



揭阳职业技术学院

电子商务创业学院

《直播运营》教案

(2025-2026 学年第二学期)

教师姓名: 谢金钿

所授专业: 网络营销与直播电商 (自主招生)

授课班级: 网络营销与直播电商 (自主招生) 241  
242

# 课程整体教学设计

## 一、课程的性质和任务

本课程是电子商务类专业的一门专业前沿型课程，遵照国家职业教育“1+X”证书制度，结合教育培养目标、电子商务行业实际需求设置的专业（技能）必修课。本课程着眼于电子商务的前沿领域，既强调对电商直播基本理论的掌握，更强调对直播策划、直播执行和直播复盘等各项技能的实际运用，具有一定的前瞻性、实用性和操作性。

## 二、教学目标与要求

### 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。

## 三、教学方法与手段

讲授法、案例法、实操法

## 四、理论与实践课程内容与学时分配

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

# 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

9 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，激发学生学习兴趣，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解释，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、防控措施落实不到位）；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

直播承载力不足”或“直播火爆但缺乏素材沉淀”的结构性失衡。

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、口播话术等有不同的限制，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）

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

### 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。

注：教学过程需包含课后作业布置内容；以上要素可以用表格的形式呈现。