**《直播营销与运营》课程教学大纲**

**一、课程简介**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程中文名** | **直播营销与运营** | | | | | | |
| **课程英文名** | **Live Marketing and Operations** | | | | **双语授课** | | □是 ☑否 |
| **课程代码** | **28112008** | **课程学分** | **3** | **总学时数** | | 48（含实践0） | |
| **课程类别** | □通识教育课程  □公共基础课程  ☑专业教育课程  □综合实践课程  □教师教育课程 | **课程性质** | □必修  ☑选修  □其他 | **课程形态** | | □线上  ☑线下  □线上线下混合式  □社会实践  □虚拟仿真实验教学 | |
| **考核方式** | □闭卷 □开卷 □课程论文 ☑课程作品 ☑汇报展示 ☑报告  ☑课堂表现 □阶段性测试 ☑平时作业 ☑其他 （可多选） | | | | | | |
| **开课学院** | 管理学院 | | **开课系** | 工商管理系 | | | |
| **面向专业** | 市场营销 | | **开课学期** | 第6学期 | | | |
| **课程负责人** | 陈晓琴 | | **审核人** | 罗文宝 | | | |
| **先修课程** | 电子商务与网络营销 | | | | | | |
| **后续课程** | 电商直播实训 | | | | | | |
| **选用教材** | 邹益民.直播营销与运营.中国工信出版集团，2022.8（如有新版选择最新版） | | | | | | |
| **参考书目** | 崔博. 直播营销实务. 中国工信出版集团，2023.9  苏朝晖.直播营销. 中国工信出版集团，2023.2  刘旸.直播营销话术. 中国工信出版集团，2023.2  翁文娟，万信琼.直播营销案例分析. 中国工信出版集团，2022.8 | | | | | | |
| **课程资源** | <https://www.icourse163.org/course/DUFE-1003330002?from=searchPage&outVendor=zw_mooc_pcssjg_>  <https://www.icourse163.org/course/SCU-1002533011?from=searchPage&outVendor=zw_mooc_pcssjg_>  <https://www.icourse163.org/course/WHU-1462064166?from=searchPage&outVendor=zw_mooc_pcssjg_>  <https://www.icourse163.org/course/MNNU-1205892808?from=searchPage&outVendor=zw_mooc_pcssjg_>  <https://www.icourse163.org/course/NJTU-1206169803?from=searchPage&outVendor=zw_mooc_pcssjg_>  <https://www.icourse163.org/course/CQU-1001661002?from=searchPage&outVendor=zw_mooc_pcssjg_> | | | | | | |
| **课程简介** | 本课程由学校和企业共同研发，旨在培养具有实际操作能力和扎实理论知识的直播营销人才。内容涵盖直播营销基础、平台选择、团队组建、内容策划、主播培养、直播运营、数据分析等，并借助合作企业的实战项目，开展主流直播平台营销实战。合作企业为涪陵粮油行业协会，覆盖粮油、调料、土特产等领域的60多家会员企业。协会秘书长何松主要从事产品包装设计、生产、品牌营销，副会长刘汉涛主要从事特产开发、生产、包装和营销。本课程可以为合作企业的市场营销、电商直播、营销策划、营销管理等岗位输送人才。 | | | | | | |

**二、课程目标**

课程的总目标是将知识探究、能力培养和价值引领三者融为一体、深度协同、有机统一，形成“直播营销知识—直播运营能力—直播营销思维”三位一体的学习结构和“价值、知识、能力”三位一体的教学目标，能学以致用。本课程从直播前期的平台选择、团队构建、主播打造、策划与筹备、商品规划等方面准备工作，到直播营销的引流预告、话术设计、直播间的氛围管理方法、直播间的商品介绍、直播间的促销设计，以及直播结束后的复盘方法等具体实践方法，全方位、多角度地介绍了直播营销过程中每一个环节的知识点和操作技巧。通过本课程的学习，使学生掌握直播营销从业人员必备的各种知识和实战技能，培养互联网思维能力，培养学生具备基本的创新精神及创业意识，引导学生树立正确的世界观、人生观、价值观、荣辱观，践行社会主义核心价值观，培养高素质直播营销技能人才。

**表 1 课程目标**

|  |  |
| --- | --- |
| **序号** | **具体课程目标** |
| **课程目标 1** | 理论知识目标：具备高素质技能型专门人才的直播营销与运营的基础理论知识；掌握直播营销的策划与筹备；具备直播商品规划的基础知识；掌握直播引流的基础知识；掌握直播营销话术的知识；掌握直播间的操作基本技能；掌握直播营销与运营的数据分析；掌握抖音、快手直播运营实战的知识；熟悉直播后的复盘方法。 |
| **课程目标 2** | 能力与方法目标：学生应能够策划和执行直播营销活动，能够准确分析直播数据，并根据数据调整和优化直播营销策略。能够制定直播营销计划，包括目标、预算、时间表和关键指标等；能够选择合适的直播平台和工具，并掌握直播平台的操作方法；能够策划和执行有效的直播营销活动，包括内容策划、推广和互动等；能够分析直播数据，并根据数据调整和优化直播营销策略；能够处理直播营销中的问题和挑战，并能够总结经验教训。学生还应具备在线沟通能力，能够与观众互动，引导观众参与直播，增加直播互动量和观众粘性。 |
| **课程目标** 3 | 意识与素养目标：培养学生对市场需求和竞争环境的敏感，使其能够把握市场机会，发现和利用直播营销的商业价值；培养学生的创新思维和创新能力，使其能够在直播营销中提供独特的思路和创意；培养学生对用户需求的理解和关注，使其能够根据用户的需求和反馈来优化直播营销策略；培养学生在直播营销中的社会责任感和伦理意识，使其能够合法合规地进行直播营销活动；培养学生的团队合作意识和沟通协作能力，使其能够与团队成员共同完成直播营销任务。 |
| **课程目标** 4 | 情感态度与价值观目标：培养学生对直播营销的积极态度，认识到直播营销的重要性和广阔前景，引导学生理解并接受变化，激发学生的创造力和适应能力；鼓励学生参与相关社会活动和实践项目，让他们亲身经历和感受直播营销的价值和意义，从而巩固他们的情感态度和价值观；增强学生的责任感和使命感，让他们认识到直播营销活动对企业和社会的重要性，并愿意承担相应的责任；培养学生的合作和分享精神，使他们能够乐于与他人合作并分享知识和经验；培养学生的自我激励和持续学习的意识，使他们能够不断提升自己在直播营销领域的能力；培养学生的创新和变革意识，使他们能够积极探索和尝试新的直播营销策略和方法。 |

**表2 课程目标与毕业要求对应关系**

| **毕业要求** | **指标点** | **课程目标** |
| --- | --- | --- |
| **毕业要求1：**素养要求【M】 | 1.3 核心素养：系统掌握工商管理类专业基础知识；具备扎实的专业知识、专业技能和专业素养；具备快速准确地识别和分析市场营销中的各种问题，系统分析、解决营销问题、提出解决对策。 | 3 |
| **毕业要求1：**素养要求【L】 | 1.4.本土情怀:立足中国市场情境，开展实践和调研活动，提高对本土情况的了解，帮助企业更好地  适应市场环境，提高产品和服务的质量和竞争力；具备心系家国的本土情怀，牢记基层意识，脚踏实地，  勇于承担社会责任，积极为祖国、为家乡繁荣和美好贡献力量。 | 4 |
| **毕业要求2：**知识要求【H】 | 2.4专业知识：熟悉和掌握与市场营销有密切关系的相关管理学、经济学、统计学、心理学等自然科学和社会科学知识；具有扎实的现代市场营销学、市场调研、营销策划等方面的基本理论与专业知识，了解本学科前沿及发展动态；熟悉我国有关市场营销的方针、政策与法规，了解市场营销前沿理论及营销实践。 | 1 |
| **毕业要求3：**能力要求【M】 | 3.4 职业发展：具备敏锐的市场洞察力和判断力及时了解本学科的理论前沿及发展动态，能够不断学习最新的专业知识和技能；具备批判性思维，对市场营销领域涉及的问题进行探索和研究。 | 2 |

**三、课程学习内容与方法**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程模块** | **学习内容** | **学习任务** | **课程目标** | **学习重点难点** | **教学方法** | **学时** |
| 1 | 直播营销概述 | 1. 直播与直播营销 | 1.拓展阅读：最新版本的《中国互联网络发展状况统计报告》<https://www.cnnic.cn/11/38/135/index.html>  2.课后任务：在智联招聘、51job等招聘网站上查询直播营销与运营人才招聘的岗位职责与任职要求 | 1 | 重点：  1.直播中的合作模式和收益分配模式  2.平台的入住规范  3.选择合适的平台  4.直播岗位要求与团队配置  难点  1.准确把握平台的入住规范  2.如何选择合适的平台  3.直播团队配置 | 1.讲授法：能够帮助学生理解和掌握直播营销相关知识的内涵和本质，明确学习本课程的意义和方法，了解课程的整体框架体系。  2.案例教学：能够引导学生理论联系实际，激发学习兴趣和积极性，，建立直播营销思维和意识提高学生分析问题和解决问题的能力。 | 4 |
| 2.直播平台的选择 | 1、2 |
| 3. 直播营销与运营的岗位职责与团队配置 | 3、4 |
| 2 | 直播营销策划与筹备 | 1. 直播营销策划的流程 | 1.线上学习：在主流直播平台中观看一场完整的带货直播  2.小组任务：为涪陵粮油协会旗下的会员单位，策划一场针对性的直播营销活动，撰写整场直播脚本 | 1 | 重点：  1.直播营销策划的流程  2.直播营销的思路设计  3.直播营销的定位  4.直播营销预热方案  难点：  1.直播营销的思路设计  2.直播营销的定位 | 1. 讲授法：能够帮助学生理解、掌握基本理论、知识和方法技术。  2.视频学习：更生动、直观介绍有关知识，能够激发学生学习需求、提高学习积极性。 | 4 |
| 2. 直播营销的整体思路设计 | 2、3 |
| 3. 直播营销的脚本策划 | 1、2、3 |
| 4. 直播活动的预热 | 2、3 |
| 5. 直播营销的前期准备 | 2、3 |
| 3 | 直播商品规划 | 1. 直播间的选品与定价方法 | 1.实战演练：学习使用“灰豚数据”查看同行业中销量较好的商品，并根据不同的选品依据，完成直播选品  2.小组任务：确定直播间商品，提炼商品卖点 | 2、3 | 重点：  1.直播间选品的技巧  2.直播间商品的定价模式与策略  3.商品的陈列与配置策略  难点：  1.直播间如何合理选择并配置商品  2.直播间商品的策略 | 1. 讲授法：能够帮助学生理解、掌握基本理论、知识和方法技术。  2. 小组实践活动：学生通过模拟练习，能够帮助学生运用相关理论知识分析、解决现实问题，提高实战能力。 | 2 |
| 2.直播间商品的陈列与配置 | 1、2 |
| 4 | 直播的引流推广 | 1.直播引流概述 | 小组任务：设计出吸睛的标题和封面、利用各种途径和工具扩散直播预热信息 | 1 | 重点：  1.引流的模式与优势  2.预热引流  3.直播中的引流型  4.直播后的引流  难点：  1.有针对性的预热引流方法  2.直播中的引流型  3.直播后的引流 | 1. 讲授法：能够帮助学生理解、掌握基本理论、知识和方法技术。  2. 小组实践活动：学生通过模拟练习，能够帮助学生运用相关理论知识分析、解决现实问题，提高实战能力。 | 4 |
| 2.直播前的预热技巧 | 2、3 |
| 3.直播中的引流技巧 | 2、3 |
| 4.直播后的引流技巧 | 2、3 |
| 5 | 直播营销的话术设计 | 1. 直播营销话术设计要点 | 1.线上学习：在主流直播平台中观看一场特定类别的带货直播，学习直播话术技巧  2.小组任务：运用 FBA 法则设计直播话术，包括开场、引关注、保留存、促转化的直播话术，并设计各种直播互动玩法 | 1、2 | 重点：  1.直播营销话术的设计要点  2.直播营销话术的原则  3.直播营销常用的话术设计  难点：  充分考虑不同的直播环节，针对不同产品设计直播营销话术 | 1. 讲授法：能够帮助学生理解、掌握基本理论、知识和方法技术  2.案例教学：能够引导学生理论联系实际，激发学习兴趣和积极性，，提高分析问题和解决问题的能力。 | 4 |
| 2. 直播话术的原则 | 1、2 |
| 3. 直播营销的常用话术设计 | 2、3、4 |
| 6 | 直播营销与运营的数据分析 | 数据分析的基本流程 | 线上自学：自学第三方数据分析工具，能利用第三方数据分析工具查看、分析和监测直播数据 | 1、2 | 重点：  1.直播数据的获取、处理和分析  2.直播数据分析指标评估  3.各指标的复盘与改进  难点：  1.直播数据的获取、处理和分析  2.各指标的复盘与改进 | 1. 讲授法：能够帮助学生理解、掌握基本理论、知识和方法技术  2.自主学习：教师简要讲解，学生通过阅读教材、线上学习、查阅资料等方式自学为主。 | 2 |
| 数据分析指标评估 | 2、3 |
| 直播营销与运营中各指标的复盘与改进 | 2、3 |
| 7 | 主流主播平台营销实战 | 淘宝直播营销实战 | 1.线上自学：自学主流平台规则  2.小组任务：为涪陵粮油协会旗下的会员单位，策划一场针对性的直播营销活动，选择至少2个以上的平台，完成至少3场以上的带货直播。要求团队合理分工，撰写直播脚本，设计直播话术，注重直播引流和直播过程监控，并在直播结束后及时进行复盘。 | 2、3、4 | 重点：  1.不同平台直播的特点  2.开通主流平台账号  3.不同平台不同商品类目直播规则  4.添加直播商品  5.直播引流  6.商品讲解  7.直播后复盘  难点：  1.不同平台直播的特点  2.不同平台不同商品类目直播规则  3.不同平台引流的方法 | 1. 讲授法：能够帮助学生理解、掌握基本理论、知识和方法技术  2. 小组实践活动：学生通过模拟练习，能够帮助学生运用相关理论知识分析、解决现实问题，提高实战能力。 | 12 |
| 抖音直播营销实战 | 2、3、4 |
| 快手直播营销实战 | 2、3、4 |
| 视频号直播营销实战 | 2、3、4 |

说明：“学习任务”和“教学方法”只是主要部分、并非全部，仅供参考，任课教师在教学过程中可以根据实际和需要自行选择和调整。

## 四、课程考核

**（一）考核内容与考核方式**

**表4-1 课程目标、考核内容与考核方式对应关系**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程目标** | **考核内容** | **所属**  **学习模块/项目** | **考核**  **占比** | **考核方式** |
| 课程  目标 1 | 1.直播与直播营销 | 直播营销概述 | 25% | 1.平时作业  2.期末考核  3.课堂表现 |
| 2.直播平台的选择 | 直播营销概述 |
| 3.直播营销策划的流程 | 直播营销策划与筹备 |
| 4.直播营销的脚本策划 | 直播营销策划与筹备 |
| 5.直播间商品的陈列与配置 | 直播商品规划 |
| 6.直播引流概述 | 直播的引流推广 |
| 7.直播营销话术设计要点 | 直播营销的话术设计 |
| 8.直播话术的原则 | 直播营销的话术设计 |
| 9.数据分析的基本流程 | 直播营销与运营的数据分析 |
| 课程  目标 2 | 1.直播平台的选择 | 直播营销概述 | 40% | 1.平时作业  2.课堂表现  3.期末考核  4.营销活动模拟 |
| 2.直播营销的整体思路设计 | 直播营销策划与筹备 |
| 3.直播营销的脚本策划 | 直播营销策划与筹备 |
| 4.直播活动的预热 | 直播营销策划与筹备 |
| 5.直播营销的前期准备 | 直播商品规划 |
| 6.直播间的选品与定价方法 | 直播商品规划 |
| 7.直播间商品的陈列与配置 | 直播商品规划 |
| 8.直播前的预热技巧 | 直播的引流推广 |
| 9.直播中的引流技巧 | 直播的引流推广 |
| 10.直播后的引流技巧 | 直播的引流推广 |
| 11.直播营销话术设计要点 | 直播营销的话术设计 |
| 12.直播话术的原则 | 直播营销的话术设计 |
| 13.直播营销的常用话术设计 | 直播营销的话术设计 |
| 14.数据分析的基本流程 | 直播营销与运营的数据分析 |
| 15.数据分析指标评估 | 直播营销与运营的数据分析 |
| 16.直播营销与运营中各指标的复盘与改进 | 直播营销与运营的数据分析 |
| 17.淘宝直播营销实战 | 主流主播平台营销实战 |
| 18.抖音直播营销实战 | 主流主播平台营销实战 |
| 19.快手直播营销实战 | 主流主播平台营销实战 |
| 20.视频号直播营销实战 | 主流主播平台营销实战 |
| 课程  目标 3 | 1.直播营销与运营的岗位职责与团队配置 | 直播营销概述 | 20% | 1.平时作业  2.课堂表现  3.期末考核  4.营销活动模拟 |
| 2.直播营销的整体思路设计 | 直播营销策划与筹备 |
| 3.直播营销的脚本策划 | 直播营销策划与筹备 |
| 4.直播活动的预热 | 直播营销策划与筹备 |
| 5.直播营销的前期准备 | 直播商品规划 |
| 6.直播间的选品与定价方法 | 直播商品规划 |
| 7.直播前的预热技巧 | 直播的引流推广 |
| 8.直播中的引流技巧 | 直播的引流推广 |
| 9.直播后的引流技巧 | 直播的引流推广 |
| 10.直播营销的常用话术设计 | 直播营销的话术设计 |
| 11.数据分析指标评估 | 直播营销与运营的数据分析 |
| 12.直播营销与运营中各指标的复盘与改进 | 直播营销与运营的数据分析 |
| 13.淘宝直播营销实战 | 主流主播平台营销实战 |
| 14.抖音直播营销实战 | 主流主播平台营销实战 |
| 15.快手直播营销实战 | 主流主播平台营销实战 |
| 16.视频号直播营销实战 | 主流主播平台营销实战 |
| 课程  目标 4 | 1.直播营销与运营的岗位职责与团队配置 | 直播营销概述 | 15% | 1.课堂表现  2.营销活动模拟 |
| 2.直播营销的常用话术设计 | 直播营销的话术设计 |
| 3.淘宝直播营销实战 | 主流主播平台营销实战 |
| 4.抖音直播营销实战 | 主流主播平台营销实战 |
| 5.快手直播营销实战 | 主流主播平台营销实战 |
| 6.视频号直播营销实战 | 主流主播平台营销实战 |

**表4-2 课程目标与考核方式矩阵关系**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程  目标 | 考核方式 | | | | 考核占比 |
| 期末考核成绩比例60% | 营销活动模拟成绩比例10% | 平时作业成绩比例20% | 课堂表现成绩比例10% |
| 课程目标1 | 27.5% |  | 40% | 5% | 25% |
| 课程目标2 | 45% | 10% | 55% | 20% | 40% |
| 课程目标3 | 27.5% | 20% | 5% | 5% | 20% |
| 课程目标4 |  | 70% |  | 80% | 15% |

## （二）成绩评定

**1.平时成绩评定**

**（1）课堂表现（25%）**：通过学生在课堂上的表现情况（包括课堂提问、发言、参与讨论和营销活动模拟、回答问题、听课情况等），来评价学生学习过程及效果。课堂表现由教师平时所做学生表现的记录为依据。

**（2）平时作业完成情况（50%）**：围绕课程的学习目标进行作业的设计，通过课堂练习题、单元测验和小组任务等检验、强化学生对相关知识和方法的理解和掌握。平时作业主要根据雨课堂或学习通中要求学生完成的随堂测试、课后作业等得到的成绩为准。

**（3）营销活动模拟（25%）：**学生需要对所选产品进行深入了解、准备直播脚本、介绍词、互动话术等。确保直播场地符合要求，背景整洁、光线充足、声音清晰。掌握直播设备的使用，清晰、准确地介绍产品特点和优势。与观众互动，回答问题、引导讨论，以及适时地进行促销和引导购买。直播结束后，学生需要对直播过程进行总结和反思，分析自己的表现和不足之处，以及如何改进。活动模拟主要通过实战成果来进行评价，实战成果提交学习通或者雨课堂。

**2.小组实战成绩评定**

可以从任务完成情况、实践报告质量、团队合作情况以及答辩表现几个方面进行评价。

任务完成情况：任务完成质量，评估学生的直播营销策划和执行情况，包括目标的达成、内容质量、推广效果等；任务效果，评估实际直播活动的效果，包括互动量、观众粘性、销售额等；数据分析能力：评估学生对直播数据的分析和优化能力。

实践报告质量：报告内容，评估实践报告的完整性，包括实践过程的描述、经验总结、问题分析和反思；报告质量，评估报告的文字表达、逻辑性和结构，以及对实践的深度思考；

团队合作情况：团队合作效果：评估学生在团队中的角色和贡献，包括合作协调能力和沟通效果，团队协作精神：评估学生是否能够积极参与团队工作，解决团队内部的问题和冲突。

答辩表现：答辩内容，评估答辩展示的内容是否能够清晰、有条理地传达实践成果和经验总结；答辩表现，评估学生的口头表达能力、自信度和对问题的回答能力。

等级评定标准（示例）：

优秀（A级）：学生在任务完成情况、实践报告、团队合作和答辩表现方面表现出色，完成任务的质量和效果非常出色，报告内容深刻，团队合作和沟通卓越，答辩清晰自信。

良好（B级）：学生在任务完成情况、实践报告、团队合作和答辩表现方面表现良好，任务完成质量较高，报告内容充实，团队合作和沟通良好，答辩表现较为自信。

中等（C级）：学生在任务完成情况、实践报告、团队合作和答辩表现方面表现一般，任务完成质量一般，报告内容基本满足要求，团队合作和沟通一般，答辩表现尚可。

及格（D级）：学生虽然完成了任务，但任务完成质量一般，报告内容较为简单，团队合作和沟通较弱，答辩表现较为紧张或不够清晰。

不及格（F级）：学生未完成任务，或者任务完成质量极低，报告内容不符合要求，团队合作和沟通表现非常差，答辩表现不合格。

**3.总成绩评定**

总成绩由平时考核成绩和小组实战考核成绩构成。总成绩（100%）=平时成绩（40%）+实践成绩（60%）

## （三）评分标准

课程考核方式中涉及到平时成绩的评分标准，评分依据见“平时成绩评定”部分。试卷考核项目以试卷参考答案及评分细则为准。

## 五、其它说明

本课程大纲依据2023版市场营销专业人才培养方案，由管理学院工商管理系讨论制定，管理学院教学工作委员会审定，教务处审核批准，自2023级开始执行。