

《直播营销》课程教学计划书

● 课程设置

- 课程名称：《直播营销》
- 课程类别：专业必修课
- 课程性质：必修
- 计划学时：40
- 计划学分：3
- 先修课程：无
- 适用专业：电子商务类和市场营销类专业课程教材

● 课程简介

➤ 教学目标

多角度、深层次地剖析了直播运营的策略与方法，内容涵盖认识直播、直播内容策划、直播技能和直播运营实战等，以案例为主导，激发学生的学习兴趣，帮助学生快速掌握直播技巧和方法，使学生能够学以致用，培养和提升学生的实际运营能力。

➤ 基本知识

直播营销概念、直播发展史、直播平台及特点、直播风险防范、直播营销整体思路、直播人员分工设置、直播营销传播与发酵、直播复盘与提升、直播 55 问。

➤ 问题分析

发现在直播运营中失败的原因，从平台、定位、人设、运营、推广、包装和变现等各环节中多角度、深层次地剖析直播运营的策略与方法。

➤ 设计 / 开发解决方案

概念和理论的基础上，重点讲解行之有效的运营方法，以案例为主导，着重培养学生的实际运营能力。

➤ 研究

分析市场，以案例为基础研究直播运营。

➤ 使用现代工具

熟悉了解现如今市面各种平台以直播工具，营销类，文案类，剪辑类等等。

➤ 环境和可持续发展

网络信息技术迅猛发展，直播营销生态的逐渐完善，直播已成为广告主非常青睐的重要营销推广渠道，使得直播行业蕴含着无法预估的商业机会。直播作为一种新媒体手段，能够吸引巨大的网络流量，直播带货成为目前备受社会关注的焦点，这种销售方式已经成为经济领域新的增长点。

➤ 职业规范

在网络直播中，主播的着装要自然、大方、整洁、得体，在人际交往中，主播的言行举止要文明、礼貌，充分体现主播对观众的尊重，营造健康的网络环境，直播主播需注重自身形象的塑造，具备自信、尽职、乐观等良好的心理素质。

➤ 个人和团队

个人与团队的运营模式，以及人员配置工作职责

➤ 沟通

与各种角色之间的沟通协商技巧。

➤ 项目管理

直播的风口一直都在，要从平台、定位、人设、运营、推广、包装和变现等多角度，深层次的挖掘和学习，理论结合实践，掌握直播技巧及落地方法，抢占直播时代的巨量红利市场。

● 课程计划

直播课程进度计划			
课时	课程目的	教学方法	课程练习
1	熟知直播的基础概念（发展历程及特点优势）	讲授法	/
2	建立直播营销的整体思路	讲授法+讨论法	案例分析：按照今日内容分析某直播间整体链路
2	学会直播营销目的分析	讲授法+讨论法	从人、货、场三个维度对某品牌进行直播分析
6	掌握直播营销策略组合（人设的打造、选品策略、场景打造）	讲授法+讨论法	尝试为某品牌设计直播营销策略组合
2	掌握直播方案执行规划	讲授法+讨论法	为上节课的策略组合做好执行方案
3	认识直播硬件与直播工具	讲授法+直观演示法	/
2	认识直播人员分工设置	讲授法	/
5	学会直播间话术及玩法并熟练运用	讲授法	为上节课的直播策略设计好开场、互动、结尾话 /

2	学会直播间传播计划拟定	讲授法	以某场直播为主，制作一个宣传点（不限于海报/软文/视频）
3	学会直播间粉丝管理	讲授法	以小米公司为例，分析该品牌是如何维系粉丝的（字数 500-800 字）
3	学会直播复盘	讲授法+讨论法	以某品牌直播为例，复盘该品牌直播的数据
5	直播实操与演练	讲授法+练习法	分组演练一场直播、主题不限
4	易直播的使用与说明	讲授法+练习法	注册一个个人账户，尝试带货