

《直播运营》课程

教学标准

课内学时数： 54

适用的专业范围及层次： 全日制专科网络营销与直播电商专业

课程学分： 3

考核方式： 运营实操+课程作业+平时表现

编制人： 谢金钊

说明

一、教学目的和要求

1. 教学目标

知识目标

(1) 掌握直播间布置装饰的核心原则、区域规划方法及实操要点，能区分不同品类直播间的布置差异。

(2) 理解 AIGC 工具在直播运营中的应用逻辑，掌握利用 AIGC 进行产品卖点挖掘、定价辅助、动态库存表制作的核心知识。

(3) 识别直播后台常见风险类型（违规、设备、网络、库存等），掌握各类风险的防控措施和应急处理流程。

(4) 掌握直播中盯盘的核心内容（数据、商品、互动、合规），知晓核心监控数据的含义、异常判断标准及盯盘技巧。

(5) 理解直播流量的分类（自然流量、付费流量），掌握自然流量的获取渠道、运营逻辑及付费流量的投放基础规则。

(6) 掌握短视频与直播协同运营的核心方法，了解短视频引流直播的内容创作、发布及联动技巧。

(7) 知晓多平台直播后台的运营差异，掌握直播矩阵搭建的基础思路和跨平台运营核心要点。

(8) 理解数字人直播的技术原理、适用场景，掌握数字人直播的创建、调试及基础运营方法。

(9) 掌握直播数据处理的核心指标（流量、转化、留存等），了解数据统计、分析及复盘的基础方法。

(10) 系统掌握直播运营全流程的核心知识，形成从筹备、开播、中控到复盘的完整知识体系。

能力目标

(1) 能独立完成不同品类直播间的布置与装饰实操，能根据直播需求优化直播间视觉效果，提升用户体验。

(2) 能熟练使用 AIGC 工具完成产品卖点挖掘、直播主题设计、定价建议生成及产品动态库存表制作，提升直播运营效率。

(3) 能独立识别直播后台各类风险，熟练操作后台落实防控措施，面对突发风险能快速启动应急处理流程并规范处置。

(4)能熟练进行直播中盯盘实操,实时监控核心数据、商品状态、互动舆情及合规情况,及时发现问题并反馈调整。

(5)能运用所学方法获取直播自然流量,能分析流量数据异常原因并提出优化措施,提升直播间流量规模。

(6)能初步进行付费流量的基础投放操作,能根据直播需求选择合适的付费流量渠道,把控投放基本节奏。

(7)能创作适配直播引流的短视频内容,能完成短视频与直播的协同运营实操,实现短视频对直播的引流转化。

(8)能操作多平台直播后台,完成基础的跨平台直播运营工作,能初步搭建小型直播矩阵并进行运营维护。

(9)能模拟创建数字人并完成数字人直播的基础实操,能根据直播场景优化数字人直播的内容和形式。

(10)能收集、整理直播全流程数据,完成基础的直播数据处理和复盘分析,能根据数据分析结果提出直播优化方案。

(11)能以小组为单位完成直播运营全流程模拟实训,提升团队协作、沟通配合及综合运营实操能力。

2. 课程思政育人目标

(1)培养学生的审美素养和细节意识,引导学生树立“细节决定成败”的职业理念,养成严谨、认真的职业态度。

(2)引导学生主动接纳新技术、新工具,树立“科技赋能直播”的创新理念,培养学生的创新思维和数字化素养。

(3)培养学生的风险意识和责任担当,引导学生树立“安全第一、预防为主”的职业观念,养成遇事冷静、科学处置的职业素养。

(4)培养学生的专注力和执行力,引导学生在直播运营工作中保持高度专注,做到及时响应、高效执行,提升职业行动力。

(5)引导学生尊重市场规律和用户需求,树立“以用户为中心”的服务理念,养成诚信经营、合规运营的职业底线。

(6)培养学生的团队协作意识和沟通能力,引导学生树立“合作共赢”的职业价值观,提升团队协作和跨岗位配合能力。

(7)培养学生的成本意识和资源整合能力,引导学生在流量运营和跨平台运营中做到合理规划、高效利用资源,养成勤俭节约的职业习惯。

(8)引导学生关注行业发展趋势,树立终身学习的职业理念,培养学生的行业敏感度和职业发展规划能力。

(9)培养学生的数据分析思维和理性决策能力,引导学生树立“用数据说话”的职业思维,养成基于数据科学决策的职业习惯。

(10)培养学生的职业使命感和社会责任感,引导学生在直播运营中传播正能量,树立正确的职业价值观和社会价值观。

(11)培养学生的抗压能力和心理素质,引导学生在直播运营的高压场景中保持良好心态,做到从容应对、积极进取。

二、课程内容和学时分配

1. 教学进度安排

根据教学计划规定的学时数为54学时,具体学时分配如下表,供参考。

课程内容和学时分配表

	内容	课时	小计
一、直播准备	直播的布置装饰	3	
	直播间的装饰布置实践	3	
	使用 AIGC 工具进行产品卖点挖掘	3	
	使用 AIGC 工具进行产品卖点挖掘	3	
	使用 AIGC 工具制作产品动态库存表	3	
二、直播活动实施	直播后台风险防控与应急处理	3	
	实时数据监控（直播中盯盘技巧）	3	
	直播中盯盘技巧实践	3	
	直播流量认知与自然流量获取	3	
	直播流量认知与自然流量获取实践	3	
	直播付费流量	3	
三、直播复盘提升	短视频与直播的协同运营	3	
	多平台后台运营与矩阵搭建	3	
	数字人直播	3	
	数字人直播与实践	3	
	直播数据处理	3	
	模拟实训	3	
合计			54

2. 思政映射与融入点

教学周次	授课要点	思政映射与融入点	授课形式与教学方法	教学预期成效
1	直播间的布置装饰核心原则、区域规划、品类适配要求	1. 培养审美素养和细节意识，树立“细节决定成败”的职业理念；2. 引导学生结合用户需求进行布置，树立“以用户为中心”的服务理念	教师讲授。	1. 学生掌握直播间布置装饰核心知识；2. 初步建立细节意识和用户思维，养成注重细节的学习习惯
5	使用 AIGC 工具制作产品动态库存表、库存管理逻辑	1. 培养学生的严谨细致态度和责任意识，避免因库存数据错误导致直播失误；2. 培养学生的数字化	教师讲授；小组讨论；实践法。	1. 学生能熟练制作 AIGC 动态库存表，掌握基础库存管理知识；2. 养成严谨、认真的数据处理习惯，强化责任

		办公能力，树立高效运营的职业理念		意识
6	直播后台风险类型识别、防控措施、应急处理流程	1. 培养学生的风险意识和责任担当，树立“安全第一、预防为主”的职业观念；2. 培养学生遇事冷静、科学处置的应变能力，树立合规运营理念	教师讲授；小组讨论。	1. 学生能识别常见后台风险，掌握防控和应急处理方法；2. 建立风险防控意识，养成合规运营习惯，提升应变能力
8	直播中盯盘技巧实操、问题反馈与直播节奏调整	1. 强化学生的专注力和团队协作意识，提升跨岗位沟通配合能力；2. 培养学生的责任意识，树立“岗位无小事”的职业理念	讲授法 + 实践法	1. 学生能熟练完成盯盘实操，及时反馈并配合调整直播节奏；2. 提升团队协作能力，强化责任意识和岗位担当
9—11	自然流量获取实践、流量数据观测与优化	1. 培养学生的问题解决能力和数据分析能力，树立“持续优化”的职业理念；2. 培养学生的耐心和毅力，养成积极进取、精益求精的职业素养	讲授法 + 实践法	1. 学生能实操获取自然流量，分析流量数据并提出优化措施；2. 提升数据分析和问题解决能力，养成精益求精的学习和工作习惯
13	多平台后台运营差异、直播矩阵搭建思路	1. 培养学生的全局思维和资源整合能力，树立跨平台协同运营理念；2. 引导学生尊重不同平台规则，树立全域合规运营的职业底线	讲授法 + 实践法	1. 学生掌握多平台运营核心知识，能初步搭建直播矩阵；2. 建立全局思维，提升资源整合能力，强化全域合规运营意识
14—15	数字人直播实操、数字人直播内容优化	1. 引导学生关注行业新技术、新趋势，树立终身学习的职业理念；2. 培养学生的创新思维和数字化素养，树立“科技	讲授法 + 实践法	1. 学生理解数字人直播核心知识，掌握基础创建方法；2. 建立行业学习意识，培养创新思维，提升数字化素养

		驱动发展” 的理 念		
--	--	---------------	--	--

三、教学建议

本课程教学的关键是学生的自主探究及团队合作能力。教学不以学生掌握“应知”内容为目标，而在应知基础上达到“应会”为目标。在教学过程中，应立足于加强学生实际应用能力和职业素质的培养，通过任务工单教学、以工作任务引领提高学生兴趣，激发学生的学习动机。

本课程立足于实际能力培养，分学习情景和典型工作任务开展教学，并鼓励学生进行仿真直播与实战直播。课程以学生为中心，工作过程为线索，工作任务为载体，组织课程内容和课程教学，以任务的形式导出，以激发学习兴趣，明确学习方向，便于教学中的启发与引导。让学生在完成各项目具体工作任务的过程中来构建相关理论知识和各项职业技能，发展职业能力。

四、理论教学部分

第 1 章 直播间的布置装饰

一、教学目的和要求

1. 教学目标

知识目标：

1. 掌握直播间布置装饰的核心原则（贴合品类、简洁有序、视觉舒适），理解布置装饰对直播转化、用户停留的影响。

2. 识别直播间核心布置区域（背景区、主播区、商品展示区），了解各区域的布置要求与基础搭配逻辑。

3. 知晓直播间布置常用工具、物料及基础搭配技巧，能区分不同品类（美妆、服饰、食品）直播间的布置差异。

技能目标：

1. 能根据指定直播品类（如美妆、服饰），独立规划直播间 3 个核心区域的布置方案，明确物料选择与摆放位置。

2. 能利用简易物料（背景布、货架、灯光、小装饰），完成小型模拟直播间的基础布置，确保视觉整洁、重点突出。

3. 能识别不合理的直播间布置问题（如背景杂乱、灯光昏暗、商品摆放无序），并提出简单的优化建议。

2. 课程思政育人目标

1. 培养学生的审美素养与细节意识，引导学生树立“细节决定成败”的职业理念，养成严谨、认真的职业态度。

2. 通过不同品类直播间布置的案例分析，引导学生尊重行业规律、贴合用户需求，树立“以用户为中心”的服务理念。

3. 培养学生的团队协作能力与创新思维，在分组实操中学会沟通配合、互帮互助，树立合作共赢的职业价值观。

4. 引导学生注重节约环保，在布置装饰中合理利用物料，避免浪费，树立绿色低碳的职业习惯。

二、教学重点与难点

教学重点：

1. 直播间核心布置区域（背景区、主播区、商品展示区）的布置要求与搭配逻辑。
2. 不同品类直播间布置的核心差异，能根据品类特点规划布置方案。
3. 直播间布置的核心原则在实操中的应用，确保布置贴合直播需求、视觉舒适。

教学难点：

1. 如何平衡“视觉美观”与“实操便捷”，避免过度装饰影响主播操作和商品展示。
2. 根据直播品类特点，灵活调整布置方案，突出商品核心卖点，提升用户停留时长。

三、教学方法

任务驱动法、讨论法

四、教学学时

6 学时

五、教学内容（或教学过程）

（一）导入新课

本环节通过直观对比激发学生学习兴趣，快速引入课题。首先，播放两个对比视频，一个是布置整洁、重点突出的美妆直播间，另一个是背景杂乱、商品无序的服饰直播间，引导学生仔细观察两者的差异。随后，随机提问 3-4 名学生，引导其分享“两个直播间给你的感受有什么不同？你更愿意停留在哪一个？为什么？”，鼓励学生大胆发言、主动表达。最后，总结学生的回答，明确直播间布置装饰对直播效果的重要性，引出本节课课题《直播间的布置装饰》，并清晰告知学生本节课的学习目标，让学生明确学习方向。本环节的设计意图是通过具象化对比，贴合高职学生具象化学习特点，让学生快速理解布置装饰的意义，自然导入新课；思政融入点在于引导学生关注细节，初步建立“细节影响体验”的意识，培养基本的审美素养。

（二）理论讲解：核心知识点

本环节聚焦核心知识点，语言简洁通俗、避免复杂术语，为后续实操奠定基础。讲解过程中结合案例图片，增强直观性，每讲解一个知识点，通过递进式提问引导学生主动思考，比如“食品直播间为什么适合暖色调背景？”。具体讲解内容包括四部分：一是直播间布置装饰的 3 个核心原则，即贴合品类（举例：美妆浅背景、食品暖色调、服饰简约背景）、简洁有序（避免杂乱，突出核心）、视觉舒适（灯光柔和、色彩协调）；二是直播间核心布置区域及要求，分别讲解背景区（干净整洁、贴合品类，可使用背景布、海报，避免多余杂物）、主播区（空间充足、视线清晰，主播位置居中，方便操作）、商品展示区（分类摆放、重点突出，方便主播拿取、用户查看）的搭配逻辑；三是常用布置物料与工具，介绍背景布、货架、小射灯等简单易获取的物料及其使用场景；四是不同品类直播间布置差异，通过对比美妆、服饰、食品类直播间的布置特点，强调“按需布置”的重要性。讲解结束后，总结核心知识点，强化学生记忆。本环节的设计意图是让学生掌握核心知识点，明确各区域布置要求，适配高职学生“先懂后练”的学习节奏；思政融入点在于结合“贴合品类、按需布置”，引导学生树立“以用户为中心”的服务理念、尊重行业规律，同时强调“简洁有序”，培养学生严谨、整洁的职业习惯。

（三）分组实操：模拟布置

本环节是本节课的核心实操环节，重点培养学生的实操能力和团队协作能力。首先，明确

实操任务：每组分配简易物料（背景布、货架、模拟商品、小装饰、射灯），指定一个品类（美妆/服饰/食品），完成直播间 3 个核心区域的布置，要求贴合品类、简洁有序、视觉舒适。其次，明确分组要求：将学生分成 4-5 组，每组 4-5 人，明确分工（1 人负责背景搭建、1 人负责商品摆放、1 人负责灯光调整、1 人负责整体协调），限时 15 分钟完成。实操过程中，老师巡回指导，重点关注基础薄弱学生，及时纠正不合理布置（如背景杂乱、商品摆放无序、灯光过亮/过暗），耐心解答学生提出的疑问，同时提醒学生注意时间、高效配合，合理利用物料、避免浪费。本环节的设计意图是让学生将理论知识转化为实操能力，独立完成模拟直播间布置，培养实操能力、团队协作能力和时间管理能力，贴合高职学生重实操的培养目标；思政融入点在于通过分组分工，培养学生团队协作能力，引导学生互帮互助、合作共赢；通过强调合理利用物料，引导学生树立绿色低碳的职业习惯；通过实操细节要求，培养学生的细节意识和严谨态度。

（四）点评总结：巩固提升

本环节旨在巩固知识点、强化实操技能，同时深化课程思政育人效果。首先，组织各组展示布置成果，每组派 1 名代表简要说明布置思路，重点讲解如何贴合品类、规划核心区域。随后，老师对各组成果进行客观点评，肯定各组的优点，针对性指出布置中的不足（如细节处理、品类贴合度等），并现场示范优化方法，帮助学生明确改进方向。接着，简洁总结本节课核心知识点，再次强调直播间布置的核心原则、核心区域和实操要点，强化学生记忆。最后，回顾课程思政目标，着重强调细节意识、合作意识、服务意识在直播运营岗位中的重要性，引导学生树立正确的职业价值观。本环节的设计意图是巩固本节课知识点和实操技能，让学生发现自身不足、明确优化方向，实现“技能+素养”双重培养；思政融入点在于通过点评强调细节的重要性，引导学生养成严谨、认真的职业态度，通过总结强化团队协作、服务用户、绿色环保的理念，助力学生树立正确的职业价值观。

搭建直播场景原则：

场地选择与规划（大小、形状、噪音控制）。

背景设计原则：简洁、相关、有层次感、无干扰。

道具的运用：产品陈列、氛围营造、品牌露出。

灯光系统——直播的“美颜滤镜”：

光的重要性：提升画质、美化主播、突出产品。

核心技巧：三点布光法（主光、辅光、轮廓光）的原理与实战调整。

灯具选择与光位：环形灯、平板灯、棒灯的使用场景。

色温与氛围：冷光 vs 暖光的情感表达。

音频系统——直播的“隐形支柱”：

常见麦克风类型（领夹麦、枪麦、USB 麦克风）及其适用场景。

如何避免回声、喷麦、底噪等常见问题。

环境声的利用与规避。

设备与软件：

摄像头（手机 vs 相机 vs 网络摄像头）的选择与设置。

推流软件（如 OBS）的基础使用：场景切换、贴片素材添加、绿幕抠图。

第 2 章 使用 AIGC 工具进行辅助直播活动实施

一、教学目的和要求

1. 教学目标

知识目标：

1. 了解 AIGC 工具在直播活动中的应用场景，明确其对直播效率、效果的辅助作用，区分 AIGC 工具与传统直播辅助方式的优势。

2. 掌握使用 AIGC 工具进行产品卖点挖掘、定价辅助、制作产品动态库存表的核心逻辑和基础操作步骤。

3. 知晓 AIGC 工具辅助直播的注意事项，能识别工具使用中的常见问题（如卖点偏差、定价不合理）并简单修正。

技能目标：

1. 能熟练使用指定 AIGC 工具（豆包），输入精准提示词，挖掘指定产品的核心卖点和差异化卖点，生成适配直播口播的卖点文案。

2. 能利用 AIGC 工具（豆包/WPS AI），结合产品成本、市场竞品价格，生成合理的定价建议，辅助直播定价决策。

3. 能通过 AIGC 工具（WPS AI/Canva AI），快速制作产品动态库存表，明确库存数量、预警线，适配直播中控需求。

4. 能结合直播需求，灵活调整 AIGC 工具的输出结果，使其更贴合直播场景和用户需求。

2. 课程思政育人目标

1. 培养学生的创新思维和高效办公意识，引导学生主动接纳新技术、新工具，树立“科技赋能直播”的职业理念，提升职业竞争力。

2. 通过产品卖点挖掘和定价辅助，引导学生尊重市场规律、立足用户需求，树立“诚信经营、合理定价”的职业价值观，杜绝虚假宣传和不合理定价。

3. 在实操过程中，培养学生的严谨细致态度，引导学生认真核对 AIGC 工具输出结果（如库存数据、定价建议），避免因粗心导致直播失误。

4. 培养学生的团队协作和沟通能力，在分组实操中学会分工配合、互帮互助，同时引导学生正确使用 AIGC 工具，树立“科技向善”的意识，不依赖工具、不滥用工具。

二、教学重点与难点

教学重点：

1. 使用 AIGC 工具挖掘产品卖点的核心操作（提示词设计、输出结果优化），能生成适配直播口播的卖点文案。

2. 利用 AIGC 工具进行定价辅助的方法，能结合产品实际情况，参考工具建议制定合理直播定价。

3. 通过 AIGC 工具制作产品动态库存表的步骤，确保库存表清晰、准确，适配直播中控需求。

教学难点：

1. 设计精准的提示词，引导 AIGC 工具输出贴合产品实际、符合直播需求的卖点和定价建议（避免输出空泛、不合理内容）。

2. 结合产品成本、市场竞品等实际情况，对 AIGC 工具的输出结果进行优化调整，避免盲目依赖工具。

3. 制作的动态库存表能与直播后台联动思维结合，兼顾实用性和便捷性，适配直播过程中库存实时更新的需求。

三、教学方法

任务驱动法、讨论法

四、教学学时

五、教学内容（或教学过程）

（一）导入新课

本环节通过场景对比，激发学生兴趣，快速引入课题。首先，提问学生：“在直播准备过程中，大家有没有遇到过‘找不到产品卖点’‘定价纠结’‘库存表制作繁琐’的问题？”，引导学生结合自身认知发言，引发共鸣。随后，展示两个对比案例：一个是传统方式（手动写卖点、算定价、做库存表）筹备直播，耗时久、效率低；另一个是使用 AIGC 工具辅助，快速完成 3 项任务，效率大幅提升。最后，总结学生发言，明确 AIGC 工具在直播活动中的核心辅助作用，引出本节课课题《使用 AIGC 工具进行辅助直播活动实施》，清晰告知学生本节课的学习目标（掌握 3 项核心实操技能），让学生明确学习方向。本环节的设计意图是贴合学生实际困惑，通过直观对比，让学生感受到 AIGC 工具的优势，激发学习主动性；思政融入点在于引导学生主动接纳新技术、新工具，树立“科技赋能职业”的理念，培养创新意识。

（二）理论讲解：核心知识点与工具操作基础

本环节聚焦核心知识点，语言简洁通俗，避免复杂的技术原理讲解，重点突出“怎么用”，为后续实操奠定基础，讲解过程中结合简单演示，增强直观性。具体内容分为三部分：

1. 基础认知：简要介绍本节课所用 AIGC 工具（豆包、WPS AI）的核心优势——免费、易上手、适配直播场景，明确 AIGC 工具在直播活动中的核心应用场景（卖点挖掘、定价辅助、库存管理等），强调“工具是辅助，不能替代人的判断”，引导学生正确看待 AIGC 工具。

2. 核心知识点与操作演示：结合模拟产品（如美妆、服饰、食品），逐一讲解 3 项核心任务的操作逻辑和基础步骤，同步进行现场演示：

（1）AIGC 辅助产品卖点挖掘：讲解核心逻辑（结合产品属性、用户需求、竞品差异），演示操作步骤——打开豆包，输入精准提示词（如“挖掘一款平价粉底液的核心卖点，适配直播口播，突出控油、持妆、平价，语言简洁易懂”），查看输出结果，对空泛、不贴合的内容进行简单修改，生成适配直播的卖点文案。

（2）AIGC 辅助定价：讲解核心逻辑（结合产品成本、市场竞品、直播优惠活动），演示操作步骤——使用豆包/WPS AI，输入提示词（如“一款成本 50 元的连衣裙，市场同类产品定价 89-129 元，结合直播引流需求，给出合理定价建议，说明定价理由”），参考工具输出的定价区间和理由，结合实际情况调整，确定直播定价。

（3）AIGC 制作产品动态库存表：讲解核心逻辑（清晰、便捷、可实时更新，适配直播中控），演示操作步骤——使用 WPS AI，输入提示词（如“制作一款电商直播产品动态库存表，包含产品名称、规格、初始库存、已售数量、剩余库存、库存预警线，可手动更新，格式简洁清晰”），生成表格后，演示如何修改内容、设置预警线，确保适配直播需求。

3. 注意事项：强调 3 点核心注意事项——一是提示词要精准、具体，避免模糊表述；二是工具输出结果需结合实际情况核对、优化，不盲目依赖；三是动态库存表需及时更新，确保数据准确，避免直播中出现超卖、缺货问题。

本环节的设计意图是让学生掌握核心知识点和工具操作基础，明确 3 项任务的操作逻辑，为后续实操做好铺垫；思政融入点在于强调“不依赖工具、核对数据”，培养学生的严谨细致态度，结合定价辅助内容，引导学生树立“合理定价、诚信经营”的职业价值观。

（三）分组实操：完成 AIGC 辅助直播核心任务

本环节是本节课的核心实操环节，重点培养学生的实操能力和团队协作能力，将理论知识转化为实际技能，贴合高职学生重实操的培养目标。具体安排如下：

1. 任务布置：将学生分成 4-5 组，每组 4-5 人，每组分配 1-2 款模拟产品（如平价美妆、休闲服饰、零食），完成 3 项核心任务：① 使用豆包挖掘产品核心卖点，生成 100 字以内的直

播口播卖点文案；② 使用 AIGC 工具给出产品定价建议，说明定价理由；③ 使用 WPS AI 制作产品动态库存表，包含核心要素，设置库存预警线。

2. 分组要求：明确小组分工（1 人负责卖点挖掘、1 人负责定价辅助、1 人负责库存表制作、1 人负责整体核对优化），限时 15 分钟完成，要求操作规范、结果贴合产品实际和直播需求，合理使用 AIGC 工具，不敷衍、不抄袭。

3. 指导要点：老师巡回指导，重点关注基础薄弱学生，及时解答操作疑问（如提示词设计、工具功能使用），纠正常见错误（如提示词模糊导致卖点空泛、库存表要素缺失、定价不合理）；提醒学生核对工具输出结果，结合产品实际优化调整，培养严谨态度；引导小组分工协作、互帮互助，提升实操效率。同时，强调合理使用工具，树立“科技向善”的意识，不滥用 AIGC 工具。

本环节的设计意图是让学生熟练掌握 3 项核心实操技能，提升工具使用能力和团队协作能力；思政融入点在于通过分组分工，培养学生的团队协作和沟通能力，引导学生互帮互助、合作共赢；通过强调核对数据、优化结果，培养学生的严谨细致态度；通过定价和卖点挖掘，强化“诚信经营、贴合用户需求”的职业理念。

（四）点评总结：巩固提升

本环节旨在巩固本节课知识点和实操技能，深化课程思政育人效果，帮助学生发现自身不足、明确改进方向。具体流程如下：

1. 成果展示：每组派 1 名代表，简要展示本组的实操成果（卖点文案、定价建议、动态库存表），说明操作思路和工具使用心得，重点讲解如何优化 AIGC 工具的输出结果。

2. 点评指导：老师对各组成果进行客观点评，肯定各组的优点（如提示词精准、定价合理、库存表规范），针对性指出不足（如卖点不贴合产品、定价未结合成本、库存表缺乏预警线），并现场示范优化方法，帮助学生明确改进方向；同时，强调实操中的常见问题和注意事项，强化工具操作记忆。

3. 总结升华：简洁总结本节课核心知识点，再次强调 3 项核心实操技能的关键步骤（提示词设计、结果优化、数据核对）；回顾课程思政目标，着重强调创新思维、严谨态度、诚信经营、团队协作的重要性，引导学生正确使用 AIGC 工具，树立“科技赋能直播、诚信做好运营”的职业价值观，提升自身职业竞争力。

第 3 章 直播后台风险防控与应急处理

一、教学目的和要求

1. 教学目标

知识目标：

1. 了解直播后台常见风险类型（违规风险、账号风险、设备风险、网络风险、库存风险），明确各类风险对直播活动的危害。

2. 掌握直播后台各类风险的核心防控措施，理解“预防为主、快速处置”的风险防控原则。

3. 知晓直播后台常见应急处理流程和方法，能区分不同风险的处置优先级，明确应急处理的核心要点。

技能目标：

1. 能独立识别直播后台各类常见风险（如违规提示、账号异常、网络中断、设备故障），准确判断风险等级。

2. 能熟练操作直播后台，落实各类风险的防控措施（如违规词屏蔽、权限管控、设备调试、库存预警）。

3. 能针对不同后台风险，快速启动应急处理流程，规范完成应急处置（如违规申诉、设备重启、网络切换、库存调整），最大限度降低风险损失。

4. 能结合直播场景，制定简单的直播后台风险防控预案，提升风险防范的主动性。

2. 课程思政育人目标

1. 培养学生的风险意识和责任担当，引导学生树立“安全第一、预防为主”的职业理念，养成严谨细致、认真负责的职业态度。

2. 通过风险防控和应急处理实操，培养学生的应变能力和抗压能力，引导学生在突发情况中保持冷静、科学处置，树立责任意识。

3. 引导学生坚守职业底线，严格遵守直播平台规则，杜绝违规操作，树立“诚信运营、合规直播”的职业价值观。

4. 培养学生的团队协作能力，在分组实操中学会分工配合、互帮互助，提升应急处置的效率，树立合作共赢的职业理念。

二、教学重点与难点

教学重点：

1. 直播后台常见风险类型的识别，能准确区分违规、账号、设备、网络、库存等不同风险。

2. 各类直播后台风险的核心防控措施，能熟练操作后台落实预防工作（如违规词屏蔽、设备调试）。

3. 常见后台风险的应急处理流程和方法，能规范完成应急处置操作。

教学难点：

1. 在复杂场景中，快速识别隐性风险（如潜在违规词、设备隐性故障），提前落实防控措施。

2. 面对多种风险同时发生（如网络中断+违规提示），能合理判断处置优先级，高效完成应急处理。

3. 结合直播场景，制定贴合实际、可落地的风险防控预案，提升风险防范的主动性和针对性。

三、教学方法

任务驱动法、讨论法、分组实操法

四、教学学时

3 学时

五、教学内容（或教学过程）

（一）导入新课

本环节通过真实案例导入，激发学生风险意识，快速引入课题。首先，提问学生：“大家在模拟直播实操中，有没有遇到过直播突然被警告、网络中断、设备失灵的情况？这些情况会对直播造成什么影响？”，引导学生结合自身实操经历发言，引发共鸣。随后，展示 2 个真实的直播后台风险案例（短视频形式，时长 1 分钟以内）：一个是因违规词未屏蔽导致直播被限流，一个是因网络中断未及时处理导致直播被迫终止，讲解案例中风险造成的损失（流量流失、粉丝减少、违规处罚）。最后，总结学生发言，明确直播后台风险防控与应急处理的重要性，引出本节课课题《直播后台风险防控与应急处理》，清晰告知学生本节课的学习目标（掌握风险识别、防控、应急处理 3 项核心技能），让学生明确学习方向。本环节的设计意图是贴合学

生实际实操困惑，通过真实案例，让学生直观感受后台风险的危害，激发学习主动性；思政融入点在于引导学生树立风险意识，初步建立“预防为主、责任为先”的职业理念。

（二）理论讲解：核心知识点与操作基础

本环节聚焦核心知识点，语言简洁通俗，避免复杂理论，重点突出“怎么识别、怎么防控、怎么处置”，为后续实操奠定基础，讲解过程中结合模拟后台演示，增强直观性。具体内容分为三部分：

1. 基础认知：明确直播后台风险防控的核心原则——“预防为主、快速处置、全程管控”，简要说明直播后台风险的核心危害（影响直播效果、导致违规处罚、损害账号权重），强调“后台运营人员是风险防控的核心责任人”，强化学生的责任意识。

2. 核心知识点与操作演示：结合模拟直播后台，逐一讲解直播后台常见风险类型、防控措施和应急处理方法，同步进行现场演示：

（1）违规风险（核心重点）：讲解常见违规类型（违规词、违规画面、虚假宣传），防控措施（后台设置违规词屏蔽、提前审核直播内容、规范商品宣传），应急处理（收到违规提示后，立即停止违规行为、修改内容，必要时提交申诉），现场演示违规词屏蔽设置和申诉操作。

（2）账号与设备风险：讲解账号风险（账号异常登录、权限泄露）、设备风险（摄像头/麦克风故障、投屏失败），防控措施（设置账号安全防护、提前调试设备、备用设备准备），应急处理（账号异常及时退出登录、修改密码；设备故障立即重启或切换备用设备）。

（3）网络与库存风险：讲解网络风险（网络中断、卡顿）、库存风险（库存不足、超卖），防控措施（直播前测试网络、备用网络准备；后台设置库存预警、实时监控库存），应急处理（网络中断切换备用网络、告知观众暂停直播；库存异常立即下架商品、调整库存，向观众说明情况）。

3. 注意事项：强调 3 点核心注意事项——一是风险防控要前置，直播前必须完成设备、网络、违规词屏蔽等准备工作；二是应急处理要快速、规范，避免因处置不当扩大风险；三是全程关注后台提示，及时发现隐性风险，主动防范。

本环节的设计意图是让学生掌握核心知识点和工具操作基础，明确风险识别、防控、应急处理的逻辑和步骤，为后续实操做好铺垫；思政融入点在于强调“责任担当”，培养学生的严谨细致态度，引导学生坚守合规运营底线，树立诚信直播的职业价值观。

（三）分组实操：完成后台风险防控与应急处理任务

本环节是本节课的核心实操环节，重点培养学生的实操能力、风险识别能力和应变能力，将理论知识转化为实际技能，贴合高职学生重实操的培养目标。具体安排如下：

1. 任务布置：将学生分成 4-5 组，每组 4-5 人，每组分配 1-2 个模拟直播后台风险场景（如违规词预警、网络中断、设备故障、库存超卖），完成 3 项核心任务：① 识别场景中的风险类型，判断风险等级；② 落实对应的风险防控措施（如设置违规词屏蔽、调试设备）；③ 模拟风险发生，规范完成应急处理操作，记录处置流程。

2. 分组要求：明确小组分工（1 人负责风险识别、1 人负责防控操作、1 人负责应急处置、1 人负责流程记录），限时 15 分钟完成，要求操作规范、处置及时，贴合直播实际场景，体现“预防为主、快速处置”的原则。

3. 指导要点：老师巡回指导，重点关注基础薄弱学生，及时解答操作疑问（如违规词屏蔽设置、申诉流程、设备切换），纠正常见错误（如风险识别错误、应急处置不规范、防控措施落实到位）；提醒学生保持冷静，规范处置每一个环节，培养应变能力和责任意识；引导小组分工协作、互帮互助，提升应急处置效率，确保风险得到有效控制。

本环节的设计意图是让学生熟练掌握风险识别、防控和应急处理的核心技能，提升实操能力和应变能力；思政融入点在于通过分组分工，培养学生的团队协作和沟通能力，引导学生互

帮互助、合作共赢；通过实操中的风险处置，强化学生的责任担当和严谨态度，引导学生坚守合规运营底线。

（四）点评总结：巩固提升

本环节旨在巩固本节课知识点和实操技能，深化课程思政育人效果，帮助学生发现自身不足、明确改进方向。具体流程如下：

1. 成果展示：每组派 1 名代表，简要展示本组的实操成果（风险识别结果、防控措施、应急处置流程），说明操作思路和注意事项，重点讲解如何快速、规范处置风险。

2. 点评指导：老师对各组成果进行客观点评，肯定各组的优点（如风险识别准确、处置及时、操作规范），针对性指出不足（如风险识别遗漏、防控措施不到位、应急处置流程混乱），并现场示范优化方法，帮助学生明确改进方向；同时，强调实操中的常见问题和注意事项，强化风险防控和应急处理的记忆。

3. 总结升华：简洁总结本节课核心知识点，再次强调风险识别、防控措施、应急处理的关键步骤，重申“预防为主、快速处置、责任为先”的核心原则；回顾课程思政目标，着重强调风险意识、责任担当、合规运营和团队协作的重要性，引导学生树立“诚信运营、安全直播”的职业价值观，培养严谨细致、认真负责的职业态度，为后续从事直播后台运营相关工作奠定基础。

本环节的设计意图是巩固知识点和实操技能，让学生发现自身不足、明确优化方向，实现“技能+素养”双重培养；思政融入点在于强化风险意识、责任担当和合规运营理念，引导学生树立正确的职业价值观，提升自身职业竞争力。

第 4 章 直播中盯盘技巧

一、教学目的和要求

1. 教学目标

知识目标：

1. 理解直播盯盘的核心定义和意义，明确盯盘在直播运营中的核心作用（实时把控直播节奏、及时应对问题、提升转化效率）。

2. 掌握直播中盯盘的核心内容（数据盯盘、商品盯盘、互动盯盘、合规盯盘），知晓各类盯盘内容的核心关注点。

3. 了解直播盯盘的基本技巧、常见误区，掌握盯盘记录与反馈的基础方法。

技能目标：

1. 能独立操作直播后台，完成核心数据（流量、互动、转化）的实时盯盘，准确读取数据并判断数据异常。

2. 能熟练掌握商品盯盘、互动盯盘、合规盯盘技巧，及时发现商品库存异常、互动舆情、违规风险并简单处置。

3. 能规范填写盯盘记录表，实时记录盯盘发现的问题，并向主播、场控反馈关键信息，配合调整直播节奏。

4. 能规避盯盘常见误区，提升盯盘效率，适配直播后台运营岗位的盯盘需求。

2. 课程思政育人目标

1. 培养学生的细心严谨、认真负责的职业态度，引导学生树立“细节决定成败”的职业理念，认识到盯盘工作对直播效果的重要性。

2. 通过盯盘实操训练，培养学生的专注力、应变能力和责任担当，引导学生在实时盯盘中保持专注，及时响应、高效处置问题。

3. 引导学生树立“协同配合”的职业价值观，在盯盘过程中主动与主播、场控沟通反馈，培养团队协作能力，助力直播活动顺利开展。
4. 培养学生的诚信运营意识，在合规盯盘中坚守平台规则，杜绝违规行为，树立“合规直播、诚信做事”的职业底线。

二、教学重点与难点

教学重点：

1. 直播中盯盘的核心内容（数据、商品、互动、合规），掌握各类内容的盯盘重点和基础方法。
2. 核心数据盯盘技巧，能准确读取流量、互动、转化数据，判断数据异常并反馈。
3. 盯盘记录表的规范填写，能实时记录问题、反馈信息，配合调整直播节奏。

教学难点：

1. 多维度盯盘的协同推进，能同时兼顾数据、商品、互动、合规，不遗漏关键信息，提升盯盘效率。
2. 快速识别数据异常、舆情风险、合规隐患，准确判断问题优先级，及时反馈并配合处置。
3. 在直播高压场景中，保持专注和冷静，规避盯盘误区（如只盯数据不看互动、遗漏关键信息）。

三、教学方法

演示教学法：老师现场演示直播中盯盘的全流程，重点讲解数据读取、商品监控、互动查看、合规排查的技巧，步骤清晰、动作规范，贴合高职学生实操学习特点，确保学生能跟随模仿。

案例教学法：选取高职学生易理解的中小型直播盯盘案例（如数据异常未及时发现导致转化下滑、库存盯盘遗漏导致超卖），分析案例中的盯盘问题和改进方法，增强学生学习主动性。

情景模拟法：设置真实直播盯盘情景（如直播中流量骤降、库存不足、出现恶意评论），让学生沉浸式参与盯盘、反馈、处置，提升专注力和应变能力。

四、教学学时

6 学时

五、教学内容（或教学过程）

（一）导入新课

本环节通过场景提问和案例导入，激发学生学习兴趣，快速引入课题。首先，提问学生：“大家在模拟直播实操中，有没有遇到过‘主播只顾讲解，没发现库存不足’‘流量突然下降却无人察觉’‘出现恶意评论未及时处理’的情况？这些问题会影响直播效果吗？”，引导学生结合自身实操经历发言，引发共鸣。随后，分享 1 个简短的直播案例：某中小型电商直播，因后台运营人员未做好盯盘，未及时发现商品库存为 0，导致主播持续讲解、用户下单失败，引发投诉，最终直播转化大幅下滑。最后，总结学生发言，明确直播中盯盘的核心意义——“盯盘是直播运营的‘眼睛’，能实时把控直播节奏、及时解决问题”，引出本节课课题《直播中盯盘技巧》，清晰告知学生本节课的学习目标（掌握盯盘核心内容、技巧和实操方法），让学生明确学习方向。本环节的设计意图是贴合学生实际实操困惑，通过真实案例，让学生直观感受盯盘的重要性，激发学习主动性；思政融入点在于引导学生树立责任意识，认识到岗位小事对整体效果的影响，培养认真负责的态度。

（二）理论讲解：核心知识点与盯盘技巧

本环节聚焦核心知识点，语言简洁通俗，避免复杂理论，重点突出“盯什么、怎么盯、注意什么”，为后续实操奠定基础，讲解过程中结合模拟后台演示，增强直观性，贴合高职学生接受能力。具体内容分为三部分：

1. 基础认知：明确直播盯盘的核心定义——直播过程中，后台运营人员实时监控直播后台数据、商品状态、互动情况、合规情况，及时发现问题、反馈信息、配合处置的工作，强调“盯盘不是被动查看，而是主动把控、及时响应”，强化学生的主动意识。

2. 核心盯盘内容与技巧（重点讲解，同步演示）：结合模拟直播后台，逐一讲解 4 大核心盯盘内容的重点和技巧，确保学生掌握“怎么盯”：

（1）数据盯盘（核心重点）：讲解核心盯盘数据（观看人数、停留时长、评论数、点赞数、下单数、付款数），盯盘技巧——实时刷新后台，重点关注数据异常（如观看人数骤降、下单数为 0），简单分析异常原因（如网络问题、讲解节奏问题），及时向主播反馈，演示数据读取和异常判断方法。

（2）商品盯盘：讲解盯盘重点（库存数量、商品价格、商品上架状态），盯盘技巧——每 10 分钟查看一次核心商品库存，设置库存预警，发现库存不足、价格异常时，立即反馈并下架或调整，演示库存查看和预警设置方法。

（3）互动盯盘：讲解盯盘重点（评论区舆情、用户提问、恶意评论），盯盘技巧——实时查看评论区，及时回复用户核心提问、屏蔽恶意评论、捕捉用户需求（如“想要优惠”“想要某规格商品”），反馈给主播调整讲解重点，演示评论管理和需求捕捉方法。

（4）合规盯盘：讲解盯盘重点（违规词、违规画面、虚假宣传），盯盘技巧——实时监听主播讲解，查看直播画面，发现违规行为立即提醒主播纠正，避免违规处罚，演示违规风险识别和提醒方法。

3. 盯盘注意事项与常见误区：强调 3 点核心注意事项——一是专注认真，不分心、不遗漏关键信息；二是及时反馈，发现问题第一时间告知主播、场控，不拖延；三是规范记录，做好盯盘记录，便于后续复盘。同时，指出常见误区（只盯数据不看互动、只看表面不找原因、反馈不及时），引导学生规避。

本环节的设计意图是让学生掌握盯盘的核心内容和技巧，明确“盯什么、怎么盯”，为后续实操做好铺垫；思政融入点在于强调“专注认真、及时反馈”，培养学生的细心严谨和责任担当，引导学生树立协同配合的职业理念。

（三）分组实操：完成直播中盯盘实操任务

本环节是本节课的核心实操环节，重点培养学生的盯盘实操能力、专注力和应变能力，将理论知识转化为实际技能，贴合高职学生重实操的培养目标。具体安排如下：

1. 任务布置：将学生分成 4-5 组，每组 4-5 人，每组分配模拟直播后台账号、模拟直播场景（电商直播）和盯盘记录表，完成 3 项核心任务：① 实时盯盘（数据、商品、互动、合规），准确读取数据、识别问题；② 规范填写盯盘记录表，记录数据变化、发现的问题（如库存不足、流量骤降）；③ 及时向小组内“模拟主播”反馈问题，配合调整直播节奏。

2. 分组要求：明确小组分工（1 人负责数据盯盘、1 人负责商品+合规盯盘、1 人负责互动盯盘、1 人负责记录与反馈），限时 15 分钟完成，要求盯盘专注、记录规范、反馈及时，规避常见误区，贴合真实直播盯盘场景。

3. 指导要点：老师巡回指导，重点关注基础薄弱学生，及时解答操作疑问（如数据读取、库存预警设置、评论管理），纠正常见错误（如遗漏盯盘内容、记录不规范、反馈不及时）；提醒学生保持专注，不分心，培养专注力和细心态度；引导小组分工协作、互帮互助，确保盯盘全流程顺畅，提升盯盘效率。

本环节的设计意图是让学生熟练掌握盯盘核心技巧，提升实操能力、专注力和应变能力，

学会规范记录和反馈；思政融入点在于通过分组分工，培养学生的团队协作和沟通能力，引导学生互帮互助、协同配合；通过实操中的专注盯盘，强化学生的细心严谨和责任担当，树立认真负责的职业态度。

第5章 直播流量认知与获取

一、教学目的和要求

1. 教学目标

知识目标：

1.理解直播流量的核心定义及主要分类（自然流量、付费流量、内容流量、私域流量），明确不同流量来源的特点及对直播间的价值。

2.掌握影响直播流量获取的关键因素（封面、标题、选品、主播状态、预热短视频等），知晓平台推荐算法的基本逻辑（点击率、停留时长、互动率、转化率等指标的作用）。

3.了解直播流量诊断的基础方法，能识别流量偏低、流量波动等常见问题及其可能原因。

技能目标：

1.能独立操作直播后台流量分析工具（如中控台、数据大盘），准确读取核心流量数据（场观、峰值在线人数、流量来源占比、平均停留时长等）。

2.能根据流量数据判断直播间所处的流量阶段（冷启动期、成长期、成熟期），识别流量异常（如突然下滑、虚假流量）并初步分析原因。

3.能制定基础的流量获取策略，包括优化封面与标题、设置预热短视频、直播中引导停留与互动、合理使用付费工具基础功能等。

4.能规避流量获取中的常见误区（如盲目投流、只关注场观忽略转化、频繁上下架等），提升流量利用效率。

2. 课程思政育人目标

1.引导学生树立“流量为效、内容为本”的正确价值观，认识到流量获取应依托优质内容与诚信经营，杜绝刷单、虚假引流等违规行为。

2.强化学生的数据分析意识和科学决策能力，在流量诊断中培养实事求是、严谨客观的职业素养，避免主观臆断。

3.引导学生建立长期主义的运营理念，理解流量增长需要过程与积累，培养耐心、韧性与抗挫折能力，拒绝急功近利。

4.培养学生的合规投流意识，在付费流量获取中严格遵守平台规则，不触碰虚假宣传、不正当竞争等红线，践行“诚信直播、责任运营”的职业底线。

二、教学重点与难点

教学重点：

1.直播流量的分类与核心指标（点击率、停留时长、互动率、转化率等），理解这些指标如何影响推荐算法及流量分配。

2.直播获取流量的基础方法：优化视觉素材（封面、标题）、预热短视频、直播中引导停留与互动、合理使用付费推广工具。

3.流量数据的读取与基本诊断能力，能判断流量健康度并给出简单的优化建议。

教学难点：

1. 多流量渠道的协同作用：如何有机组合自然流量、付费流量、私域流量，避免资源浪费和渠道冲突，实现流量互补。
2. 流量波动原因的快速定位：在流量突然下滑时，能从数据维度（来源、时段、商品）和内容维度（主播、话术、氛围）等多方面快速排查原因。
3. 避开流量获取的典型误区：如过度追求场观忽视转化、不懂流量标签精准性盲目投流、忽略粉丝沉淀导致流量承接力弱等，培养学生正确的流量观。

三、教学方法

项目教学法 (PBL): 核心教学方法。将全班分为若干直播团队，以“完成一场完整的直播并实现既定目标”作为贯穿整个课程的项目任务。

情景模拟法：在实训室内模拟真实直播间环境，进行角色扮演（主播、助播、运营等），进行全真模拟演练。

案例分析法：分析头部主播、知名品牌的成功与失败直播案例，总结经验和教训。

四、教学学时

9 学时

五、教学内容（或教学过程）

一、直播

第 6 章 短视频与直播的协同运营

一、教学目的和要求

1. 教学目标

知识目标：

1. 理解短视频与直播协同运营的核心定义及价值，明确二者协同的主要模式（短视频预热引流、直播高光切片二次传播、日常种草与直播转化互补）。
2. 掌握短视频影响直播流量的关键机制（短视频加热直播间、挂载直播预告、视频评论区引导预约等），知晓平台对协同行为的推荐逻辑。
3. 了解短视频与直播协同运营的常见方法（发布时间规划、内容话题呼应、用户路径设计）及常见误区（内容脱节、频次失衡、数据割裂）。

技能目标：

1. 能独立策划一场直播的短视频预热方案，包括制作预告短视频、设置直播预约按钮、在评论区引导用户预约并设置开播提醒。
2. 能根据直播内容，快速剪辑并发布直播高光切片（如爆款讲解片段、互动名场面、福利发放时刻），并挂载商品链接或引流至下一场直播。
3. 能利用直播后台及短视频平台数据工具，追踪短视频引流到直播间的转化效果（引流人数、转化率、ROI），判断协同运营的效能。
4. 能规避短视频与直播协同运营中的典型误区（如短视频与直播话题无关联、预热发布时间不合理、忽略二次传播素材积累），提升整体转化漏斗效率。

2. 课程思政育人目标

1. 引导学生树立“内容为王、协同共赢”的价值理念，认识到短视频与直播不是割裂的两件事，而是互为支撑的整体，培养系统化运营思维。

2. 强化学生的长期内容沉淀意识，在协同运营中注重短视频质量的积累，避免“只管直播、不管内容”的短视行为，培养持之以恒的职业精神。

3. 培养学生的创新意识和策划能力，鼓励在协同运营中尝试新的内容形式与互动玩法，同时坚守诚信底线，杜绝虚假预告、夸大宣传等不当行为。

4. 引导学生树立“用户为本”的服务理念，在策划协同内容时从用户观看习惯和需求出发，提升用户体验，培养同理心与责任担当。

二、教学重点与难点

教学重点：

1. 短视频与直播协同运营的核心逻辑：短视频做“种草+引流”，直播做“转化+沉淀”，直播切片做“二次传播+长尾转化”。
2. 直播预热短视频的制作与发布技巧：发布时间选择（直播前 1-3 天）、内容设计（剧透福利、爆款剧透、互动话题）、引导预约的具体操作路径。
3. 直播高光切片的快速剪辑与分发：如何选取高光片段（数据驱动：高在线时段、高转化话术、高互动瞬间），如何配合商品链接或下次直播预告。

教学难点：

1. 协同运营的整体节奏把控：如何规划短视频发布频次与直播排期，避免“预热过度但直播承接力不足”或“直播火爆但缺乏素材沉淀”的结构失衡。
2. 协同数据的归因与优化：准确区分短视频引流与其他渠道流量的贡献，判断哪类短视频内容对直播转化最有效，并据此调整内容策略。
3. 克服协同运营中的典型误区：忽视短视频内容的真实性与直播间承诺的一致性（导致用户投诉）；只做直播前预热，忽略直播后切片二次运营；短视频内容与直播主推商品不匹配，引流不精准。培养学生“前后贯通、反复利用”的高效协同思维。

三、教学方法

项目教学法 (PBL)：核心教学方法。将全班分为若干直播团队，以“完成一场完整的直播并实现既定目标”作为贯穿整个课程的项目任务。

情景模拟法：在实训室内模拟真实直播间环境，进行角色扮演（主播、助播、运营等），进行全真模拟演练。

案例分析法：分析头部主播、知名品牌的成功与失败直播案例，总结经验和教训。

四、教学学时

3 学时

五、教学内容（或教学过程）

一、直播

第 7 章 多平台后台运营与矩阵搭建

一、教学目的和要求

1. 教学目标

知识目标：

1. 理解多平台后台运营的核心概念及矩阵搭建的意义（覆盖多用户群体、分散风险、提升品牌曝光、实现流量互导），掌握主流平台（抖音、快手、视频号、淘宝直播等）后台的基础功能差异。
2. 掌握矩阵账号的常见类型（品牌矩阵、达人矩阵、区域矩阵、人设矩阵）及搭建逻辑（主账号+子账号、垂直账号+泛流量账号等），知晓矩阵管理的核心要素（账号定位、内容分工、数据监控）。
3. 了解多平台后台的通用操作模块（数据看板、商品管理、客服系统、投放工具、违规预警）及跨平台协同的基础方法（统一素材库、多端同步开播、跨平台引流规则限制）。

技能目标：

1. 能独立完成 2-3 个主流平台的后台基础配置（账号绑定、店铺装修、商品上架、开播设置），并能根据平台规则调整运营参数（如最低库存、预售设置、限购数量）。
2. 能设计并搭建一个基础的直播矩阵框架（以 1 个主账号+2 个子账号为例），明确各账号的定位、内容分工及相互导流路径（主页链接、评论区引导、开播联动）。
3. 能使用多平台后台的数据看板，对比不同平台同一时段的流量、转化、收益数据，判断各平台运营健康度，并输出简化的矩阵运营日报。
4. 能规避多平台矩阵搭建中的常见误区（如账号定位重叠导致内部竞争、跨平台违规引流、后台操作遗漏关键设置导致限流或封禁），提升矩阵管理效率。

2. 课程思政育人目标

1. 引导学生树立“全局视野、统筹运营”的战略思维，理解多平台矩阵不是简单复制，而是差异化布局，培养系统性、前瞻性的职业规划意识。
2. 强化学生的规则敬畏意识，在多平台运营中严格遵守各平台社区公约与广告法规，杜绝利用矩阵账号进行刷量、恶性竞争、虚假宣传等违规行为，守住诚信经营底线。
3. 培养学生的资源整合能力和成本意识，在多平台矩阵搭建中合理分配人力、物力、财力，避免盲目铺摊子造成资源浪费，养成科学决策、精益管理的职业习惯。
4. 引导学生树立“品牌统一、表达一致”的运营理念，在多账号协同中维护品牌形象的一致性，增强责任意识和集体荣誉感，不做有损品牌声誉的短期行为。

二、教学重点与难点

教学重点：

1. 多平台后台的核心功能与操作差异：商品管理（统一上架与分平台定价）、数据监控（跨平台对比）、客服系统（多端消息聚合）、违规预警（各平台红线规则）。
2. 矩阵账号的类型选择与搭建流程：根据品牌或达人实际情况选择合适的矩阵模式，明确主账号与子账号的权限分配、内容分工、导流逻辑（如主账号带子账号、子账号反哺主账号）。
3. 矩阵运营的基础数据监测与优化：监测各账号的独立数据（场观、停留、转化）及矩阵整体数据（总曝光、总成交、跨账号引流贡献），并据此调整运营策略。

教学难点：

1. 多平台规则冲突的识别与规避：不同平台对引流、商品链接、优惠券、口播话术等有不同限制，如何设计一套兼容多平台的运营方案，避免因违反某一平台规则而被处罚。

2. 矩阵账号的差异化定位与内容协同：避免多个账号内容同质化、用户重叠导致内耗，如何实现“定位互补、内容错峰、流量互通”的高效协同。
3. 矩阵运营中的资源分配与效率平衡：在人力有限的情况下，如何合理安排多平台的后台操作、数据复盘、内容更新，避免顾此失彼或运营质量下降。同时要克服“只搭矩阵不运营”“追求账号数量忽略质量”等典型误区，引导学生建立“小而精优于大而全”的务实思路。

三、教学方法

项目教学法 (PBL): 核心教学方法。将全班分为若干直播团队，以“完成一场完整的直播并实现既定目标”作为贯穿整个课程的项目任务。

情景模拟法：在实训室内模拟真实直播间环境，进行角色扮演（主播、助播、运营等），进行全真模拟演练。

案例分析法：分析头部主播、知名品牌的成功与失败直播案例，总结经验和教训。

四、教学学时

3 学时

五、教学内容（或教学过程）

一、直播

第 8 章 数字人直播

一、教学目的和要求

1. 教学目标

知识目标：

1. 理解数字人直播的核心定义及技术原理（基于 AI 驱动、实时渲染、AIGC 内容生成），明确数字人直播在电商领域的典型应用场景（24 小时循环直播、虚拟品牌代言、低成本的平播填充等）。
2. 掌握数字人直播与传统真人直播的核心区别（成本结构、可控性、互动能力、用户感知、平台合规要求），知晓数字人直播的优势（降本、延长时长）与局限性（互动机械、信任度较低）。
3. 了解主流数字人直播平台的基础功能（形象定制、话术配置、商品讲解编排、弹幕自动回复规则）及各平台对数字人直播的专项管理规定（AI 生成内容标识、禁止无人值守、违规处罚风险）。

技能目标：

1. 能独立完成基础数字人直播间的搭建流程：选择或定制数字人形象、录入商品讲解话术脚本、设置弹幕自动回复规则、关联商品链接、完成开播测试与画面调优。
2. 能根据直播数据（停留时长、互动率、转化率、用户评论情感倾向）判断数字人直播效果，识别数字人直播的常见问题（话术机械重复、互动冷场、形象穿模或卡顿、被平台判定为非真实直播而限流）。
3. 能制定数字人与真人直播的协同运营方案（如真人主播高峰时段直播+数字人深夜平播、数字人预告引流后转真人承接），并能规范填写数字人直播盯盘记录表。

4. 能规避数字人直播的典型误区（过度依赖数字人忽视互动质量、未按规定标注“AI生成”导致违规、话术设置生硬引发用户反感、无人值守时用户问题长时间无响应），提升数字人直播的合规性与转化效率。

2. 课程思政育人目标

1. 引导学生树立“技术为人服务”的正确价值观，认识到数字人是运营工具而非替代用户的欺骗手段，杜绝利用数字人进行虚假宣传、无人值守欺诈等不诚信行为。
2. 强化学生的科技伦理与法律意识，在使用数字人直播时严格遵守《互联网信息服务深度合成管理规定》及平台规则，主动标注 AI 生成内容，维护透明、可信的直播生态。
3. 培养学生的辩证思维能力，理性看待数字人直播的“降本增效”与“互动短板”，不盲目追捧技术红利，也不全盘否定，学会根据直播目标、品类特性合理选择直播形式。
4. 引导学生坚守“责任始终在人”的职业底线，即使使用数字人直播，也需对直播内容、商品质量、用户问题承担主体责任，培养严谨负责、持续优化的工作态度。

二、教学重点与难点

教学重点：

1. 数字人直播的操作流程与基础配置：形象选择与定制（2D/3D、写实/卡通）、话术脚本录入（商品卖点、逼单话术、互动引导词）、自动回复规则设置（关键词触发、常见问题库）、开播测试与音画同步调优。
2. 数字人直播与传统真人直播的对比分析：从成本（人力、设备）、时长（24 小时不间断 vs 有限时段）、互动质量（预设响应 vs 实时应变）、用户信任度、平台推流倾向等维度对比，明确各自适用场景（高客单价/强信任品类更适合真人，低客单价/标品/夜间时段可用数字人填充）。
3. 数字人直播的合规要求与风险红线：平台对 AI 生成内容的标识义务、禁止完全无人值守（需保留人工应急入口）、禁止使用数字人进行敏感内容或诱导欺诈，掌握基础避坑方法。

教学难点：

1. 数字人直播互动能力的优化与用户信任度提升：如何通过精细化话术设计（模拟真人停顿、语气变化、随机应对策略）、实时后台人工介入（数字人主播+真人场控/运营配合）、弹幕抽奖等互动工具来弥补机械感，避免用户因识别为“假人”而快速划走或产生负面评价。
2. 数字人直播数据的真实归因与效果判断：区分流量下滑或转化低迷是数字人本身效率问题，还是话术、商品选择、时段、平台限流等其他因素导致，能快速定位问题并给出优化方案（如更换形象、迭代话术、切换直播时段、增加真人声介入）。
3. 避开数字人直播的典型认知误区：认为“数字人便宜就随便播”导致直播间冷清且违规；忽视部分平台对非真人直播的隐性限流（不推自然流量，仅靠付费投流）；未设置人工兜底导致用户问题长时间无应答，引发投诉甚至封号。培养学生形成“技术+运营+合规”三位一体的综合思维，做到“慎用、善用、不乱用”数字人技术。

三、教学方法

项目教学法 (PBL)： 核心教学方法。将全班分为若干直播团队，以“完成一场完整的直播并实现既定目标”作为贯穿整个课程的项目任务。

情景模拟法： 在实训室内模拟真实直播间环境，进行角色扮演（主播、助播、运营等），

进行全真模拟演练。

案例分析法：分析头部主播、知名品牌的成功与失败直播案例，总结经验和教训。

四、教学学时

6 学时

五、教学内容（或教学过程）

一、直播

第 9 章直播数据处理

一、教学目的和要求

1. 教学目标

知识目标：

1. 理解直播数据处理的核心定义与价值（数据驱动复盘、诊断问题、优化策略、提升 ROI），明确直播全流程涉及的主要数据维度（流量数据、互动数据、转化数据、商品数据、用户画像数据）。
2. 掌握直播数据处理的完整流程（数据采集→清洗整理→指标计算→可视化呈现→问题诊断→策略输出），知晓关键指标的计算公式及业务含义（如 GPM、点击转化率、停留时长、互动率、退款率、UV 价值）。
3. 了解直播数据报告的常见类型（单场复盘报告、周期汇总报告、竞品对比报告、流量归因报告）及基础的数据分析工具（直播中控台、数据大盘、Excel/BI 工具）。

技能目标：

1. 能独立导出并整理多平台直播后台的原始数据（场观、在线人数、互动次数、商品点击、成交金额等），完成数据清洗（去重、纠错、补全）与格式化处理。
2. 能根据业务需求计算核心直播指标（流量峰值、平均停留时长、互动率、转粉率、商品点击率、成交转化率、GPM、退款率等），并制作可视化图表（趋势图、占比图、漏斗图），输出清晰的单场直播复盘报告。
3. 能通过数据对比分析（本场 VS 往场、本场 VS 竞品、实际 VS 目标）快速定位直播问题（如流量少、互动差、转化低、商品点击不均衡、退款异常），并给出 2-3 条具体的优化建议（如调整排品顺序、优化话术节点、修改开播时段）。
4. 能规避直播数据处理中的常见误区（只看场观忽略转化、数据样本过小就下结论、忽略退款率和差评归因、过度解读偶然波动），培养数据敏感度和严谨分析习惯。

2. 课程思政育人目标

1. 引导学生树立“用数据说话、凭科学决策”的职业理念，摒弃拍脑袋、凭感觉的运营陋习，培养实事求是、严谨务实的职业素养。
2. 强化学生的数据伦理与隐私保护意识，在处理用户数据（年龄、地域、消费偏好等）时严格遵守《个人信息保护法》，不泄露、不买卖用户信息，守住法律与道德底线。
3. 培养学生的批判性思维和问题导向意识，在数据异常时敢于质疑、多方验证，不盲从单一指标，避免被虚假数据（刷量、注水）误导，维护行业的诚信环境。
4. 引导学生建立“复盘即成长”的持续改进价值观，正视数据暴露的问题而非逃避，从失

败数据中学习经验，培养抗挫折能力和精益求精的工匠精神。

二、教学重点与难点

教学重点：

1. 直播核心指标的定义、计算与业务解读：重点掌握 GPM（千次观看成交额）、UV 价值（单个访客贡献）、点击转化率、停留时长、互动率、退款率等指标的计算方法及其反映的运营问题（如停留短→内容不吸引人；退款率高→商品或服务问题）。
2. 直播数据处理的标准流程：从多平台后台导出数据→用 Excel/BI 工具清洗整理→计算关键指标→制作可视化图表（折线图看趋势、饼图看占比、漏斗图看流失）→撰写复盘报告（结论+证据+建议）。
3. 常见直播问题的数据诊断方法：
流量问题（场观低、流量来源异常）→检查预热、封面、付费投流
转化问题（点击率低→排品/话术；成交率低→逼单/价格）→分环节拆解漏斗
商品问题（单款点击高但成交低）→检查详情页、库存、话术准确性

教学难点：

1. 多维度数据关联分析与问题归因：流量下滑不一定是流量渠道问题，可能是互动差导致推荐减少；转化低不一定是主播问题，可能是排品节奏或价格策略问题。培养学生从“点状思维”升级到“网状思维”，能综合多指标交叉验证（如停留时长与转化率正相关但本场背离→检查是否有技术故障或负面舆情）。
2. 数据异常的真伪鉴别与避坑：如何识别刷量带来的虚假流量（时段异常集中、来源不明、无互动配合）、退款率激增是否因竞品恶意刷单或自身发货问题、小样本下的数据波动是否具备统计意义。引导学生建立“先验真、后分析”的原则，避免被污染数据误导决策。
3. 从数据到可执行策略的落地转化：避免只罗列数据不做结论（如“停留时长为 60 秒”无意义，应指出“低于基准 20 秒，建议前 5 分钟增加福利互动”），也避免结论空泛（如“提升转化”），需给出具体可操作的改进动作（如“第 15 分钟的商品讲解话术中增加信任背书，配合限时优惠券”）。同时克服“过度分析瘫痪”和“只看直播内数据忽略售后数据（退款、差评）”等典型误区，培养学生“数据最终服务于业绩增长”的实效思维。

三、教学方法

项目教学法 (PBL)：核心教学方法。将全班分为若干直播团队，以“完成一场完整的直播并实现既定目标”作为贯穿整个课程的项目任务。

情景模拟法：在实训室内模拟真实直播间环境，进行角色扮演（主播、助播、运营等），进行全真模拟演练。

案例分析法：分析头部主播、知名品牌的成功与失败直播案例，总结经验和教训。

四、教学学时

9 学时

五、教学内容（或教学过程）

一、直播

五、实践教学部分

在实践教学中，根据学生特点和爱好，应用多种多样的教学方式，讲授法、讨论法、验证法、答辩法、视频实例演示、案例分析引导、实践操作、作品评价等来组织教学，注重因材施教，挖掘学生特长，引导学生找到最适合自己的职业发展方向。

六、考核与评价方式

采用“过程性考核 + 终结性考核”相结合的方式，全面评价学生的知识、能力和素质。

过程性考核 (60%):

课堂参与与实践表现 (20%): 包括出勤、课堂互动、模拟演练积极性。

个人/小组作业 (40%): AIGC 工具应用能力、直播间的掌控能力等。

终结性考核 (40%):

期末综合直播项目 (40%): 以小组形式进行最终直播实战考核，从策划、执行、表现、数据、团队协作等多维度进行综合评价。

七、建议使用教材及主要参考书

《AI 与直播运营》，ISBN 号：9787115685551，作者：李婷婷 等，人民邮电出版社。

参考用书：《电商直播运营从入门到精通》、各平台直播运营手册（抖音电商大学、淘宝大学）

2026年3月5日