**《电商直播实训》课程教学大纲**

**一、课程简介**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程中文名** | **电商直播实训** | | | | | | |
| **课程英文名** | **E-commerce Live Training** | | | | **双语授课** | | □是 ☑否 |
| **课程代码** | **28114096** | **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7学期 | | | |
| **课程负责人** | 陈晓琴 | | **审核人** | 罗文宝 | | | |
| **先修课程** | 直播营销与运营 | | | | | | |
| **后续课程** | 毕业实习 | | | | | | |
| **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** | 近年来，“直播带货”成为了电商的热门形式，形成了新的消费形态。直播电商的交易规模不断扩大，越来越多的个人和企业投身其中，并进一步推动了直播电商的持续、稳定发展，加大了行业竞争。然而，直播电商运营的门槛较低，这导致要想在众多竞争者中脱颖而出，其从业者就必须不断提高直播电商运营的实践能力，以适应行业和市场需求。本课程着眼于当前直播电商市场对高素质人才的需求，以项目任务讲解相关知识点，帮助学生学习直播运营的理论知识及实际操作，掌握直播的前期准备、方案制订、成本控制与引流、营销活动与脚本策划、复盘与数据分析。 | | | | | | |

**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，使学生理解电商直播行业的发展背景、市场现状和未来趋势，掌握电商直播的基本概念和核心内容；掌握选择合适的电商直播平台的能力，了解国内外主流平台的特点和使用方法；学会进行直播内容策划和组织，能够制定合理的直播计划和策略，提高直播效果和转化率；掌握直播营销策略，包括产品选品、直播推广、互动策略、粉丝运营等，能够有效提升直播销售额和观众参与度；培养直播技巧和演讲能力，包括摄像技巧、声音控制、节目策划等，提高学生的表达能力和影响力；掌握数据分析方法和工具，能够通过数据分析提高直播效果和优化商业模式；通过实操案例的分析，学会运用所学知识解决实际问题，并具备良好的团队合作和创新能力。总体而言，该课程的教学目标是培养学生全面的电商直播能力，使其能够在电商直播行业中具备竞争力，为企业的业务发展做出贡献。

**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：了解国内外主流的电商直播平台，包括各平台的特点、用户基数、热门品类等，并能够根据企业定位和目标选择适合的平台进行运营和推广；掌握如何进行直播内容策划，包括产品选品、演讲内容、互动活动等，了解如何组织直播活动，提高直播的吸引力和参与度；学习电商直播的营销策略，包括直播推广方法、互动策略、粉丝运营等，了解如何利用直播平台实现销售转化和品牌推广掌握；直播所需的技巧，包括摄像技巧、声音控制、节目策划等，以及通过演讲训练提升学生的表达能力和影响力；通过数据分析来优化直播效果和商业模式，了解数据收集、分析工具的使用和数据驱动的决策方法，能够建立起对电商直播行业的全面认知，并能够运用所学理论知识进行实际操作和决策。 |
| **课程目标 2** | 能力与方法目标：采用多种形式，包括理论教学、案例分析、实操训练等。通过学习与实践相结合，培养学生的实际操作能力和问题解决能力。具体包括，具备选择和运营适合的电商直播平台的能力，包括熟悉平台界面和功能、了解直播规则和要求、掌握直播技巧和工具的使用等；具备制定和执行直播内容策划的能力，包括产品选品、节目内容设计、互动环节安排等，并能够组织好直播活动的执行；具备制定和执行直播营销策略的能力，包括利用社交媒体和推广渠道进行直播推广、设计各类促销活动、提高观众和粉丝参与度等；具备丰富的直播技巧和演讲能力，包括摄像技巧、声音控制、语言表达能力等，以提高直播效果和吸引力；具备通过数据分析来优化直播效果和决策的能力，包括了解数据分析工具的使用、掌握数据收集与分析的方法，并能够根据数据做出有效决策。同时鼓励学生的团队协作和创新思维，通过小组项目和讨论，培养学生的团队合作和沟通能力。 |
| **课程目标** 3 | 意识与素养目标：培养学生对电商直播行业的专业意识，包括了解行业的发展动态和市场需求，关注行业的变化与趋势，以及持续学习和提升自身专业素养的意识和能力；培养学生对创新思维和创新方法的意识和能力，在电商直播领域中不断探索和实践新的商业模式、直播方式和营销策略，以及开展创新性的活动和项目；培养学生对电商直播行业的伦理问题的认识和辨析能力，强调遵守法律法规、维护消费者权益、保护个人隐私等方面的伦理素养，注重道德观念与社会责任；培养学生的团队合作意识和合作能力，通过团队项目和讨论，培养学生与他人协作、沟通和解决问题的能力，提高团队协作和协调能力；培养学生的自我管理和职业素养，包括时间管理、自我激励、目标设定与达成能力等，以及提高沟通、领导和决策能力，培养学生的责任心、职业道德和职业形象。同时也强调伦理、团队合作和终身学习等方面的素养，为学生的综合发展奠定基础。 |
| **课程目标** 4 | 情感态度与价值观目标：培养学生对电商直播行业的兴趣和热情，激发他们投身于电商直播事业的积极态度和认同感，以积极的情感态度投入到学习和实践中；培养学生对社会责任的意识和承担，强调电商直播行业对消费者权益、健康传播等社会公共利益的重视，倡导学生在电商直播工作中关注公共利益并积极维护；强调学生在电商直播领域的诚信和道德意识，要求学生遵守诚实守信、言行一致的原则，不进行虚假宣传、欺骗消费者等不良行为；培养学生的创新思维和乐观心态，鼓励学生在电商直播领域中敢于创新、积极面对挑战和困难，以积极的态度面对变化和不确定性；强调学生对本土文化的认同和传承，培养学生在电商直播活动中关注社会的多样性和包容性，注重社会责任的履行。 通过以上目标的培养，学生将能够在情感态度和价值观上形成积极、阳光、负责任的态度，形成正确的价值取向，并能够在电商直播行业中做出具有影响力和积极贡献的行为，同时秉持诚信、创新和社会责任意识。 |

**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3：**素养要求【M】 | 3.1 专业技能：能够科学分析市场营销环境，对市场具有一定的前瞻性和市场敏感性；具有进行市场调查计划、组织、实施和大数据分析与挖掘的技术能力；具有为企业进行营销策划、营销管理、分销渠道管理等市场开发和设计的专业能力；能够运用创新思维、信息技术手段等处理各项市场营销关键业务的实践能力。 | 1 |
| **毕业要求1：**素养要求【L】 | 3.4.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。 | 2 |
| **毕业要求3：**能力要求【H】 | 3.2 组织协调：能够在营销管理团队中充分发挥自己的作用，高效完成工作任务，调动各方面工作积极性，具有跨学科、跨专业的学习、更新和应用能力。 | 3 |
| **毕业要求3：**能力要求【L】 | 3.3 创新创业：具备创新创业的基本素质，具有开拓精神与创新创业意识，具备进取意识和探索精神，拥有较强的创新创业能力。 | 4 |

**三、课程学习内容与方法**

**任务1：直播前期准备（16学时）**

**1.任务要求**

（1）了解直播发展趋势、常见的直播平台，以及直播所需软硬件与物料。

（2）掌握开通直播间、搭建直播团队、选用直播设备和搭建直播间的方法。

（3）掌握选择与添加直播商品的方法与操作。

**2.任务内容**

（1）直播新趋势。

（2）常见直播平台。

（3）直播岗位。

（4）打造主播人设。

（5）直播所需硬件、软件、物料。

（6）选择直播间场地。

（7）布置直播间背景。

（8）布置直播间灯光。

（9）直播选品。

（10）添加与上架直播带货商品。

**3.教学思路**

（1）通过项目导读导入本章所介绍的相关知识，让学生通过案例受到启发，拓展思维，更好地理解本章内容；

（2）介绍当下的直播新趋势，以及常见的直播平台，结合任务演练，讲解如何选择平台并开通直播间；

（3）介绍直播岗位设置及职责，打造主播人设的思路和技巧，结合任务演练，讲解如何组建直播带货团队，并进行推荐类主播人设的打造；

（4）介绍直播所学的硬件、软件和物料，结合任务演练，讲解如何确定直播带货的硬件设备，如何进行软件安装及测试；

（5）介绍直播间场地的选择策略、背景布置的类型和灯光布置的方法，结合任务演练，讲解具体如何布置直播间场景；

（6）介绍直播选品的依据和要点，并结合任务演练，讲解如何分析粉丝画像，添加与上架直播带货商品；

（7）完成综合实训，拓展更多直播相关知识，并通过巩固提高，加深对本章所学知识的掌握程度。

**4.教学手段**

（1）由浅入深，从理论到实践操作；

（2）结合任务演练，让理论与实际操作融合，增强内容的实操性；

（3）通过二维码链接、知识拓展，丰富知识储备；

（4）通过综合实训和巩固提高，帮助教师进行考查。

**5.教学资料及要求**

除教材中讲解的知识，学生可以学习二维码中的拓展知识，并在抖音平台中开通自己的直播间，结合实操更好地融会贯通。

**6.课后学习任务**

（1）达人主播如何选择直播平台？PC直播需要哪些硬件设备？

（2）个人美妆类直播可以采用手机直播吗? 场地大小应当如何规划？室内直播时如何进行灯光布置？

（3）在招聘网站中查看两则以上的电商主播招聘信息，总结电商主播的职位描述。

（4）在抖音上观看3~5场食品类与服装类的达人直播，分析抖音上食品类、服装类直播间的场景布置各有何特点，两者之间的场景布置有何差异。

（5）小美是一位经营女装销售的个体户，有自己的实体店铺。她计划在抖音开设一家同名抖音小店，并由自己担任主播在店铺内进行直播带货，拓宽店铺的销售渠道。其店铺内的女装商品由品牌生产厂家直供，相比其他女装店铺，小美店铺内的女装价格略低，性价比较高。请你通过“我是谁、目标用户是谁、提供什么、解决什么问题”4个维度为小美进行主播人设定位并构思体现主播人设定位的账号信息，再为其配置美妆带货手机直播的硬件设备。

（6）某达人的粉丝主要是大学生，该达人应当如何选择带货商品？

**任务2：直播方案的制订（4学时）**

**1.任务要求**

（1）掌握直播方案的作用与要点。

（2）掌握直播风险防范要点与风险应对措施。

**2.任务内容**

（1）直播方案的作用。

（2）直播目标。

（3）直播基本信息。

（4）直播人员分工。

（5）直播风险防范要点。

（6）直播风险应对措施。

**3.教学思路**

（1）通过项目导读导入本章所介绍的相关知识，让学生通过案例受到启发，拓展思维，更好地理解本章内容；

（2）介绍直播方案的作用和要点，结合任务演练，讲解如何制订直播方案；

（3）介绍直播风险防范要点和应对措施，结合任务演练，讲解如何制订风险预案；

（4）完成综合实训，拓展更多直播相关知识，并通过巩固提高，加深对本章所学知识的掌握程度。

**4.教学手段**

（1）由浅入深，从理论到实践操作；

（2）结合任务演练，让理论与实际操作融合，增强内容的实操性；

（3）通过二维码链接、知识拓展，丰富知识储备；

（4）通过综合实训和巩固提高，帮助教师进行考查。

**5.教学资料及要求**

除教材中讲解的知识，学生可以学习二维码中的拓展知识，并通过写作直播方案和风险预案，更好地融会贯通。

**6.课后学习任务**

（1）直播方案的要点有哪些？

（2）“店铺女装新品上市，通过此次3小时的直播获得2万元以上的销售额”的直播目标是否符合SMART 原则？

（3）达人主播选品进行化妆品直播带货存在哪些风险?如何预防与应对风险？

（4）某零食公司为进一步推广主打商品柠檬泡椒无骨凤爪，现提供1.5万份的现货商品，以每份35元的价格与抖音上的某达人主播合作。该主播直播间观看人数一般在1万人左右，带货转化率为5%。请为本次直播制订直播方案与风险预案。

**任务3：直播成本控制与引流（8学时）**

**1.任务要求**

（1）熟悉直播成本的构成与成本控制的方法。

（2）熟悉直播成本的构成与成本控制的方法。

**2.任务内容**

（1）固定成本、浮动成本。

（2）直播成本控制。

（3）站内引流渠道、站外引流渠道。

（4）开播前引流方法、直播中引流方法。

**3.教学思路**

（1）通过项目导读导入本章所介绍的相关知识，让学生通过案例受到启发，拓展思维，更好地理解本章内容；

（2）介绍直播成本及其控制策略，结合任务演练，讲解如何制订直播成本控制方案；

（3）介绍直播引流渠道和方法，结合任务演练，具体介绍如何通过微信公众号、微博、抖音推广直播活动；

（4）完成综合实训，拓展更多直播相关知识，并通过巩固提高，加深对本章所学知识的掌握程度。

**4.教学手段**

（1）由浅入深，从理论到实践操作；

（2）结合任务演练，让理论与实际操作融合，增强内容的实操性；

（3）通过二维码链接、知识拓展，丰富知识储备；

（4）通过综合实训和巩固提高，帮助教师进行考查。

**5.教学资料及要求**

除教材中讲解的知识，学生可以学习二维码中的拓展知识，尝试进行直播方案及直播风险预案的制订，更好地融会贯通。

**6.课后学习任务**

（1）直播成本主要有哪些?

（2）直播前的引流方法有哪些?

（3）就直播间的引流推广而言，人群覆盖面越广越好吗? 请说明理由。

（4）请为某灯具专场直播写作宣传文案，设计一张宣传海报，并在微信朋友圈、微信公众号发布直播预告。已知该灯具品牌计划于3月6日19:00在抖音进行直播带货，直播主题为“灯具上新五折购”，直播福利为：关注主播即可领取一张20元优惠券；分享直播间可参与抽奖，中奖者可免费领取灯具一套。

（5）为该灯具品牌拍摄直播预告短视频并在抖音上发布，同时为直播预告短视频进行付费推广。具体要求为：设置用户性别为“女”，年龄为“不限”，地域为“全国”，兴趣标签选择“装修设计”，设置投放金额为“2 000”，为此次直播引流。

**任务4：直播营销活动与脚本策划（16学时）**

**1.任务要求**

（1）掌握策划直播营销活动的方法。

（2）掌握整场直播脚本与单品直播脚本的设计要点。

**2.任务内容**

（1）红包活动。

（2）发放优惠券。

（3）抽奖活动。

（4）设置直播福利任务。

（5）直播脚本的作用与类型。

（6）整场直播脚本策划。

（7）单品脚本策划。

（8）使用AI生成脚本

**3.教学思路**

（1）通过项目导读导入本章所介绍的相关知识，让学生通过案例受到启发，拓展思维，更好地理解本章内容；

（2）介绍红包活动、发放优惠券、抽奖活动、直播福利任务等直播营销活动，结合任务演练，讲解如何创建直播营销活动；

（3）介绍直播脚本的作用与类型、整场直播脚本策划、单品脚本策划、使用AI生成脚本，结合实训，讲解如何策划直播脚本；

（4）完成综合实训，拓展更多直播相关知识，并通过巩固提高，加深对本章所学知识的掌握程度。

**4.教学手段**

（1）由浅入深，从理论到实践操作；

（2）结合任务演练，让理论与实际操作融合，增强内容的实操性；

（3）通过二维码链接、知识拓展，丰富知识储备；

（4）通过综合实训和巩固提高，帮助教师进行考查。

**5.教学资料及要求**

除教材中讲解的知识，学生可以学习二维码中的拓展知识，实际创建营销活动，并策划直播脚本，更好地融会贯通。

**6.课后学习任务**

（1）直播脚本的作用有哪些?

（2）直播脚本的类型有哪些?

（3）常见的直播营销活动有哪些?

（4）登录巨量百应—达人工作台，通过“红包管理”功能创建“大额小额拼手气”倒计时红包，设置为：全部用户可领，领取后24小时有效，稀缺大面额红包单个面额为50元、发放量为5个，普惠面额红包总预算为2 000元、发放量为50个。

（5）分别撰写3条直播开场、引关注、促留存、促转化和下播话术。

（6）现有一款大容量真空保温杯（1 000mL、800mL可选），内胆为304真空不锈钢材质有防粘涂层；杯盖为食品级PP（聚丙烯）材质，可分体拆洗；24小时超长保温保冷，倒置不漏水。请尝试使用FAB法则设计真空保温杯的商品详解环节直播话术。

（7）根据商品信息，按照“引出商品→商品详解→促成下单”的逻辑设计商品推荐话术。

**任务5：直播复盘与数据分析（4学时）**

**1.任务要求**

（1）掌握直播复盘的基本思路与主要内容盘点。

（2）熟悉直播数据分析的主要指标。

**2.任务内容**

（1）直播复盘的基本思路。

（2）直播复盘的主要内容盘点。

（3）用户画像数据指标、流量数据指标、互动数据指标、转化数据指标。

（4）获取直播数据渠道。

**3.教学思路**

（1）通过项目导读导入本章所介绍的相关知识，让学生通过案例受到启发，拓展思维，更好地理解本章内容；

（2）介绍直播复盘的基本思路和主要内容盘点，结合任务演练，讲解如何进行直播复盘；

（3）介绍数据分析的主要指标和数据获取渠道，结合任务演练，讲解如何通过巨量百应、如何利用第三方工具分析直播数据；

（4）完成综合实训，拓展更多直播相关知识，并通过巩固提高，加深对本章所学知识的掌握程度。

**4.教学手段**

（1）由浅入深，从理论到实践操作；

（2）结合任务演练，让理论与实际操作融合，增强内容的实操性；

（3）通过二维码链接、知识拓展，丰富知识储备；

（4）通过综合实训和巩固提高，帮助教师进行考查。

**5.教学资料及要求**

除教材中讲解的知识，学生可以学习二维码中的拓展知识，实际创建营销活动，并策划直播脚本，更好地融会贯通。

**6.课后学习任务**

（1）直播复盘的主要盘点内容有哪些？

（2）分析直播数据的主要指标有哪些？

（3）品牌将直播间的用户定位为18~30岁的人群，直播团队在经过几次直播后，分析了直播间的用户画像，发现直播间用户主要为中老年群体，且直播间下单转化率低，针对该现象，可以从哪些方面进行优化？

（4）在优化商品结构时除了分析商品转化率和售卖比，还可以从哪些角度进行分析？

（5）已知本账号近30天的直播数据概览，要求登录蝉妈妈抖音分析平台，寻找行业对标达人，设置筛选条件为：“食品饮料—零食/坚果/特产”选项，主播性别女，粉丝量在5万左右，以直播带货为主的达人主播账号（选择按场均销售额降序排列下满足筛选条件的第一个账号），查看该账号近30天的直播数据概览，与本账号比较分析。

（6）根据蝉妈妈对本账号单场直播的直播诊断结果，针对低于同行业平均水平的数据指标，请思考在今后的直播中该如何进行优化？

## 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** | **所属环节** | **考核**  **占比** | **考核方式** |
| 课程  目标 1 | 常见直播平台 | 直播前期准备 | 25% | 1.平时作业  2.期末考核  3.课堂表现 |
| 直播所需硬件、软件、物料 | 直播前期准备 |
| 直播选品 | 直播前期准备 |
| 直播方案的作用 | 直播方案的制订 |
| 直播目标 | 直播方案的制订 |
| 直播基本信息 | 直播方案的制订 |
| 固定成本、浮动成本 | 直播成本控制与引流 |
| 直播脚本的作用与类型 | 直播营销活动与脚本策划 |
| 直播复盘的基本思路 | 直播复盘与数据分析 |
| 获取直播数据渠道 | 直播复盘与数据分析 |
| 课程  目标 2 | 常见直播平台 | 直播前期准备 | 40% | 1.平时作业  2.课堂表现  3.期末考核  4.直播模拟活动 |
| 打造主播人设 | 直播前期准备 |
| 选择直播间场地 | 直播前期准备 |
| 布置直播间背景 | 直播前期准备 |
| 布置直播间灯光 | 直播前期准备 |
| 直播选品 | 直播前期准备 |
| 添加与上架直播带货商品 | 直播前期准备 |
| 直播目标 | 直播方案的制订 |
| 直播人员分工 | 直播方案的制订 |
| 直播风险防范要点 | 直播方案的制订 |
| 直播风险应对措施 | 直播方案的制订 |
| 直播成本控制 | 直播成本控制与引流 |
| 站内引流渠道、站外引流渠道 | 直播成本控制与引流 |
| 开播前引流方法、直播中引流方法 | 直播成本控制与引流 |
| 红包活动 | 直播营销活动与脚本策划 |
| 发放优惠券 | 直播营销活动与脚本策划 |
| 设置直播福利任务 | 直播营销活动与脚本策划 |
| 直播脚本的作用与类型 | 直播营销活动与脚本策划 |
| 整场直播脚本策划 | 直播营销活动与脚本策划 |
| 单品脚本策划 | 直播营销活动与脚本策划 |
| 使用AI生成脚本 | 直播营销活动与脚本策划 |
| 直播复盘的基本思路 | 直播复盘与数据分析 |
| 直播复盘的主要内容盘点 | 直播复盘与数据分析 |
| 用户画像数据指标、流量数据指标、互动数据指标、转化数据指标 | 直播复盘与数据分析 |
| 获取直播数据渠道 | 直播复盘与数据分析 |
| 课程  目标 3 | 直播新趋势 | 直播前期准备 | 20% | 1.平时作业  2.课堂表现  3.期末考核  4.直播模拟活动 |
| 直播岗位 | 直播前期准备 |
| 打造主播人设 | 直播前期准备 |
| 直播风险防范要点 | 直播方案的制订 |
| 直播风险应对措施 | 直播方案的制订 |
| 直播成本控制 | 直播成本控制与引流 |
| 站内引流渠道、站外引流渠道 | 直播成本控制与引流 |
| 开播前引流方法、直播中引流方法 | 直播成本控制与引流 |
| 直播脚本的作用与类型 | 直播营销活动与脚本策划 |
| 整场直播脚本策划 | 直播营销活动与脚本策划 |
| 单品脚本策划 | 直播营销活动与脚本策划 |
| 使用AI生成脚本 | 直播营销活动与脚本策划 |
| 直播复盘的基本思路 | 直播复盘与数据分析 |
| 直播复盘的主要内容盘点 | 直播复盘与数据分析 |
| 用户画像数据指标、流量数据指标、互动数据指标、转化数据指标 | 直播复盘与数据分析 |
| 课程  目标 4 | 直播新趋势 | 直播前期准备 | 15% | 1.课堂表现  2.直播模拟活动 |
| 直播岗位 | 直播前期准备 |
| 打造主播人设 | 直播前期准备 |
| 直播风险防范要点 | 直播方案的制订 |
| 直播风险应对措施 | 直播方案的制订 |
| 开播前引流方法、直播中引流方法 | 直播成本控制与引流 |
| 直播复盘的主要内容盘点 | 直播复盘与数据分析 |
| 用户画像数据指标、流量数据指标、互动数据指标、转化数据指标 | 直播复盘与数据分析 |

**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% | 直播模拟活动成绩比例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、参与讨论和直播模拟活动、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）直播模拟活动（25%）：**学生需要对所选产品进行深入了解，包括产品特点、优势、适用人群等。同时，他们还需要准备直播脚本、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。同时，他们还需要掌握直播设备的使用，包括摄像头、麦克风、照明设备等。学生需要在直播中展示产品，清晰、准确地介绍产品特点和优势。他们还需要与观众互动，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。学生需要关注直播过程中的观众反馈，收集和分析观看数据、互动数据等，以评估直播效果和影响力。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。