

任务名称	任务1 IP 洞察研判，产品包装创制 教学实施方案1 研判受众需求，创制产品包装		
授课班级	电商高职 231 班	授课学时	2 学时
授课地点	太初直播基地	班级人数	37 人

教学任务分析

内容处理：

1.对接太初直播“IP 好物季”真实运营任务，将 IP 策划、电商美工岗位中的受众分析、竞品比较、品包设计和方案送审转化为本课学习任务。围绕企业商品池中的徽章、卡片、挂件等文创衍生品，以真实商品和业务资料提出问题，以可交付的设计方案检验学习。

2.本课承担 16 学时项目的起始任务。学生依据受众与竞品证据确定一款衍生品开发或优化方向，完成外观结构草图、包装视觉稿及评审修改记录；企业审核后进入打样，设计说明同步转为教学实施方案 2 的卖点与脚本依据。课内侧重方案创制与检视，打样生产按企业流程在课后衔接。

六任务与本课定位

6个任务 · 8个教案 · 16学时

任务1
IP洞察研判
产品包装创制
 教案1 · 2学时

任务2
直播方案架构
内容脚本编撰
 教案2 · 2学时

任务3
场景实景布设
彩排流程打磨
 教案3—4 · 4学时

任务4
主题直播启幕
临场运营攻坚
 教案5—6 · 4学时

任务5
订单分拣核验
货品打包发运
 教案7 · 2学时

任务6
客诉闭环处置
全链复盘迭代
 教案8 · 2学时

本课：教案1 · 任务1 · 2学时
研判受众需求，创制产品包装

教材使用：以《电商直播运营实务》为基础教材，《短视频策划、制作与运营》为辅助教材，配合本项目活页任务资料、岗位检查记录和企业业务材料组织学习。



基础教材



辅助教材

学情分析	知识技能基础	1.学生已有校企合作中的真实带货直播经历，对手机机位、商品展示、主播表达及团队配合有直接体验。本课从“能介绍商品”进一步走向“能依据受众需求解释产品和包装选择”。 2.课前以商品信息识读、受众证据提炼、竞品维度比较、包装信息层级四项任务诊断学习起点；据任务表现分别提供字段提示、对比范例与版式支架。 知识技能诊断 四项核心能力 · 达成人数与比例 37人 商品信息识读 30人 · 81.1% 受众证据提炼 22人 · 59.5% 竞品维度比较 20人 · 54.1% 包装信息层级 18人 · 48.6% 人数 / 人 <td> 1.现有学习资料和实训照片呈现了学生选品策划、小组研读、电脑图形设计及商品展示等实践基础，可支持本课开展分工协作。 2.认知提升重点是把“喜欢某个角色、觉得好看”转化为受众、场景、用途和价格带等可说明的判断，把图形表现转化为能够识别、取用与保护商品的包装方案。 3.将前序作业表现与本课诊断结合安排分层支持，基础层完成字段齐全的方案，提升层进一步说明材料、成本与展示效果之间的取舍。 认知实践能力 前序任务成绩分布 成绩区间与人数结构 37人 37 学生总人数 优秀 90—100分 7人 18.9% 良好 80—89分 14人 37.8% 中等 70—79分 10人 27.0% 待提升 低于70分 6人 16.2% </td>	1.现有学习资料和实训照片呈现了学生选品策划、小组研读、电脑图形设计及商品展示等实践基础，可支持本课开展分工协作。 2.认知提升重点是把“喜欢某个角色、觉得好看”转化为受众、场景、用途和价格带等可说明的判断，把图形表现转化为能够识别、取用与保护商品的包装方案。 3.将前序作业表现与本课诊断结合安排分层支持，基础层完成字段齐全的方案，提升层进一步说明材料、成本与展示效果之间的取舍。 认知实践能力 前序任务成绩分布 成绩区间与人数结构 37人 37 学生总人数 优秀 90—100分 7人 18.9% 良好 80—89分 14人 37.8% 中等 70—79分 10人 27.0% 待提升 低于70分 6人 16.2%
------	--------	--	---

	学习特点	1.以熟悉的真实商品为起点，采用“看实物—找依据—画方案—检视修改”的学习路径，让抽象的 IP 价值与包装信息层级落到具体对象。 2.全班 37 人组成 7 组，其中 5 组各 5 人、2 组各 6 人。组内设受众分析、竞品分析、视觉设计、结构与材料、汇报质检岗位；6 人组增设资料与版本记录岗位，课内协同、后续任务轮岗。 3.每人保留一条可追溯的个人贡献记录；按实际需求开放微课回看、范例提示与同伴支持，教师巡视时优先追问设计依据。 学习支持需求 学习支持方式 · 选择人数与比例 37人 <table border="1"> <thead> <tr> <th>学习支持方式</th> <th>人数</th> <th>比例</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>实物观察</td> <td>30人</td> <td>81.1%</td> </tr> <tr> <td>微课回看</td> <td>26人</td> <td>70.3%</td> </tr> <tr> <td>范例支架</td> <td>24人</td> <td>64.9%</td> </tr> <tr> <td>同伴协作</td> <td>28人</td> <td>75.7%</td> </tr> </tbody> </table> 多选统计 人数 / 人	学习支持方式	人数	比例	实物观察	30人	81.1%	微课回看	26人	70.3%	范例支架	24人	64.9%	同伴协作	28人	75.7%
学习支持方式	人数	比例															
实物观察	30人	81.1%															
微课回看	26人	70.3%															
范例支架	24人	64.9%															
同伴协作	28人	75.7%															
学习目标	素质目标	1.认同文创产品的文化表达价值，尊重原创与素材使用约定，形成诚信、审慎的职业态度。 2.尊重 IP 文化表达与素材使用边界，保持角色和商品信息一致，养成核对来源、诚实陈述的职业习惯。 3.关注客户使用体验、商品保护和材料用量，把成本意识、质量意识和节材意识落实到设计选择中，兼顾产品保护与节约材料。 4.增强岗位责任与团队协作意识，愿意倾听评审意见，保持认真细致的工作态度。															
	知识目标	1.理解 IP、受众、竞品与产品定位的关系，掌握从业务资料中提取需求证据的方法。 2.掌握受众场景、商品形态、视觉识别、包装形式与价格带的同维度比较方法。 3.理解包装保护、识别、信息传达和展示功能，掌握主图、品名、规格及辅助信息的层级安排。 4.明晰品包方案从设计、检视、企业评审到打样交付的工作流程。															
	能力目标	1.能够运用受众调研和竞品比较方法分析需求，研判 IP 衍生价值，确定产品开发方向。 2.能够依据实物规格绘制衍生品外观结构草图，表达基本尺寸、功能结构与材料选择。 3.能够运用信息层级与视觉一致性原则设计包装视觉方案，并通过样品对照检查保护与识读效果。 4.能够依据企业评审意见定位问题、优化方案，向直播策划岗位说明设计依据及展示要点。															
教学重点难点	教学重点	1.以受众需求和竞品证据研判 IP 衍生品价值，明确产品开发方向。 2.把用户需求转译为产品外观结构与包装视觉方案，并按企业交付要求表达。															
	教学难点	1.从个人偏好转向有证据的产品判断，说明选择与取舍。 2.协调 IP 识别、展示效果、取用保护和材料成本，使视觉方案具备实际应用条件。															

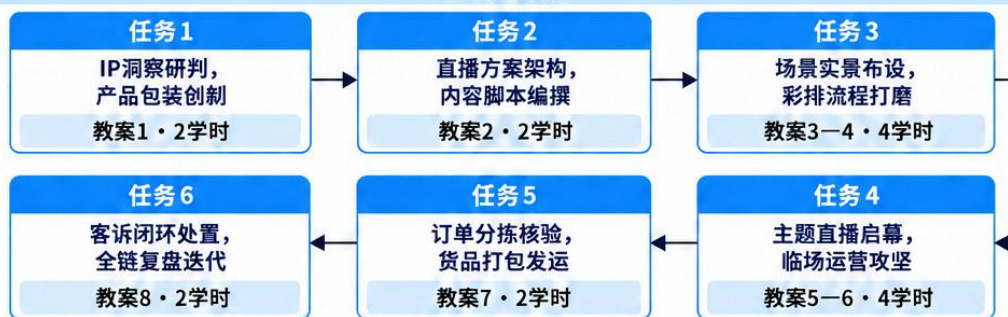
	解决措施	1.以真实商品、脱敏订单字段和评论资料建立证据链，提供统一研判表，先核对事实再作判断。 2.通过系列徽章、背卡与包装盒实物对照，配合包装结构引导图和教师示范，帮助学生理解信息层级与保护结构。 3.提供规格标注框、背卡版式框和评审清单，先完成一款方案，再通过实物检视与企业反馈修改。		
教学策略	1.依托超星泛雅学习通和太初直播基地，采用“双导师协同、真实任务驱动”的教学策略。课前自主学习与诊断，课中经历资料研判、品包创制、实物检视和企业评审，课后根据意见完善并衔接打样。 2.校内教师负责目标解读、知识讲解、分层支架与过程组织；企业导师负责发布运营需求、说明岗位质量要求、把关方案适用性及送审意见。学生以7个项目小组协作完成任务，让每次设计选择都能回到业务证据，每次评价都落实到具体修改和交付。 校内教师 教学引导·方法示范 过程反馈·学习评价 企业导师 发布真实任务·明确要求 质量把关·提出修改意见 真实商品·真实业务资料 1 观察取证 商品·受众·竞品 2 研判设计 方向·结构·视觉 3 实物验证 尺寸·保护·展示 4 企业评审 要求·质量·可行性 5 交付迭代 记录·修改·衔接 评价意见回流·完善方案后交付 教学过程与企业业务要求同步，课堂成果进入后续直播策划			
教学方法	教法： 1.任务驱动法：用真实商品池、企业需求和明确交付物组织学习。 2.案例比较法：比较同类IP商品及包装，追问其适用受众、使用场景与成本取舍。 3.直观演示法：现场演示规格测量、版面安排及样张检视，及时纠正关键问题。 4.反馈指导法：结合过程记录与企业评审意见，指导学生完成有依据的修订。			
学习方法	自主学习法、证据研判法、合作学习法、实物检视法、反思学习法。			
平台及资源	名称	内容简介	使用时间	功能及作用
	超星泛雅学习通 	构建本课程学习空间，汇集任务书、微课、测试与作业，组织讨论、互评及成果提交。	课前自学 课堂实施 课后巩固	资源学习、任务测试、讨论答疑、教师评价与组间互评；采集学习记录，支持诊断反馈与作品版本归档。

	微课资源包 	IP 与受众、竞品比较、包装信息层级等主题学习资源。	课前自学 课中回看 课后巩固	学生按需回看方法与操作要点；用于课前准备、分层支持和修订时查漏补缺。
	企业商品与业务资料 	真实 IP 商品池与商品档案；由企业导师课前补充当期用户咨询、评论与商品销售摘要并脱敏。	课前准备 课堂实施	结合企业运营任务要求，为受众与竞品研判提供依据；记录商品编号、资料来源和时间，以可核查信息支撑产品方向。
	太初直播基地 	太初直播商品展示工位、设计电脑和实物样品，双导师现场协作。	课堂实施	提供真实业务环境；观察商品展示方式、使用需求与品包衔接要求，支持方案讨论和现场评审。
	设计与包装工具 	图形设计工具、尺寸测量工具、背卡样张、透明袋、纸盒及常用制样材料。	课堂实施	绘制外观结构和包装视觉稿，用样品测量、版面打印和装配检视发现问题；记录用料与修改。
	活页任务与评价表 (见附件 1—3)	附件 1《受众竞品研判表》(简称研判表)；附件 2《品包方案设计与评审修改表》(简称方案评审表)；附件 3《岗位任务过程与成果评价表》。	课堂实施	串联证据、判断、设计和交付；采用过程 60 分、成果 40 分，支持学生、同伴、校内教师和企业导师评价。

直播电商生产性实训教学流程

6任务 · 8教案 · 16学时

六任务递进



各课共用教学流程（每课2学时）



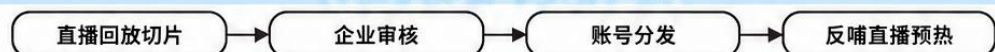
课中：围绕本课岗位任务开展



评价反馈与任务交接



拓展增值：第二课堂（16学时之外）



教学流程

【教学过程】				
【课前】				
教学环节	教学内容	教师活动	学生活动	设计意图
教学准备	1. 阅读真实任务 2. 完成课前诊断 3. 备好商品资料 4. 认领小组岗位	1.发布学习任务 在超星泛雅学习通发布真实商品资料、微课、诊断题和四项交付要求。引导学生思考“谁会购买、为什么购买、包装需要解决什么问题”。 2.校企共同备课 企业导师课前补充当期用户咨询、评论与商品销售摘要。说明商品范围、用途场景和交付要点；校内教师整理脱敏资料，准备附件1《受众竞品研判表》和附件2《品包方案设计与评审修改表》。 3.安排分层支持 依据课前提交情况准备字段提示、版式框和进阶问题；检查电脑、投影、样品、尺具与制样材料。 4.明确工作要求 每组聚焦1款衍生品方向，保留资料编号、个人贡献和版本记录；引导学生用成员编号逐项认领责任，说明资料记录和版本维护由谁完成，以此强化学生的岗位责任意识。	1.学习与诊断 观看微课，完成商品信息识读、需求提炼、竞品比较和包装层级诊断，记录疑问。 2.熟悉商品 阅读商品档案和脱敏业务资料，观察徽章、卡片、挂件等品类及包装形式。 3.认领岗位 37人按7组协作，确定受众分析、竞品分析、视觉设计、结构材料和汇报质检职责。 4.备齐工作页 附件1记录受众需求、同维度竞品比较、证据索引与产品方向；附件2记录方案概况、结构与视觉设计、设计稿、实物检视与评审及送审交接。	1.前置学习准备 前置概念学习与资料准备，为课内研判和设计留出时间。 2.明确岗位职责 任务、岗位和交付要求同时明确。以成员认领、资料记录和版本维护落实岗位责任。

【课中】				
第一课时 IP 洞察研判（40 分钟）				
教学环节	教学内容	教师活动	学生活动	设计意图
创设情景抛砖引玉 (5 分钟)	1.签到与反馈 2.观察真实商品 3.明确运营任务	1.组织反馈 查看超星泛雅学习通课前任务完成情况，回应共性疑问。 四项成果怎样服务包优化 研判单 用户需求与依据 结构草图 尺寸与保护方式 包装视觉稿 IP识别与信息层级 修改记录 问题位置与复查 观察商品与包装，再明确本组交付。 2.企业任务导入 企业导师说明“IP 好物季”当期商品方向及品包优化需要。 展示角色系列徽章与包装；引导学生从取用、识读和商品保护三个方面提出真实使用问题，以此培养学生服务用户的意识。 3.明确交付 校内教师说明本课需提交研判表、外观结构草图、包装视觉稿、评审修改记录，评价重点是需求匹配和方案可用。	1.签到认岗 登录超星泛雅学习通完成签到，核对小组岗位。 2.观察商品 观察同类商品的角色图形、包装信息、保护方式与展示效果，提出一项改进问题。 3.提出问题 以“面向谁、解决什么需要、依据是什么”表述本组研究问题，领取工作页。 	从企业任务与真实商品进入学习，通过识读、取用与保护问题建立服务用户的意识。
任务尝试 (10 分钟)	受众需求研判 1.读取业务资料 2.提取需求证据 3.形成用户场景	1.方法提示 演示从商品评论、咨询和订单字段中提取需求。 区分原始表述与分析判断；展示脱敏前后字段对照，说明研判只保留商品与需求信息，隐去用户姓名、联系方式。以此培养学生求真务实、尊重用户的职业态度。 从业务资料提取设计需求 1 原始资料 评论 / 咨询 / 订单字段 2 保留出处 资料编号与采集时间 3 提炼需求 使用场景与具体问题 4 交叉核对 判断必须有依据 追问：这条资料支持了哪项设计判断？	1.记录证据 按岗位阅读脱敏资料，记录资料编号或页面、商品编号、关键表述和采集时间；研判表只引用与需求有关的信息，不复制用户姓名与联系方式。 2.填写研判表 在附件 1《受众竞品研判表》中填写受众需求、资料来源与初步结论。 受众研判的证据记录页 资料编号与页面 商品编号与采集时间 原始表述 / 提炼需求 待核问题 / 责任岗位 把“好看、热门”改写为具体的设计需求。	通过事实与判断的辨析，训练受众研判方法，培养求真务实、尊重用户的职业态度。

		2.协作研判 引导各组围绕企业商品池收集至少 2 条可追溯证据，关注角色偏好、使用或赠礼场景、便携收纳、展示识别等需要。 3.即时反馈 追问“这条资料支持了哪项判断”，企业导师核对业务语境，校内教师纠正泛化结论。	3.交叉核对 组内交叉核对，把“好看、热门”等宽泛表述改写为可用于设计的需求；将尚不能确认的信息列为待核问题。													
企业资料核验 (10 分钟)	竞品同维比较 1.商品形态 2.视觉与包装 3.价格和使用场景	1.统一维度 展示比较表，明确 3 款商品均按“受众场景、功能形态、IP 视觉、包装信息、价格带”观察。 三款竞品怎样同口径比较 <table><tr><th>核对维度</th><th>观察或记录要点</th></tr><tr><td>受众场景</td><td>谁用 / 何时用</td></tr><tr><td>功能形态</td><td>用途 / 取用</td></tr><tr><td>IP视觉</td><td>角色 / 识别</td></tr><tr><td>包装信息</td><td>保护 / 展示</td></tr><tr><td>价格带</td><td>来源 / 时间</td></tr></table> 逐款使用相同维度，区分共性需求与差异机会。 2.现场核验 引导学生结合商品实物、盒面和企业资料逐项核对。 企业导师补充影响销售展示和履约保护的实际情况；引导学生用相同维度公平比较，说明引用来源，避免贬低竞品或以个人偏好代替事实。以此培养学生客观公正的比较态度。 3.比较归纳 点拨共性需求与差异机会，不以单一价格或个人喜好直接决定开发方向。	核对维度	观察或记录要点	受众场景	谁用 / 何时用	功能形态	用途 / 取用	IP视觉	角色 / 识别	包装信息	保护 / 展示	价格带	来源 / 时间	1.选取竞品 选择 3 款可比商品，填写统一表格，保留商品编号和资料来源。 2.核查包装 观察徽章背卡、透明袋与系列盒装商品，记录信息是否清晰、取用是否方便、保护是否匹配。 3.归纳依据 归纳一项可借鉴之处和一项需改进问题，在研判表补写依据。 	通过同维比较提高判断质量，将市场观察转化为具体设计机会，培养客观公正的比较态度。
核对维度	观察或记录要点															
受众场景	谁用 / 何时用															
功能形态	用途 / 取用															
IP视觉	角色 / 识别															
包装信息	保护 / 展示															
价格带	来源 / 时间															
实战演练 (15 分钟)	IP 价值与方向决策 1.选择产品方向 2.说明价值主张 3.提交研判成果	1.发布决策要求 每组锁定 1 款衍生品开发或优化方向，说明用户、用途、IP 表达和包装需求。 2.双导师巡回指导 企业导师从需求、供应与使用场景追问可行性。 校内教师帮助把证据转成设计要点，提醒记录取舍；请各岗位说清自己的依据和取舍，由记录岗位保留个人贡献，以此培养学生分工协作的团队意识。	1.说明方向 完成方向说明：“面向____，在____场景使用____，用____体现 IP 识别，以____改善包装体验。” 2.提交研判 提交受众竞品研判表，附 3 款竞品比较、至少 6 条证据。	把资料分析收束为一项明确决策，通过说明依据与取舍落实分工协作，为品包创制提供共同依据。												

		3.抽样汇报与检查 选组进行 1 分钟说明，其余组同步提交；按需求匹配、比较完整和理由清晰三个要点反馈，标记需在第二学时解决的问题。	产品方向说明的四个问题  提交方向说明，竞品比较及可追溯证据。 3.绘制轮廓 画出产品外形轮廓，确定下一学时需要实测的尺寸与包装形式。每人记录本人完成的具体工作。	
--	--	--	---	--

第二课时 产品包装创制（40 分钟）

教学环节	教学内容	教师活动	学生活动	设计意图
抛砖引玉 (5 分钟)	1.承接研判结果 2.比较包装结构 3.明确设计约束	1.反馈衔接 用第一学时研判成果说明不同用户场景对包装的要求。 三类包装结构观察卡  结合实物比较，结构选择依据商品和使用场景。 2.结构对照 展示 A 透明袋、B 背卡袋装、C 保护盒三种结构，引导比较识别、取用、保护和材料用量。 3.明确约束 企业导师出示已核定 IP 素材及使用范围。 示范核对来源、版本和允许使用的部位；未能确认来源的素材暂不采用，以此强化学生尊重原创的意识。本课成果为可评审方案，后续按流程打样。	1.比较结构 根据本组受众与用途判断三种结构的适配性，说明一项理由。 2.明确约束 把设计约束写入方案评审表：对象____；实测规格____；使用场景____；保护与信息要求____；素材来源及企业确认记录____。对来源不明的素材先列待核，不进入视觉稿。 3.确定形式 确认本组包装形式及优先解决的问题。 	通过结构对照连接美观与实用，使设计约束来自真实需要；以素材来源核对落实 尊重原创 。
任务加深 (10 分钟)	品包方案创制 1.外观与结构 2.规格与材料 3.包装视觉层级	1.分解任务 提供外观结构与包装视觉稿的必要字段，说明主图、品名、规格和辅助信息层级。	1.测量绘图 测量选定实物，绘制外观轮廓与基本结构，标明尺寸、固定方式、开合和取用位置。 2.编排视觉 完成包装视觉稿：安排主图、产品名称、规格及辅助信息，保持角色视觉与商品一致。	分工完成真实设计工作，将需求证据转为可表达、可检视的方案，在材料取舍中落实 质量意识与节约

		包装视觉稿的必要层级 <table><tr><td>主图与品名</td><td>先让用户辨认商品</td></tr><tr><td>规格与功能</td><td>说明使用与选择依据</td></tr><tr><td>辅助信息</td><td>按企业资料准确呈现</td></tr><tr><td>结构与材料</td><td>标注尺寸和版本号</td></tr></table> 视觉稿同时保留信息区与结构标注。 2.指导创制 巡视测量、草图和版面制作。 核对企业确认的素材来源与使用范围；引导学生比较保护效果、材料用量和成本，对满足保护要求的方案优先采用适量材料，并写明取舍理由，以此强化学生的质量意识与节约资源意识。 3.检查准备 查看是否具有结构、尺寸、材料和信息区，提醒留下版本号，准备样张检视。 16CMX16CMX3CM  3.记录用料 结构材料岗位记录材料选择与用量考虑；汇报质检岗位核对任务字段，提交第一版。 4.比较取舍 有余力的小组比较两种材料或结构的取舍，并写入设计说明。 <tr><td rowspan="2">教师演示 (5 分钟)</td><td>样张检视方法</td><td> 1.现场示范 校内教师用商品样品和背卡、袋或盒演示装入、取出、固定与识读检查。 说明外观尺寸与可用空间的区别；同时示范按工具规范裁切、完成后收好刀具，提醒学生保护商品，以此强化安全操作与质量意识。 样张检视的四个动作 1 装入 核对可用空间 2 取出 观察操作顺畅度 4 识读 核对商品信息 3 固定 检查晃动与保护 外观尺寸不等于内部可用空间。 2.岗位点拨 企业导师从镜头展示、库存辨识和后续发运角度点评，示范如何记录“发现问题—修改位置—复查结果”。 1.观察规范 对照示范记录装入、固定和取出的检查顺序，说明本组刀具与样品如何安全取用；实际操作前由同伴复核。 2.检视问题 对照方案评审表“实物检视与评审”栏目判断需要调整的尺寸、信息位置或固定方式。 3.确定顺序 明确先解决影响使用与识别的问题，再调整装饰细节。  用实物检视揭示纸面设计容易忽略的问题，将安全操作、质量意识落实到工具取用和样张复核。 <tr><td>实战演练 (15 分钟)</td><td>实物验证与企业评审</td><td> 1.组织检视 引导各组将版面样张与实物比对，完成装入、取出、固定与识读检查；校内教师记录过程表现。 1.检视样张 按清单完成样张检视，在方案上标出问题位置。 2.互看互评 结对互看并写出一条具体意见，记录企业反馈。 将评价落实到修改和交付，以如实标记问题和责任人培养认真负责的 </td></tr></td></tr>	主图与品名	先让用户辨认商品	规格与功能	说明使用与选择依据	辅助信息	按企业资料准确呈现	结构与材料	标注尺寸和版本号	教师演示 (5 分钟)	样张检视方法	1.现场示范 校内教师用商品样品和背卡、袋或盒演示装入、取出、固定与识读检查。 说明外观尺寸与可用空间的区别；同时示范按工具规范裁切、完成后收好刀具，提醒学生保护商品，以此强化安全操作与质量意识。 样张检视的四个动作 1 装入 核对可用空间 2 取出 观察操作顺畅度 4 识读 核对商品信息 3 固定 检查晃动与保护 外观尺寸不等于内部可用空间。 2.岗位点拨 企业导师从镜头展示、库存辨识和后续发运角度点评，示范如何记录“发现问题—修改位置—复查结果”。 1.观察规范 对照示范记录装入、固定和取出的检查顺序，说明本组刀具与样品如何安全取用；实际操作前由同伴复核。 2.检视问题 对照方案评审表“实物检视与评审”栏目判断需要调整的尺寸、信息位置或固定方式。 3.确定顺序 明确先解决影响使用与识别的问题，再调整装饰细节。  用实物检视揭示纸面设计容易忽略的问题，将安全操作、质量意识落实到工具取用和样张复核。 <tr><td>实战演练 (15 分钟)</td><td>实物验证与企业评审</td><td> 1.组织检视 引导各组将版面样张与实物比对，完成装入、取出、固定与识读检查；校内教师记录过程表现。 1.检视样张 按清单完成样张检视，在方案上标出问题位置。 2.互看互评 结对互看并写出一条具体意见，记录企业反馈。 将评价落实到修改和交付，以如实标记问题和责任人培养认真负责的 </td></tr>	实战演练 (15 分钟)	实物验证与企业评审	1.组织检视 引导各组将版面样张与实物比对，完成装入、取出、固定与识读检查；校内教师记录过程表现。 1.检视样张 按清单完成样张检视，在方案上标出问题位置。 2.互看互评 结对互看并写出一条具体意见，记录企业反馈。 将评价落实到修改和交付，以如实标记问题和责任人培养认真负责的
主图与品名	先让用户辨认商品															
规格与功能	说明使用与选择依据															
辅助信息	按企业资料准确呈现															
结构与材料	标注尺寸和版本号															
教师演示 (5 分钟)	样张检视方法	1.现场示范 校内教师用商品样品和背卡、袋或盒演示装入、取出、固定与识读检查。 说明外观尺寸与可用空间的区别；同时示范按工具规范裁切、完成后收好刀具，提醒学生保护商品，以此强化安全操作与质量意识。 样张检视的四个动作 1 装入 核对可用空间 2 取出 观察操作顺畅度 4 识读 核对商品信息 3 固定 检查晃动与保护 外观尺寸不等于内部可用空间。 2.岗位点拨 企业导师从镜头展示、库存辨识和后续发运角度点评，示范如何记录“发现问题—修改位置—复查结果”。 1.观察规范 对照示范记录装入、固定和取出的检查顺序，说明本组刀具与样品如何安全取用；实际操作前由同伴复核。 2.检视问题 对照方案评审表“实物检视与评审”栏目判断需要调整的尺寸、信息位置或固定方式。 3.确定顺序 明确先解决影响使用与识别的问题，再调整装饰细节。  用实物检视揭示纸面设计容易忽略的问题，将安全操作、质量意识落实到工具取用和样张复核。 <tr><td>实战演练 (15 分钟)</td><td>实物验证与企业评审</td><td> 1.组织检视 引导各组将版面样张与实物比对，完成装入、取出、固定与识读检查；校内教师记录过程表现。 1.检视样张 按清单完成样张检视，在方案上标出问题位置。 2.互看互评 结对互看并写出一条具体意见，记录企业反馈。 将评价落实到修改和交付，以如实标记问题和责任人培养认真负责的 </td></tr>	实战演练 (15 分钟)	实物验证与企业评审	1.组织检视 引导各组将版面样张与实物比对，完成装入、取出、固定与识读检查；校内教师记录过程表现。 1.检视样张 按清单完成样张检视，在方案上标出问题位置。 2.互看互评 结对互看并写出一条具体意见，记录企业反馈。 将评价落实到修改和交付，以如实标记问题和责任人培养认真负责的											
	实战演练 (15 分钟)	实物验证与企业评审	1.组织检视 引导各组将版面样张与实物比对，完成装入、取出、固定与识读检查；校内教师记录过程表现。 1.检视样张 按清单完成样张检视，在方案上标出问题位置。 2.互看互评 结对互看并写出一条具体意见，记录企业反馈。 将评价落实到修改和交付，以如实标记问题和责任人培养认真负责的													

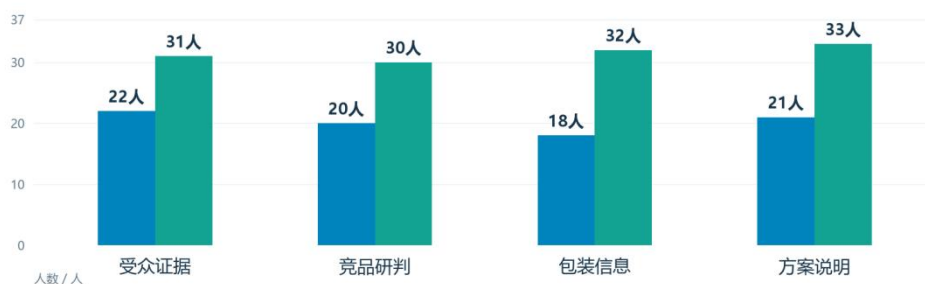
		从检视问题到企业复审  2.企业评审 企业导师在前期巡视中逐组完成初评，此时集中展示2组并反馈共性问题，其余小组依据书面意见修订。 3.修订交付 督促修改关键问题。 企业导师标记“可进入打样 / 修改后复审”；校内教师核对成果与个人贡献，明确后续衔接；引导学生对未解决问题如实标记。明确复查人与交付状态，以此培养学生认真负责的职业态度。	修改记录怎样写清楚  3.记录修订 完成至少1处修改，填写“问题____；依据____；修改前____；修改后____；复查____”。 4.提交成果 提交研判表、外观结构草图、包装视觉稿、评审修改记录，保留版本号与企业处理意见。	态度，使课堂成果进入企业真实工作流程。
总结 升华 (3分钟)	1.回顾证据链 2.提炼岗位方法 3.确认个人收获	1.梳理方法 以“业务证据—产品方向—结构视觉—检视评审”回顾本课，指出同一依据如何贯穿研判与设计。 品包创制的方法链  2.提炼素养 强调尊重IP、诚实表达、以客户为中心和适度用料。 评价看事实和作品修改；请学生用本组素材来源核对、话术改写或用料调整中的一个具体例子说明自己的做法。	1.归纳方法 用一句话说明：“我们依据____，为____设计____，经检视把____改为____。” 2.回顾贡献 每人回顾一项完成的岗位工作与一项仍需提升的能力。 用一句话回顾岗位贡献 	建立完整工作方法，形成可迁移的岗位学习经验。
布置 作业 知识 延伸 (2分钟)	1.完善送审版本 2.衔接直播策划 3.整理工位	1.布置衔接 课后按评审意见完善，审核通过后进入企业打样；整理商品定位、包装亮点与使用说明，为教学实施方案2脚本编撰提供依据。	1.记录待办 记录后续待办：复审事项、打样衔接与负责人岗位。 2.提炼卖点 整理一条有依据的产品卖点和需核实的参数，随方案交付下一任务。	将本课成果交给后续直播策划，通过版本归档、工具归位和余料分类落实岗位责任。

		品包方案交给谁、交什么 1 评审意见 整理评审事项 2 修订方案 更新草图与视觉稿 3 打样衔接 按企业审核流程 4 脚本编撰 交付定位与包装亮点 归档统一版本；打样以审核通过为前提。 2.组织归档 说明超星泛雅学习通提交目录与版本要求，督促材料整理、工具归位；引导学生检查记录是否便于下一岗位接收，指导完成工具归位和余料分类，以此强化学生的岗位责任意识。	下一任务的交接清单 ☐ 复审事项 标明责任岗位 ☐ 产品卖点 写明事实依据 ☐ 待核参数 注明核实路径 ☐ 样品与工具 清点归位、分类余料 把需继续核实的问题一并交接。 3.归档整理 归档个人贡献，清点样品和工具，分类整理余料。	
--	--	---	---	--

【教学评价】				
本节课采用“过程性评价与成果性评价相结合、四方主体协同参与”的多元评价方式。过程性评价占 60 分，从证据收集规范性、受众与竞品研判逻辑、品包方案设计、修改迭代响应、岗位素养与协作五个方面，考察学生在真实岗位任务中的工作过程；成果性评价占 40 分，从品包方案质量、表单交付质量、汇报答辩三个方面，考察学生最终形成的交付成果。评价主体包括学生自评（10%）、小组互评（10%）、校内教师（40%）与企业导师（40%），各主体独立评分后按权重加权汇总得出总评成绩。整套评价以附件 1 的证据编号、附件 2 的反馈编号与修订版本构成可追溯链条，实现"以证据定判断、以判断定设计、以反馈促迭代、以交付验成果"的闭环，突出岗位专业能力与职业素养的同步考核。				
岗位过程与成果多元评价体系 过程性评价 60 分 + 成果性评价 40 分 = 100 分 · 四方主体加权汇总 过程性评价 (60分) 证据收集规范性 15分 受众与竞品研判逻辑 15分 品包方案设计 15分 修改迭代响应 10分 岗位素养与协作 5分 成果性评价 (40分) 品包方案质量 20分 表单交付质量 10分 汇报答辩 10分 四方评价主体权重 10% 10% 40% 40% 学生自评 10% 小组互评 10% 校内教师 40% 企业导师 40% 每个主体均按「过程60 + 成果40」打分 总评成绩 = $\sum$ (各主体得分 × 权重) 自评×10% + 小组互评×10% + 教师×40% + 企业导师×40% ① 受众竞品研判 (证据 ZJ) ② 品包方案 (设计 PP) ③ 修改记录 (迭代 FK) ④ 交付评价 (四表+汇报)				

本课能力对照

前测与课末 · 各项达成人数



评价记录：小组编号____；自评____；小组互评____；校内教师____；企业导师____；加权总评____。关键反馈____；修订版本____；企业意见____。

【反思与改进措施】

教学反思：

- 重点核查学生是否由商品外观描述进阶为有证据的需求判断，比较研判表中的资料引用与方案说明是否一致；记录典型表现及需要继续指导的环节。
- 重点核查包装视觉稿是否经过实物检视，企业反馈是否转化为具体修改；结合提交版本、评审意见及后续打样反馈分析方案可用性。
- 关注 7 组的岗位参与和任务节奏，依据个人贡献记录识别只参与展示、未参与分析设计的情况，调整下轮任务分工。

特色创新：

- 以真实商品池和当期运营需求为起点，研判结果直接约束品包设计，设计说明继续服务直播脚本，形成可追溯的任务衔接。
- 校内教师提供学习方法与分层支架，企业导师把关质量和送审条件；用企业评审后的具体修订体现双导师协作。
- 把包装识别、使用保护、材料成本和后续履约连接起来，帮助学生形成面向实际经营的产品意识。

不足改进：

- 对证据不足的判断，补充真实用户资料后再作决策，避免用个人偏好代替受众需要。
- 对视觉完成度高但结构表达不足的方案，增加实测与装配检视；对制作耗时较多的小组，前置工具准备并使用版式支架。
- 持续收集打样、直播展示及履约反馈，回看本课方案的适用性，将可复用问题与修订案例补入活页任务资料。

实施记录：有效做法与证据____；共性问题____；需要跟进的小组编号____；下轮调整____。

教学
反思

附件 1

受众竞品研判表

班级_____ 组别_____ 成员编号及岗位_____ 日期_____

关联任务/商品/批次/工单编号_____ 资料版本_____

受众需求与来源

研判维度	事实与需求	来源/时间/证据编号
人口特征		
消费层级与价格带		
场景与核心需求		
痛点与内容偏好		

同维度竞品比较

商品编号/名称	受众与使用场景	形态/包装/价格带	可借鉴点与来源编号

证据索引

证据编号	资料类型及渠道	采集时间	原始表述与位置

产品方向结论

受众结论	竞品差异机会	拟开发方向	支撑证据编号

保留至少 3 款竞品比较和 6 条可追溯证据；真实资料不齐时记录待核，不填造数据。

附件 2

品包方案设计与评审修改表

班级_____ 组别_____

成员编号及岗位_____ 日期_____

关联任务/商品/批次/工单编号_____

资料版本_____

方案概况

IP 主题及拟开发品	受众与使用场景	设计目标/证据编号	素材来源及企业确认

结构与视觉设计

设计项/部位	结构布局与功能	尺寸/材料/用量	依据及检视要点

设计稿与取舍说明

外观结构草图或电子稿索引	包装视觉稿或电子稿索引	保护、识读、用料与成本取舍

实物检视与评审

检查项	问题位置及反馈编号	修订版本与动作	依据及复查确认
装入与取出			
固定与保护			
信息识读			
企业评审			

送审交接

状态：可进入打样/修改后复审	待办及责任岗	版本与接收岗位	确认时间

将反馈来源、时间、修改前后与确认信息写在对应检查项；电子设计稿随表提交。

附件 3

岗位任务过程与成果评价表

班级_____ 组别_____ 成员编号_____ 岗位_____

日期_____

评价阶段	可观察表现与证据	分值	自评	小组互评	校内教师	企业导师
过程	资料真实、来源可查	15				
过程	受众与竞品研判逻辑	15				
过程	外观结构与包装视觉设计	15				
过程	评审响应与修改复核	10				
过程	岗位责任、协作与节材	5				
成果	结构与包装视觉方案质量	20				
成果	表单与设计稿交付质量	10				
成果	汇报答辩	10				
合计	过程 60 分+成果 40 分	100				

每位评价主体依同一量规评分：证据完整且达要求得满分，部分达到得一半，未见证据得 0 分。各主体过程 60 分+成果 40 分=100 分；总评=自评×10%+小组互评×10%+校内教师×40%+企业导师×40%。不再次乘 60%或 40%。

评价主体	自评	小组互评	校内教师	企业导师	总评
权重	10%	10%	40%	40%	100%
主体合计					—
加权得分					

关键证据编号及时间：_____ 反馈与改进：_____

学生自评确认：_____ 同伴确认：_____ 校内教师：_____ 企业导师：_____

日期：_____