



揭阳职业技术学院

电子商务创业学院

《直播营销》教案

(2025-2026 学年第一学期)

教师姓名：谢金钊

所授专业：电子商务

授课班级：电子商务（自主招生）241

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) 熟悉直播电商的概念、直播平台的主要类型、直播电商活动的基本流程；
- (2) 掌握直播前期宣传的策划方法，包括用户需求定位、展现形式定位、高质量内容打造等；
- (3) 掌握直播团队组织架构、直播团队的组建、主播人设打造策略以及商家主播选择的策略等知识；
- (4) 学会进行直播电商活动流程规划、直播活动脚本策划；
- (5) 熟悉直播选品规则和直播商品规划、内容策划等；
- (6) 掌握直播间商品讲解要点拆解、直播间商品“四步营销法”、直播营销“三点”方法论等方法；
- (7) 掌握直播间环境布置，主播形象塑造、直播规划、直播话术、主播个人 IP 打造的技巧，以及直播变现的常见模式及其操作要点。
- (8) 学会通过打造优质直播封面图、调动直播间人气“五步法”；
- (9) 熟悉淘宝、抖音、快手和腾讯直播平台的直播规则和流程等；
- (10) 熟悉直播数据采集常用指标、采集渠道和分析思路等。

能力目标

- (1) 具备直播电商活动整体思路策划的能力；
- (2) 具备直播电商前期宣传策划的能力，包含硬广引流、软文引流、短视频引流、直播引流、问答引流和线下引流等；
- (3) 具备直播电商活动脚本策划的能力，能够根据不同类型直播活动；
- (4) 策划完整的直播流程和单品直播脚本；
- (5) 具有较好的语言加工组织和表达能力，能够使用专业的营销话术描述商品；
- (6) 具有直播间设计场景布置、直播平台设置的能力；
- (7) 具有直播电商商品规划及直播平台引流的能力，能够策划具有创意性和吸引力的直播内容，提高观众粘性；
- (8) 具有执行直播与掌控直播进度的能力，能够在直播平台开展具有专业水准的直播活动；
- (9) 具备电商直播平台数据分析思路及复盘报告撰写的能力；
- (10) 具有直播后订单处理及售后服务的能力；
- (11) 具有直播后的传播、粉丝留存与爆发式增长的策划与执行能力。

2. 课程思政育人目标

- (1) 具备电商直播行业的基本职业道德，遵守行业法律法规；
- (2) 培养用户思维、流量思维、产品思维和大数据思维等运营思维；

- (3) 养成热爱工作、认真踏实、细心耐心和团队合作的工作作风；
- (4) 具备良好的商业意识、风险意识和服务意识；
- (5) 培养学生保持对直播电商行业的兴趣和敏感性；
- (6) 提高学生的内容创意与策划素养；
- (7) 提升学生网络传播、沟通协调、网络服务能力；
- (8) 培养学生具有强烈的工作责任心，讲究效率与时间观念；
- (9) 具备良好的创新精神和创新意识，勇于大胆尝试、敢于创造；
- (10) 锻炼自学能力、岗位迁移能力和自我持续发展的能力。

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、直播内容筹划	岗位能力要求	2	
	直播场景搭建	2	
	直播场景搭建 2	2	
	直播实践	2	
	引流文案	2	
	直播实践	2	
二、直播活动实施	互动玩法	2	
	直播实践	2	
	场景化话术	2	
	直播实践	2	
	场景化话术 2	2	
	直播实践	2	
三、直播复盘提升	数据分析	2	
	直播实践	2	
	直播复盘	2	
	直播实践	2	
	订单处理	2	
	直播实践	2	
合计			36

第 1 章 直播内容策划

一、教学目的和要求

1. 教学目标

知识目标：

1. 掌握直播场景搭建的核心要素（空间、背景、灯光、声效、设备）及其设计原则。
2. 了解不同大小的直播间场景布置的差别。
3. 知道不同类目的商品的直播间布置风格。
4. 懂得直播引流的内容设计。

技能目标：

1. 能够根据不同直播主题（如带货、才艺、教育、探店）和产品特性，独立策划并设计出符合需求的直播场景方案。
2. 能够根据直播需要独立完成直播间场景布置。
3. 能够根据不同的直播产品确定直播主题。
4. 能够根据引流文案，开展直播引流演练。

2. 课程思政育人目标

1. 在讲解场景美学时，引导学生辨别健康、积极、向上的审美取向，反对奢靡浪费和过度包装。在带货场景设计中，强调诚信展示产品，引导理性消费，反对虚假宣传和消费主义陷阱。
2. 在设计直播引流的内容时培养学生的美感，增强美学意识。
3. 具备严谨细致的工作态度，具有创新意识。

二、教学重点与难点

教学重点：

1. 重点讲解灯光布置的原理与技巧（如三点布光法）和音频设备的正确使用，这是保障直播基础质量的关键。
2. 知道直播电商引流的渠道和时机。
3. 懂得直播引流的内容设计。

教学难点：

1. 学生需要将设备操作的技术知识（如灯光色温、相机参数、软件设置）与艺术审美（构图、色彩搭配、空间布局）相结合，并灵活运用。
2. 能根据需要合理的布置一个直播间。
3. 能够独立撰写直播活动脚本。

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、搭建直播场景

1. 空间与背景：

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。

二、预热直播活动

1. 撰写直播间标题。根据知识链接中直播标题的类型，以及撰写直播标题的设计思路、设计方法等撰写一个符合直播主题的引流标题。

2. 设计直播间封面。结合知识链接直播间封面设计的原则以及直播主题用 PS 或者其他作图软件设计一张引流封面，要求涵盖直播间主题、标题、直播时间、直播主推商品、直播活动等，将制作好的封面图保存成 JPG 格式。

3. 撰写直播引流互动文案。直播文案要解决的一个问题就是：为什么要去看直播？因此直播团队要给出一个直播标题，一张直播封面接触疑问，同时，在此基础上，通过直播中的互动、制造紧张感、稀缺感，引导用户在直播间产生消费的兴趣。

4. 进行直播引流演练。以小组为单位，用一台手机开通一个直播间，进行直播标题、封面实践，并在开播前进行引流互动。

第 2 章 直播活动实施

一、教学目的和要求

1. 教学目标

知识目标：

1. 知道直播电商的开场要素与形式。
2. 熟悉直播电商的开场套路与话术。
3. 掌握抓住用户的“痛点、痒点、爽点”展开讲解商品思路。
4. 了解“四步营销法”。
5. 认识直播电商互动的玩法。
6. 知道红包、抽奖、促销等互动玩法的具体步骤。
7. 熟悉直播电商收尾的引导思路。
8. 熟悉直播电商收尾的方式。
9. 直播营销话术的核心逻辑。

技能目标：

1. 能够根据直播活动主题与目标选择恰当的开场形式。
2. 学会使用直播电商的开场技巧，执行直播开场。
3. 能灵活应用“痛点、痒点、爽点”来讲解直播间商品。

4. 能根据直播商品类目讲解要点应用于直播讲解过程中。
5. 能灵活应用直播互动玩法于各种直播活动中。
6. 学会在直播中插入各种互动玩法调动直播间氛围。
7. 学会灵活运用直播电商收尾的方式，提高直播电商收尾效果。

2. 课程思政育人目标

1. 在直播开场的训练中，提高学生的创新意识和创业精神。
2. 在训练的自主探究中，增强学生学习自信和主动性。
3. 让学生在讲解直播商品过程中学会遵守从业人员的职业道德和法律法规。
4. 使学生在直播讲解过程中注重语言表达，讲诚信，守信用。
5. 使学生在设计直播互动中提高创新意思和创新精神。
6. 使学生直播实训中增强学习自信心和主动性。
7. 在进行电商直播收尾活动中，增强学生的服务意识。
8. 通过体验电商直播收尾，提升电商直播的销售转化能力。
9. 熟悉直播的运作逻辑,熟知直播平台带货规则，形成自觉遵守网络规则、行业规范的认识。

二、教学重点与难点

教学重点：

1. 直播电商的开场要素与形式。
2. 直播电商的开场技巧。
3. 应用“四步营销法”在直播间稳定自如地解说商品。
4. 能根据直播商品类目讲解要点应用于直播讲解过程中。
5. 灵活应用直播互动玩法于各种直播活动中。能根据直播商品类目讲解要点应用于直播讲解过程中。
6. 能够根据直播电商收尾的思路，完成直播电商收尾。
7. 学会灵活运用直播电商收尾的方式，提高直播电商收尾效果。
8. 直播营销话术的分类。
9. 能够运用讲解话术进行商品推广。

教学难点：

1. 直播电商的开场套路与话术。
2. 应用“四步营销法”在直播间稳定自如地解说商品。
3. 能根据直播商品类目讲解要点应用于直播讲解过程中。
4. 在直播中插入各种互动玩法调动直播间氛围。
5. 学会灵活运用直播电商收尾的方式，提高直播电商收尾效果。
6. 能够根据直播产品选择正确的直播话术。

三、教学方法

任务驱动法、讨论法

四、教学学时

8 学时

五、教学内容（或教学过程）

一、引爆直播开场

1. 确定直播开场的要素。结合任务描述要求，明确直播开场的要素，将所选商品开场需植入的场景提炼 3 个关键词，并写出对应的语言表述。

2. 选择直播开场方式。分析直播开场的形式，并为所选直播商品确定的直播主题以及直播的风格选择合适的直播开场方式。

3. 撰写直播开场话术。结合前面步骤一、步骤二，为选品撰写具有吸引力且有引流作用开场话术。

4. 直播开场演练。根据商品的直播话术，开展直播开展演练，记录演练情况。

二、讲解直播商品

1. 了解讲解商品的“三点”直播营销法。

2. 了解直播间商品讲解要点。

3. 应用“四步营销法”完成直播商品的讲解。

三、策划直播话术

1. 分析商家店铺经营商品的户情况。根据任务描述提供的信息，分析商家店铺经营商品的户情况。

2. 找出 3 个直播商品竞品，并列竞品优缺点。

3. 搜集销售商品卖点、具体分析解决了什么问题。

4. 登录电商直播平台观看商家直播，并按照话术场景记录对应话术内容。

5. 根据以上四个步骤，运用“FABE 四步法”设计商家店内某一商品的单品营销话术。

四、创设直播互动

1. 明确直播间互动玩法。

2. 设置问题引发讨论。

3. 设置直播中派发红包。

4. 设置直播中的抽奖。

五、优化直播收尾

1. 构建直播电商收尾的核心思路。

2. 确定本场电商直播活动收尾的方式。

3. 撰写电商直播收尾话术。

4. 电商直播收尾演练。

六、选择直播设备

1. 确定小型直播间所需的直播设备及能开展直播的类目。

2. 确定中型直播间所需的直播设备及能开展直播的类目。

3. 确定大型直播间所需的直播设备及能开展直播的类目。

4. 确定室外直播所需的直播设备及能开展直播的类目。

第 3 章 直播复盘提升

一、教学目的和要求

1. 教学目标

知识目标：

1. 知晓过程复盘基本步骤和意义。

2. 了解直播电商复盘具体流程。

3. 了解直播电商复盘包含的内容。

4. 熟悉直播复盘中各项数据指标。

5. 熟悉直播气氛维护、粉丝运维。

技能目标：

1. 具备直播复盘的意识。
2. 能够利用 ORID 回顾法开展直播过程复盘。
3. 能够通过直播复盘的内容，进行数据总结。
4. 能够收集数据开展分析并调整战略。
5. 能够借助 AI 工具生成清晰直观的数据图表。
6. 能够运用 AI 生成内容详实、逻辑清晰的直播数据分析报告。能够策划粉丝群互动活动。

2. 课程思政育人目标

1. 能做到诚实守信，实事求是，培养成高度的社会责任感。
2. 能够养成乐观、独立的性格，对数据有一定的敏感性与处理能力。
3. 养成良好的行为规范和职业素养。

二、教学重点与难点

教学重点：

1. 过程复盘基本步骤和意义。
2. 直播电商复盘具体流程。
3. 直播复盘中各项数据指标。
4. 直播电商复盘包含的内容。
5. 能够独立运用与粉丝互动方法。

教学难点：

1. 利用 ORID 回顾法开展直播过程复盘。
2. 收集数据开展分析并调整战略。
3. 通过直播复盘的内容，进行数据总结。
4. 能够策划粉丝群互动活动。

三、教学方法

任务驱动法、讨论法

四、教学学时

10 学时

五、教学内容（或教学过程）

一、分析直播过程

1. 人员复盘。请根据不同角色人员在直播过程中的整体表现做复盘分析，并参照 ORID 开展过程整理分析结果和改进建议。
2. 对直播间商品进行复盘。根据任务描述要求，填写直播间商品复盘表（每个商品分别填写一个表），并参照 ORID 开展过程作复盘分析。
3. 对直播场景复盘。根据任务描述要求，并参照 ORID 开展过程作复盘分析。

二、复盘直播效果

1. 直播基础数据复盘。根据任务描述要求，建立直播基础数据复盘表，采集对应数据，并作复盘分析。
2. 直播流量数据复盘。根据任务描述要求，建立直播流量数据复盘表，采集对应数据，并作复盘分析。
3. 直播营销数据复盘。根据任务描述要求，建立直播营销数据复盘表，采集对应数据，

并作复盘分析。

三、提升粉丝黏性

1. 设置直播话题，引导粉丝互动。
2. 确定粉丝亲密度，引导粉丝加入粉丝团，按等级举行粉丝活动，调研不同等级粉丝活动参与度。
3. 掌握粉丝推送技能，在粉丝群进行开播前互动，了解粉丝需求，并推送开播信息。

第4章 直播实践

一、教学目的和要求

1. 教学目标

知识目标：

1. 理解直播间的流量获取与转化逻辑（如自然流量、付费流量、流量转化率）。
2. 掌握直播选品、定价、脚本策划、场控、话术等核心环节的专业知识。
3. 掌握直播营销的基本概念、发展历程及主流平台（如抖音、淘宝、快手）的规则与特性。

技能目标：

1. 能独立完成一份完整的直播策划方案，包括目标设定、人员分工、选品组货、脚本撰写、预热方案等。
2. 能担任直播团队中的核心岗位（主播、助播、运营、场控），熟练进行直播前、中、后的各项实操工作。
3. 能运用数据分析工具，对直播数据进行解读与复盘，发现问题并提出优化策略。
4. 具备良好的团队沟通与协作能力，能高效完成团队直播项目。

2. 课程思政育人目标

1. 通过讲解“虚假宣传”、“数据造假”等案例，强调“诚信经营”是直播行业的生命线，培养学生诚实守信的品质和契约精神。
2. 在“国潮新风尚”、“农产品助农”等直播主题实践中，引导学生挖掘和传播中华优秀传统文化、革命文化和社会主义先进文化，增强民族自豪感和文化自信。
3. 通过对直播细节（如话术、灯光、布景）的极致打磨，培养学生精益求精、追求卓越的“直播工匠”精神。
4. 融入《电子商务法》、《广告法》、《消费者权益保护法》等相关法律法规教学，使学生知法、懂法、守法，明确职业行为的法律边界。
5. 通过“乡村振兴·公益助农”等实践项目，引导学生将个人技能与社会责任相结合，服务地方经济，赋能产业发展，培养家国情怀与担当精神。

二、教学重点与难点

教学重点：

1. 重点训练学生从0到1完成一场直播的全过程操作。
2. 产品卖点提炼、互动留人、逼单转化等核心话术的设计与运用。
3. 能够看懂关键数据（GMV、UV价值、停留时长、转化率等）并据此提出改进方案。

教学难点：

1. 克服面对镜头的紧张感，培养自然、自信、有感染力的直播状态。
2. 如何应对直播中的设备故障、言辞失误、负面评论等突发状况。

3. 如何让不同性格、不同能力的成员在项目中高效配合，达成共同目标。

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

12 学时

五、教学内容（或教学过程）

一、直播实战技能

1. 主播核心能力训练：镜头感、语音语调、肢体语言
2. 直播话术大全：开场话术、留人话术、产品讲解话术、成交话术、下播话术
3. 互动与场控技巧：评论区互动、抽奖、秒杀、控场节奏
4. 突发状况应对：设备问题、冷场、负面评论、口误等

二、综合项目实践

项目一：品牌专场直播

各小组自选产品品类，完成一场 2 小时的品牌专场直播，并进行数据复盘。

项目二：公益助农/国潮文化直播

结合思政目标，开展特定主题直播，强调社会价值。

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%): 直播策划案、话术脚本、数据复盘报告等。

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。