**北京市高等教育自学考试课程考试大纲**

**课程名称：创意写作 课程代码：13416（笔试） 2024年9月版**

**第一部分 课程性质与设置目的**

**一、课程性质与特点**

《创意写作》是北京市高等教育自学考试传播与策划（专科）专业的一门专业核心课程，具有较强的理论性和实践性，是本专业必考笔试课程。本课程是以新媒体的文案创作为研究对象、以熟练掌握各种新媒体类型的文案写作为主旨的一门学科，加强创意写作的学习对本专业学科进步、人才培养、产业升级乃至社会发展具有重要意义。本门课程从当今新媒体文案的写作方法入手，全面介绍了新媒体文案概述、新媒体文案的前期准备、新媒体文案的具体写作、营销软文写作、电商文案写作、微信文案写作、社群文案写作及其他类型的新媒体文案写作等内容，以帮助本专业人员能够学习并掌握新媒体各类文案的创意写作方法，成为一个优秀、专业的新媒体文案创作者。

**二、课程目标与基本要求**

本课程的目标是全面贯彻落实立德树人根本任务，通过系统学习新媒体文案的基础知识，使学生能够全面掌握多种新媒体文案的创意写作方法和技巧，具备较好的新媒体素养，熟练应用新媒体文案的创作技能，满足本行业领域需求的技能型人才和基层管理人员的相关知识要求，为以后学习本专业相关知识和从事相关工作打下坚实基础。本课程的基本要求是全面系统地了解新媒体文案的基础知识、新媒体文案的平台和类型，掌握多种新媒体文案的创意写作技能，提升从事新媒体文案岗位的综合竞争力，成为新时代传播与策划行业优秀的创意写作人员。

本课程的考核章节为第一章到第八章，重点章节是第二章到第八章，无不考核章节。

**三、与本专业其他课程的关系**

《创意写作》课程在北京市高等教育自学考试传播与策划（专科）专业的教学计划中被列为专业核心课，是新闻传播业实践应用方面的基本学科，它与本专业的新媒体概论、新闻编辑等课程有着密切的关系，为本专业其他课程的学习奠定坚实的理论和写作基础。本课程的学习对全面掌握传播与策划专业各学科的知识及培养具有高素质的创意写作人才起重要的作用。

**第二部分 考核内容与考核目标**

**第一章 新媒体文案概述**

**一、学习目的与要求**

通过对本章新媒体文案相关基础知识的学习，了解新媒体文案对应岗位的职责及要求、掌握新媒体文案的概念、特点、常见载体及类型。

**二、考核知识点与考核目标**

（一）了解新媒体文案

识记：1.文案、新媒体文案、传统文案、销售文案、推广文案的概念；

2.新媒体文案的特点。

理解：1.新媒体文案的常见载体；

2.新媒体文案的常见类型。

（二）熟悉新媒体文案岗位

理解：1.新媒体文案的岗位职责；

2.新媒体文案的任职要求；

3.新媒体文案的职业目标；

4.新媒体文案的岗位发展前景。

应用：1.从事新媒体文案工作，应该具备的能力；

2.如何提高新媒体文案的写作水平；

3.如何保证文案内容的质量。

**第二章 新媒体文案的前期准备**

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，了解新媒体文案写作前期的主要步骤，理解新媒体文案的创意策略，掌握文案的写作技巧。

**二、考核知识点与考核目标**

（一）开始新媒体文案写作前的调查

识记：1.分析市场、分析受众、分析产品的概念；

2.各大新媒体平台的概念；

3.受众各种消费心理的概念。

理解：1.市场成熟度；

2.SWOT战略分析法；

3.构建场景。

应用：新媒体文案的写作步骤。

（二）学习新媒体文案的创意策略

识记：九宫格思考法、头脑风暴法、元素组合法、多维度发散创意法及其思维模式、金字塔式结构法的概念。

理解：头脑风暴法。

应用：新媒体文案的创意策略。

（三）掌握新媒体文案的写作技巧

识记：爆款文案标题类型。

理解：1.重视文案标题的作用；

2.确保文案内容吸引力。

应用：1.增强文案信任感的方法；

2.注重排版。

**第三章 新媒体文案的具体写作**

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，了解新媒体文案的具体写作过程，掌握新媒体文案开头的设计、正文的写作方法及结尾的设计技巧。

**二、考核知识点与考核目标**

（一）拟定新媒体文案的标题

识记：标题的命名方法及概念。

理解：受众对标题的态度。

应用：写作爆款标题的技巧。

（二）设计新媒体文案的开头

理解：新媒体文案开头的设计方法。

（三）掌握新媒体文案的正文写法

识记：正文内容的表现形式。

理解：正文内容的写作结构。

（四）设计新媒体文案的结尾

识记：新媒体文案各种结尾的概念。

应用：1.新媒体文案结尾的设计；

2.写出一个好标题应注意哪些写作要求；

3.如何在新媒体文案中设置悬念。

**第四章 营销软文写作**

**一、学习目的与要求**

通过本章学习，了解软文在新媒体时代的营销场所和作用，掌握软文的概念、类型、写作要求和技巧。

**二、考核知识点与考核目标**

（一）认识软文

识记：1.软文的概念；

2. 软文的类型。

理解：1. 新媒体时代软文的营销场所；

2. 软文的特点。

应用：1.软文在营销中的作用；

2.写作软文的要求。

（二）输出软文文案

理解：1.软文立意的出发点；

2.软文的写作要点。

应用：1.软文吸引受众关注的技巧；

2.如何写好软文内容；

3.软文写作应注意避开哪些误区。

**第五章 电商文案写作**

**一、学习目的与要求**

通过本章学习，了解电商文案的相关知识，掌握电商文案的概念和类别，熟练应用产品详情页文案及多种电商活动文案的写法。

**二、考核知识点与考核目标**

（一）认知电商文案

识记：电商文案的概念。

理解：电商文案的分类。

应用：电商文案的创作要点。

（二）产品详情页文案写作

识记：详情页文案的组成部分及其概念。

理解：1.详情页文案的写作框架；

2.详情页文案的写作方法。

应用：详情页文案的写作技巧。

（三）掌握多种电商活动文案的写法

应用：1.电商海报文案的写作；

2.节假日文案的写作；

3.品牌推广文案的写作；

4.产品上新文案的写作。

**第六章 微信文案写作**

**一、学习目的与要求**

通过本章学习，了解微信文案创作与营销的平台及特点，掌握微信公众号、朋友圈及H5的文案写作方法及注意事项。

**二、考核知识点与考核目标**

（一）微信公众号营销文案写作

识记：1.微信公众号、公众号营销文案的概念；

2.各个击破法、核心扩展法的概念。

理解：1.微信公众号的平台定位；

2.公众号文案的思考角度。

应用：公众号文案的内容策划。

（二）微商朋友圈营销文案写作

理解：1.引流到朋友圈的方法；

2.朋友圈文案的具体写法。

应用：朋友圈写作的注意事项。

（三）H5文案写作

理解：1.确定文案的主旨；

2.拟定一个好的标题；

3.写作有创意的内容；

4.确保文案排版舒适。

**第七章 社群文案写作**

**一、学习目的与要求**

通过本章学习，了解社群文案的基础知识和使用场景，掌握构建社群文案的内容及社群文案写作的注意事项。

**二、考核知识点与考核目标**

（一）认识社群文案

识记：1.社群及社群文案的概念；

2.社群的类型及相关概念；

3.社群福利的类型及相关概念。

理解：1.社群文案的形式；

2.社群文案的使用场景。

（二）构建社群文案内容

识记：不同内容的主题概念。

理解：1.明确内容的主题；

2.突显内容的价值；

3.把握文案内容的组成要素。

应用：社群文案写作中的注意事项。

**第八章 其他类型的新媒体文案写作**

**一、学习目的与要求**

通过本章学习，了解常见的其他类型的新媒体文案，掌握微博文案、新媒体销售文案及品牌故事文案的写作流程和技巧。

**二、考核知识点与考核目标**

（一）微博文案写作

识记：1.微博的概念及微博账号类型；

2.不同类型微博的概念。

理解：1.微博的价值；

2.微博的传播特点；

3.微博文案的特点。

应用：1.微博短文案的写作方法；

2.微博长文案的写作方法；

3.微博文案快速传播的技巧。

（二）新媒体销售文案写作

识记：新媒体销售文案的概念及特点。

理解：新媒体销售文案的内容构建。

应用：新媒体高销售文案的写作技巧。

（三）品牌故事文案写作

理解：1.品牌故事文案的写作要素；

2.品牌故事文案的写作技巧。

应用：品牌故事文案的写作流程。

**第三部分 有关说明与实施要求**

**一、考核的能力层次表述**

本大纲在考核目标中，按照“识记”、“理解”、“应用”三个能力层次规定其应达到的能力层次要求。各能力层次为递进等级关系，后者必须建立在前者的基础上，其含义是：

识记：能知道有关的名词、概念、知识的含义，并能正确认识和表述，是低层次的要求。

理解：在识记的基础上，能全面把握基本概念、基本原理、基本方法，能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系，是较高层次的要求。

应用：在理解的基础上，能运用基本概念、基本原理、基本方法联系学过的多个知识点分析和解决有关的理论问题和实际问题，是最高层次的要求。

**二、指定教材**

《新媒体文案策划与写作——从入门到精通（微课版）》，骆芳、秦云霞主编，人民邮电出版社，2019年版。

**三、自学方法指导**

1、在开始阅读指定教材某一章之前，先翻阅大纲中有关这一章的考核知识点及对知识点的能力层次要求和考核目标，以便在阅读教材时做到心中有数，有的放矢。

2、阅读教材时，要逐段细读，逐句推敲，集中精力，吃透每一个知识点，对基本概念必须深刻理解，对基本理论必须彻底弄清，对基本方法必须牢固掌握。

3、在自学过程中，既要思考问题，也要做好阅读笔记，把教材中的基本概念、原理、方法等加以整理，这可从中加深对问题的认知、理解和记忆，以利于突出重点，并涵盖整个内容，可以不断提高自学能力。

4、完成书后作业和适当的辅导练习是理解、消化和巩固所学知识，培养分析问题、解决问题及提高能力的重要环节。在做练习之前，应认真阅读教材，按考核目标所要求的不同层次，掌握教材内容，在练习过程中对所学知识进行合理的回顾与发挥，注重理论联系实际和具体问题具体分析，解题时应注意培养逻辑性，针对问题围绕相关知识点进行层次（步骤）分明的论述或推导，明确各层次（步骤）间的逻辑关系。

**四、对社会助学的要求**

1、应熟知考试大纲对课程提出的总要求和各章的知识点。

2、应掌握各知识点要求达到的能力层次，并深刻理解对各知识点的考核目标。

3、辅导时，应以考试大纲为依据，指定的教材为基础，不要随意增删内容，以免与大纲脱节。

4、辅导时，应对学习方法进行指导，宜提倡"认真阅读教材，刻苦钻研教材，主动争取帮助，依靠自己学通"的方法。

5、辅导时，要注意突出重点，对考生提出的问题，不要有问即答，要积极启发引导。

6、注意对应考者能力的培养，特别是自学能力的培养，要引导考生逐步学会独立学习，在自学过程中善于提出问题，分析问题，做出判断，解决问题。

7、要使考生了解试题的难易与能力层次高低两者不完全是一回事，在各个能力层次中会存在着不同难度的试题。

8、助学学时：本课程共6学分，建议总课时108学时，其中助学课时分配如下：

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 章次 | 内容 | 学时 |
| 第一章 | 新媒体文案概述 | 8 |
| 第二章 | 新媒体文案的前期准备 | 15 |
| 第三章 | 新媒体文案的具体写作 | 15 |
| 第四章 | 营销软文写作 | 14 |
| 第五章 | 电商文案写作 | 15 |
| 第六章 | 微信文案写作 | 15 |
| 第七章 | 社群文案写作 | 14 |
| 第八章 | 其他类型的新媒体文案写作 | 12 |
| 合计 | | 108 |

**五、关于命题考试的若干规定**

1．本大纲各章所提到的内容和考核目标都是考试内容。试题覆盖到章，适当突出重点。

2．笔试的比例一般为识记占40%，理解占40%，应用占20%。

3. 试题难易程度应合理：易、中等难度、难。难题部分比例不超过20%。

4．笔试试题类型一般分为：单项选择题、名词解释题、简答题、论述题。

5．笔试采用闭卷考核方式，考试时间150分钟，按百分制计分，60分为及格。

**六、题型示例**

（一）单项选择题

政府部门为工作之便开设的微博是

A．个人微博 B．企业微博 C．政务微博 D．机构微博

（二）名词解释题

话题借势

（三）简答题

简述多维度发散创意法的思维方式。

（四）论述题

试述朋友圈文案的写作方法。