配套资源 · 课程设计

项目总控 v1.0

目标、路线图、分工与质量闸门

90 天目标

4 周上线节奏

G0–G4 验收闸门

本节目录

一、项目目标

二、受众与课程地图

三、现状盘点（2026-11-20 核对）

四、角色与决策权

五、路线图

六、质量闸门

七、本周任务（截至 11/22）

八、待决事项

九、风险与应对

十、协作约定

> 单一事实源：项目范围、节奏、分工与验收以本文件为准；课程内容以各讲 `讲义.md` 为准。 负责人：课程架构师 ｜ 更新：2026-11-20 ｜ 下次评审：2026-11-27

一、项目目标

90 天目标：三门职业课中至少一门跑通「试学通过 → 案例齐 → 落地页可售 → 首批付费」闭环；主线 24 讲保持可自学、可打印。AI 音乐 3 讲保留为可选职业垂类，暂停扩写；通识主线新主题待用户给主题、受众、时长后再开，不自行选题。

本轮 4 周目标：AI 视频职业版完成 3 人试学与一轮改课，具备预售条件；不以“内容全做完”为上线前提。

质量底线（任一不满足，不上线）：

1. 每讲按六段骨架，练习有输入、步骤、完成标准；
2. 工具名、价格、额度带口径日期；
3. `讲义.md` / `.html` / `.pdf` 同源，`python3 build.py` 一次通过；
4. 至少 2/3 试学生独立完成产出，验收均分 ⩾ 4.0；
5. 商用素材与版权链可说明。

二、受众与课程地图

产品线	人群	前置	周期	核心产出	状态
主线 24 讲	零基础到能交付的个人学习者	无	8 周，每周 4 小时	每讲一个可验收小作品	已完成，待试学
AI 视频职业版	接单创作者、商家运营、企业内容团队	会基础剪辑	2 周	30 秒成片 + 报价单	已完成，首发试学
Agent 工程职业版	开发者、产品经理	有编程或产品基础	3 周	工作流 + 评测集 + 权限清单	已完成

产品线	人群	前置	周期	核心产出	状态
电商视觉职业版	电商、设计、品牌	无	2 周	6 张组图 + 详情页 + 批量流程	已完成
AI 音乐实战（可选职业垂类）	短视频创作者、独立音乐人、品牌内容	无乐理可学	1 周	30 秒配乐 + 90 秒人声 + 商用检查表	垂类可发布候选，未排期；暂停扩写。P1–1–7 已关闭，S1 已合并为 4 节；遗留 1 人试学与联网核价

主线负责“会做”，职业版负责“按客户要求做、能验收、能报价”。两类课不合并，案例与验收表各自独立。

三、现状盘点（2026–11–20 核对）

项	事实	判断
资产规模	80 组 Markdown / HTML / PDF 三件套（另有 6 份无 PDF 的说明文档），另有门户 2 个 PDF，共 82 个 PDF、461 页	三件套齐全
清单覆盖	`courses.json` 80 条，门户与两个 PDF 未单独登记	可接受，需在目录说明
构建	`python3 build.py`，Markdown 3.11.3 已装；Chrome 可打印 PDF	可复现
质检	9 篇价格口径、24 篇延伸链接已修复；2026–11–20 完成 9 篇联网核价并修订	内容可试学，发布待 G3/G4
遗留	学员试学未做；音乐 3 讲待复核/试学；视频课测验待试做	上线前必须补
商业物料	落地页缺联系方式/二维码；案例“每门 3 个”仍为待补	售卖阻塞
版本管理	目录不是 Git 仓库	多线程修改有覆盖风险

四、角色与决策权

角色	负责	不负责	决策权
用户（项目发起人）	试学人选、真实案例、联系方式、价格与收款、对外发布	逐篇改稿	定价、发布、付款与对外承诺

角色	负责	不负责	决策权
课程架构师	总控、结构、课时、验收标准、合稿、构建、频道协调	代替用户找学员	结构与是否过闸
内容撰写	按定稿大纲写讲义、示例、练习	改结构、定价格	无
审核教练	事实与价格核验、难度梯度、可复现性、测验与答案、试学分析	重写全文	质量否决

规则：结构未定稿不写正文；审核不通过不构建发布；对外文案不承诺收益。

五、路线图

阶段	日期	关键动作	出口条件
W0 冻结与准备	11/20–11/22	定总控、定首发课、定音乐课结构、招 3 人、启动核价	3 人确认，任务单可发
W1 试学	11/23–11/29	D1 发第 1–2 讲；D3 收分镜；D5 发第 5 讲；D7 收作品与问卷	完成率 ⩾ 2/3，均分 ⩾ 4.0
W2 改课与案例	11/30–12/06	按卡点改 1–2 讲；补 3 个案例；落地页更新	案例可展示，落地页可访问
W3 预售	12/07–12/13	早鸟价、朋友圈 3 条、公众号 1 篇、社群公告	10 个预售名额或明确意向
W4 发售与复盘	12/14–12/20	正式价、开课、首批反馈、决定第二门	首周转化 ⩾ 3%，复盘成文
W5–W6 音乐课	12/21–01/03	MU01–MU03 成稿、审核、1 人试学	三讲三件套 + 试学记录

试学周从 3 人确认后的下一个工作日起算；未凑齐则顺延，不用“内部走查”冒充试学。

六、质量闸门

闸门	检查	通过标准	责任人
G0 结构	受众、目标、讲次、产出、练习、验收	六项齐全且不与其他课重复	架构师
G1 成稿	六段骨架、事实日期、练习可验收、链接可点	审核单无 P1，P2 不超过 3 条	审核教练
G2 构建	`build.py`、三件套同源、无空白页、手机可读	一次通过，PDF 页数与源稿一致	架构师
G3 试学	完成率、评分、卡点、付费意愿	≥ 2/3 完成，均分 ≥ 4.0，无“看不懂”中断	架构师 + 审核教练
G4 上架	案例、联系方式、价格、退款范围、收款	四项可演示，链接实测可用	用户 + 架构师

七、本周任务（截至 11/22）

任务	负责人	截止	验收
项目总控与音乐课结构	架构师	11/20	本文件 + `34_职业课_AI音乐/课程设计.md`
确认 3 名试学生（A 零基础 / B 会剪辑 / C 已接单）	用户	11/22	3 人进群，时间确认
试学执行包（D0–D8 模板）	架构师	11/20	已入 `29_试学包`，可直接照做
发试学包与任务单	架构师	11/23	3 人收到方案、任务单、评分表
9 篇价格/额度联网核价	审核教练	11/20	已完成；9 篇已按建议修订
音乐 3 讲初稿	内容撰写	11/20	已入目录
音乐 3 讲审核与修订	审核教练 + 架构师	11/20	已完成；P1 7 条、P2 7 条已修订
音乐 3 讲课后测	审核教练	11/20	已入目录，6 选择 + 3 操作
视频课第 1–2 讲测验	审核教练	11/20	已入目录，含答案与评分点
3 门课案例素材清单	用户 + 架构师	11/24	每门 3 个，标明可公开/需脱敏

任务	负责人	截止	验收
落地页联系方式与二维码	用户	11/29	至少一种可用的联系路径
版本管理方案（是否 Git）	架构师	11/22	一页建议，交用户决定

八、待决事项

编号	事项	默认方案	需谁定	截止
D1	首发课	AI 视频职业版	架构师（已定）	已定
D2	可选职业垂类	AI 音乐 3 讲	用户（已定）	保留，未排期；暂停扩写
D3	早鸟价与正式价	自学版 199–399，陪跑 799–1499	用户	12/06
D4	收款方式与退款范围	先全款、7 天内可退未开课	用户	12/06
D5	案例能否公开	默认脱敏，品牌名替换	用户	11/24
D6	是否建 Git 仓库	建议建，只提交源稿与脚本	用户	11/22
T1	通识主线新主题	待用户给主题、受众、时长	用户	未定

九、风险与应对

风险	触发信号	应对
试学招不满	11/22 仍不足 3 人	顺延一周；先卖单讲验证需求，不伪造试学
卡点集中	同一讲 2 人卡住 > 30 分钟	重写该讲，不做局部修补
案例拿不出	11/24 无可用素材	用自制样片替代，明确标注“演示案例”
价格过期	核价发现工具改价	改口径日期与替代方案，不改课程结构
多线程覆盖	同一文件被两人改	草稿在 Shared，定稿由架构师合入；改前重读
版权争议	音乐/声音/素材来源不清	无授权不用；商用检查表先行

十、协作约定

- 课程代号：主线 `M00`－`M23`，视频 `V01`－`V08`，Agent `A01`－`A08`，电商 `E01`－`E06`，音乐 `MU01`－`MU03`。
- 草稿与审校单放 `/Users/machao/OpenBot/Shared/AI课程/`，文件名 `代号_章节_主题.md`；定稿由架构师合入 `/Users/machao/Documents/学习课程/`。
- 任何 `.md` 改动后必须重建 HTML；对外交付的 PDF 必须由同一份 HTML 生成。
- 对外发布、收款、投放前过 G4；未经用户确认不写具体价格与承诺。
