

互联网营销师师资培训

职业能力等级培训教材

中国工业合作协会

中国·深圳

互联网营销师师资培训

Internet marketing teacher training

01

互联网的发展

从互联网历史看今天我们事业的重要性

02

如何培训好这门课

互联网营销师培训师资的能力培育

03

培训教材讲解

如何使用教材培养不同等级的互联网营销师

04

直面短视频、直播运营

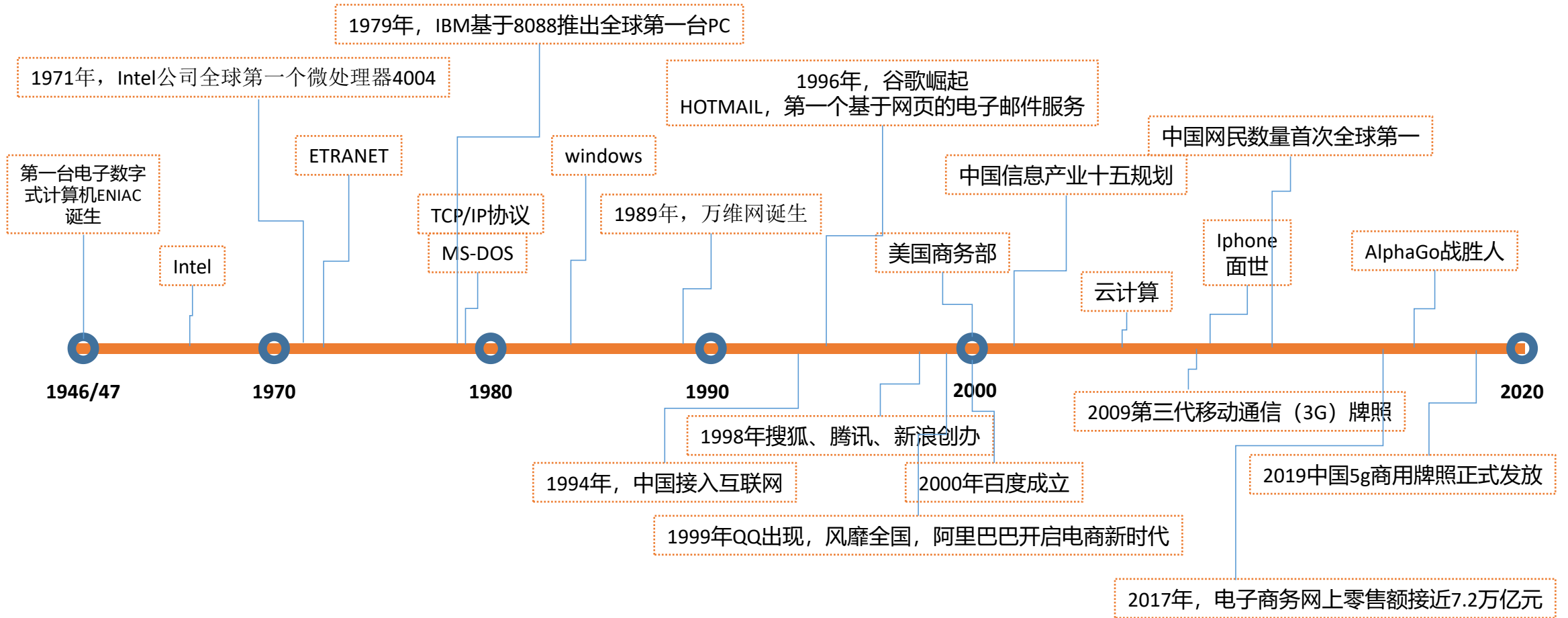
如何快速进入实战，让学员们动手

PART ONE

互联网的发展

从互联网历史看今天我们事业的重要性

数字经济发展历程





**第一次
信息革命**
语言的创造

猿→人
信息得以交流和传递

**第二次
信息革命**
文字的出现



信息可以被储存在文字中进行传播，解决了语言的时间和空间的局限性

**第三次
信息革命**
印刷术的发明



扩大了信息的交流、传递的容量和范围

**第五次
信息革命**
电视的出现



声音、图片
影像、文字
实现同时远距离实时传播

**第四次
信息革命**
无线电的发明



电磁波传播信息，速度增长几十亿倍

**第六次
信息革命**

计算机与互联网的使用



突破了人类大脑及感觉器官加工利用信息的能力，人类进入信息社会时代

如何看清新时代？

新时代、新经济、新物流、新金融、新能源、新制造、新通路.....

发展背景：中国进入新时代，社会主要矛盾已经转化为人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。主要特征是消费升级与分层、懒人经济、绿色发展等等。

创新的特征角度看：我们开始进入智慧时代，主要特征是数字赋能、机器人、跨界创新、数字经济等，让我们进入了一个广泛链接的无边界泛在化的经济社会生态。

驱动力角度看：互联网、云计算、大数据、物联网、自动化、人工智能、区块链等新技术物种大爆发，驱动着新零售与物流创新发展

渠道与场景角度看：新技术重构人、货、场，带来了线下便利店变革、无人零售变革、全渠道变革、物流先行（前置）变革、即时物流变革、新通路变革，创新层出不穷

社会

经济

产业

企业

个人

重构
全面创新

基础设施
革命性变革

水利、铁路、公路、水运、航空、管道、电网等物质工程设施

互联网、物联网、云计算、大数据、人工智能、区块链等信息技术

信息互联网（天网）
物流物联网（地网）

大变革与大创新，新零售、新制造、新能源、新技术、新金融等

互联网在怎样演变？

信息互联网时代

技术手段，局限于信息产业范畴，传统行业借助互联网促进信息沟通

消费互联网时代

商贸流通领域，产生了电子商务变革，虚拟数据空间

物流互联网发展

通过物流完成实物交易，物联网技术推动了互联网与物流网实现虚实融合

产业互联网发展

向下游延伸，链接了门店、商超、社区，推动了线上与线下销售融合，出现新零售变革；互联网边界向上游制造业延伸，出现产业互联网变革，推动新制造变革，推动全球智能制造发展。互联网向现代服务业延伸，链接了服务业，推动了服务互联网的变革与创新等等

互联网成为基础设施

大数据、云计算、物联网、区块链、人工智能，底层的操作系统

网易、雅虎

技术手段，局限于信息产业范畴，传统行业借助互联网促进信息沟通

淘宝、京东.....

商贸流通领域，产生了电子商务变革，虚拟数据空间

顺丰、四通一达.....

实体物理世界的物流系统与线上互联网世界的物流信息系统实现一体化融合的互联网

红领集团、网库.....

是基于互联网技术和生态，对各个垂直产业的产业链和内部的价值链进行重塑和改造，从而形成的互联网生态和形态

下一个时代你是否已经准备好？

基于底层操作系统的各种微服务及应用

PART TWO

如何培训好这门课

互联网营销师培训师资的能力培育

互联网营销师的概念

互联网营销师，是指在数字化信息平台上，运用网络的交互性与传播公信力，对企业产品进行多平台营销推广的人员，如李佳琦、薇娅等



李佳琦



薇娅

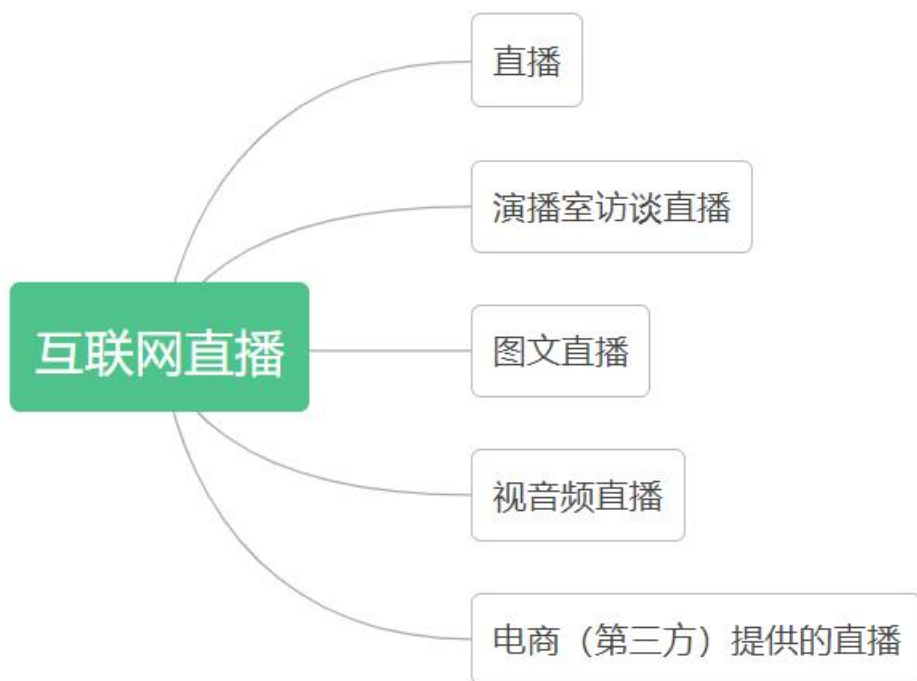
互联网营销师新职业的发展历程



互联网营销师的主要工作职责

- 研究数字化平台的用户定位和运营方式
- 接受企业委托，对企业资质和产品质量等信息进行审核
- 选定相关产品，设计策划营销方案，制定佣金结算方式
- 搭建数字化营销场景，通过直播或短视频等形式对产品进行多平台营销推广
- 提升自身传播影响力，加强用户群体活跃度，促进产品从关注到购买的转化率
- 签订销售订单，结算销售货款
- 负责协调产品的售后服务
- 采集分析销售数据，对企业或产品提出优化性建议

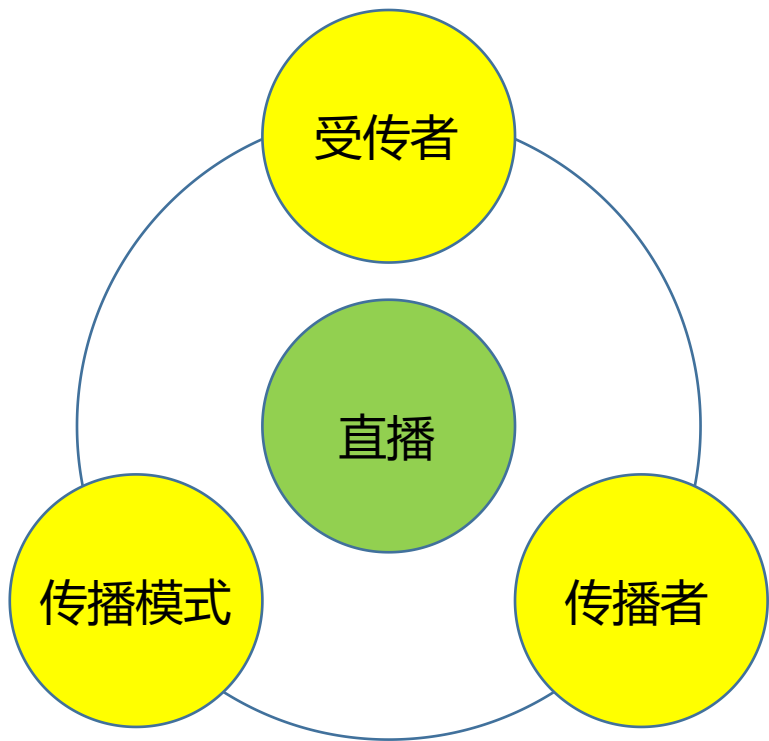
互联网直播定义



互联网直播是指信息网络双向循环发布的方式，它使信息与现场事件的发生和发展同步发布



直播的特征



受传者

受众“使用与满足”研究把受众看作是有着特定“需求”的个人，他们的媒介接触活动是有特定需求和动机并得到“满足”的过程

传播模式

在大众传播下，打破了原有的单向传播模式，形成了复杂的传播网络

传播者

网络传播更突出了意见领袖和议程设置的作用

短视频定义

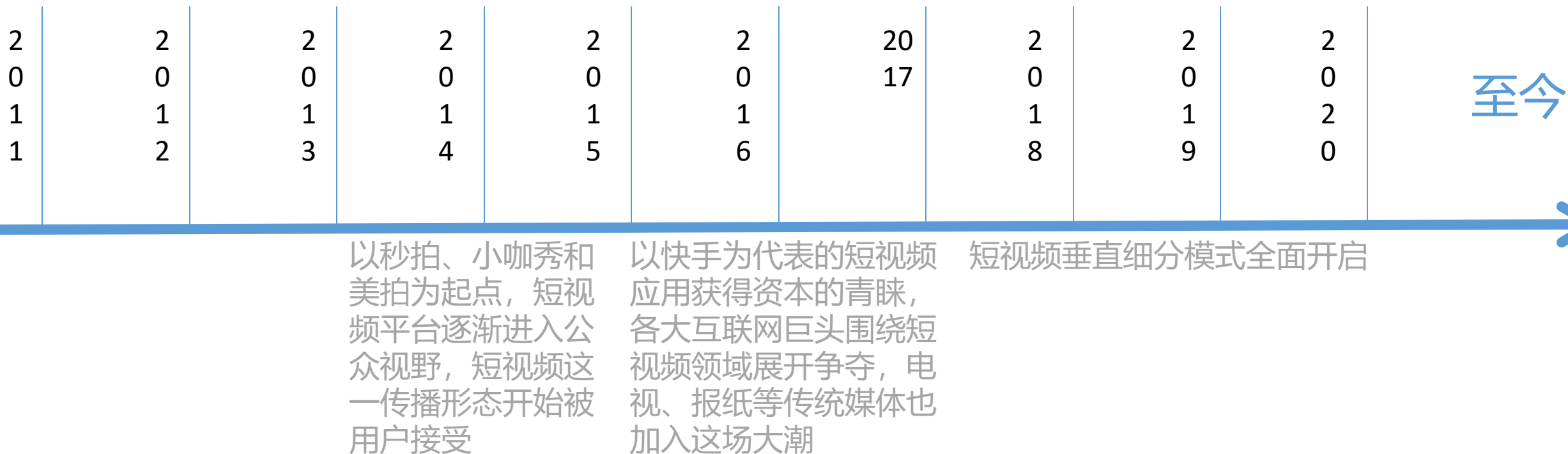
以新媒体为传播渠道，时长在5分钟以内的视频内容，其是继文字、图片、传统视频之后新兴的又一种内容传播载体

生产成本低，传播和生产碎片化

传播速度快，社交属性强

生产者与消费者之间界限模糊

短视频发展历程



互联网营销的相关法律法规

- 1 中华人民共和国电子商务法相关知识
- 2 互联网直播服务管理规定相关知识
- 3 互联网视听节目服务管理规定相关知识
- 4 中华人民共和国消费者权益保护法相关知识
- 5 中华人民共和国反不正当竞争法相关知识

计算机的一些基础知识

1 计算机硬件类知识

2 计算机软件类知识

3 移动端硬件类知识

4 移动端软件类知识

摄影类的一些知识

1 硬件设备

2 后期处理软件

3 摄像美学

4

电子商务类的一些知识

- 1 互联网营销
- 2 网络店铺管理
- 3 供应链相关知识
- 4 互联网营销团队的组建
- 5

数据整理与分析能力

1 数据平台有哪些?

2 从哪些方面分析?

3 使用什么工具?

4

实训设备使用能力

- 1 最便捷工具：手机
- 2 相对专业实训设备
- 3 专业直播间搭建
- 4

PART THREE

培训教材讲解

如何使用教材培养不同等级的互联网营销师

初识培训教材

职业能力等级评价系列

(内部教材)

互联网营销师 职业能力等级培训教材

中国工业合作协会
北京新职互联教育科技有限公司
福建大娱号信息科技股份有限公司
组织编写

互联网营销师
职业能力等级培训教材

INTERNET MARKETER
THE LATEST VOCATIONAL ABILITY LEVEL
TRAINING MATERIALS

目录结构

第一篇 基础篇

第1章 互联网直播及短视频初识

- 1.1 互联网营销师的职业背景
- 1.2 互联网直播
- 1.3 短视频
- 1.4 MCN机构

第2章 互联网营销的相关法律法规

- 2.1 中华人民共和国电子商务法相关知识
- 2.2 互联网直播服务管理规定相关知识
- 2.3 互联网视听节目服务管理规定相关知识
- 2.4 中华人民共和国消费者权益保护法相关知识
- 2.5 中华人民共和国反不正当竞争法相关知识

第3章 互联网营销的技能分级评价要求

- 3.1 五级（初级工）
- 3.2 四级（中级工）
- 3.3 三级（高级工）
- 3.4 二级（技师）
- 3.5 一级（高级技师）
- 3.6 权重表

第4章 互联网营销计算机基础知识

- 4.1 计算机及移动设备应用
- 4.2 互联网网络应用

第5章 互联网营销与传播基础知识

- 5.1 摄影、录像拍摄基础知识
- 5.2 图片、视频制作基础知识
- 5.3 视听语言表达基础知识
- 5.4 新媒体应用知识

第3章 互联网营销的技能分级评价要求

- Internet marketing skills grading evaluation requirements



目录结构

第1章 硬软件准备

1.1 思想准备

1.2 设备准备

1.3 软件准备

1.4 内容准备

1.5 场地准备

第2章 营销帐号准备

2.1 营销帐号准备

2.2 直播间标题

2.3 简介描述要领

2.4 封面设置要素

第二篇

素质篇

第3章 自我素质准备

3.1 形体素质准备

3.2 外在形象打造

3.3 内秀形象打造

第4章 团队建设与打造

4.1 组建高效的团队

4.2 常见的互联网营销团队配置

4.3 短视频团队分工

4.4 标准的运行流程

第1章 软硬件准备

- Hardware and software preparation



第4章 团队建设与打造

- Team building and building



第三篇 技能篇

目录结构

第1章 短视频拍摄与剪辑

1.1 短视频运镜技巧

1.2 短视频转场技巧

1.3 音乐添加与选择

1.4 短视频字幕添加

1.5 短视频拍摄技巧

1.6 配音方法

1.7 剪辑技巧

1.8 标题创作技巧

1.9 标题创作注意事项

1.10 常用标题参考案例

第2章 开场技能准备

2.1 直播前心态调整

2.2 直播前期策划

2.3 直播中期预热/执行

2.4 直播开场，引导话题

2.5 打造幽默搞笑的氛围

2.6 预报留悬念

2.7 直播后期跟踪

2.8 直播复盘

2.9 策略回顾

第3章 直播中技能

3.1 如何跟不同类型粉丝交流

3.2 巧妙回避敏感话题，留给双方更多空间

3.3 如何避免无谓争辩

3.4 沟通技巧

3.5 巧妙应对直播现场难题

3.6 以语音、语速、音量为自己打分

3.7 随机应变与救场

3.8 如何与粉丝互动交流

第1章 短视频拍摄与剪辑

- Short video shooting and editing



目录结构

第四篇 运营篇

第1章 运营基础知识

1.1 什么是直播营销

1.2 直播营销的优劣

1.3 直播营销平台分类

1.4 直播营销主流分类

1.5 直播带货的十大法则

1.6 个人运营

1.7 产品运营

1.7 直播策划，带着理念

去运营直播

1.8 内容运营

1.9 维护与管理

第2章 直播营销的运营策略

2.1 如何对主播选主题

2.2 人人可复制的推广方式

2.3 优质内容的打造与营销

2.4 直播营销技巧之平台推广

第3章 互联网的营销的变现策略

3.1 如何进行直播变现之变现技巧

3.2 流量变现

3.3 内容变现

3.4 流量+内容变现

第4章 互联网营销的数据运营技巧

4.1 达人数据分析技巧

4.2 粉丝数据分析技巧

4.3 选品数据分析技巧

4.4 抖店数据分析技巧

PART FOUR

直面短视频、直播运营

如何快速进入实战，让学员们动手

短视频运营

- Short video operation



直播运营

- Live broadcast operation



直播间配置

直播设备配置

直播团队配置

货品准备

供应链配置

直播过程中的战略战术



X博士谈科技

坦坦荡荡做人...

使用抖音扫码，加我好友

