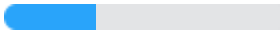
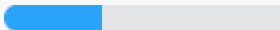
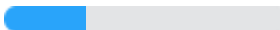
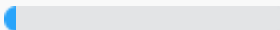
第 1 题 请问您现在的学历是 [单选题]

选项	小计	比例
大一	18	 16.82%
大二	22	 20.56%
大三	55	 51.4%
大四	12	 11.21%
本题有效填写人次	107	

第 2 题 请问您的性别 [单选题]

选项	小计	比例
男	48	 44.86%
女	59	 55.14%
本题有效填写人次	107	

第 3 题 请问您就读的专业类别 [单选题]

选项	小计	比例
文史类	34	 31.78%
理科类	37	 34.58%
工科类	31	 28.97%
艺术（包含体育）类	5	 4.67%
本题有效填写人次	107	

第 4 题 您在哪个新传媒体里更能学习和接受传统文化 [矩阵量表题]

该矩阵题平均分：0

题目\选项	天天	经常	有时	很少	没有	平均分
哔哩哔哩	11(10.28%)	23(21.5%)	36(33.64%)	21(19.63%)	16(14.95%)	0
抖音	18(16.82%)	23(21.5%)	38(35.51%)	17(15.89%)	11(10.28%)	0
快手	8(7.48%)	9(8.41%)	26(24.3%)	19(17.76%)	45(42.06%)	0
油管 youtube	6(5.61%)	4(3.74%)	22(20.56%)	16(14.95%)	59(55.14%)	0
西瓜视频	6(5.61%)	8(7.48%)	13(12.15%)	21(19.63%)	59(55.14%)	0
微博	15(14.02%)	19(17.76%)	32(29.91%)	25(23.36%)	16(14.95%)	0
微信公众号、视频号	25(23.36%)	26(24.3%)	28(26.17%)	20(18.69%)	8(7.48%)	0
其他	11(10.28%)	9(8.41%)	37(34.58%)	23(21.5%)	27(25.23%)	0

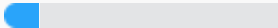
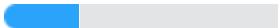
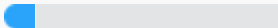
第 5 题 觉得新媒体哪个平台传播传统文化多一点 [单选题]

选项	小计	比例
哔哩哔哩	39	36.45%
抖音	47	43.93%
快手	6	5.61%
西瓜视频	1	0.93%
油管	2	1.87%
其他	12	11.21%
本题有效填写人次	107	

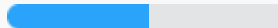
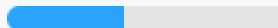
第 6 题 您认为李子柒在国外爆火是偶然还是必然的？ [单选题]

选项	小计	比例
偶然	43	40.19%
必然	64	59.81%
本题有效填写人次	107	

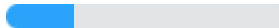
第 7 题 您觉得哪种新媒体形式更有助于传播传统文化？ [单选题]

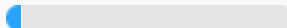
选项	小计	比例
影视	54	 50.47%
动漫	13	 12.15%
虚拟现实与交互	28	 26.17%
游戏（人物设计等）	12	 11.21%
本题有效填写人次	107	

第 8 题 如果有机会在新媒体上学习中国传统文化，您会选择学习什么类型 [多选题]

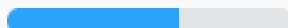
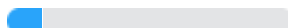
选项	小计	比例
传统书画艺术方面	59	 55.14%
传统科学（如中医药，天文，地理，农业等方面）	61	 57.01%
饮食(八大菜系，民间小吃)	73	 68.22%
古代建筑服饰方面	54	 50.47%
舞蹈武术气功方面	48	 44.86%
中国象棋或围棋等传统棋类方面	45	 42.06%
民间工艺（如剪纸，刺绣）	61	 57.01%
本题有效填写人次	107	

第 9 题 您认为新媒体对传统文化传播不足的原因 [多选题]

选项	小计	比例
不符合现代生活方式	26	 24.3%
整个媒体没有形成统一的传播系统	50	 46.73%
过度重视娱乐消费	68	 63.55%

传统文化的传播太少	58	 54.21%
还原度低，没有探究精神	49	 45.79%
其他	6	 5.61%
本题有效填写人次	107	

第 10 题 您认为新媒体对传播传统文化的益处有 [多选题]

选项	小计	比例
加大传统文化的传播力度	75	 70.09%
使传统文化更加与时俱进	82	 76.64%
自身多与传统文化接触	72	 67.29%
更容易发展人民大众喜闻乐见的文化	65	 60.75%
其他	13	 12.15%
本题有效填写人次	107	

问卷3 户对李子柒短视频传播传统文化情况的调查

本问卷旨在调查受众对李子柒视频的观看率、喜爱度及对其视频推动中国传统文化的看法和建议

1、您的性别是？

男

女

2、您的年龄是？

20岁以下

20~35岁

35~50岁

50岁以上

3、您的职业是？

学生

教师学者

民企、国企人员

外企人员

自由职业者

其他

4、您平时观看的短视频类型是？(多选题)

美食类

美妆类

游戏类

搞笑类

其他

5、您知道李子柒吗？看过她的视频吗？

不知道，没看过

知道，但很少看

知道，偶尔看

很喜欢，经常看

6、您第一次接触李子柒的短视频节目是从什么途径

朋友推荐

微博热搜、广告推荐

抖音等短视频推送

新闻报道

其他

7、观看李子柒视频的原因?

视频舒服

看了很向往那种生活

视频中能学到一些东西

身边的人在观看时碰巧看到

出于好奇

其他

8、您已经关注李子柒或其视频多长时间

不到一个月

1~6 个月

半年到年

一年以上

9、您平时习惯通过什么途径观看李子柒的短视频节目?

抖音短视频

微博

B 站

其他

10、您观看李子柒短视频的习惯是?

我会主动关注每一次更新

在各个平台碰到更新，就会观看

在各个平台碰到更新，不一定会看

仅仅在推送和推荐下看过几次

11、您观看李子柒短视频的频率是

很少

偶尔

经常

12、您觉得吸引您看李子柒视频的因素有(多选题)?

美食本身

李子柒本人

传统的文化要素

独特的视频风格

原生态的做饭方式

其他

13、请问您观看李子柒视频的感受是?(多选)

感受到烹饪美食的过程很美好

感受到有家人的陪伴很温暖

感受到整个视频的效果很舒服

感受到充满仪式感的生活很有趣
向往静谧又休闲的田园生活
感受到食物所承载的中国传统文化
其他

14、您会像身边朋友推荐李子柒的视频吗？

会
不会
没感觉

15、您认为李子柒的短视频是一种文化输出吗？

当然是
某种程度上是
基本不是
不是

16、您认为李子柒的短视频还存在哪些问题？

视频内容千篇一律
视频时间过长
视频传播渠道单一
视频质量下降
视频内容偏向商业化
其他