

《直播销售》专业核心课程标准

专业名称： _____ 网络营销与直播电商 _____

专业代码： _____ 530704 _____

学 制： _____ 三年制高职 _____

适用年级： _____ 2025级 _____

制订时间： _____ 2025 年 06月 _____

岳阳现代服务职业学院

《直播销售》

课

程

标

准

制定人：张敏

数字经济管理学院

二〇二五年六月

目 录

一、课程基本信息

二、课程性质与任务

（一）课程性质

（二）课程任务

（三）学情分析

三、课程目标与要求

（一）课程目标

（二）课程要求

四、课程结构与内容

（一）课程结构

（二）课程内容

五、课程实施与保障

（一）课程实施

（二）课程保障

六、课程考核与评价

七、课程进程与安排

一、课程基本信息

课程名称	直播销售	课程代码	0424212
课程学时/学分	64/3	课程类型	专业核心课程
适应专业	网络营销与直播电商	开设学期	第四学期
执笔人	张敏	制定日期	2025 年 06月
课程团队成员	龙姝亭、李泽红、张敏、胡航、叶知行		
课程审核	教研室主任：龙姝亭		
	专业带头人：喻建良		
	二级学院（部）负责人：周华庭		
	教务处负责人：李景福		

二、课程性质与任务

（一）课程性质

《直播销售》是直播电商专业核心课程，旨在培养学生掌握直播策划、话术设计、流量运营、带货转化等核心技能，具备直播场景下的产品讲解、互动营销、数据分析及应急处理能力，树立合规直播、诚信销售的职业素养。课程对接直播销售员、电商主播等岗位需求，构建 “直播策划、场景搭建、话术设计、实战带货、数据复盘” 五大教学模块，涵盖账号定位、脚本撰写、流量投放、粉丝运营、售后协同等典型工作任务。教学中采用 “理实一体化 + 实战项目驱动” 模式，通过模拟直播实训、企业真实带货项目、跨境直播专题等强化实操，同步融入课程思政，培养学生的责任意识与创新思维。课程评价以过程性考核与结果性考核相结合，助力学生胜任直播电商行业全流程销售岗位，提升职业竞争力。

（二）课程任务

通过本课程的学习，学生将在直播销售领域收获显著成果。在直播策划与执行方面，能够制定完整的直播销售方案，设计富有吸引力的直播话术，搭建符合产品特性的直播场景，精准把握直播节奏。在产品营销与互动领域，学生可运用多样化的产品展示技巧和直播互动策略，高效引导用户参与直播、了解产品，提供有针对性的购买建议，大幅提升直播转化率。在流量运营与转化层面，能够制定流量引流策略，策划并执行粉丝运营活动，实现直播流量的有效沉淀与转化。在数据复盘与优化方面，通过分析直播数据，总结销售经验，提出针对性优化方案，提升直播销售效果。凭借这些学习成果，学生可以胜任直播电商行业中的直播销售员、电商主播、直播运营专员等岗位，满足岗位对直播策划、产品讲解、互动营销、流量运营、数据复盘等工作的要求，为直播电商企业的产品销售与品牌推广提供有力支持。

（三）学情分析

本课程的授课对象是网络营销与直播电商专业 2023 级学生，该阶段学生已积累了一定的专业基础知识，学习习惯逐渐趋于成熟。多数学生养成了主动查阅资料、自主探索专业知识的习惯，能够借助网络课程、等拓展学习边界。在团队协作方面，经过之前课程项目的锻炼，学生们具备了一定的小组合作经验，懂得如何分工协作完成任务，不过在协作过程中，仍存在部分学生主导性过强或参与度不足的情况。从学习状态来看，学生面临就业与升学的双重压力，目标导向性更强。他们对直播销售这类与未来职业发展紧密相关的课程投入度较高，积极参与校内外直播实践活动，期望借此提升自身在就业市场的竞争力。然而，由于学业任务繁重，部分学生时间管理能力不足，在平衡多门课程学习时，可能出现精力分配不均的问题，在《直播销售》课程学习中难以始终保持高度专注。《直播销售》课程具有显著的实践性与时效性，课程内容涵盖直播话术设计、产品展示技巧、直播互动策略等多个实操性板块，要求学生通过大量模拟直播、真实带货实践来掌握。对于学生而言，从理论知识向实际直播销售场景的转化存在一定挑战，需要教师在教学中强化实践指导，帮助学生紧跟行业步伐，将所学灵活运用到直播销售实战中。

三、课程目标与要求

（一）总体目标

《直播销售》课程的学习旨在培养学生树立“用户至上、精准营销”的直播销售理念，熟练掌握直播策划、话术设计、流量运营及带货转化等核心技能，全面具备直播场景下的产品讲解、互动营销、数据分析及应急处理能力。课程教学落实立德树人根本任务，贯彻课程思政要求，使学生在快速迭代的直播电商环境中坚守合规直播底线，践行诚信销售原则，培养创新思维与责任意识，引导学生在应对直播销售挑战时，通过策划、执行、复盘的全流程实践形成良好的职业素养与抗挫折能力，提升就业竞争力。课程通过理论教学让学生理解直播销售的底层逻辑与行业规律，借助模拟直播实训、企业真实带货项目、跨境直播实战等实践教学环节，强化学生对直播全流程的操作能力，确保学生能无缝对接直播销售员、电商主播、直播运营专员等岗位需求，为其在直播电商行业的职业发展筑牢能力根基。

（二）具体目标

1. 素质目标：树立诚信直播、合规销售的职业操守，践行社会责任意识，坚守直播电商行业伦理底线。培养创新思维与快速学习能力，适应直播电商行业动态变化，主动探索新兴直播模式与技术应用。

2. 知识目标：掌握直播销售全流程理论知识，包括直播策划逻辑、流量运营原理、用户互动心理学及数据复盘方法。熟悉不同品类产品的直播营销特点，掌握消费者需求分析、竞品调研及产品卖点提炼的基础理论。

3. 能力目标：能独立完成直播账号定位、直播脚本撰写及全流程策划，设计符合目标客群的直播主题与营销方案。能运用多样化话术技巧进行产品讲解，通过互动策略提升用户参与度与转化率。

（三）课程要求

1. 坚持立德树人

《直播销售》专业课程教学需落实立德树人根本任务，深度挖掘直播电商行业中的思政元素，将诚信销售、社会责任、文化自信等价值观融入教学全过程。通过典型直播案例辨析、合规销售情景模拟等环节，引导学生在直播策划与执行中坚守法律底线、恪守职业操守，培养明辨网络舆情、自觉抵制不良营销的职业品格。

2. 提升专业技能

课堂教学采用“理论奠基-模拟实训-实战带货”三位一体模式，通过脚本撰写实操、多平台直播演练、真实流量数据分析等理实结合方式，让学生在“策划-执行-复盘”全流程实践中提升直播策划能力、临场应变能力与商业转化能力，实现课程内容与岗位需求的精准对接。

3. 培养创新意识

依托学生个性化学习习惯与行业动态化特征，创设“平台驱动 + 项目创新”的教学环境。鼓励学生自主探索新兴直播平台，通过小组协作完成创意直播方案设计、互动玩法开发等任务，开展“直播营销创新案例分享会”“新平台运营策略探究”等活动。引导学生利用数字工具进行学情调研与策略优化，培养适应行业变革的自主学习能力、跨界整合能力与直播模式创新能力，形成“敢尝试、善创新、能迭代”的职业发展思维。

四、课程结构与内容

（一）课程结构

《直播销售》是一门实践性突出的专业核心课程，紧密对接直播销售员、电商主播、直播运营专员等岗位工作内容，如直播策划执行、产品话术设计、流量转化优化等，严格遵循高职教育人才培养目标与本专业人才培养方案，有机融入“直播电商运营职业技能等级证书”等岗赛证要求。秉持“理论以必需、够用为纲，实践以强技、

致用为本”的原则，按照“认知奠基—专项突破—综合实战”的逻辑序化课程内容，精心设计“直播销售基础认知”“主播素养提升训练”“直播选品与商品管理”“直播策划与脚本设计”“直播互动营销实战”“直播数据复盘与优化”等8个项目模块。针对每个项目模块，按岗位实际工作流程设置递进式任务：在“主播素养提升训练”模块，设置“主播人设定位与形象设计”“直播话术撰写与表达训练”“镜头感与临场应变模拟”等任务，强化语言表达、情绪管理等核心素养；在“直播策划与脚本设计”模块，设置“直播主题定位与流程规划”“单品脚本与整场脚本撰写”“直播场景搭建与设备调试”等任务，掌握全流程策划技能；在“直播互动营销实战”模块，设置“流量引流策略制定”“直播互动活动策划”“实时促单技巧实操”等任务，提升营销转化能力，在“直播数据复盘与优化”模块，设置“关键数据指标分析”“直播效果评估报告撰写”“优化方案制定与实施”等任务，培养数据驱动思维。教学实施中高度重视实践育人，通过“直播模拟实训室场景演练”，构建“理论讲解—分项实训—综合实战”三位一体教学体系，实现课程内容与岗位标准、教学过程与工作过程的深度对接，全面提升学生直播销售全流程操作能力与职业竞争力。

表 1 课程结构一览表

序号	项目名称	任务	学时
1	项目一：认识直播和直播营销	任务一：直播营销的价值	4
		任务二：直播营销的行业解析	
		任务三：直播营销行业痛点与发展趋势	
2	项目二：直播电商平台选择	任务一：货架电商平台	8
		任务二：兴趣电商平台	
		任务三：社交电商平台	
3	项目三：直播账号定位设计	任务一：确定直播赛道	4
		任务二：寻找对标账号	
		任务三：直播账号设计	
4	项目四：直播营销的团队建构	任务一：直播团队的建构方法	8
		任务二：直播团队的配置方案与运营	
		任务三：直播团队薪酬模式和	
5	项目五：直播营销的主播打造	任务一：人气主播具备的特点	8
		任务二：直播的人设策划	
		任务三：虚拟主播的发展	
		任务四：AI虚拟主播设计	
6	项目六：直播营销的策划与筹备	任务一：直播营销工作流程	8
		任务二：直播活动脚本设计	
		任务三：直播场地的设计布置	
		任务四：直播间软硬件调试	

7	项目七：直播营销的商品规划	任务一：直播间的选品方法	8
		任务二：商品的定价策略	
		任务三：商品的配置策略	
8	项目八：直播前的引流预告	任务一：直播引流的渠道和时机	8
		任务二：直播引流的内容设计	
		任务三：不同平台的付费引流	
9	项目九：直播间的营销管理	任务一：直播营销的话术设计	4
		任务二：直播间的氛围管理	
		任务三：直播间的促销策略	
10	项目十：直播间的数据复盘	任务一：直播复盘的基本步骤	4
		任务二：直播复盘的数据分析	
		任务三：直播复盘的常用指标	
合计			64

（二）课程内容

本课程总课时 64 节，课程具体教学内容和实训项目见表 2。

（按每个任务来填写教学目标、教学内容、实训项目、课时）

表 2 课程教学内容一览表

序号	项目	任务	教学目标			教学内容	实训项目	课时
			素质目标	知识目标	能力目标			
1	项目一：认识直播与直播营销	1. 认识直播以及直播的营销价值	树立正确的直播营销价值观，自觉遵守行业规范与道德准则。	理解直播营销的核心价值，包括流量获取、品牌推广、产品销售、用户互动等方面的独特优势与作用。	熟练运用直播营销的相关理论知识，结合具体产品或服务，制定出具有可行性的直播营销价值分析报告。	1. 直播营销的发展历程 2. 直播营销“人、货、场”三要素组成		4
		2. 直播营销行业解析和发展趋势	激发学生对直播营销行业动态的持续关注热情，	系统掌握直播营销行业的产业链构成，包括上游的供应	能在团队协作中，有效沟通对直播营销行业的见	1. 直播营销的主要形式、产业链结构 2. 直播营销行业痛点和发展趋势	熟悉掌握直播营销产业的结构	2

			培育其主动学习的意识	商、中游的直播平台与MCN机构等环节。	解，共同完成行业分析报告。			
2	项目二：直播电商平台选择	1. 货架电商	践行社会主义核心价值观，培养新时代具有社会责任的直播营销人员	掌握货架电商的发展历程、平台优势、用户画像	具备良好的语言表达能力，能够掌握不同平台的语言风格	1. 淘宝电商 2. 京东电商 3. 拼多多电商		4
		2. 兴趣电商	根据不同平台的特点提升相应的直播营销能力	掌握兴趣电商的发展历程、平台优势、用户画像	具备收集资料的能力，能够有针对性地获取资料。	1. 抖音电商 2. 快手电商		4
3	项目三：直播账号定位设计	1. 确定赛道	遵守国家法律法规，坚持正确的价值导向	掌握不同直播赛道的特点，选择直播赛道	能够通过市场调研、目标用户画像分析，精准定位直播账号的垂直领域	1. 市场分析 2. 评估自身优势	数据平台分析实训	2
		2. 对标学习	选好直播赛道，真诚服务人民，满足人民的物质需求与精神需求。	学习并掌握精准对标账号的方法	针对不同类型的直播账号，设计符合账号定位的内容选题库，掌握热点捕捉	1. 寻找对标账号 2. 借鉴学习其他账号		
		3. 账号设计	融合中国优秀传统文化元素，积极传播社会主义核心价值观。	了解和掌握账号设计的基本步骤，账号设计的几种基本原则	运用色彩搭配、字体选择、排版布局等设计原则，制作与账号风格一致的头像、短视频等	1. 账号名称设计 2. 账号头像设计 3. 账号简介设计	账号设计实训	2
4	项目四：直播营销团队建构	1. 直播团队的建构方法	认识直播营销对经济发展的	了解不同情况下直播团队的建构方	能够运用岗位分析方法，明确	1. 直播团队的建构方法 2. 直播营销公司		4

			重要性, 增强服务社会经济发展的责任。	法, 清楚直播营销团队的岗位职责	策划、直播、运营的工作	和团队的组织结构		
		2. 直播团队的配置方案和运营策略	团结和引导直播团队成员坚定理想信念, 践行社会主义核心价值观。	了解直播团队的配置方案, 掌握不同直播团队的薪资模式	根据直播营销项目的具体目标与流程, 合理分配团队成员工作任务	1. 直播团队的5种配置方案 2. 直播团队的薪资模式	直播团队建构实训	4
5	项目五: 直播营销的主播打造	1. 人气主播具备的特点	树立远大理想和人生目标, 强化责任与担当。	掌握人气主播具备的特点	具备良好的个人素质, 筛选主播的能力	1. 人气主播具备的特点 2. 人气主播的作用		2
		2. 主播的人设策划	坚持正确内容导向, 培养具有正确认知和价值观的主播	了解主播人设的策划方法、主播人设的渲染方法	具备良好的学习能力, 能够独立设计主播人设的策划方案	1. 依据用户人群选择人设 2. 从三个角度渲染主播人设		2
		3. 虚拟主播的发展	满足人民美好生活的需要, 打造专业且具有温度的主播	掌握虚拟主播的相关知识, 了解虚拟主播的发展趋势	能够明确虚拟主播的类型和作用	1. 虚拟主播的特点和类型 2. 虚拟主播的未来发展趋势	虚拟 AI 主播视频制作实训	4
6	项目六: 直播营销的策划与筹备	1. 直播方案的策划与执行规划	用技术手段改进策划流程, 建立科学合理的直播营销筹备机制	掌握直播营销的工作流程, 了解直播整体的策划方案	设计详细的直播营销活动执行流程, 明确各环节的时间节点、责任分工与操作规范。	1. 直播方案的策划要点 2. 直播方案的执行规划		
		2. 直播活动的脚本方案	贯彻新发展理念, 服务国家战略, 满足人民美好生活需要	掌握直播活动种脚本的设计流程和技巧	具备良好的语言表达能力, 根据实际情况设计直播间的脚本话术	1. 直播活动中的整场脚本策划 2. 直播活动中的单场脚本策划		2

		3. 直播场地的选择与布置	遵守国家法律法规，加强行业自律，倡导文明健康的网络传播	了解直播场地的选择与布置方法，直播间需要配置的设备	完成直播设备调试、场景搭建、能够预判并解决筹备过程中出现的技术故障	1. 直播场地的选择 2. 直播场地的布置 3. 直播中的软件和硬件	直播间场地布置实训	2
7	项目七：直播营销的商品规划	1. 直播间的选品方法	具备良好的团队精神，能够与团队成员共同策划选品	掌握直播间选品的用户思维和步骤	能够运用市场调研工具和数据分析方法，结合目标受众画像，分析市场趋势、形成选品报告	1. 选品的三大维度 2. 选品的用户思维 3. 选品的六个步骤		2
		2. 直播间商品的定价策略	具备一定的资料收集、归纳能力，坚持对商品信息的学习	熟悉直播间各类商品的定价策略，掌握商品的定价策略	能运用成本导向、需求导向等定价方法，为直播商品制定合理的价格	1. 单品定价策略 2. 组合商品定价策略		2
		3. 直播间商品的配置策略	积极发掘能展示中华优秀传统文化的商品	熟悉直播间各类商品的配置策略，了解主流选品渠道	基于商品特性、受众需求和营销目标，设计多样化的商品组合方案	1. 按商品性质划分 2. 按商品销量划分 3. 按商品用途划分	直播间商品配置策略	4
8	项目八：直播前的引流预告	1. 直播引流的渠道和时机	树立服务民众的信念，通过引流预告宣传主旋律	掌握直播引流的渠道和时机	能针对不同的引流渠道，创作多样化宣传内容，如短视频，突出直播亮点与福利	1. 直播引流的渠道 2. 直播引流的时机		2

		2. 直播引流的内容设计	把关引流预告的内容,防止出现违法违规内容	了解直播引流的内容设计	熟练运用设计软件和剪辑工具,制作具有吸引力内容	1. 引流文案的设计 2. 引流短视频的内容策划	直播引流内容设计实训	2
		3. 不同平台的付费引流	加强引流预告人才队伍建设,提高思想觉悟和业务能力	了解不同平台的付费引流方案	实时监测不同平台引流过程中的关键数据,如曝光量、点击率等	1. 淘宝直播付费引流模式 2. 抖音直播付费引流模式 3. 快手直播付费引流模式		
9	项目九: 直播间的营销管理	1. 直播间的话术设计	运用新技术提高直播间的运营效率,推动直播电商创新发展	了解直播话术设计的流程和步骤	运用多样化的互动技巧和话术,活跃直播间氛围,增强与观众的互动性和粘性。	1. 直播营销话术设计的要点 2. 直播开场和互动话术设计 3. 直播商品讲解和收尾话术设计		2
		2. 直播间的氛围管理方法	加强直播间的管理人员队伍建设、提高服务水平和业务能力	熟悉直播间氛围管理的方法、派发红包的流程	能根据直播营销目标和产品特点,策划直播间专属营销活动,进行氛围管理	1. 派发红包 2. 送福利 3. 营造群体归属感		2
		3. 直播间的促销策略	围绕人民需求开展管理,让直播惠及更多的人	掌握直播间节日型促销和反季节促销的两种方式	制定详细活动规则和执行方案,提升销售转化率	1. 节日型促销 2. 反季节促销		2
10	项目十: 直播间的 数据复盘	1: 数据复盘基本步骤	利用数字手段,推动直播复盘效率	了解直播复盘的基本步骤		1. 数据分析的步骤		2
		2: 数据分析指标	发现问题、分析问题、解决问题	掌握直播复盘的数据分析步骤		1. 用户画像指标 2. 转化率指标		2

五、课程实施与保障

（一）课程实施

1. 课程理念

坚持以学习者为中心，按照“以学定教、以学施教、以学评教”的理念，教师根据岗位工作流程、课程内容特点和学生学情情况，融入岗赛证要求，挖掘课程思政元素和文化元素，制定教学策略；突出学生主体地位和教师的主导作用，精心设计教学流程和教学活动，通过情境体验、课堂互动、作品呈现等环节，让学生动起来，让课堂活起来；因材施教，鼓励和帮助学生个性化、差异化发展，使学生学有所思、学有所得、学有所用。

2. 教学策略

教学模式：本课程采用“线上线下混合式与实战项目驱动”的教学模式。在教学过程中，以直播销售核心理论贯穿始终，如消费模型、流量漏斗理论、主播人设构建原理等，通过行业前沿动态分享激发学生探索兴趣，结合头部主播带货复盘、爆品直播案例拆解等形式深化认知。主要依托多媒体资源与虚拟仿真技术，动态呈现直播策划流程、话术设计要点、流量运营逻辑等知识模块。要求学生分别以主播、运营专员、选品经理等角色，模拟完成账号定位、脚本撰写、直播执行、数据复盘等全流程业务场景，如设计差异化直播主题、策划限时促销活动、优化直播间流量转化路径。引导学生通过案例研讨剖析直播爆冷或热销的关键因素，分组设计创意直播方案并进行路演答辩，使学生在任务实操、方案PK中主动发现问题、拆解逻辑、验证策略，在角色扮演中强化对直播岗位的角色认知，切实掌握直播策划、话术表达、流量转化等核心技能，提升临场应变、团队协作与商业洞察能力。同时，线上教学环节利用直播实训平台提供海量带货视频库、AI话术生成工具；线下课堂聚焦实景直播演练、企业导师工作坊、直播实战项目指导，实现“理论认知—模拟训练—真实带货”的螺旋式能力提升，推动教学过程与直播岗位工作过程的深度耦合。

教学方法：

①启发式教学法

在课程教学过程中，通过对已掌握内容的复习、回顾，启发引导出新的知识和问题。进而促进学生积极主动地学习，更好地激发学生的学习兴趣，加深对课程的理解。

②项目教学法

通过项目分析分解出项目任务，引导学生自主实施项目，包括信息的收集、方案的设计、数据的加工以及最终结果的评价，每一个项目任务结束形成标志性的成果。让学生在做的过程中，提升职业能力，养成主动探究、独立思考的习惯。

③案例教学法

选取某一具体企业发生的案例，介绍每个项目的知识点，符合实际，易于接受。让学生初步具备处理企业各类复杂的客户关系的实际能力，全面地掌握客户服务管理岗位的业务技能并拥有更好地履行其岗位职责的能力。

④任务驱动教学法

设计与当前学习内容密切相关的真实任务作为工作内容，学生开展自主学习或协作学习，教师进行有效指导，鼓励学生之间讨论和交流，完成任务提交成果，最后进行效果评价。教、学、做结合，解决理论教学抽象、枯燥的问题，提高学生学习兴趣，培养职业判断能力、探究精神和团队合作精神。

教学手段：依托智慧职教、爱课程、超星、钉钉、新道云等教学平台和微信学习群、QQ 学习群等，运用多媒体设备、动画模型、挂图等教学资源和设备进行教学，动态记录学生的学习情况，教师可随时与学生互动，及时了解学生的整体和个体目标达成情况，为调整教学策略和个别辅导提供依据。

3. 教学过程

课前导学：教师推送学习资源，发布学习任务；学生以小组为单位研讨，完成任务；教师线上交流与答疑，了解学生自主学习情况，修改教学策略。

课中研学：围绕教学目标和教学重难点，针对课前自学环节的困惑和疑点，根据专业/学科课程特点和学生学习心理特征，精心设计教学流程，引导学生做中学、学中做，在问题导向、合作探究、师生互动、作品展示中习得知识、培养能力、提升素养。

课后践学：围绕教学目标，引导学生在课外活动中参与课程实践，拓展知识视野，践行文化价值，培育专业能力。课程实践活动原则上体现开放性（如企业调研、社会调查等）和合作性（小组或团队合作）。

4. 课堂形态

适应“互联网+”信息化教学环境及学生学习特点，依托“智慧职教、爱课程、超星、钉钉、腾讯云”等智慧教育云平台和校内外实习实训基地，充分运用数字化课

程资源、模拟仿真软件、教学仪器设备等教学资源和云计算、大数据、人工智能等现代教育技术，建设“云端课堂、实体课堂、仿真课堂、实境课堂”，使智慧教育覆盖教学的全过程，以学定教，打造高效课堂，促进学生个性化发展。

（二）课程保障

1. 教学团队：学历要求团队成员应至少具有本科及以上学历，其中硕士及以上学历占比不低于 30%。高学历成员能为课程带来前沿的学术理念与研究成果，助力课程内容与时俱进。团队需配备一定数量的中高级职称教师，中级职称教师作为教学中坚力量，负责课程主体教学工作；高级职称教师凭借深厚专业积累，把控课程方向，指导年轻教师教学。企业实践经历：每位教师应至少有半年相关企业实践经历，或近三年内参与过企业实际项目。定期安排教师到企业挂职锻炼，更新知识储备，了解行业最新动态，使教学紧密贴合市场需求。

教室需配备专业化多媒体教学设备，除常规投影仪、电子白板、音响系统外，还需增设高清摄像机、补光灯、专业麦克风等直播设备，确保教学过程中直播案例、实操演示能清晰呈现，同时借助智能中控系统营造沉浸式教学氛围。教室采用模块化可移动桌椅布局，既支持小组讨论、案例分析等互动教学，也能快速转换为直播场景模拟区，满足直播话术演练、场景搭建实训等教学需求。

实训室建设直播销售综合实训中心，增设专业直播中控台、多平台直播推流设备、虚拟背景生成系统、直播效果监测屏等设备。数据分析软件助力学生分析直播流量、用户画像；而专业直播设备则支撑学生开展全流程直播演练，从选品策划、场景搭建到实时互动、数据复盘，全方位提升直播销售实践技能。

校外实训基地：与 5 家以上行业头部企业建立深度合作，打造专业化校外实习基地。合作企业需覆盖美妆、食品、数码、家居等直播电商热门领域，以及新媒体运营、MCN 机构等直播产业链上下游企业，为学生提供丰富多元的直播销售实习岗位，如直播运营助理、主播助理、短视频策划、直播数据分析专员等。

3. 教学资源

（1）教材：从教育部和省教育厅指定的教材目录中选用近 3-4 年内出版的教材，优先使用国家规划教材、全国百强出版社教材、省级规划教材；鼓励校企合作开发活页式、工作手册式新型教材。

推荐教材：《直播营销》 作者:李圆圆 出版社：人民邮电出版社

（2）教学参考资料：根据课程教学的实际需要，配置与本课程相关的专业参考书，方便师生查询、借阅。主要参考书目如下：

《电商直播带货实战攻略图解版》作者：王秀萍 出版社：电子工业出版社

出版时间：2022 年。本书系统地将直播带货知识划分为认知、准备、营销和团队运营四个板块。特别适合初步接触直播销售领域，渴望迅速上手实操的学生阅读。

《直播运营一本通》 作者：富爱 出版社：人民邮电出版社 推荐理由：内容全面，从主播素养提升、平台运营要点到商业获利途径都有涉及。其知识体系完整，既适合直播销售的初学者作为入门指引，也被多所高校选作相关课程教学辅助材料。

（3）数字化教学资源:建设和配备与本课程有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例、虚拟仿真软件、数字教材等教学资源，形成种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学的数字化教学资源库。主要学习网站如：

中国大学慕课 <https://www.icourse163.org/>

国家高等教育智慧教育平台 <https://www.chinaooc.com.cn/course/>

六、课程考核与评价

课程的考核评价采用过程性考核评价、终结性考核评价与增值性考核评价相结合的形式，过程性考核主要包括课前线上学习、课中出勤与课堂参与度以及课后作业任务完成度等；终结性考核包括期末理论考试、专业技能考核或作品考核；增值性考核指学生在学完规定的学习任务后，获得的荣誉，竞赛获得的奖项，开发的产品、项目、专利，发表的论文等成果，可以转化成学分，替换相关课程或环节部分学分。

表 3 课程考核评价形式一览表

考核评价形式		考核内容	比例%
过程性考核与评价	课前：线上讨论、课前测试、作品提交等	到课考勤、学习态度、安全意识、合作精神、敬业精神、团队意识、课堂参与、实训操作、知识掌握等	10
	课中：课堂提问、现场操作、小组考核、小测验等		30
	课后：课后作业、课后实践、学习、作品提交等		10
终结性考核与评价	理论考试	理论知识、职业规范等	
	技能考核/作品考核	专业技能、创新能力等	

表 4 课程考核内容一览表

序号	模块	任务	知识点	技能点	考核占比 (%)	
1	项目一：	1. 认识直播以及直播的营销价值	1. 直播营销的发展历程 2. 直播营销“人、货、场”三要素组成		5	
		2. 直播营销行业解析和发展趋势	1. 直播营销的主要形式、产业链结构 2. 直播营销行业痛点和发展趋势	熟悉掌握直播营销产业的结构	5	
2	项目二：	1. 货架电商	1. 淘宝电商 2. 京东电商 3. 拼多多电商	掌握货架电商平台的用户画像	4	
		2. 兴趣电商	1. 抖音电商 2. 快手电商		6	
3	项目三：	1. 确定赛道	1. 市场分析 2. 评估自身优势	数据平台分析实训	2	
		2. 对标学习	1. 寻找对标账号 2. 借鉴学习其他账号		4	
		3. 账号设计	1. 账号名称设计 2. 账号头像设计 3. 账号简介设计	账号设计实训	5	
4	项目四：	1. 直播团队的建构方法	1. 直播团队的建构方法 2. 直播营销公司和团队的组织结构		4	
		2. 直播团队的配置方案和运营策略	3. 直播团队的 5 种配置方案 直播团队的薪资模式	直播团队建构实训	6	
5	项目五：	1. 人气主播具备的特点	1. 人气主播具备的特点 2. 人气主播的作用		2	
		2. 主播的人设策划	1. 依据用户人群选择人设 2. 从三个角度渲		5	

			染主播人设			
		3. 虚 拟 主 播 的 发展	1. 虚拟主播的特点和类型 2. 虚拟主播的未来发展趋势	虚拟AI 主播视频制作实训	6	
6	项目六：	1. 直播方案 的 策划与执行规划	1. 直播方案的策划要点 2. 直播方案的执行规划		5	
		2. 直播 活动 的 脚本方案	1. 直播活动中的整场脚本策划 2. 直播活动中的单场脚本策划		5	
		3. 直播场地的 选择与布置	1. 直播场地的选择 2. 直播场地的布置 3. 直播中的软件和硬件	直播间场地布置实训	5	
7	项目七：	1. 直播 间 的 选品方法	1. 选品三大维度 2. 选品用户思维 3. 选品六个步骤		5	
		2. 直播 间 商 品 的定价策略	1. 单品定价策略 2. 组合商品定价策略		5	
		3. 直播 间 商 品 的配置策略	1. 商品性质划分 2. 商品销量划分 3. 商品用途划分	直播间商品配置策略	5	
8	项目八：	1. 直播 引流 的 渠道和时机	1. 直播引流的渠道 2. 直播引流的时机		5	
		2. 直播 引流 的 内容设计	1. 引流文案的设计 2. 引流短视频的内容策划	直播引流内容设计实训	5	
		3. 不 同平 台 的 付费引流	1. 淘宝直播付费引流模式 2. 抖音直播付费引流模式		4	
合计					1 0 0	

七、课程进程与安排

（教学内容原则上以 2 个课时为单位填写，个别特殊情况可 4 个课时为单位填写；除理实一体课程外，其余课程的实践教学内容要求单独成行填写；执行周次应与人培方案中学期周数、周课时吻合）

表 5 课程进程安排一览表

序号	教学内容	计划课时		授课教师	授课地点	执行周次
		理论课	实践课			
1	直播销售历史与平台	2	2	张敏	躬行楼	第 2 周
2	货架电商	4	0	张敏	躬行楼	第 3 周
3	兴趣电商	4	0	张敏	躬行楼	第 4 周
4	直播账号定位设计	2	2	张敏	躬行楼	第 5 周
5	直播营销的团队构建	2	2	张敏	躬行楼	第 6 周
6	直播团队的配置方案	2	2	张敏	躬行楼	第 7 周
7	直播营销的主播打造	4	0	张敏	躬行楼	第 8 周
8	虚拟 AI 主播视频制作	0	4	张敏	躬行楼	第 9 周
9	直播营销的策划与筹备	2	2	张敏	躬行楼	第 10 周
10	直播前的引流预告	2	2	张敏	躬行楼	第 11 周
11	直播活动的脚本方案	2	2	张敏	躬行楼	第 12 周
12	直播营销的选品方法	4	0	张敏	躬行楼	第 13 周
13	直播商品的定价策略	2	2	张敏	躬行楼	第 14 周
14	直播营销的话术设计	2	2	张敏	躬行楼	第 15 周

15	直播间的氛围管理方法	2	0	张敏	躬行楼	第 16 周
16	直播复盘的基本流程	2	0	张敏	躬行楼	第 16 周
17	直播复盘的数据分析	2	2	张敏	躬行楼	第 17 周
本期合计计划课时： <u>64</u> 学时， 其中理论时 <u>40</u> 学时， 实践课时 <u>24</u> 学时。						