

《直播营销》课程教学标准

一、课程信息

课程名称：直播营销一

课程类别：专业核心课

课程性质：必修

计划学时：36

计划学分：2

选用教材：《直播电商实务》，罗俭主编，天津科学技术出版社

课程负责人：林颖

二、课程简介

本课程集直播电商基础与实务理论与实践教学于一体，全流程地介绍了直播电商的各种技能，共分为8个项目，内容包括从直播电商概述，直播电商的筹备与策划，直播电商的商品规划，直播电商的引流推广，直播电商的执行，直播电商物流管理与客户关系管理，直播电商的复盘与数据分析，直播电商平台运营实战等。

三、课程教学要求

序号	专业毕业要求	课程教学要求
1	工程知识	了解直播电商的基本知识，掌握直播电商的流程，掌握直播电商的基本技能，掌握直播电商引流推广和数据分析
2	问题分析	直播电商流量不高，点赞量较少，复盘后发现直播电商主播话术问题，粉丝互动不好，导致观众的观看体验下降
3	设计/开发解决方案	找到直播电商中存在的问题，重新设计其直播间和主播话术等，做好直播电商筹备与策划和直播电商的复盘与数据分析,使得直播过程中更吸引用户
4	研究	
5	使用现代工具	抖音、淘宝、快手等 App
6	工程与社会	直播电商可以应用于广告、影视、电商等行业，利用其优秀的实时现场直播的效果，达到高效的“种草”效果，可助推商业活动有序开展，同时优质的直播电商短视频属于文化产品，有利于社会主义精神文明建设
7	环境和可持续发展	
8	职业规范	培养认真、谨慎的职业精神；提升主播的职业素养
9	个人和团队	组建直播电商团队，室内外直播，直播过程中团队成员之间相互协商，制作完成后与其他团队对比、讨论，探讨彼此存在的不足和优势，取长补短

10	沟通	
11	项目管理	
12	终身学习	了解直播电商的新趋势，不断提高直播电商尤其是主播的实操能力；不断提高个人审美能力和审美思维

四、课程教学内容

章节	名称	主要内容	重难点关键词	学时	类型
1	直播电商概述	<ul style="list-style-type: none"> •初识直播电商 •直播电商平台 •直播电商的变现模式 •直播电商相关的法律法规 	内容；表现形式；直播电商价值；信息；互动性；营销成本；营销效果；指向性；直播电商平台；内容类型；直播电商变现模式；平台分成和补贴；只电商的法律法规；电商；用户付费	2	理论
2	直播电商的筹备与策划	<ul style="list-style-type: none"> •直播的工作流程 •直播团队的构建 •直播主播的打造 •直播间的装修与布置 •直播内容策划 	直播电商筹备；直播电商策划；直播工作流程；直播团队；团队构建；主播；主播人设；直播间；直播间的装修；直播间的布置；直播内容策划；脚本；单场脚本；整场脚本；撰写要点；发布	4	理论+实践
3	直播电商的商品规划	<ul style="list-style-type: none"> •商品来源与类别划分 •直播选品 •直播商品定价策略 	商品；商品规划；热销品；引流款；印象款；；活动款；利润款；渠道；粉丝画像；飞瓜数据；有米有数；婊妈妈；类别划分；定价策略；直播选品；设计	4	理论+实践
4	直播电商的引流推广	<ul style="list-style-type: none"> •直播电商引流概述 •引流内容的策划 •不同平台的付费引流 	引流推广；引流概述；引流内容的策划；不同平台的付费引流；DOU+；微博引流文案；微博；公众号文案；公众号；微信引流文案；朋友圈文案；直播预告；短视频	4	理论+实践
5	直播电商的执行	<ul style="list-style-type: none"> •直播话术设计 •直播控场 •直播间用户管理 •直播间突发事件的应对策略 	执行；话术设计；直播控场；直播间用户管理；突发事件；应对策略；技术故障；质量问题；价格问题；售后问题；用户恶评；发布与管理；粉丝维护；粉丝转化	6	理论+实践

6	直播电商物流管理与客户关系管理	<ul style="list-style-type: none"> •物流概述 •供应链管理 •智慧物流 •客户关系管理 	物流管理；客户关系管理；供应链管理；智慧物流；物流概述；客户满意度；客户信任；客户情感；客户归属感；客户因忠诚获得的收益；客户转移成本；客户忠诚度管理	4	理论+实践
7	直播电商的复盘与数据分析	<ul style="list-style-type: none"> •直播复盘的基本思路 •直播复盘的主要内容 •分析直播数据 	复盘；数据分析；思路；直播数据；品类带货分析；潜力类目分析；新抖；蝉妈妈；带货分析；粉丝分析；直播榜；达人；第三方数据分析工具	4	理论+实践
8	直播电商平台运营实战	<ul style="list-style-type: none"> •点淘直播实战操作 •抖音直播实战操作 •快手直播实战操作 	抖音；快手；点淘；分销；第三方平台；视频直播；销售商品	8	综合实践

五、考核要求及成绩评定

序号	成绩类别	考核方式	考核要求	权重 (%)	备注
1	期末成绩	期末考试	小组汇报	50	百分制，60分为及格
2	平时成绩	实战训练	2次	40	优、良、中、及格、不及格
3		平时表现	出勤情况	10	两次未参加课程则无法获得学分

注：此表中内容为该课程的全部考核方式及其相关信息。

六、学生学习建议

（一）学习方法建议

1. 理论联系实际，提高学生直播电商的能力。
2. 从各大直播平台观看优秀的直播间，分析其直播的优势，组织学生自主直播模拟实战。
3. 组织学生在抖音平台上直播，在抖音平台上与粉丝互动，理论与应用相结合，培养并提升学生的直播能力。

（二）学生课外阅读参考资料

《直播营销与运营（微课版）》，邹益民主编，2022年；人民邮电出版社出版。

七、课程改革与建设

本课程立足于实际应用，从直播电商团队组建到筹备策划，从直播电商脚本撰写到直播话术设计，从直播引流推广到直播执行，从直播电商物流管理与客户关系管理到直播电商的复盘与数据分析，最后到直播电商平台运营实战，突出了“以应用为主线，以技能为核心”

的编写特点，体现了“导教相融、学做合一”的教学思想。课程内容全面、新颖，注重理论与实践的结合，突出实用性和可操作性，强调学、做一体化，让读者在学中做、在做中学，能够带领学生全面掌握直播电商的方法和技巧。

平时对学生的考核内容包括出勤情况、在线学习习题完成情况、课堂讨论等方面，占期末总评的 50%。期末考试成绩占期末总评的 50%。