



揭阳职业技术学院

电子商务创业学院

《直播营销二》教案

(2025-2026 学年第 1 学期)

教师姓名：林颖

所授专业：网络营销与直播电商

授课班级：直播 24 级

章节名称	1. 直播营销概述	1.2 直播营销变现方式 1.3 直播平台的主要类型	授课形式	理论 案例分析	授课学时	8
教学目标	<p>【素质】</p> <p>1) 树立对建设数字中国、网络强国的信心和责任；</p> <p>2) 通过直播弘扬社会主义核心价值观，信守公序良俗，坚守道德底线；</p> <p>3) 增强遵纪守法、规范经营意识。</p> <p>【知识】</p> <p>1) 了解直播运营相关概念及直播变现模式；</p> <p>2) 熟悉直播行业发展现状与前景；</p> <p>3) 熟悉直播产业链；</p> <p>4) 掌握直播风险防范措施。</p> <p>【能力】</p> <p>1) 能够以案例描述直播运营过程及变现模式；</p> <p>2) 能够分析直播产业链各角色的发展现状；</p> <p>3) 能够有效识别直播风险并落实防范措施。</p>					
教学重难点与解决方法	<p>【重点】</p> <p>1. 直播产业链现状</p> <p>【解决方法】</p> <p>目前主流直播产业链各有特色，将采用小组思维导图的形式，让学生自主学习与小组学习相结合，完成这一部分的学习。</p> <p>【难点】</p> <p>1. 直播营销的风险防范</p> <p>【解决方法】</p> <p>通过案例分析的方法，使得学生从案例中发现直播的风险，提高感染力并能够深刻理解并记忆，之后通过小组汇报的形式进行巩固。</p>					
学情分析与应对方法	<p style="text-align: center;">学情分析</p> <p>1. 学生平时偶尔看过一些直播，但是没有进行思考，也不了解直播与直播之间的差异性。</p> <p>2. 学生喜欢新鲜感，死记硬背的方式对于学生而言太枯燥无味，效果也不好</p>		<p style="text-align: center;">应对方法</p> <p>1. 我们将采用案例分析的方式进行，让学生通过案例以及引导问题进行深入的思考与讨论，通过对比了解直播营销的常用模式，教师最后进行总结，加深学生记忆。</p>			
教学用具	<p>1. 发布案例</p> <p>2. 发布案例引导问题</p>					
教学安排	<p>1. 每个小组随机领取一个案例分析。（5分钟）</p> <p>2. 各小组阅读案例引导文，通过小组讨论，回答引导问题。（30分钟）★</p> <p>(1) “直播+电商”类典型案例</p> <p>(2) “直播+发布会”类典型案例</p> <p>(3) “直播+互动营销”类典型案例</p>					

- (4) “直播+内容营销”类典型案例
- (5) “直播+广告植入”类典型案例
- (6) “直播+个人 IP”类典型案例

3. 各小组汇报案例分析成果（35 分钟）

4. 教师点评总结，总结不同类型的直播营销的特点的模式。（20 分钟）

5. 直播产业链现状分析（30 分钟）

（1）品牌商：在直播电商产业链中，品牌商作为供应方位于产业链的上游。品牌商选择入驻直播电商平台，基于平台的大流量，通过与 MCN 机构、主播的合作，品牌商可以提高其渠道效率和销售转化效率，打造品牌形象的同时，经营与消费者之间的关系。

（2）MCN 机构：MCN 机构就是“网红”经纪公司，通过签约、孵化、包装、培养达人，使达人成为具备一定流量和影响力的“网红达人”，再进行商业变现。MCN 机构的本质是经纪公司，是传播生态新变化带来的新事物，也是互联网专业化分工的必然结果。

（3）主播：主播连接着供给端和需求端。在供给端，主播为供应链方输出直播内容，帮助其吸引流量、销售商品；在需求端，主播通过直播输出内容，向用户分享商品。

（4）消费者：消费者追求极致性价比，推动带货品质效应升级。从用户端看，无论是高线城市用户还是下沉市场用户，货与价是直播购物的主要驱动因素。网购用户中存在大量价格敏感型消费群体，减少溢价、物美价廉是其普遍诉求，由此为直播电商带来增量市场。

（5）平台渠道方

（6）服务商

6. 直播营销的风险防范（60 分钟）★

（1）阅读案例，小组讨论汇报直播营销的风险类别。

（2）教师讲解：涉嫌虚假广告和虚假宣传风险、侵犯他人知识产权风险、直播间言语行为不合规风险、直播间价格促销行为风险、网络安全与个人信息保护风险

（3）直播风险防范措施

直播电商的持续健康发展离不开消费者、主播运营团队、直播平台 and 品牌商家等主体的共同努力。自觉维护风清气正的网络空间，落实各项防范措施，是所有主体义不容辞的责任。



【弹幕互动】

请以小组为单位讨论，讲述一个具体的直播案例，并分析其采取了哪些风险防范措施。

学习 评量	(制定本次课的评量标准, 评量学生对教学内容的掌握情况与课堂整体表现, 可使用附录补充。)			
	质量等级 质量	A (优)	B (良)	C (中)
	课前自主学习完成度	学习内容完成 90%及以上	学习内容完成 80%-90%	学习内容完成 80%以下
	课堂讨论话题参与度	积极参与话题讨论, 能够引领整个小组进行分析。	参与话题讨论, 能够有自己的见解	讨论时稍显拘谨, 缺乏自己的思考与看法
小组案例分析汇报表现得分	表达清晰流利, 自信大方, 准备充分, 能够很好的表述自己小组的分析与看法	表达清晰, 能够描述本小组讨论内容与看法	能够基本描述本小组讨论内容与看法, 略显生涩紧张	
课后作业	1. 绘制不同类型直播营销的思维导图 2. 上传系统, 完成自评以及小组互评			
课后反思	1. 对于直播案例的呈现, 可以选用更多元的方式, 例如视频、角色扮演, 增强学生的理解。适当采用讨论、展示、投票等方式提升学生兴趣;			

章节名称	2. 直播运营规划	2.1 直播运营定位 2.2 直播运营平台选择	授课形式	理论 案例分析	授课学时	10
教学目标	<p>【素质】</p> <p>1) 引导学生爱岗敬业、遵纪守法、诚实守信、恪尽职守、勇于创新；</p> <p>2) 引导学生遵守直播电商从业人员的职业道德要求、职业素养要求和知识技能要求；</p> <p>3) 引导学生遵守法律法规、公序良俗、商业道德，坚持正确导向，弘扬社会主义核心价值观，营造良好网络生态；</p> <p>4) 树立遵守法律法规及直播电商平台规则的意识。</p> <p>【知识】</p> <p>1) 了解直播运营的3种定位类型；</p> <p>2) 掌握常见直播运营平台的用户属性及平台特点；</p> <p>3) 熟悉直播运营的岗位职责及素质要求；</p> <p>4) 掌握主播人设定位的5个维度。</p> <p>【能力】</p> <p>1) 能够找准直播运营的目标定位、用户定位、类型定位；</p> <p>2) 能够分辨公域和私域直播运营平台；</p> <p>3) 能够组建适合个体或企业的直播团队；</p> <p>4) 能够打造适合各种类型直播的主播人设。</p>					
教学重难点与解决方法	<p>【重点】</p> <p>1. 直播运营平台选择</p> <p>【解决方法】</p> <p>目前挑选合适的直播平台是进入直播运营领域的第一步，我们将采用案例分析的方式进行，让学生通过案例以及引导问题进行深入的思考与讨论，通过对比了解常见的直播运营平台，教师最后进行总结，加深学生记忆。</p> <p>【难点】</p> <p>1. 常见直播平台的区别和特点</p> <p>【解决方法】</p> <p>目前直播较多并且各有特色，我们将采用案例分析的方式进行，让学生通过案例以及引导问题进行深入的思考与讨论，通过对比了解直播平台的区别和特点，教师最后进行总结，加深学生记忆。</p>					
学情分析与应对方法	<p style="text-align: center;">学情分析</p> <p>1. 学生理解直播运营定位，将其视为精准传播与观众互动的策略，关注内容定位与受众匹配，了解各平台特性，以便更好地达到目标受众。</p> <p>2. 学生展现出理性和目标导向的心态，期待通过合适平台实现更广泛的曝光和影响力。</p>		<p style="text-align: center;">应对方法</p> <p>1. 我们将采用案例分析的方式进行，让学生通过案例以及引导问题进行深入的思考与讨论，通过对比了解常见的直播平台，教师最后进行总结，加深学生记忆。</p>			
教学用具	<p>1. 发布课前导学案</p> <p>2. 发布微课视频</p>					

教学安排

1. 直播运营定位的目标定位（25 分钟）

- (1) 具体性
- (2) 可衡量性
- (3) 可实现性
- (4) 相关性
- (5) 时限性

2. 用户定位（25 分钟）

- (1) 了解用户画像
- (2) 收集用户信息数据
- ①用户规模 ②日均活跃用户数量 ③使用频次 ④使用时长 ⑤性别分布
- ⑥年龄分布 ⑦地域分布 ⑧活跃度分布 ⑨教育背景 ⑩行业特征
- (3) 描绘用户画像的步骤
- ①采集数据 ②整理数据 ③描绘用户画像

3. 类型定位（25 分钟）

- (1) 吆喝式直播带货
- (2) 平静讲解产品型直播带货
- (3) 创意型直播带货
- (4) 知识输出型直播带货
- (5) 反向型直播带货

【弹幕互动】请各小组看一场美食类直播，然后进行讨论，确定该场直播的用户定位以及类型定位。

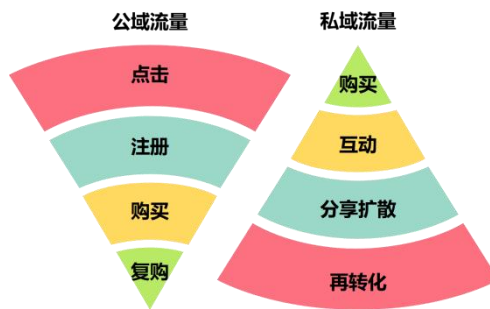
4. 公域、私域流量区分（25 分钟）

- (1) 公域流量
- (2) 私域流量
- (3) 公域流量和私域流量的区别

①区别分析

区分	公域流量	私域流量
竞争程度	公域流量竞争大，比如淘宝，同一类型产品可能有几十上百个同行竞争	私域流量只属于商家自己，没有同行竞争
留存度	公域流量池里面由于选择较多，用户比较难以留存，很容易流失	私域流量用户只对接你一人，你还能通过自己的系统来精细化运营，这样留存度较高，粉丝黏性更强
运营方向	当我们运营公域流量时，考虑的是尽可能抓住更多红利流量，以此来扩大粉丝基数	在私域流量中，主要考虑的就是怎么样去获得流量，同时获得用户更高深度的资产，也就是从用户中获取更多利润
转化方式	公域流量通常需要通过投放或者是推广来进行获客，而如今流量是不可控的，有时候广告投放效果很差，转化也不好	私域流量就不同了，当用户被沉淀到我们自己的系统后，之后的活动曝光、通知、营销、会员卡、下单等，均可以通过我们自己的系统实现，无需再投入大量广告费用来争取公域流量中竞争激烈的用户

②运营逻辑对比分析



5. 常见公域直播运营平台（40分钟）★

- (1) 淘宝直播平台
- (2) 抖音直播平台

6. 常见私域直播运营平台（40分钟）★

- (1) 快手直播平台
- (2) 微信直播平台

质量等级	质量		
	A（优）	B（良）	C（中）
课前自主学习完成度	学习内容完成 90%及以上	学习内容完成 80%-90%	学习内容完成 80%以下
课堂讨论话题参与度	积极参与话题讨论，能够引领整个小组进行分析。	参与话题讨论，能够有自己的见解	讨论时稍显拘谨，缺乏自己的思考与看法
小组思维导图绘制得分	能够拓宽思维，思维导图内容完整，美观好看，	基本涵盖导图内容，工整清晰	缺乏拓展，不能够完整的展现内容
小组案例分析汇报表现得分	表达清晰流利，自信大方，准备充分，能够很好的表述自己小组的分析与看法	表达清晰，能够描述本小组讨论内容与看法	能够基本描述本小组讨论内容与看法，略显生涩紧张
课后作业	1. 直播运营具有场景真实的特点，为了吸引用户观看直播，则需要根据实际情况选择比较具有看点的直播运营类型。常见的直播运营类型有哪几种。 2. 公域流量和私域流量的优势与劣势对比分析		
课后反思	1. 多以任务和项目导入，引导学生思考选择不同的直播平台对于直播运营的影响		

章节名称	3. 直播运营策划	3.1 直播方案设计	授课形式	理论	授课学时	14
教学目标	<p>【素质】</p> <p>1) 增强遵纪守法、规范经营的法治意识；</p> <p>2) 引导学生学以致用、关注民生，践行电商兴农、科技助农，助力乡村振兴，厚植家国情怀；</p> <p>3) 引导学生在直播中弘扬社会主义核心价值观，信守公序良俗，坚守道德底线；</p> <p>4) 树立“正能量、守底线、有德行、守法纪”的职业价值观。</p> <p>【知识】</p> <p>1) 了解直播运营基本流程以及常见直播形式；</p> <p>2) 掌握直播商品选择与规划的方式；</p> <p>3) 熟悉直播商品定价策略；</p> <p>4) 掌握直播脚本的撰写方法。</p> <p>【能力】</p> <p>1) 能够根据企业营销目的完成一场直播活动的策划；</p> <p>2) 能够根据用户画像完成直播活动商品的选择、定价与规划；</p> <p>3) 能够完成直播活动整场直播脚本以及单品直播脚本的撰写。</p>					
教学重难点与解决方法	<p>【重点】</p> <p>1. 直播营销的常用模式</p> <p>【解决方法】</p> <p>目前直播较多并且各有特色，我们将采用案例分析的方式进行，让学生通过案例以及引导问题进行深入的思考与讨论，通过对比了解直播营销的常用模式，教师最后进行总结，加深学生记忆。</p> <p>【难点】</p> <p>1. 不同类型的直播营销的区别和特点</p> <p>【解决方法】</p> <p>目前直播较多并且各有特色，我们将采用案例分析的方式进行，让学生通过案例以及引导问题进行深入的思考与讨论，通过对比了解直播营销的常用模式，教师最后进行总结，加深学生记忆。</p>					
学情分析	学情分析		应对方法			
分析与应对方法	1. 学生对于直播这一新业态充满好奇心，但相对而言理解较浅薄，仅仅停留在偶尔观看直播的层面，甚至认为课程是教如何成为一名主播。		1. 老师在第一次课要通过一些直播视频案例保持住大家的好奇心，同时对于该门课整体的培养目标以及思路介绍给大家，让大家由浅入深进行探究。			
教学用具	<p>1. 发布课前导学案</p> <p>2. 发布微课视频</p>					
教学安排	<p>1. 直播营销的概念（45分钟）</p> <p>(1) 直播是一个媒体词汇，在广播电视领域，直播通常是指广播电视节目的后期合成与播出同时进行的播出方式。网络直播是指用户在手机或计算机上安装直播软件，利用摄像头进行实时拍摄</p>					

和呈现，其他用户可以在相应的直播平台直接观看和互动的播出方式。

(2) 当下的直播主要具有以下 3 个方面的特点：

第一，直播的娱乐性强，内容丰富多样。

第二，直播能即时互动，社交分享便捷。

第三，直播身临其境，用户体验更真实。

随着传统流量红利的逐渐消失，以直播为表现形式的内容营销模式全面爆发，促进直播与电子商务实现完美融合，产生了直播电商这一商业模式。

(3) “人”“货”“场”，即构成了营销的三要素。直播电商有效重构了“人”“货”“场”三要素，更符合用户的购物体验，是一个更加高效的新商业模式。

【弹幕互动】

请各小组观看一场直播电商带货活动，讨论其中的人、货、场分别是什么。

2. 直播电商的发展历史（30 分钟）★

直播电商发展历程可分为 4 个关键时期。

【弹幕互动】继移动直播后，有人预测“下一个直播时代将是 VR（虚拟现实）和 AR（增强现实）的时代”，可穿戴设备将成为下一个直播时代的主要观看入口。你觉得是这样吗？为什么？

3. 直播运营的变现模式（25 分钟）

(1) 赞赏模式 (2) 广告模式 (3) 内容付费模式

(4) 电商导购模式 (5) 会员增值服务模式

【弹幕互动】请各小组观看 20 分钟的直播片段，确定并分析其直播运营的变现模式。

4. 直播运营的发展现状（40 分钟）

(1) 行业规模具有高成长性。

(2) 企业直播趋向产业化。

(3) 直播主体呈现多元化。

5. 直播运营的发展前景（40 分钟）

(1) 政策支持与监管共同完善，促进行业良性发展。

发布时间	政策名称	主要内容
2022 年 6 月	《关于印发网络主播行为规范的通知》	引导网络主播规范从业行为，强化社会责任，树立良好形象，提高网络主播队伍整体素质，治理行业乱象，规范行业之需，通过规范管理进一步推动网络表演、网络视听行业持续健康发展。
2022 年 3 月	《关于进一步规范网络直播营利行为促进行业健康发展的意见》	加强对网络直播营利行为的规范性引导，鼓励支持网络直播依法合规经营，切实推动网络直播行业在发展中规范，在规范中发展。
2021 年 10 月	《“十四五”电子商务发展规划》	鼓励模式业态创新，发挥电子商务对价值链重构的引领作用，鼓励电子商务企业挖掘用户需求，推动社交电商、直播电商、内容电商、生鲜电商等新业态健康发展。
2021 年 4 月	《网络直播营销管理办法（试行）》	加强网络直播营销管理，对直播间运营者和直播营销人员的直播营销行为划出 8 条红线，促进网络直播营销健康有序发展。
2021 年	《加快培育新型消费实施方案》	健全标准体系，推动发布网络零售平台管理、零售直播等标准。培育壮大零

	3月		售新业态，发展直播经济，鼓励政企合作建设直播基地，加强直播人才培养培训。	
	2021年 2月	《关于加强网络直播规范管理工作的指导意见》	要建立健全直播打赏服务管理规则和直播带货管理制度，要针对不同类别级别的网络直播账号在单场打赏、直播热度等方面合理设限，要对单个虚拟消费品、单次打赏额度合理设置上限。	
	2020年 7月	《关于统筹做好乡村旅游常态化疫情防控和加快市场复苏有关工作的通知》	注重培育一批本地、本村网络直播带货能人，扩大乡村土特产品的直播销售，加强与电商平台的合作，开设网上店铺、代销点，扩大销售覆盖面。	
	<p>(2) 5G 商用的快速落地，新技术拓宽直播带货场景</p> <p>(3) 主播开播门槛逐步提高，需对垂直类产品有更深了解</p> <p>(4) 平台持续深入产业链，精细化运营管理助力提效降本</p>			
学习 评量	质量等级 质量	A (优)	B (良)	C (中)
	课前自主学习完成度	学习内容完成 90%及以上	学习内容完成 80%-90%	学习内容完成 80%以下
	课堂讨论话题参与度	积极参与话题讨论，能够引领整个小组进行分析。	参与话题讨论，能够有自己的见解	讨论时稍显拘谨，缺乏自己的思考与看法
	小组思维导图绘制得分	能够拓宽思维，思维导图内容完整，美观好看，	基本涵盖导图内容，工整清晰	缺乏拓展，不能够完整的展现内容
	小组案例分析汇报表现得分	表达清晰流利，自信大方，准备充分，能够很好的表述自己小组的分析与看法	表达清晰，能够描述本小组讨论内容与看法	能够基本描述本小组讨论内容与看法，略显生涩紧张
课后 作业	<p>1、直播营销中，一名优秀主播应该具备哪些能力？</p> <p>2、简要谈谈直播的营销优势。</p> <p>3、直播营销中选品原则是？</p>			
课后 反思	<p>1. 多以任务和项目导入，引导学生思考直播营销对企业未来发展的影响</p>			

章节名称	4. 直播活动筹备	4.1 直播硬件准备 4.2 直播场景搭建	授课形式	理论 实训演练	授课学时	14
教学目标	<p>【素质】</p> <p>5) 引导学生了解直播技术新发展，树立科技强国、网络强国的大国自信，培养民族自豪感；</p> <p>6) 引导学生形成独特的审美，遵循美学原则，提升美学素养；</p> <p>7) 引导学生关注民生，践行直播电商助力乡村振兴，厚植家国情怀；</p> <p>8) 引导学生形成直播行业绿色发展观，关注直播行业新发展，借助直播传递中国声音。</p> <p>【知识】</p> <p>1) 了解直播所需的硬件设备；</p> <p>2) 掌握直播间场景搭建的注意事项；</p> <p>3) 熟悉主流直播平台的开播规则与操作；</p> <p>4) 掌握直播引流推广在站内外的主要方式。</p> <p>【能力】</p> <p>1) 能根据直播活动需求准备相应的硬件设备；</p> <p>2) 能完成直播间场景的搭建；</p> <p>3) 能在主流直播平台开展直播；</p> <p>4) 能策划主流平台站内外的直播引流内容。</p>					
教学重难点与解决方法	<p>【重点】</p> <p>1. 直播间硬件设备</p> <p>【解决方法】</p> <p>通过介绍直播间的摄像设备、声音设备、灯光设备等来引导学生了解直播前需要提前准备的硬件设施，结合小组讨论和小组练习来加深学生记忆。</p> <p>【难点】</p> <p>2. 直播间背景布置和贴片布置</p> <p>【解决方法】</p> <p>采用案例分析的方式讲解要点，让学生通过案例以及引导问题进行深入思考与讨论，教师最后进行总结，加深学生记忆。</p>					
学情分析与应对方法	学情分析		应对方法			
	1. 学生对于直播了解并不多，认为直播实施活动很简单，只有大概的印象，没有系统的认知。		1. 老师在讲述时要结合实际案例进行引导，讲清楚直播实施前的准备工作，让大家有整体的思路和规划。			
教学用具	<p>1. 发布课前导学案</p> <p>2. 发布微课视频</p>					
教学安排	<p>1. 直播间摄像设备（20分钟）</p> <p>(4) 最简单的摄像设备是手机，借助一台手机便可以开启直播，这也是常见的手机直播间。除此之外，想要获取更为高清的直播画面，则需要选择专业的摄像机和摄像头作为辅助。通过专业摄</p>					

像机拍摄的视频清晰度高、对焦准、色温色差均衡，画质更加稳定。同时，摄像机的镜头可以全场景展现，再搭配上视频编码器则可以为直播提供稳定的 4k 高清画面信号。

(5) 关于摄像头的选择，目前市场上主要分为以下几种：带有固定支架的摄像头、软管式摄像头以及可拆卸式摄像头。

2. 直播间声音设备（20 分钟）

(1) 话筒

常见的声音传播设备就是话筒（又称为麦克风），主要分为动圈话筒和电容话筒两种。

(2) 声卡

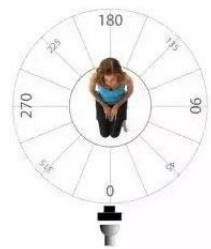
直播时使用的专业的收音和声音增强设备，直播间应该配置外置声卡处理直播间收声问题。

(3) 耳机

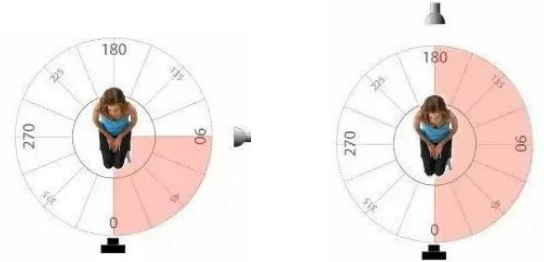
常见的耳机主要有入耳式和头戴式。

3. 直播间灯光设备（35 分钟）★

(1) 主灯



(2) 辅灯



(3) 顶灯



(4) 背景灯

【弹幕互动】 请以小组为单位，思考并讨论直播间的灯光应该如何布置，并画在纸上表示出来。

4. 直播间其他设备（15 分钟）

- (1) 电脑
- (2) 支架
- (3) 宽带
- (4) 提词器

【课证融通】

在 1+X 直播电商职业技能等级要求（初级）中，直播间软硬件的准备需要根据直播脚本完成，这也是考核的知识点。具体的职业技能要求如表 4-1 所示。

表 4-1 直播电商职业技能等级要求（初级）

工作领域	工作任务	职业技能要求
1. 直播运营	1.2 直播脚本的分解与执行	1.2.2 能根据直播脚本要求布置网络直播间背景，检查网络信号强度，会调试使用直播软件、麦克风、声卡、灯光等直播软硬件，并对画面进行镜头及灯光调节。 1.2.3 能根据直播节奏使用特效道具、音效、直播手牌等。

5. 直播场地基本要求（20 分钟）

(1) 对于室内直播场地，需要考虑以下几个方面。

①隔音效果良好；②室内光线效果好；③室内空间大小宜在 20-40 平方米；④直播时要依次呈现商品，不要让所有商品同时入镜；⑤直播运营团队除了主播之外，还会由助理、场控等成员，因此直播场地的选择要考虑为这些人员预留出工作空间。

(2) 对于室外直播场地，需要考虑以下因素：

- ①要提前查看天气预报，做好应对天气变化的备用方案；
- ②选择傍晚或夜间直播时，要配置补光灯，调节好直播光线；
- ③室外场地不宜过大；
- ④要选择抗干扰性更强、减噪功能更好的收音设备，确保粉丝听到直播间的声音是稳定的；
- ⑤场地内不能出现杂乱的人流、车流等，避免影响直播画面。

直播场地区域划分

场地区域	功能	大小
直播区	主播和助播直播区域，展示直播间背景、直播商品、道具	5 平方米左右，商家可以根据直播商品提及大小来灵活调整
后台区	直播幕后工作人员所在区域，放置直播使用的计算机、摄像头设备，以及直播辅助工具	5 平方米左右，最好设置在主播不远的地方，便于及时为主播提供协助
商品摆放区	摆放直播中需要讲解的商品样品。如果商品数量较多，则需要安排货架，将商品按照类别整齐地归置好，以便让幕后工作人员在最短的时间内找到所需的商品	10 平方米左右，商家可以根据商品体积大小和数量动态调整
其他区域	主播试衣间，或者放置其他搭配品的场地	可以根据需要灵活设置场地大小

6. 直播间背景布置（30 分钟）★

- （1）背景墙
- （2）背景屏幕

7. 直播间物品陈设（10 分钟）

直播间物品应摆放整齐、分类有序，这不仅能便于主播在有条不紊、按顺序完成每个产品的介绍，还能给粉丝留下一个好印象。主播讲解时面前就摆放该款产品实物，粉丝可以直观清晰地看到产品款式，提升体验感。

【德技兼修】

直播电商助推中非经贸“强对流”：把直播间开到非洲去！

2022 年 4 月 28 日，“第四届双品网购节暨非洲好物网购节”正式启动，国内多个省市积极参与，集中优势资源推荐非洲优质产品，来自非洲国家的多款特色产品在国内各大电商平台同国内消费者见面。

本届“非洲好物网购节”从 4 月 28 日持续至 5 月 12 日。中非民间商会副秘书长谢琪介绍，除了国内，南非、刚果（金）、坦桑尼亚等地也开设了 5 个直播间。中非双方主播携手通过直播平台，线上推广来自 10 余个非洲国家的 50 多种非洲优质商品。来自喀麦隆的浙非服务中心国际合作部门负责人大卫说，通过电商平台，中国消费者能买到来自埃塞俄比亚的咖啡、肯尼亚的红茶和皂石、南非的红酒等众多非洲热销特色产品。大卫认为，直播电商正在搭建中非经贸的新场景，“未来数字贸易交流是中非经贸合作的新形态”。（资料来源：新华社）

8. 直播间贴片布置（30 分钟）★

直播间的贴片特指在用户观看直播时，在观看页面上显示的悬浮窗，它可以辅助主播高效直观地传达信息。在一场直播中，随时会有新用户进入直播间，即使主播每 5 分钟重复一遍直播间活动或规则，还是会有很多观众会错过一些关键信息。亦或是主播正在讲解某一商品时，若此时观众询问价格、规格等相关信息，主播可能无法快速及时地反馈。所以，直播间的贴片便尤为重要，其始终悬浮于直播页面，可用于展示一些常规性、通用的信息，比如主播信息卡、直播间福利（红包、限时福袋等）、正在讲解的商品信息等，以此来助力主播与粉丝之间的沟通，提升直播间购物体验。

质量等级 质量	A（优）	B（良）	C（中）
	课前自主学习完成度	学习内容完成 90%及以上	学习内容完成 80%-90%
课堂讨论话题参与度	积极参与话题讨论，能够引领整个小组进行分析。	参与话题讨论，能够有自己的见解	讨论时稍显拘谨，缺乏自己的思考与看法
小组思维导图绘制得分	能够拓宽思维，思维导图内容完整，美观好看，	基本涵盖导图内容，工整清晰	缺乏拓展，不能够完整的展现内容
小组案例分析汇报表现	表达清晰流利，自信大方，准备充分，能够很好的表述	表达清晰，能够描述本小组讨论内容与看法	能够基本描述本小组讨论内容与看法，略显生涩

	得分	自己小组的分析与看法	紧张
课后作业	1、完成一场直播需要哪些硬件设备？ 2、如何通过灯光布置让直播间的氛围更符合直播主题？ 3、直播贴片的作用是什么？		
课后反思	1. 多以任务和项目导入，引导学生参与直播硬件准备和场景搭建。		

章节名称	5. 直播活动实施	5.1 直播开场组织 5.2 商品讲解要点	授课形式	理论 案例分析	授课学时	14
教学目标	<p>【素质】</p> <p>1) 守住职业道德底线,不碰纪律规矩红线;</p> <p>2) 树立正确的消费观,自觉纠正超前消费、过度消费和从众消费等错误观念;</p> <p>3) 加强商业伦理道德教育,增强社会责任感意识。</p> <p>【知识】</p> <p>1) 了解直播开场组织流程、互动方式;</p> <p>2) 掌握商品讲解的方法和原则;</p> <p>3) 熟悉互动直播互动的的方法和技巧;</p> <p>4) 掌握直播后期热度延续的方法。</p> <p>【能力】</p> <p>5) 能够抓住用户痛点和商品卖点撰写商品讲解话术;</p> <p>6) 能够利用多种互动玩法、促销手段提升直播人气;</p> <p>7) 能够在直播结束后制定并实施后期推广活动。</p>					
教学重难点与解决方法	<p>【重点】</p> <p>2. 直播间商品的讲解要点</p> <p>【解决方法】</p> <p>通过阐述商品讲解的基本原则、介绍方法来引导学生掌握讲解商品的要点,结合小组讨论和小组练习来加深学生记忆。</p> <p>【难点】</p> <p>3. 直播间互动技巧</p> <p>【解决方法】</p> <p>采用案例分析的方式讲解直播间的互动技巧,让学生通过案例以及引导问题进行深入思考与讨论,教师最后进行总结,加深学生记忆。</p>					
学情分析与应对方法	学情分析		应对方法			
	1. 学生对于带货类直播了解并不多,认为直播实施活动很简单,只有大概的印象,没有系统的认知。		1. 老师在讲述时要结合实际案例进行引导,讲清楚直播实施过程中如何通过开场调动气氛,如何讲解商品来吸引观众购买。			
教学用具	<p>1. 发布课前导学案</p> <p>2. 发布微课视频</p>					
教学安排	<p>1. 自我介绍 (10 分钟)</p> <p>2. 内容预告 (20 分钟)</p> <p>3. 互动热场 (30 分钟)</p> <p>(1) 提问式开场</p>					

	<p>(2) 讲经历暖场</p> <p>(3) 任务式开场</p> <p>(4) 福利式开场</p> <p>4. 商品讲解内容（30分钟）★</p> <p>(1) 品牌价值</p> <p>(2) 产品功能</p> <p>(3) 产品知识</p> <p>5. 商品讲解基本原则（40分钟）★</p> <p>(1) 专业性</p> <p>(4) 真诚性</p> <p>(5) 趣味性</p> <p>6. 商品讲解“三点”方法论（20分钟）</p> <p>(1) 痛点：用户恐惧</p> <p>(2) 痒点：渴望获得</p> <p>(3) 爽点：即时满足</p> <p>7. 商品讲解“四步”营销法（30分钟）★</p> <p>(1) 需求引导：挖掘痛点</p> <p>(2) 商品引入：讲解卖点</p> <p>(3) 赢得信任：消除顾虑点</p> <p>(4) 促成下单：突出利益点</p> <p>【弹幕互动】分享一次你在直播间购物的经历，回想一下主播当时是如何介绍商品的，用了哪些话术。</p>							
学习 评量	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="331 1384 520 1503">质量等级 质量</td> <td data-bbox="520 1384 884 1503">A（优）</td> <td data-bbox="884 1384 1219 1503">B（良）</td> <td data-bbox="1219 1384 1549 1503">C（中）</td> </tr> </table>	质量等级 质量	A（优）	B（良）	C（中）	A（优）	B（良）	C（中）
	质量等级 质量	A（优）	B（良）	C（中）				
	课前自主学习完成度	学习内容完成 90%及以上	学习内容完成 80%-90%	学习内容完成 80%以下				
	课堂讨论话题参与度	积极参与话题讨论，能够引领整个小组进行分析。	参与话题讨论，能够有自己的见解	讨论时稍显拘谨，缺乏自己的思考与看法				
	小组思维导图绘制得分	能够拓宽思维，思维导图内容完整，美观好看，	基本涵盖导图内容，工整清晰	缺乏拓展，不能够完整的展现内容				
小组案例分析汇报表现得分	表达清晰流利，自信大方，准备充分，能够很好的表述自己小组的分析与看法	表达清晰，能够描述本小组讨论内容与看法	能够基本描述本小组讨论内容与看法，略显生涩紧张					
课后	1、策划一个直播开场方案。							

作业	2、选择任一品类的五个商品，并总结产品卖点。 3、撰写一个单品讲解的讲稿。
课后反思	1. 多以任务和项目导入，引导学生参与直播开场组织和总结商品讲解要点。

章节名称	综合实训	综合实训	授课形式	实训	授课学时	12
教学目标	<p>【素质】</p> <p>8) 培养学生的团队合作意识和能力,学会与他人合作、协调和分工。</p> <p>9) 提高学生的创新思维和问题解决能力,培养学生的实践操作能力和创造力。</p> <p>10) 培养学生的沟通能力和表达能力,学会有效地传递信息和观点。</p> <p>11) 培养学生的分析和评价能力,能够对直播营销案例进行深入分析和客观评价。</p> <p>12) 培养学生的自我管理和时间管理能力,学会合理安排时间和资源。</p> <p>【能力】</p> <p>1) 了解直播营销的基本概念和原理,掌握直播营销的关键技巧和方法。</p> <p>2) 能够分析直播营销案例,理解成功案例中的策略和实施方法。</p> <p>3) 能够在规定时间内完成直播营销实操模拟,包括内容策划、流程安排和团队合作。</p> <p>4) 能够运用创新思维解决直播营销中的问题,提出有效的解决方案。</p> <p>5) 能够进行有效的沟通和协作,与团队成员合作完成直播营销任务。</p>					
教学重难点与解决方法	<p>【重点】</p> <p>直播营销的关键技巧和方法</p> <p>【解决方法】</p> <p>可以邀请直播营销领域的专家来进行讲座或线上分享,让学生从专业角度了解直播营销的最新趋势、关键技巧和方法,并与专家进行互动交流,提高学生的学习兴趣和参与度。</p> <p>【难点】</p> <p>如何在直播过程中与观众互动并促成销售</p> <p>【解决方法】</p> <p>教师可以通过分享成功的直播营销案例,向学生展示如何与观众进行互动并促成销售。同时,教师可以进行现场示范,模拟直播环境,演示如何与观众进行互动、回答问题和推销产品等技巧。</p>					
学情分析	学情分析		应对方法			
应对方法	学生已经完成直播运营管理课程中相关知识的学习,但是真实直播经验较少。		组织学生进行小组合作,共同策划和实施一个小型的直播项目。通过团队合作,学生可以互相学习和借鉴经验,提高团队协作能力和问题解决能力。			
教学用具	<p>1. 发布课前导学案</p> <p>2. 发布微课视频</p>					
教学安排	<p style="text-align: center;">单品直播策划</p> <p>近年来,新零售和新业态快速发展,利用网络直播、短视频等形式促进农产品销售已经成为新潮流新亮点,是农产品营销的创新,也补上了传统农产品营销的“短板”,对于缓解卖难、助力产业发展和促进农民增收都发挥了积极的作用。特别是疫情防控期间,全国上万间的蔬菜大棚瞬间变成了直播间,市长、县长、乡镇长纷纷带货,还有网红带货,让直播成为“新农活”,也让农产品的销售找到了新的出路。</p> <p>2020年《政府工作报告》中指出:电商网购、在线服务等新业态在抗疫中发挥了重要作用,要继续出台支持政策,全年推荐“互联网+”,打造数字经济新优势。</p>					

手机成了“新农具”，直播成为“新农活”，“直播带货”已成为打通各地农产品销路的重要途径，这也是在常态化疫情防控中推动地方经济发展、决战脱贫攻坚的有力措施。不少领导干部、农民网红积极参与直播助销，得到各方点赞。“直播带货”解决的是当前农产品销路问题，若能以此为切口，建立电商直播长效机制，推动农民增收、农业增效，更会产生多重积极意义，带来财富，助力脱贫攻坚。

青春扶贫，能量助农，请各小组选取自己家乡代表性的一款农产品，策划一场时间为 120 分钟的直播并实施。

品牌直播

产业互联网、信息技术让各行各业走向智能化、数字化。遭遇巨大挑战的传统制造业和商业形态，通过与直播等新业态结合，将有机会提高运转效率和商业效率，助推产业转型升级。

传统行业的数字化升级，尤其是与短视频、直播的深度融合，将会为所有行业注入新的生命力，从而不断扩大组织和就业规模。它可以利用其灵活性以及技术驱动能力，直达商户痛点，为传统行业开张难、经营难等问题提供解决新思路。

典型的如格力电器，这家技术和产品一流的企业，在渠道上和库存上经历着新的挑战，董明珠则在加速用直播等线上方式重构格力电器的销售系统和用户连接方式，使之更加数字化和智能化。其在快手的一场直播销售额超过 3 亿，而这背后则是这家公司销售模式和系统的变化。

网络直播从 PC 时代进入到移动直播时代，正在走出娱乐属性，与各行各业紧密结合，不仅有趣，而且有用，成为传统企业拥抱数字经济的入口。新东方创始人俞敏洪、新希望创始人刘永好、携程董事局主席梁建章……等等一系列企业家带头直播带货，用自己的行动推动企业拥抱新业态和数字化。

以直播之力，助推家乡产业转型升级。请同学们选择当地特色产业企业，根据课程内容，为该企业策划一场时间为 120 分钟的直播并实施。

达人直播

近年来，以“故宫”系列、李宁、波司登、百雀羚等为代表的国货品牌在线上市场持续走红，并由此在中国消费市场刮起了一股“国潮”风。从“国货回潮”到“国货当潮”，不可否认，国货崛起已渐成趋势。

《2019“国货当潮”白皮书》显示，截至 2019 年 11 月初，国货时尚品牌线上交易额同比增长 238%，为近几年最高增幅。而在全球疫情演变尚不明朗的当下，主打国内生产、国内消费的国货品牌加速突围，成为构筑“内循环”的重要一环。2020 年 618 大促中，天猫超 37000 个中国品牌成交额同比增长至少 100%，有 589 个国货美妆品牌成交同比增长超过 100%，183 个国货美妆品牌增速突破了 1000%。

例如，“百年老店”马迭尔冰棍成为哈尔滨的网红代表，年销售额达 3000 多万元、创始于 1926 年的宁波汤圆缸鸭狗插上了新零售的翅膀，从宁波飞到了全国各地、月盛斋借助一款羊蝎子火锅红遍全国，开启了老字号的“国潮”第二春。

国货崛起的趋势下，是民族自信或新生代国货意识的兴起。但情怀只是表面，究其根本，更多高品质、高价值的中国品牌商品的涌现才是国内消费者重新认识国货品牌商品的真正原因。

为国货代言、为民族品牌发声、为优质商品赋能。请同学们根据课程内容，完成一场 120 分钟以“国潮来袭”为主题的达人直播活动策划与实施。

学习 评量	质量	内容策划	主播表现	推广效果	品牌形象展示	销售转化
	直播活动评分	主题选择与目标受众的匹配度（5分） 内容的创新性和	口才表达能力（5分） 主持技巧和应变能力（5分）	观众数量和参与度（10分） 社交媒体传播	品牌标识和形象呈现的准确性（5分） 产品或服务的	销售额和转化率（10分） 观众购买决策的引导和促进

		吸引力（5分） 活动流程的合理性和逻辑性（5分） 是否包含足够的互动环节（5分）	形象仪态和亲和力（5分） 对产品或服务的理解和传达能力（5分）	效果（5分） 观众反馈和口碑评价（5分）	特点和优势的展示（5分） 品牌故事和价值观的传递（5分） 活动场景布置和视觉效果的协调性（5分）	（5分） 后续跟进和客户关系维护的效果（5分）
课后作业	1、请大家观看本小组直播的视频录像，团队协作分析存在的不足之处，并提出解决方法。 2、学习其他小组的直播视频，争取做到扬长避短。					
课后反思	通过观看学生的直播实训，学生达到了预期的学习成果，能够按照直播流程，顺利的开展直播活动。但是经验不足，针对一些观众的互动问题回答的欠佳，在之后可以增加学生的实践教学，多积累经验。					