

任务名称	任务4 主题直播启幕，临场运营攻坚 教学实施方案5 启幕主题直播，展陈文创好物		
授课班级	电商高职 231 班	授课学时	2 学时
授课地点	太初直播基地	班级人数	37 人

教学任务分析

内容处理：

1.承接企业确认的品包资料、直播脚本、场景设备与教学实施方案4《直播彩排问题复测与开播交接表》，执行太初直播“IP 好物季”真实专场前段。第一学时完成商品、表达、权限与运行条件核验；第二学时连续真实直播40分钟，重点落实开场导入、文创商品展示、信息讲解与首轮互动转化。

2.本课与教学实施方案6共同覆盖同一专场学生真实直播80分钟：本课负责前40分钟，教学实施方案6立即承接后40分钟。在附件1《开播核验与前段运行交接表》中形成开播核验、前段运行与岗位记录、个人贡献、同场交接四栏记录；公开镜头中的教学纠偏经耳返或场控提示完成，课间由企业导师接续保障，不因教学交接停播。

六任务与本课定位

6个任务 · 8个教案 · 16学时

任务1
IP洞察研判
产品包装创制
 教案1 · 2学时

任务2
直播方案架构
内容脚本编撰
 教案2 · 2学时

任务3
场景实景布设
彩排流程打磨
 教案3—4 · 4学时

任务4
主题直播启幕
临场运营攻坚
 教案5—6 · 4学时

任务5
订单分拣核验
货品打包发运
 教案7 · 2学时

任务6
客诉闭环处置
全链复盘迭代
 教案8 · 2学时

本课：教案5 · 任务4 · 2学时
启幕主题直播，展陈文创好物

教材使用：以《电商直播运营实务》为基础教材，《短视频策划、制作与运营》为辅助教材，配合本项目活页任务资料、岗位检查表和企业业务材料组织学习。



基础教材



辅助教材

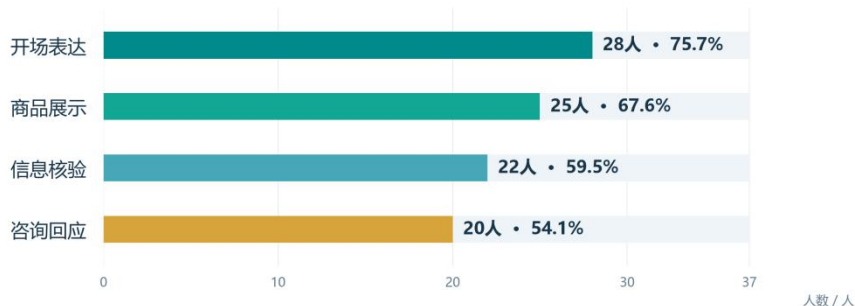
知识
技能
基础

- 1.学生已参与校企合作真实带货直播，并在前序教学实施方案完成脚本、场景与开播前彩排。本课诊断重点由“能演练”转向“能准确面向真实用户呈现”，核对开场表达、商品展示、信息一致和互动回应是否具有实际依据。
- 2.彩排记录能帮助确定学生需要的提示，但真实在线用户和动态商品状态会增加判断要求。课前依据开播核验与个人岗位记录安排主位及后台分工，对仍未解决的问题先完成企业复核，不能以课堂评分替代开播条件。

知识技能诊断

教案5·四项岗位能力达成人数

37人



认知
实践
能力

- 1.学生熟悉商品外观与展示动作，仍需把 IP 特点、实际用途和购买信息结合起来，避免只谈角色喜好而缺少商品依据。
- 2.面对真实评论与咨询，主播需保持表达连续，后台同步核对价格、库存及活动条件；不确定信息通过岗位链求证后再回应。
- 3.本课通过同场前段运行记录观察信息准确、展示可见和岗位响应，不以成交数量直接替代学生对商品和用户需要的理解。

前序任务成绩分布

教案5·学习起点与分层支持

37人



优秀	90—100分	6人	16.2%
良好	80—89分	13人	35.1%
中等	70—79分	14人	37.8%
待提升	低于70分	4人	10.8%

	学习特点	1.37 人分 7 组，依次编号 G1—G7，5 组各 5 人、2 组各 6 人。当班组为主位组，设主播、助播、场控、中控、质检，6 人组另设记录。第 0 分钟从第二学时学生正式开播起算。前段主位 G1 负责第 0—10 分钟，G2 负责第 10—25 分钟，G3 负责第 25—40 分钟，其他组承担后台支援。 2.前段 G4 核对商品与信息，G5 整理互动并向主场控传递，G6 记录真实指标与事件，G7 检查画面声音和交接；一切公开回应与后台执行由当班岗位确认，避免多人重复操作。教学实施方案 6 后段轮到 G4 至 G7 主位。 3.以附件 1《开播核验与前段运行交接表》及企业商品卡支持真实任务中的注意分配。教师鼓励学生把发现问题转为简短可执行提示，关注后台岗位贡献，保持课堂评价与真实用户体验相协调。 学习支持需求 教案5·学习支持方式与选择比例 37人 <table border="1"><thead><tr><th>支持方式</th><th>人数</th><th>比例</th></tr></thead><tbody><tr><td>商品信息卡</td><td>32人</td><td>86.5%</td></tr><tr><td>镜头提示</td><td>25人</td><td>67.6%</td></tr><tr><td>互动核对表</td><td>30人</td><td>81.1%</td></tr><tr><td>同伴支援</td><td>27人</td><td>73.0%</td></tr></tbody></table> 多选统计 人数 / 人	支持方式	人数	比例	商品信息卡	32人	86.5%	镜头提示	25人	67.6%	互动核对表	30人	81.1%	同伴支援	27人	73.0%
支持方式	人数	比例															
商品信息卡	32人	86.5%															
镜头提示	25人	67.6%															
互动核对表	30人	81.1%															
同伴支援	27人	73.0%															
学习目标	素质目标	1.树立诚信营销与文化尊重意识，自觉依据商品事实讲解 IP 文创价值，形成真实表达、尊重消费者选择的职业态度。 2.增强团队协作与岗位责任意识，尊重前后台分工，形成主动补位、清楚交接、共同维护用户体验的习惯。 3.养成实事求是、保护用户信息的职业习惯，重视每名成员的岗位贡献，以工作质量评价学习进步。															
	知识目标	1.说出开播前商品、内容、设备、账号权限和岗位核验的要点，辨识影响正式开播的未决事项。 2.解释 IP 特点、实物细节、使用场景与商品卖点的关系，理解讲解与镜头展示同步的方法。 3.说出咨询收集、信息核对、场控提示、主播回应与记录的顺序，理解引流互动和首轮转化的基本方法。 4.说明同场交接的必要字段和确认要求，理解本课交接与整场最终下播的区别。															

	能力目标	1.能够依据附件 1《开播核验与前段运行交接表》“开播核验”栏检查商品资料、脚本、设备和执行权限，识别差异并按岗位流程复核，具备开播准备能力。 2.能够协同完成主题开场、商品递取、镜头展示和卖点讲解，使文创特点、实物细节与使用场景表达一致。 3.能够通过岗位协作核对并回应真实咨询，依据已核定条件说明商品选择和购买路径，具备首轮推介与互动转化能力。 4.能够准确传递当前商品、脚本节点、待答问题和设备状态，完成同场交接并保留可追溯记录。
教学重点难点	教学重点	1.在真实开播中准确完成文创商品展示、卖点说明与首轮用户互动，保持信息和画面一致。 2.通过主位与后台配合形成连续运行和可追溯交接，使专场自然接续到教学实施方案 6。
	教学难点	1.在真实用户交流中保持自然表达，同时准确核对商品、价格、库存及活动条件。 2.教师纠偏、后台信息更新与主播表达需要同步，既保障用户体验又保留学习证据。
	解决措施	1.开播前依据企业当期商品卡和脚本逐项核验，商品编号、信息版本与执行岗位统一，未确认信息不进入公开讲解。 2.建立“收集—核对应—场控提示—主播回应—记录”链路；公开镜头中的教学纠偏经耳返或场控完成。 3.明确前后 80 分钟轮岗时轴和交接字段，企业导师保障连续运行，记录学生实播时间与导师接续时间各自口径。

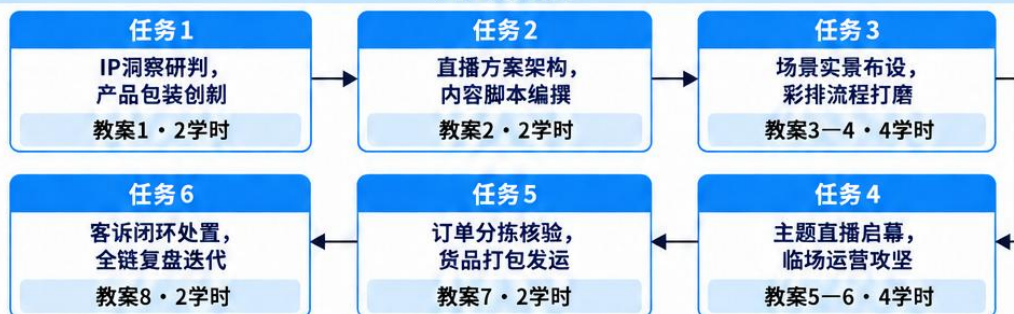
教学策略	采用“双导师协同、真实专场驱动”的策略。第一学时围绕真实上线前条件完成核验与岗位准备，第二学时全部 40 分钟进入正式直播。开播后课堂指导嵌入岗位链，教师观察、提示与取证同步开展，集中分析放在下播后的教学实施方案 6。 企业导师负责核定商品活动信息、开播条件和账号执行边界，并保障课间专场接续；校内教师负责个人任务、支架与过程证据。主位按时段轮换，其他组执行信息核对、互动整理、指标事件记录及画面质检，以真实经营记录检验工作质量。 双导师协同的岗位学习路径 启幕主题直播，展陈文创好物 校内教师 任务组织·方法支架 观察诊断·分层反馈 企业导师 当期任务·操作要求 现场审核·交付评价 01 商品核验 02 上线核验 03 好物展陈 04 首轮转化 以岗位证据评价 按企业反馈修订			
教学方法	教法： 1.任务驱动法：依照已审核脚本，完成真实直播启幕和商品展陈。 2.实物展示法：围绕商品细节和使用场景，组织镜头前讲解。 3.岗位轮换法：按场次时间轴轮岗，交接商品、脚本与待办。 4.现场反馈法：通过场控和耳返提示，保障直播节奏与表达准确。			
学习方法	自主学习法、合作学习法、观察学习法、实践学习法、反思学习法。			
平台及资源	名称	内容简介	使用时间	功能及作用
	超星泛雅学习通 	归集开播任务、已审脚本和岗位时段，支持诊断与下播归档。	课前准备 课后归档	统一资料版本，运行中由记录岗留痕，下播后提交证据，保障真实直播连续。
	微课资源包 	提供开场、展示、信息核对和咨询回应方法，对照彩排问题学习。	课前自学 课后回看	帮助学生形成个人提示卡；正式直播保持岗位运行，问题下播后再回看巩固。

当期商品与运营资料 	导师课前提供商品、价格库存及活动资料，脱敏后核对已审脚本。	开播前直播核对	提供展示与回应依据，记录更新时间及核定人，状态变化经核实后再传达。
太初直播基地 	使用太初直播真实工位及已核验机位、灯光和收音开展专场。	开播准备真实直播	提供实际用户交流环境，双导师协调交接与秩序，账号操作依据核定权限。
直播岗位与记录工具 	使用直播设备、企业后台、提示卡、耳返及计时录像工具。	开播核验直播运行	同步核查商品、画面声音及互动，依据当前界面和权限执行，记录真实状态。
开播核验与前段运行交接表 	提供附件 1 的开播核验、前段运行与岗位记录、个人贡献、同场交接四栏记录，配套附件 2 《岗位任务过程与成果评价表》。	开播前直播中交接时	留存个人贡献与运行质量，区分前后两个 40 分钟，经营数据保留统计窗口。

直播电商生产性实训教学流程

6任务 · 8教案 · 16学时

六任务递进



各课共用教学流程（每课2学时）



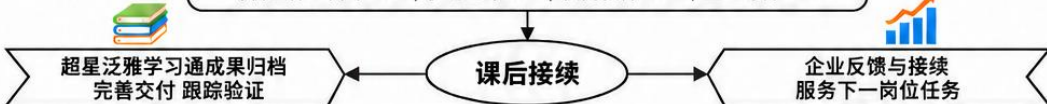
课中：围绕本课岗位任务开展



评价反馈与任务交接

评价内容：过程60% + 成果40%

评价主体：自评10% | 小组互评10% | 校内教师40% | 企业导师40%



拓展增值：第二课堂（16学时之外）



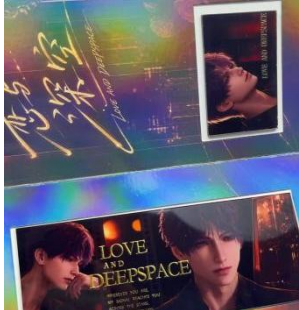
教学流程

【教学过程】				
【课前】				
教学环节	教学内容	教师活动	学生活动	设计意图
教学准备	1.复核彩排整改 2.更新商品信息 3.明确同场时轴 4.认领岗位支援	1.发布任务 发布前 40 分钟运行任务和附件 1《开播核验与前段运行交接表》四栏记录要求，核对彩排企业意见。 2.核定信息 企业导师提供当期商品、活动与权限信息，确认未决问题处理。 真实开播的课前核对 商品与活动 当期资料及权限 彩排意见 已改项与未决项 岗位与支援 主位和后台职责 连续运行 提示入口与导师接续 学生实操与导师衔接前期记录。 3.检查条件 检查直播与取证条件，准备耳返或场控提示和应急接续安排。 4.安排接续 安排 7 组主位及支援任务，说明课间导师接续、不得因教学交接停播。引导各组复述当班与接续职责，以此强化岗位责任意识。	1.核对资料 阅读核定脚本与商品资料，记录版本和待核问题。 2.完成诊断 完成开场、展示、信息一致和互动回应诊断。 3.认领岗位 确认本人主位或支援职责，备齐提示卡与附件 1《开播核验与前段运行交接表》。 4.检查与脱敏 检查样品、设备与文件目录，交接仅用岗位称谓，不记录用户敏感信息。 真实开播前核验链 每项对应当期资料和明确的岗位确认 01 核对商品资料 统一品名规格价格库存及活动条件版本 02 检查展示条件 确认样品机位收音和镜头内可见信息 03 确认执行权限 企业导师核准账号操作与岗位责任边界 04 把关开播条件 待核问题先处理通过后进入真实专场	把信息、权限和岗位准备移到正式开播之前，落实 岗位责任 ，使直播中的指导与记录服务真实运行，保障后续同场接续。
		【课中】		
第一课时 真实开播准备与核验（40 分钟）				
教学环节	教学内容	教师活动	学生活动	设计意图
开播任务 (5 分钟)	1.承接彩排核验 2.明确前段目标 3.确认时轴岗位	1.任务说明 校内教师核对彩排整改与脚本版本，说明本课前 40 分钟准备、后 40 分钟真实直播，教学实施方案 6 直接接续。	1.承接核验 核对教学实施方案 4《直播彩排问题复测与开播交接表》中的开播意见和脚本版本，登记仍需导师处理的问题，不以课堂完成替代企业核验。	建立真实专场的共同时间与岗位约定，强化 责任意识 ，确保开播条

		2.运营要求 企业导师说明当期商品范围、活动边界和权限分工，未核定事项不进入正式讲解或操作。 前段开播的任务边界 接收彩排成果 核对整改与脚本版本 确认经营条件 商品、活动和岗位权限 落实岗位分工 主位、支援与接续 保留实际记录 起止、提示和本人动作 未核定事项不进入正式讲解或操作。 3.岗位确认 核对 G1 主位 10 分钟、G2 和 G3 各主位 15 分钟，以及 G4 至 G7 的支援安排，说明导师课间接续及实际时间分别记录。通过逐组确认，强化学生的责任意识。	2.确认职责 确认本组主位或支援时段，写明本人岗位动作、交接对象和记录任务。 3.登记场次 在附件 1《开播核验与前段运行交接表》“前段运行与岗位记录”栏上填写专场标识、计划时间和商品顺序，理解本课结束时仍在同场直播。 	件、学习任务 和后续交 接服务同一 业务过程。
商品 核验 (15 分钟)	1.品名规格 核对 2.活动库存 更新 3.展示样品 对应	1.资料核对 企业导师带领核对品名、规格、价格、库存和活动条件的当期来源。 说明可公开的信息边界；引导学生指出无来源的夸大说法，并示范改为有依据的商品说明，IP 名称与图案按企业确认资料核对，不将个人解读说成官方设定。以此强化学生的诚信营销与文化尊重意识。 2.分岗检查 各组对样品、包装、脚本和实际后台信息逐项勾验，校内教师观察证据使用与交叉复核，不代替学生判断。 商品上线前的五项核验 核对维度 观察或记录要点 品名 实物与资料对应 规格 样品与讲解一致 价格 当期来源有效 库存 状态须经后台核对 活动 条件与范围清楚 差异与待核项由企业导师确认处理。 3.差异处理 汇总版本不一致或参数待核事项，由企业导师确认处理；未经确认的商品或说辞暂不进入“前段运行与岗位记录”栏。 1.核对字段 按商品编号核对实物、包装和商品资料，在“开播核验”栏登记字段、来源、更新时间与核对人岗位。 2.对应实物 检查准备展示的样品是否与讲解对象对应，核对镜头中可以看见的特点和需要口头补充的信息，并核实 IP 名称、图案与企业确认资料一致。 实物、脚本与后台一致性 实物包装 商品编号与特征 商品资料 来源与更新时间 讲解脚本 表述及展示部位 核验记录 差异、意见与复查 关联 核对 对不上时先核实，再调整讲解或顺序。 3.修正差异 将差异和待核项交企业导师，按处理意见修改脚本或商品顺序，保留更改记录后再复查。	以真实商品 和当期资料 约束公开发 达，使商品 展示与购买 信息保持一 致，减少未 核实内容进 入真实直播 ，帮助学生 树立诚信 营销与文化 尊重意识。	

展陈联动 (10 分钟)	1.镜头展示对应 2.卖点说明 3.互动回应链	1.重点示范 校内教师以一款商品示范“特点—实物展示—适用场景”的对应。 企业导师核对卖点的准确性；用核定的 IP 背景资料说明文化元素与实物设计的联系，不把个人解读说成官方设定。 2.岗位联练 主播与助播练习递物和朝向，后台练习收集、核对、场控提示与回应确认，通过提示题检验配合并核对职责，以此培养团队协作精神和岗位责任意识。  3.观察纠偏 指出遮挡、空泛夸赞或多人同时提示等问题，各组将有效修改写入提示卡，为正式上线准备。	1.核准卖点 选择一款已核定商品，依据企业确认的 IP 资料标明文化特点、实际用途和镜头动作；区分核定信息与个人感受，将不能证实的卖点删去或交导师核对。 2.协同展陈 配合完成商品递取、展示和说明，后台按职责传递一次已核准的提示，主播回应确认。 3.改进提示 记录一项信息或动作修改，核对提示入口与备用协作方式，避免直播时出现重复回应和操作。 	把商品信息转为可见易懂的展示，通过岗位联练明确互动回应链，为真实用户交流提供可靠支持，同时增强团队协作与岗位责任意识。
上线核验 (10 分钟)	1.设备权限检查 2.运行记录确认 3.企业开播把关	1.联动检查 企业导师核验实际账号执行权限及开播条件，校内教师组织画面、收音、样品与记录工具交叉检查。通过权限核对与交叉检查，强化学生的规范意识。 2.运行预备 逐节点检查开场、商品、互动与换组口令，核对前后 80 分钟时轴及待处理问题入口；所有后台动作由核定岗位执行。 3.开播确认 双导师确认条件和职责，记录实际开播时间；本环节结束进入连续直播，后续不组织镜头内集体讲评。	1.如实核验 在“开播核验”栏填写核验项、状态、依据与处理意见，设备或信息存在未解决问题时及时报告，不自行标记具备开播条件。 2.岗位到位 G1 到位，G2、G3 准备接续样品和脚本；G4 核对信息、G5 整理互动、G6 记事件、G7 做画面与交接检查。 	通过真实上线前把关将错误尽量留在开播之前，强化规范意识，以明确权限和岗位链保障正式直播的连续性与可追溯性。

		同场前段主位时轴 学生前段实操40分钟，后段由教数6承接	3.回应指令 在“前段运行与岗位记录”栏确认实际开播时间、提示入口和导师接续方式，主位和后台分别回应开播指令。	
第二课时 启幕展陈 连续实播（40 分钟）				
教学环节	教学内容	教师活动	学生活动	设计意图
主题启幕 (5 分钟)	1.实播第 0 至 5 分 2.专场导入 3.首品展示	1.真实运行 G1 主位完成专场开场与首品引入，企业导师监看实际商品状态；校内教师观察每人岗位动作并留时间点。 2.嵌入指导 通过耳返或主场控纠正必要的信息、站位和收音问题。 后台同步确认；引导学生先核实待答信息再回应，不以未经确认的优惠吸引用户，以此强化学生的诚信表达意识；本环节全部保持正式直播，不暂停集中讲课。 正式直播中的指导入口 3.同步观察 支援岗的核验和提示同样计入个人过程证据，记录岗保留发生时间和接收确认。	1.执行开场 G1 主播按核定脚本说明主题及当前商品，助播完成递物和展示；场控、中控与质检按职责核对状态。 2.后台支援 G4 核对信息，G5 整理真实咨询，G6 记录开播时间与事件，G7 观察画面声音，只向当班岗位传递确认信息。 3.记录与求证 记录首品讲解与展示时间点，发现待核问题及时进入提示链，不自行编造优惠或回应。 商品展示到真实回应 公开表达必须回到实物与核定信息	在正式开播中检验准备是否有效，将 诚信表达 落实到真实运行，通过后台嵌入提示维护真实用户体验，并留下首段岗位学习证据。
好物展陈 (10 分钟)	1.实播第 5 至 15 分 2.特点与用途说明 3.主位首次交接	1.真实运行 继续第 5—10 分钟。 由 G1 依据核定商品卡完成特点、用途和包装展示；双导师通过后台观察信息与动作对应，对脱离实物依据或影响消费者判断的说法经场控提示纠正。以此培养学生真实表达、尊重消费者选择的职业态度。	1.真实讲解 G1 将 IP 特点、实物细节与适用场景对应展示，收到用户疑问时交后台核对后回应，保持讲解自然连贯。 2.主位交接 第 10 分钟完成商品、脚本节点、待答问题与设备状态交接，G2 回应确认后接续，不重新组织开场。	以真实商品展示连接用户需要，检验信息表达与交接配合，避免将热闹程度或个人印象替代运行质量，同时形

		2.接续运行 第10分钟G1按“同场交接”栏交G2，继续第10—15分钟；企业导师保障运行，教师只经耳返或场控提示必要纠偏。 商品展陈与交接交接  按实际运行留存记录，不预设订单数量。 3.全段取证要求 记录实际咨询、商品切换及提示处理，不预设订单数量；安排G1至G3在未上主位或完成主位后参与样品脚本准备、声画观测和资料复核，提示统一交当班场控；其他组按支援职责核对资料和留存事件。	3.同步取证 支援组在“前段运行与岗位记录”栏记录时间、商品编号、真实互动及处理方式，在“个人贡献”栏补齐岗位动作；涉及用户信息按要求脱敏归档。 	成 真 实 表 达、尊重消费者选择的职业态度。
互动释疑 (5分钟)	1.实播第15至20分 2.真实咨询核对 3.展示补充说明	1.真实回应 G2主位继续第15—18分钟，企业导师审核需要核对的信息，校内教师观察咨询从后台到主播的传递。 2.持续运行 第18—20分钟依据真实咨询补充展示或说明；无咨询时按脚本继续讲解，不制造客户留言，必要纠偏仍走场控入口。 真实咨询的回应链  无咨询时按脚本推进，不制造留言。 3.记录要求 真实问题按实际发生填写来源和状态，无需为课堂任务制造咨询或成交事实。以此培养学生实事求是的职业态度。	1.有据回应 G2根据已核准提示回应实际问题，用实物补充说明规格、用途或包装，无法确认的信息交导师处理。 2.分岗核对 G5整理咨询并标记已答、待核、需后续跟进，G4核对资料，G6记录时间与依据，G7持续检查声画。 3.按权执行 当班中控仅按确认权限执行相应操作，质检核对回应与商品资料一致，记录本人完成的提示或检查。 	把真实咨询转为可核查的回应任务，落实实事求是的要求，在保持直播连续的同时提高用户意识、信息核对和后台协作能力。

首轮转化 (15 分钟)	1.实播第 20 至 35 分 2.购买信息说明 3.交接第二主位	1.真实运行 G2 完成第 20—25 分钟，依据当期核定条件说明购买路径与注意事项，企业导师核对活动和库存变化。 2.接续运行 第 25 分钟交 G3，持续第 25—35 分钟；校内教师通过场控提示展示与回应问题，企业导师把关实时运营执行。 购买信息的公开说明边界 已经核定 准确说明选择与路径 发生变化 后台确认后公开 尚未确认 保留待核，不作承诺 活动、库存和服务信息都以当期依据为准。 3.全过程观察 记录真实交易状态和事件口径，不以促成下单为由增加未经核实承诺；信息变化先由后台确认再公开说明。以此强化学生诚信经营、尊重用户选择的意识。	1.准确说明 G2 在已核准范围内说明商品选择与购买信息，不作虚假稀缺、效果承诺或未经核定的优惠表达。 2.主位接续 第 25 分钟向 G3 交清当前商品、剩余节点和待答事项；G3 确认后继续展示、说明和真实互动。 接续讲解的三项确认 ☐ 条件已核准 商品选择与购买信息 ☐ 交接已回应 当前商品与待答事项 ☐ 记录有依据 实际时间和本人动作 未发生交易如实记录，不虚构促单事实。 3.据实记录 各支援岗位同步记录当时商品状态、事件时间及个人动作；订单只记录企业许可字段，未发生交易如实留空或记零。	提供准确信息、尊重用户选择，践行 诚信经营 ，以规范经营和真实记录反映工作质量。
直播回顾 (3 分钟)	1.实播第 35 至 38 分 2.商品要点回顾 3.后台核对	1.持续直播 G3 完成第 35—37 分钟，按“前段运行与岗位记录”栏回顾已展示商品的核心信息并承接用户问题，不进行课堂总结。 2.后台确认 第 37—38 分钟，企业导师核对商品和活动状态，校内教师经场控提醒遗漏信息与待交接事项，直播镜头持续运行。通过逐项提醒并核对接收，强化学生的岗位责任意识。 直播回顾的镜头内外分工 镜头内 回顾商品与承接问题 后台 核对状态与提示遗漏 记录岗 保留时间点和修正依据 保持运行，将教学环节留给后续回顾。 3.同期取证 观察回顾内容是否与实物及当期条件一致，将必要修正记录为后续回看的具体节点。	1.回顾商品 G3 围绕真实商品简明回顾特点、用途和购买注意事项，按脚本自然衔接下一节点。 2.核对待办 G4 核验需要交给后段的商品信息，G5 整理未答咨询，G6 记当前事件，G7 检查声画和待交接清单。 当前商品与后段待办核对 商品特点 / 用途 / 注意事项 待答问题 / 核验状态 声画状态 / 当前事件 已完成工作 / 需跟进事项 后台留存岗位记录，镜头保持自然衔接。 3.补全记录 个人在后台记录已完成工作与待跟进事项，不在公开镜头内汇报课堂学习心得。	将课末安排嵌入正常直播节奏，既回顾商品信息又落实接续中的 岗位责任 ，保持用户端体验与学习取证并行。

同场交接 (2 分钟)	1.实播第 38 至 40 分 2.主位交接确认 3.接续教学实施方案 6	1.接续准备 G3 继续第 38—39 分钟，企业导师确认教学实施方案 6 首段 G4 主位到位，场控检查商品、节点及待处理事项。 2.完成交接 第 39—40 分钟完成确认，直播不下播；若有课间，导师负责接续并单独记录时长，教学实施方案 6 接着累计学生实播后 40 分钟。 同一专场的连续交接 1 主位继续讲解 保持当前节点 2 后台核对待办 商品、问题和状态 4 导师必要接续 单列实际时长 3 接收岗位确认 逐项回应交接 不因课未归档结束专场或提前结束待办。 3.交接要求 接收方须确认待答问题与商品状态，未核事项继续跟进，不能因课末归档改成已完成。通过待办核对与接收确认，培养学生的责任担当。	1.逐项交接 G3 按附件 1《开播核验与前段运行交接表》“同场交接”栏传递当前商品、脚本位置、真实待答问题、活动库存状态和设备情况，G4 逐项回应确认。 2.切换岗位 G1 至 G3 转入教学实施方案 6 支援岗位，G5 至 G7 准备后段主位，各岗保留自己的记录和未完事项。 接续岗位要接清五项信息 <table><tr><th>核对维度</th><th>观察或记录要点</th></tr><tr><td>当前商品</td><td>编号及核定信息</td></tr><tr><td>脚本位置</td><td>当前与下一节点</td></tr><tr><td>待答问题</td><td>已知事实和待核项</td></tr><tr><td>活动库存</td><td>真实状态及更新时间</td></tr><tr><td>设备情况</td><td>声画与运行问题</td></tr></table> 记录实际交接时间；专场持续运行。 3.确认接续 记录实际交接时间及导师接续区间，提交前段四栏记录及源证据索引；专场持续，不执行结束语或下播操作。	核对维度	观察或记录要点	当前商品	编号及核定信息	脚本位置	当前与下一节点	待答问题	已知事实和待核项	活动库存	真实状态及更新时间	设备情况	声画与运行问题	用明确交接把前后两课连成同一真实专场，培养责任担当精神，保持 80 分钟学生实播口径清楚，避免因课堂切换中断业务。
		核对维度	观察或记录要点													
当前商品	编号及核定信息															
脚本位置	当前与下一节点															
待答问题	已知事实和待核项															
活动库存	真实状态及更新时间															
设备情况	声画与运行问题															

【教学评价】
依据附件 2《岗位任务过程与成果评价表》，过程评价 60 分，覆盖开播准备、商品信息核验、展示互动执行与岗位协作；成果评价 40 分，关注商品表达、展示体验、互动转化记录和同场交接。以附件 1 四栏记录、录像时间点及企业原始资料为证据。 学生自评、小组互评、校内教师和企业导师分别使用同一 100 分量规评分，再按 10%、10%、40%、40% 加权。主位与后台各有观察指标，未处于主播位的学生通过核验、提示、质检或记录证明岗位贡献。 经营记录按企业当期字段口径保存，标明专场、商品、时间窗及处理状态；真实咨询和交易结果如实记录，不预设销量，不以 GMV 单一排名。重点分析信息是否准确、展示是否清楚以及岗位响应是否及时。 直播进行时教师通过耳返或场控即时纠偏，并留下事件时间点；集中评价在教学实施方案 6 下播后结合前后段证据完成。开播条件、运营处理意见与学习分数分开记录，课间导师接续时长不混入本课 40 分钟学生实播。

过程与成果并重的四主体评价

教案5·各主体先评100分，再按权重计算总评

过程评价 60分

开播准备	10分	商品信息核验	20分
展示互动执行	20分	岗位协作	10分

成果评价 40分

商品表达	10分	展示体验	10分
互动转化	10分	运行交接	10分

每位评价者：过程60分 + 成果40分 = 100分

学生自评 10%

小组互评 10%

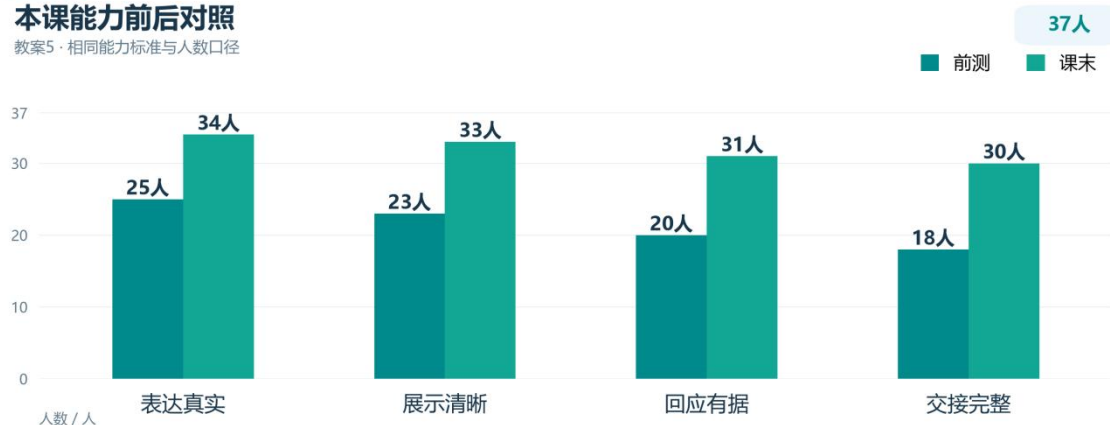
校内教师 40%

企业导师 40%

总评 = 自评×10% + 互评×10% + 校内教师评分×40% + 企业导师评分×40%

本课能力前后对照

教案5·相同能力标准与人数口径



评价记录：小组编号____；自评____；小组互评____；校内教师____；企业导师____；加权总评____。关键反馈____；修订版本____；企业意见____。

【反思与改进措施】

教学反思

教学反思：

- 1.核查彩排整改是否在真实开播中发挥作用，比较核验记录与现场问题，发现开播前检查仍有遗漏之处。
- 2.回看商品讲解与实物展示是否一致，分析真实咨询暴露的理解差距，确认回应依据及后台协作。
- 3.核对 G1 至 G3 主位与 G4 至 G7 支援的个人贡献，检查同场交接和学生实播时间记录是否准确。

特色创新：

- 1.把准备学时与 40 分钟真实直播明确分开，指导通过岗位链进入生产过程，维护真实用户端的连续体验。
- 2.以 IP 特点、实际用途和包装展示形成商品说明，关联前序品包设计，让课堂成果直接服务真实专场。
- 3.以同场交接连接教学实施方案 5 与 6，主位和后台时段明确，企业导师保障课间接续，业务和教学记录各有口径。

	不足改进： 1.对讲解准确但画面细节不足的商品，调整朝向、递物或展示顺序，再用真实录像比较改进效果。 2.对咨询重复、提示拥挤的节点，统一收集入口与回应确认，减少多个岗位同时传递未经核实的信息。 3.将前段用户问题、商品状态变化和交接遗漏交给教学实施方案 6 跟进，下播后据证据修订下一轮脚本和“开播核验”栏记录。 实施记录：有效做法与证据____； 共性问题____； 需要跟进的小组编号____； 下轮调整____。
--	--

教学实施方案 5 附件 1

开播核验与前段运行交接表

班级_____ 组别_____ 成员编号及岗位_____ 日期_____

关联任务/商品/批次/工单编号_____ 资料版本_____

开播核验

商品/脚本版本	品名规格/价格库存/活动依据	设备权限与整改状态	核验岗/企业确认

前段运行与岗位记录

学生累计时段/商品	主播展示及后台动作	真实咨询/提示及依据	接收确认/录像位置
0—10 分钟；G1 主位			
10—25 分钟；G2 主位			
25—40 分钟；G3 主位			

个人贡献

成员编号/岗位	操作、核验或提示	时间点/证据编号	同伴确认

同场交接

当前商品/脚本节点	活动库存及待答状态	设备状态/接收岗位	时间/导师接续另计

真实发生才记录；同场持续，教学实施方案 5 结束不执行下播；G4—G7 承担前段支援，提示统一交当班场控。

附件 2

岗位任务过程与成果评价表

班级_____ 组别_____ 成员编号_____ 岗位_____ 日期_____

评价阶段	可观察表现与证据	分值	自评	小组互评	校内教师	企业导师
过程	开播准备 10 分：提交课前诊断，核对彩排整改与脚本版本。	5				
过程	按岗位备齐样品、提示卡、记录页与取证条件。	5				
过程	商品信息核验 20 分：逐项核验当期品名规格、价格库存和活动条件。	10				
过程	完成开播条件检查与交叉复核，未决项交导师处理。	10				
过程	展示互动执行 20 分：按本组时段完成主位或后台职责，记录实际时间。	5				
过程	商品展示动作与讲解信息对应，必要时及时修正。	5				
过程	依收集、核对、提示、回应链处理实际咨询。	5				
过程	记录真实互动及商品状态，保留依据和时间点。	5				
过程	岗位协作 10 分：本人操作、检查或提示具有可核对记录。	2				
过程	按指令入口协作补位，交接有明确接收确认。	3				
过程	规范使用设备与样品，保护用户信息。	2				
过程	按时交清当前节点与待办，保证同场持续。	3				
成果	商品表达：讲解中的品名、规格、特点及活动信息与企业核定资料一致，能够用商品和时间点复核。	10				
成果	展示体验：商品主体与关键细节清晰可见，展示动作和讲解相互对应，声音满足交流需要。	5				
成果	展示体验：IP 特点与实际用途表达清楚，包装及使用说明准确，不用空泛夸赞代替商品依据。	5				
成果	互动转化：真实咨询有来源时间、核对依据与回应状态，未知信息未自行编造。	5				
成果	互动转化：购买信息与当期条件一致，真实转化记录保留口径，不以单一 GMV 代替执行质量。	5				

评价阶段	可观察表现与证据	分值	自评	小组互评	校内教师	企业导师
成果	运行交接：前 40 分钟运行记录完整，商品与岗位切换可追溯，个人贡献与团队成果均有依据。	5				
成果	运行交接：同场交接包含当前节点和未完事项，接收确认明确，导师接续时间与学生实播分开记录。	5				
合计	过程 60 分+成果 40 分	100				

每位评价主体依同一量规评分：证据完整且达要求得满分，部分达到得一半，未见证据得 0 分。
各主体过程 60 分+成果 40 分=100 分；总评=自评×10%+小组互评×10%+校内教师×40%+企业导师×40%。不再次乘 60%或 40%。

评价主体	自评	小组互评	校内教师	企业导师	总评
权重	10%	10%	40%	40%	100%
主体合计					—
加权得分					

关键证据编号及时间：_____ 反馈与改进：_____

学生自评确认：_____ 同伴确认：_____ 校内教师：_____ 企业导师：_____ 日期：_____