

巧抓卖点
直播带货



目录



1

教学分析

2

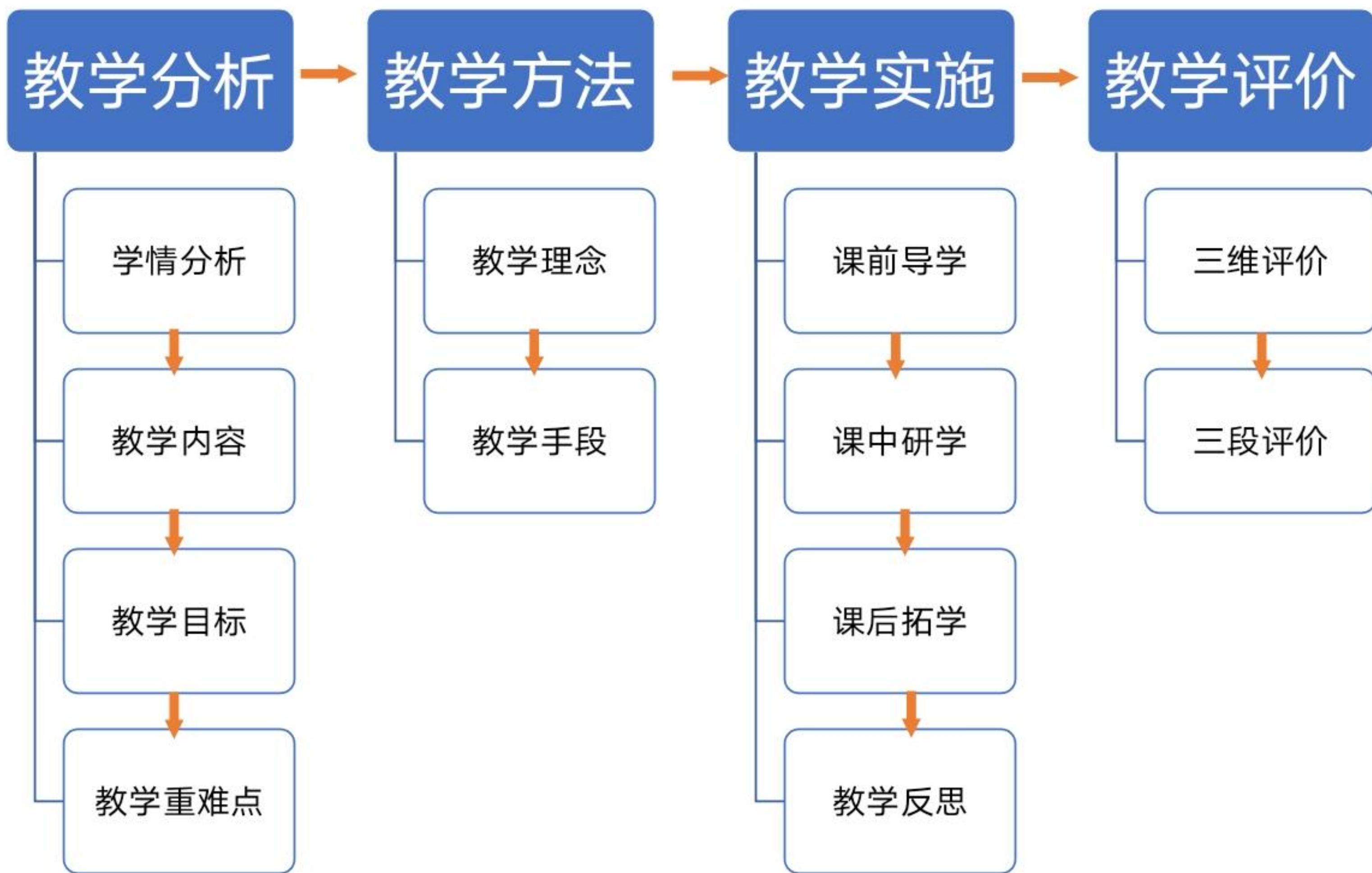
教学策略

3

教学实施

4

教学评价



个性特征分析

- ✓ 学习态度、习惯基本养成，熟悉掌握了一定学习技能，具备较好的自学能力和动手能力。
- 可通过安排课前、课后学习任务弥补课时较少的不足。



- ✓ 学生团队意识逐步建立，可以较快理解市场营销小组合作思想。
- 可安排以小组为单位开展项目。

- ✓ 学生有了职业规划的初步设想，渴望感受真实的职场状态。
- 可安排实际直播平台、产品等真实市场环境进行实践。

知识储备分析

1. 该用什么样的词汇突出产品特征？
2. 顾客追求什么样的“产品”？
3. 如何使自己的产品在同类产品中脱颖而出？



1. 已了解产品的基本概念及分类。
2. 已掌握基础的词汇句型。
3. 已掌握直播平台的操作方式。

1. 无法深入理解顾客的需求。
2. 语言表达能力参差不齐。
3. 对“主播”这个职业认识不足。

教学内容

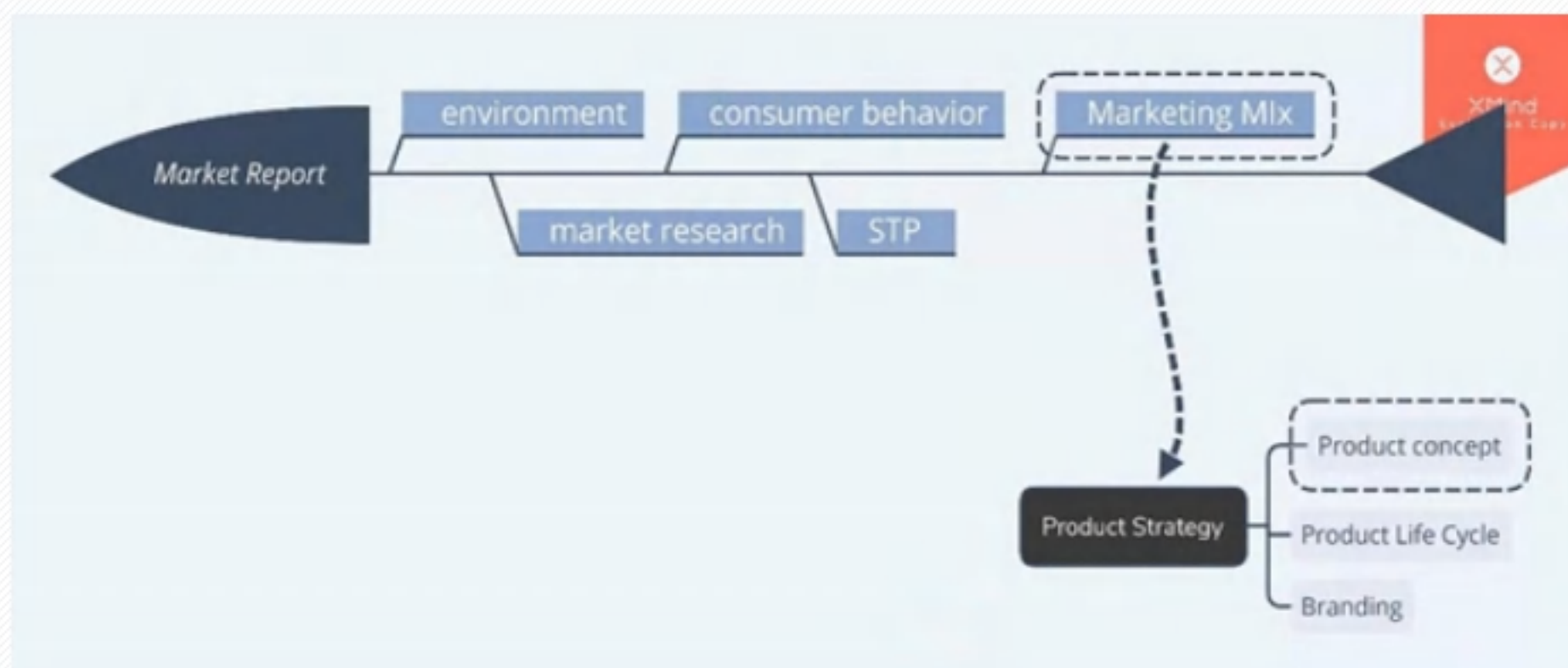
01 教学分析

02 教学方法

03 教学实施

04 教学评价

- ◆ Textbook: 《国际市场营销》
- ◆ Module 6 :
Marketing Mix
- ◆ Tutorial 6 :
Product Strategy
- ◆ Periods: 2 Periods



Week	Lecture topic
1	Introduction to Marketing
2	Marketing environments
3	Marketing research
4	Consumer behaviour
5	Segmentation, targeting and positioning
6	Product & Services Strategy
7	Pricing Strategy
8	Place Strategy
9	Promotion - IMC
10	Marketing mix review
11	International Market Entry
12	Marketing Plan
13	Start Your Business
14	Course review and exam preparation

教学目标

01
教学分析

02
教学方法

03
教学实施

04
教学评价

知识目标

- 1、掌握产品的概念、特征、作用、类型等基础知识；
- 2、掌握跨境电商中产品描述问题。

能力目标

1. 根据客户需要搜集各种产品信息和产品资料的整理、筛选；
2. 营造与直播的实际情况相适应的气氛；
3. 扬长避短，为营销小组成员进行合理分工。

素养目标

- 1.职业素养：
像“市场经理人”一样思考（Think like a marketer）
2. 信息素养：
搜索、分析、加工信息
- 3.人文素养：
团队合作、自主学习、工匠精神

核心价值

爱国情怀：中国制造、中国产品
文化自信：设计、介绍具有中国特色的产品
职业素养：当一个称职的主播
国际视野：凸显国际视野、跨文化理念的产品与服务

重点

- 掌握产品内涵（levels of a product）使目标受众对品牌及产品产生立体认知。
- 学会依据产品属性，生成“产品标签”。

难点

- 掌握附加产品（augmented product）内涵，掌握通过附加产品构成产品差异化。
- 运用所学知识，在抖音平台及小红书平台上推介产品。

教学理念

- “**学以致用、知行并进**”，以就业为导向、能力为本位、职业实践为核心。
- 充分利用信息化手段及教学资源，营造智慧环境，将多个教学任务贯穿到**课前导学、课中研学、课后拓学**三个教学环节，加强专业教育，强化实践教学，促进知行合一。

学习策略

- 以学生为主体，以教师为主导，通过逐层推进的深度学习策略五步法“**学思践评悟**”，“得其门而入，悟其道而出”，达到学习成果。

教学手段

01
教学分析

02
教学方法

03
教学实施

04
教学评价

以教师
为主导

智慧环境

抖音、小红书直播平台

蓝墨云

思维导图

课前导学

自学自查 → 情景模拟

课中研学

任务导入 → 案例导学 → 产品标签 → 角色置换 → 复盘再现 → 点评总结

课后拓学

实践演练 → 领悟反思

以学生
为主体

学

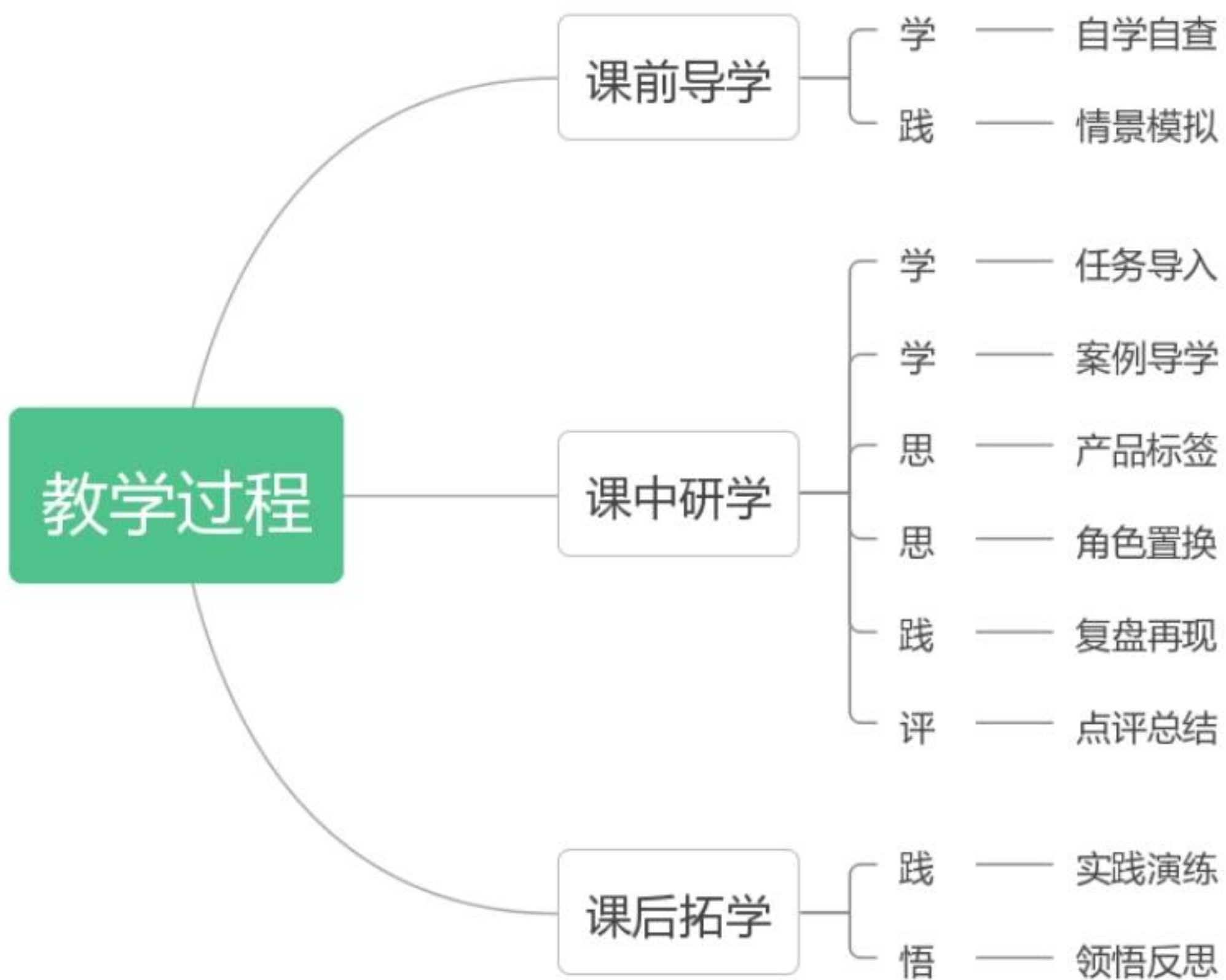
思

践

评

悟

教学
目的



教学环节	教学步骤	教师活动	学生活动	设计理念
课 前 导 学	“学” 自学 自查	教师在云班课上发布教学资源，布置任务。	学生先行学习预习课件，然后在雨课堂上完成作业。	学生通过借助教学平台上的教学任务进行自主学习或协作学习，能够更加自由地安排和控制自己的学习进度。同时教师可以实时进行查阅与点评，学生也可以通过互动平台进行实时改进与再学习。
	“践” 情景 模拟	教师根据市场营销沙盘安排模拟任务“在小红书撰写种草日记或在抖音上进行直播卖产品”。	学生根据岗位要求，搜索相关信息，分析信息、加工信息，然后进行情景模拟，拍摄视频并上传至平台。	要求学生遵从角色要求，将自己的思维、动作乃至仪表等整个身心置于角色中。该任务可以帮助学生了解、熟悉职业性质及工作要求，从而能更快地适应未来的职业环境。

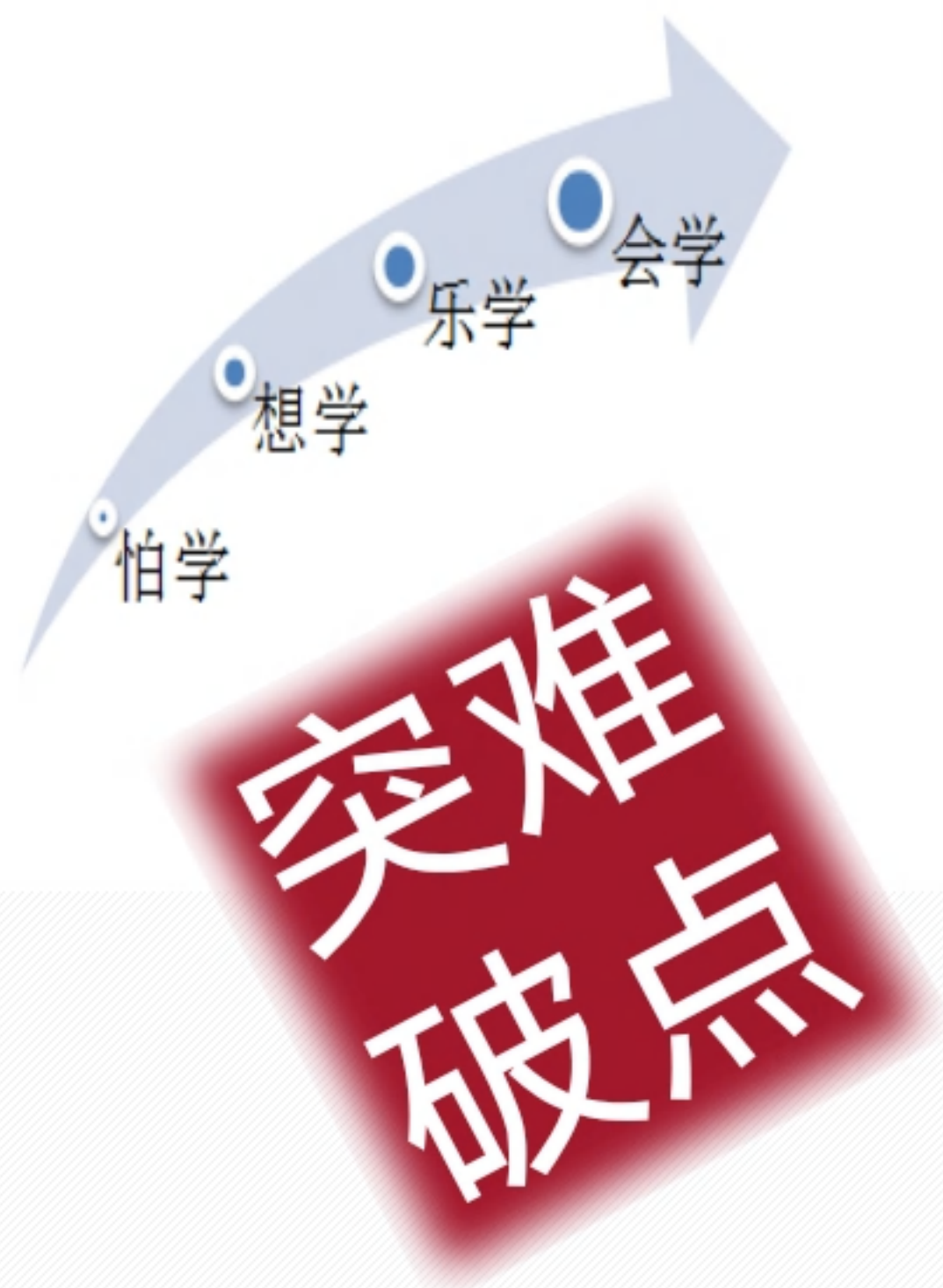
教学环节	教学步骤	教师活动	学生活动	设计理念
课中研学	“学”任务导入	教师发布任务 how the product looks like in the era of e-commerce?	学生进行头脑风暴，思考问题答案。	引入话题能引发学生的兴趣，激发讨论的热情。这一阶段主要让学生开展讨论，让学生在思路中得到启发，集思广益，开拓思路，鼓励创新。学生通过头脑风暴完成任务，初步了解产品经理的职业要求。
	“学”案例导学	教师针对核心知识对案例进行提问并对学生答案进行点评。	学生回答问题。	通过问答方式帮助学生理解相关案例，掌握核心知识。

教学环节	教学步骤	教师活动	学生活动	设计理念
课中研学	“思”产品标签	教师利用思维导图的方式分析和讲解案例中涉及的知识点和技巧。	学生得到启发后，利用思维导图软件建立“产品标签”。	思维导图的方式帮助学生梳理出产品内涵重点，形象化、结构化地化解了教学重点。
	“思”角色置换	教师布置任务“角色置换”，要求学生从“产品经理”角度进行案例分析及点评。	学生扮演“产品经理”，分析实训视频，从产品经理的角度出发选出较好的一位主播进行点评分析。	换位思考帮助学生更加明确品牌方的需求，从而可以更加理解产品内涵，进一步巩固掌握的知识和技能。

教学环节	教学步骤	教师活动	学生活动	设计理念
课中研学	“践” 复盘再现	教师发布任务，要求学生再次进行“情景模拟”。	学生进行复盘再现	基于前期大量的输入与消化，这一阶段学生从过去的经验中进行学习，提升自己的知识与能力。教师充分利用平台对任务进行再现、分析，并对最终结果实现线上线下的对比及校正，锤炼学生精益求精的工匠精神。
	“评” 点评总结	教师针对“品牌方”与“消费者”之间的差异进行总结。	学生根据产品评价标准，分别从品牌商及消费者的角度出发进行点评。	该任务有助于学生了解品牌方与消费者之间的差异，进一步引导学生理解产品内涵。教师对教学重难点、易错点、知识技能、规律方法等进行回顾提升，深化学生对课堂教学主题的理解和把握。

教学环节	教学步骤	教师活动	学生活动	设计理念
课后拓学	“践” 实践演练	教师指导实训模块及实训周的产品推介环节。	学生参加实训模块课程及实训周的演练，或者在各种网络渠道推介产品。	学生“学中做，做中学”，通过实践演练将所学知识与实地情景结合，实现自身的深度获得。
	“悟” 领悟反思	教师要求学生在实践结束后进行领域反思，归纳产品的要素。	实践后，学生再次通过讨论，领悟产品的要素。	领悟反思活动能够促使学生批判反思能力的生成。

- ✓ 课中复盘再现的质量明显高于课前的情景模拟。
- ✓ 学生描述产品从“面面俱到”到“有的放矢”。
- ✓ 从怕学到想学、乐学、会学。
- ✓ 重难点得以突破，目标得以实现。



- ❑ 部分学生以为照搬格式就能解决问题，忽略了直播的时效性问题。
- ❑ 部分学生无法流利地用英语介绍产品。
- 将强化直播平台的使用。
- 将针对性地强化课后拓展的辅导力度。

学生、教师以及专家依据评价标准对本次任务的完成程度进行评价。

评价标准	学生 (30分)	教师 (40分)	专家 (30分)
1.课前能完成雨课堂上的作业5（正确率达80%以上）。			/
2.课前能完成实训任务：在小红书或抖音直播卖产品。			
3.课中能运用所学知识分析案例。			/
4.课中能分析产品定位并建立“产品标签”。			/
5.课中能分析实训作业并提出修改意见。			/
6.课中能复盘，重新进行抖音直播，现场带货。			
7.课后能运用所学，完成实训模块课程及实训周的实训任务推介产品。			
8.课后能够利用思维导图（X-mind）提炼本节课知识点。			/



诊断性评价

课前诊断性评价
+
课中的形成性评价
+
课后的终结性评价

形成性评价

终结性评价