



揭阳职业技术学院

电子商务创业学院

《直播营销二》大纲

教师姓名：古宜弦

所授专业：电商、移商

学时数：72（课内）

课程实践学时数：12（课外）

适用的专业范围及层次：全日制三年电子商务专业

学分：4

考核方式：考试

编制人：古宜弦、林颖

说明

一、课程性质

1. 教学目标

本课程是电商、移商专业的一门专业核心课程，是依照高等职业教育培养目标与新媒体行业企业实际需求设置的专业必修课。主要面向电子商务类、新媒体类、市场营销类相关专业学生、新媒体从业者、电子商务从业者及社会学员，以实现技能提升和知识更新。

本课程主要针对直播销售员、电商带货主播、直播运营师、直播数据分析师等岗位开设，主要任务是：培养学生直播营销方案策划、直播人员配置、直播话术、直播间设计、直播选品与规划、直播引流互动、直播数据分析等职业技能。

本课程注重实操性、实用性，重点让学生了解直播机构、电子商务企业、传统企业的直播营销与运营需求，掌握直播营销的方法、技巧并应用到实践中，适应岗位工作要求。本课程纵向与《新媒体营销》《新媒体运营》前后衔接，横向与《短视频运营》《短视频与直播运营》等有机结合。

2. 课程思政育人目标

1. 在直播营销中，强调企业社会责任：
2. 应承担的社会责任，引导学生树立正确的商业道德观念。
3. 传播正能量：鼓励学生创作和传播积极向上的直播内容，传递正能量，弘扬社会主义核心价值观。传承优秀传统文化：结合中华优秀传统文化，引导学生创作具有文化内涵的直播内容，提升直播的品质和内涵。

二、课程内容和学时分配

本课程主要教学内容分成 12 个章节进行组织教学，含实训共 72 学时。

1. 知识模块顺序及对应的学时

序号	教学内容	要求	课时分配		
			讲授	实训	合计

1	直播营销：开启内容营销新时代	熟悉	2	2	4
2	直播营销方案策划：构建清晰的直播营销思路	掌握	2	2	4
3	人员配置：组建高效能直播团队	掌握	2	2	4
4	直播话术：提升直播间营销力的关键	掌握	2	2	4
5	直播间设计：营造一流的直播视觉效果	掌握	2	2	4
6	商品选择与规划：提高订单转化率的制胜点	掌握	2	2	4
7	“引流”互动：汇聚人气引爆直播间气氛	掌握	2	2	4
8	数据分析：数据复盘，做好直播优化	掌握	2	2	4
9	淘宝直播：引领直播带货爆发式增长	熟悉	2	2	4
10	抖音直播：内容“种草”，聚焦潮流生活态度	熟悉	2	2	4
11	快手直播：强信任关系打造商业闭环	熟悉	2	2	4
12	腾讯直播：交圈扩散，打造私域流量池	熟悉	2	2	4
13	直播实践	熟悉	0	24	24
总计			24	48	72

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	直播行业认同感	正确理解直播行业了解直播销售员,激发行业认同感。	教师讲授，课堂互动；小组讨论。	通过对直播案例的学习，激发学生的爱国热情、民族自豪感，提高学生服务国家、服务人民的社会责任感。
2	直播行业认同感	正确理解直播行业了解直播销售员,激发行业认同感。	教师讲授，课堂互动；小组讨论。	通过对直播案例的学习，激发学生的爱国热情、民族自豪感，深入认识和理解四个自信，提高学生服务国家、服务人民的社会责任感。
3	优秀案例分享	主播创业，回馈社会，参与公益事业	教师讲授，课堂互动；小组讨论。	强调社会责任：在直播营销中，强调企业应承担的社会责任，引导学生树立正确的商业道德观念。
4	优秀案例分享	主播创业，回馈社会，参与公益事业	教师讲授，课堂互动；小组讨论。	传播正能量：鼓励学生创作和传播积极向上的直播内容，传递正能量，弘扬社会主义

				核心价值观。
5	案例分享	直播行业实时热点新闻	教师讲授，课堂互动；小组讨论。	传播正能量：鼓励学生创作和传播积极向上的直播内容，传递正能量，弘扬社会主义核心价值观。
6	案例分享	直播行业实时热点新闻	教师讲授，课堂互动；小组讨论。	传播正能量：鼓励学生创作和传播积极向上的直播内容，传递正能量，弘扬社会主义核心价值观。
7	案例分享	直播行业实时热点新闻	教师讲授，课堂互动；小组讨论。	传承优秀传统文化：结合中华优秀传统文化，引导学生创作具有文化内涵的直播内容，提升直播的品质和内涵。
8	案例分享	直播行业实时热点新闻	教师讲授，课堂互动；小组讨论。	传承优秀传统文化：结合中华优秀传统文化，引导学生创作具有文化内涵的直播内容，提升直播的品质和内涵。
9	案例分享	直播行业实时热点新闻	教师讲授，课堂互动；小组讨论。	传承优秀传统文化：结合中华优秀传统文化，引导学生创作具有文化内涵的直播内容，提升直播的品质和内涵。
10	案例分享	直播行业实时热点新闻	教师讲授，课堂互动；小组讨论。	传承优秀传统文化：结合中华优秀传统文化，引导学生创作具有文化内涵的直播内容，提升直播的品质和内涵。
11	案例分享	直播行业实时热点新闻	教师讲授，课堂互动；小组讨论。	传承优秀传统文化：结合中华优秀传统文化，引导学生创作具有文化

				内涵的直播内容，提升直播的品质和内涵。
12	案例分享	诚信直播,为消费者选择优惠实用产品	教师讲授, 课堂互动; 小组讨论。	强调社会责任:在直播营销中, 强调企业应承担的社会责任, 引导学生树立正确的商业道德观念。
13	案例分享	诚信直播,为消费者选择优惠实用产品	教师讲授, 课堂互动; 小组讨论。	强调社会责任:在直播营销中, 强调企业应承担的社会责任, 引导学生树立正确的商业道德观念。
14	案例分享	诚信直播,为消费者选择优惠实用产品	教师讲授, 课堂互动; 小组讨论。	强调社会责任:在直播营销中, 强调企业应承担的社会责任, 引导学生树立正确的商业道德观念。
15	案例分享	诚信直播,为消费者选择优惠实用产品	教师讲授, 课堂互动; 小组讨论。	强调社会责任:在直播营销中, 强调企业应承担的社会责任, 引导学生树立正确的商业道德观念。
16	案例分享	诚信直播,为消费者选择优惠实用产品	教师讲授, 课堂互动; 小组讨论。	强调社会责任:在直播营销中, 强调企业应承担的社会责任, 引导学生树立正确的商业道德观念。
17	案例分享	直播行业实时热点新闻	教师讲授, 课堂互动; 小组讨论。	强调社会责任:在直播营销中, 强调企业应承担的社会责任, 引导学生树立正确的商业道德观念。
18	案例分享	直播行业实时热点新闻	教师讲授, 课堂互动; 小组讨论。	强调社会责任:在直播营销中, 强调企业应承担的社会责任, 引导学生树立正确的商业道德观念。

三、 教学建议

（一）设计理念

根据工作岗位需求，本课程应使学生具备直播营销与运营能力，并能真正成为一名网络直播主播，实现能力变现。通过实践项目的设计，培养学生从事直播营销与运营工作的各种能力，熟悉直播营销与运营的相关方法、工具与技巧，具备熟练的职业技能。

（二）课程设计思路

1. 教学内容设计

本课程分为 12 章，从直播营销的形式、直播平台的类型，到直播营销方案策划、人员配置、直播话术、直播间设计、商品选择与规划，再到引流互动、数据分析，全方位、多角度地介绍了直播营销和运营人员需要掌握的各种实战技能。

第 1 章主要介绍了直播营销的优势、常见形式及合作模式，直播营销的产业链与收益分配模式，以及直播平台的主要类型，让学生初步认识直播营销的现状。

第 2 章主要介绍了直播营销活动的基本流程、直播营销活动流程规划和直播活动脚本策划，让学生掌握直播营销方案策划方法，构建清晰的直播营销思路。

第 3 章主要介绍了直播团队组织架构，直播团队的组建，主播人设打造策略，商家直播选择主播的策略，主播助理的培养，让学生了解人员配置，能够组建高效的直播团队。

第 4 章主要介绍了直播营销话术设计，直播营销“三点”方法论，直播间商品讲解要点拆解，直播间商品“四步营销法”，让学生掌握直播话术，提升直播间的营销力。

第 5 章主要介绍了直播设备的配置，直播间的布置，直播间的灯光布置，让学生掌握直播间设计方法，营造一流的直播视觉效果。

第 6 章主要介绍了直播间选品的策略，直播间商品定价策略，直播间商品结构规划，直播间商品陈列，直播间商品的精细化配置与管理，让学生掌握直播商品选择与规划的方法，提高订单转化率。

第 7 章主要介绍了如何做好直播前预热，设置夺人眼球的直播标题，打造优质直播封面图，调动直播间人气“五步法”，互动玩法提升直播间氛围，开展平台内付费推广，做好粉丝运营，让学生掌握“引流”互动的方法，汇聚人气引爆直播间

气氛。

第 8 章主要介绍了直播间数据分析基本思路，直播间数据分析常用指标，让学生学会数据复盘，做好直播优化。

第 9 章主要介绍了淘宝直播的生态特征，淘宝直播流量分配规则，淘宝直播代表性主播的直播特点及成功经验，让学生掌握开通淘宝直播权限，创建淘宝直播预告，在手机端进行淘宝直播，在 PC 端管理淘宝直播的方法。

第 10 章主要介绍了抖音平台的特点和抖音直播电商生态特征，抖音直播电商达人直播特点及成功经验，让学生掌握开通抖音直播和商品分享权限，添加抖音精选联盟商品和第三方平台商品，商品橱窗管理，设置预告直播时间，直播间购物车商品管理，直播间 PK 与连线的方法。

2. 教学模式设计

本课程采取“目标驱动，学做合一”的教学模式，以直播营销与运营工作为教学目标引领整个教学过程，以直播实训平台为载体培养企业所需的职业能力和职业素养。依托完善的实训条件，创设真实的直播情境，导入真实的直播营销任务，让学生在课程实训时，完成真实的直播营销任务，实现学做合一。通过与电子商务企业、MCN 机构、传统企业建立校企合作关系，为教学提供项目资源，实现实训任务的实战化，提高学生学习的积极性和成就感。

3. 教学方法设计

本课程采用讲授法、讨论法、验证法、视频演示法、案例分析法、实践练习法等教学方法，改变单纯的课堂教学模式，以学生为学习的中心，教师为学习的组织者和工作过程的引导者。

在实训阶段，可以承接合作企业或机构的直播任务，根据任务安排 3~5 名学生组成一个学习小组（直播小组），分配不同的职责，进行协作式学习，共同完成直播任务。教师课前下达任务书，陈述性知识由学生自主学习获得，课堂教学组织以工作过程为引导，并最终形成运营成果。以班级为单位共同观摩评价，还可引入企业导师参与课程学习指导和成果评价。

4. 教学过程设计

通过多元化教学，把所需掌握的知识点融入直播实训项目，使学生能够更真实地体验和参与到项目的实战流程中。通过案例观摩+教师演示+学生演练，使学生能更快地掌握直播营销与运营技能。通过启发引导的授课方式，培养学生的创新思维，

促进学生对核心技能的掌握和直播营销任务的实施。

四、 理论教学部分

通过本课程的学习，向学生传授直播营销与运营技能，锻炼学生吃苦耐劳、有责任心、做事细致等基本素质；让学生学会持续自主学习实践的能力，让学生具备自学能力、岗位迁移能力和可持续发展能力。

通过对本课程的学习，学生能够熟知直播营销的基本概念和政策，遵守直播平台规则，进行直播营销与运营工作，具备直播营销方案策划、直播人员配置、直播话术、直播间设计、直播选品与规划、直播引流互动、直播数据分析等业务能力。

五、 实践教学部分

1. 知识目标

(1) 了解直播营销的优势、常见形式及合作模式、直播营销的产业链与收益分配模式，以及直播平台的主要类型。

(2) 掌握直播营销活动的基本流程，直播营销活动流程规划和直播活动脚本策划。

(3) 掌握直播团队的组织架构，主播助理的培养。

(4) 掌握直播营销话术设计要点、原则和常用话术，直播营销“三点”方法论和直播间商品讲解要点。

(5) 掌握直播设备的配置，直播间的布置，场地要求、场景布置及辅助道具的使用。

(6) 掌握直播间选品策略，直播间商品定价策略，直播间商品结构规划，直播间商品精细化配置与管理。

(7) 掌握做好直播前预热，打造优质直播封面图，提升直播间氛围，开展平台内付费推广，做好粉丝运营的方法。

(8) 掌握直播数据获取、处理与分析的方法，以及直播数据分析的常用指标。

(9) 了解淘宝直播的生态特征，淘宝直播流量分配规则，以及淘宝直播代表性主播的直播特点及成功经验。

(10) 了解抖音平台的特点和抖音直播电商生态特征，以及抖音直播电商达人直播特点及成功经验。

(11) 了解快手平台的特点及快手直播电商生态特征，以及快手直播电商代表

主播的直播特点及成功经验。

(12) 了解腾讯直播平台的特点及腾讯直播电商生态特征，以及腾讯直播代表主播的直播特点及成功经验。

2. 职业技能目标

(1) 能够策划直播活动脚本。

(2) 能够组建直播团队，打造主播人设。

(3) 能够运用“四步营销法”推广直播间商品。

(4) 能够布置直播间设备、环境与灯光。

(5) 能够选择、陈列与管理直播间商品。

(6) 能够利用各种手段提升直播间氛围。

(7) 能够对直播间数据进行分析与复盘。

(8) 能够在淘宝直播平台、抖音直播平台、快手直播平台和腾讯直播平台上进行直播带货。

六、 建议使用教材及主演参考书

1. 教材参考书

[1]徐骏华, 陈郁青, 宋文正. 直播营销与运营[M]. 北京:人民邮电出版社 2020. [2]秋叶. 直播营销[M]. 北京:人民邮电出版社, 2017.

[3]人力资源社会保障部教材办公室. 电商直播[M]. 北京:中国人力资源和社会保障出版社, 2020.

[4]邹方园. 直播营销与案例分析[M]. 北京:人民邮电出版社, 2022.

[5]钱政娟, 胡军. 电商直播:视频新玩法就这么简单[M]. 北京:机械工业出版社, 2021.

2. 教学课件

3. 网络资源

4. 参考专业网站

七、 考核方式及评分办法

按平时成绩 40% + 期末考核 60%的比例综合评定该门课程总成绩(其中期末考核指 3 次实操成绩)。

平时成绩包括: 出勤、作业、实验实训报告等评价成绩。

2025 年 9 月 9 日