

人工智能技术在电子商务营销策划与创新课程教学中的应用

邓莉平

(广东财贸职业学院, 广东 清远 511500)

摘要:随着大数据、云计算、区块链、虚拟仿真等技术的飞速发展,人工智能技术在电子商务专业教学中的应用越来越广泛,有利于加快智慧课堂建设,提升学生学习能力。高职《电子商务营销策划与创新》教师要把人工智能技术融入教学中,巧妙运用虚拟仿真技术,搭建沉浸式实训空间;开展线上线下混合式教学,优化课内外教学衔接,构建智慧课堂;互联网导入电商企业营销案例,全方位渗透创新创业教育;搭建智能化电商直播间,提升学生电子商务营销策划能力;搜集新媒体素材,构建数字化教学资源库,提升课程教学质量。

关键词:人工智能;电子商务专业;《电子商务营销策划与创新》;应用策略

人工智能并不单指一种技术,而是多种技术的集成,包括了深度学习、计算机视觉、智能机器人、实时语音翻译、手势控制、推荐引擎等,有利于为消费者提供智能化检索、大数据精准推送和智能客服等服务,从而促进电子商务产业转型升级。为了更好地应对“互联网+”时代挑战,高职电子商务专业教师要积极学习人工智能技术,根据《电子商务营销策划与创新》课程特点,学习虚拟仿真技术、混合式教学APP、智能机器人等新技术,创新课程教学方法,构建沉浸式虚拟仿真实训平台,提升实训课教学质量,引进智能化电商平台训练软件,引导学生开展电商平台营销策划、市场调研和公共关系活动策划等训练,提升他们营销策划能力和创新能力,全面提升电商人才培养质量。

一、人工智能在电子商务领域的应用

(一) 内容自动生成

人工智能技术可以对电商平台各类数据进行分析,利用自然语言处理技术、深度学习算法提取电商平台数据,自动生成商品描述、产品介绍等内容,为电商平台提供更加丰富的产品介绍,抓住消费者眼球,激发他们的消费欲望。同时,人工智能可以帮助用户生成短视频,提取用户需求、消费者数据,智能化分析出消费者特征,自动生产商品展示视频、使用演示视频等高质量视频,创新电商平台产品宣传方式,加深消费者对产品的记忆,增加店铺和产品浏览量和关注度。

(二) 个性化推荐

大数据、云计算和区块链技术可以帮助电商平台建立多种类型推荐系统,自动化对电商平台用户消费记录、检索数据和浏览记录等进行智能化分析,生成更加个性化、精准的推荐结果,实现精准化推荐、大数据推送,从而激发用户快速下单。此外,人工智能技术可以提供推荐引擎服务,帮助电商平台对用户消费偏好进行分析,为他们在网页推荐相似产品,缩短用户手动检索商品的时间,为用户提供更多选择机会,从而激发他们的消费欲望,尽快促成线上订单。

(三) 智能客服和聊天机器人

智能客服和聊天机器人是人工智能技术的佼佼者,可以为电商平台用户提供24小时咨询服务,利用自然语言处理技术和深度学习算法对用户问题进行分析,并在答案库中搜索相关答案,为用户提供个性化建议和解决方案,从而提升他们的满意度。相对于人工客服,智能客服和聊天机器人可以提供多语种服务,满足不同用户需求,还可以降低电商企业人力成本和经营成本,可以同时服务多位用户,缩短用户排队等候时间,从而提升电商平台服务质量。

(四) 面向用户的智能化服务

第一,电商平台可以利用人工智能技术开展定制化生产,利用大数据、云计算汇总近期平台各类商品销售数据、消费者喜好,

智能化分析出不同商品需求量,科学计算出商品生产数量,避免盲目扩大生产规模,减少库存量,降低电商平台经营成本。第二,人工智能技术可以帮助电商企业智能化定价,利用大数据、区块链等技术对电子商务平台销售数据、用户消费记录、商品库存和利润等进行分析,根据销售数据动态化调整商品价格,并合理设计线上专属优惠,促进线上订单增长,为电商平台吸引更多忠实客户,帮助平台提高经济效益。

二、人工智能技术在电子商务营销策划与创新课程教学中的重要性

(一) 有利于搭建虚拟仿真实训空间

虚拟仿真技术有利于创新《电子商务营销策划与创新》实训教学方式,为学生搭建沉浸式、智能化实训空间,把电子商务营销策划岗位技能转化为模拟情境,让学生进行线上模拟操作,有利于提升他们的实践能力。同时,教师可以利用虚拟仿真实训软件全程记录学生线上操作过程,及时发现他们操作中存在的问题,便于后续开展精准教学,提升课程教学质量。

(二) 有利于融入电商企业营销案例

高职电子商务专业教师要树立“互联网+”教育思维,积极搜集新媒体营销、电商直播等电商行业营销新模式,并搜集抖音、小红书和淘宝等电商平台营销案例,建立数字化教学资源库,并把这些资源分享给学生,便于他们在手机、平板等移动终端上浏览和下载营销案例,提升他们电商营销策划能力。此外,教师可以利用微课导入企业电商平台营销策划案例,开展市场商机捕捉训练、顾客购买行为辨析能力训练、营销策划能力训练,让他们熟练掌握大数据、云计算和虚拟仿真技术,进一步提升他们就业竞争力。

(三) 有利于提升学生创新创业能力

人工智能时代下,电子商务行业发展趋向于智能化、集成化、数字化方向发展,为电子商务人才培养注入了新活力。高职电子商务专业教师要科学运用人工智能技术,优化《电子商务营销策划与创新》课程教学,为学生系统性讲解智能机器人、个性化推荐、内容自动生成和大数据精准推送等知识,进一步提升他们的电商营销策划能力、创新能力,激发他们自主创业积极性,提升高职大学生创新创业能力,培养更多“双创型”电商人才。

(四) 有利于加快构建智慧课堂

高职《电子商务营销策划与创新》教师要积极学习大数据、智能化教学APP、云计算和虚拟仿真技术,开展线上线下混合式教学,精心设计连麦互动、线上测试、头脑风暴、小组讨论等线上教学环境,打破时间、空间的限制,构建智慧“云课堂”。此外,教师可以利用大数据分析学生线上发言次数、线上测试成绩、小组合作学习表现、课件下载量等数据,明确线上教学中存在的不足,便于开展线下精准教学,从而起到事半功倍的效果,最大限度发

挥出人工智能技术在教育教学中的优势。

三、人工智能技术在电子商务营销策划与创新课程教学中的应用策略

(一) 巧妙运用虚拟仿真技术, 创新实训教学方式

《电子商务营销策划与创新》教师可以利用虚拟仿真技术开展实训教学, 根据实训教学内容创设虚拟仿真实训项目, 引导学生在虚拟仿真实训平台上进行操作练习。例如教师在讲解顾客购买行为分析相关知识时, 教师可以在虚拟仿真实训平台上创设网店情境, 设定好网店产品、定价、物流等数据, 引导学生在实训平台上汇总网店近期销售数据、消费者购买喜好和店铺满意度评价等数据, 让他们对消费者购买行为进行分析, 让他们深度了解6W和6O。首先, 教师可以在虚拟仿真实训平台下发实训任务、上传演示操作视频, 便于学生线上浏览操作视频、参照视频进行线上操作练习, 让他们熟练掌握大数据、云计算等人工智能技术, 让他们熟练掌握模拟电商平台操作技能, 提升学生实践操作能力。学生可以在虚拟仿真实训平台练习练习电商平台大数据分析、云计算应用, 对平台消费者行为进行分析, 对他们的购物行为进行分析。其次, 教师可以线上点评学生大数据应用、消费者购物行为分析, 指出他们实训操作中存在的问题, 指导他们利用大数据分析消费者选择、购买、使用、评价及处置产品、服务等数据, 进一步提升实训教学质量。

(二) 开展线上线下混合式教学, 构建智慧课堂

教师可以利用超星学习通APP开展线上线下混合式教学, 促进课内外教学衔接, 构建智慧课堂, 满足学生个性化学习需求。例如教师在讲解市场商机捕捉能力相关知识时, 可以提前录制企业营销模式介绍视频, 在视频中布置预习作业, 并把视频上传超星学习通APP, 科学指导学生预习。线上教学中, 教师可以利用头脑风暴来导入新课, 快速检测学生对市场商机的理解, 激发他们学习兴趣, 与学生线上讨论企业捕捉商机的方法, 激发他们线上发言积极性, 活跃线上教学氛围。教师可以引导学生从市场供求差异、从市场的边角、从市场细分、从竞争对手产品缺陷、从市场潜在需求中捕捉商机, 让他们深度分析市场与商机之间的紧密联系, 提升他们的营销策划能力。此外, 教师还可以设计线上测试, 分为选择题、填空题和简答题, 利用超星学习通智能化阅卷, 快速统计出每道题目正确率、出错比较高的题目、学生分数等数据, 为线下教学提供准确数据。线下教学中, 教师可以重点讲解学生线上错题, 讲解与题目相关的知识点, 发散学生思维, 引导他们了解“互联网+”背景下电商产业发展趋势, 鼓励他们自主设计营销方案, 从而提升他们的营销策划与创新能力。

(三) 融入电商企业营销案例, 渗透创新创业教育

人工智能时代下《电子商务营销策划与创新》教师要转变教学思维, 利用互联网搜集电商企业营销案例, 渗透创新创业教育, 培养“双创型”电商人才。第一, 教师可以导入淘宝平台A网店营销案例, 引导学生分析该店铺产品特色、营销方式和目标客户群等信息, 激发他们创新创业思维。有的学生认为A店铺以销售坚果零食为主, 以松鼠为店铺网页、产品包装设计亮点, 为每个订单搭配开口器、手套、果壳袋、湿巾等, 获得了消费者认可。第二, 教师可以引导学生为A网店设计一份“双十一”营销方案, 进一步发散他们的创新思维, 提升他们营销策划、广告管理、推销能力和市场商机捕捉能力。有的学生设计了旗舰店满减活动、直播间福袋、设计文创赠品等营销方案, 综合坚果、果脯等零食特点来设计满200-10元, 200元任选10件等促销活动, 并在直播间发放5元无门槛优惠券, 消费满200元赠送三只松鼠冰箱贴、书签等赠送活动, 激发消费者购买欲望。教师要对营销方案

进行点评, 肯定他们的营销亮点, 鼓励他们自主创业, 让他们抓住“互联网+”时代契机, 进一步提升高职学生创新创业能力。

(四) 积极开展电商直播教学, 提升学生实践能力

人工智能技术促进了直播带货产业的发展, 智能机器人、大数据精准推送等电商直播带货提供了技术支持。学校要积极搭建电商专业直播带货直播间, 引进企业专业的直播带货模拟训练系统、直播设备, 为直播带货教学奠定良好基础。首先, 教师可以带领学生观看东方甄选直播间、李佳琦直播间视频, 让他们了解直播带货流程, 引导他们根据视频归纳出直播带货流程与营销方式, 进一步提升他们营销策划能力。同时, 教师要简明扼要阐述直播带货流程: 选品—产品介绍—直播间试用—饥饿营销—直播间互动—售后服务流程, 引导学生设计美妆、食品、服饰、鞋包等商品营销方案, 为后续直播带货实训奠定良好基础。其次, 教师可以组织直播带货实训, 让学生尝试带货口红、羽绒服、运动鞋, 让他们自主设计产品解说词、线上试用带货产品, 并让他们关注直播间弹幕, 引导他们回答直播间粉丝问题, 提升他们直播带货能力, 为他们未来就业奠定良好基础。

(五) 搜集新媒体教学素材, 构建数字化教学资源库

高职电子商务专业教师要积极搜集抖音、快手、小红书和微博平台营销案例, 深度讲解新媒体营销模式, 开展广告活动管理与鉴赏能力训练, 引导学生分析新媒体平台营销推广方式, 建立新媒体营销案例库, 丰富数字化教学资源库内容, 满足学生个性化学习需求。例如教师可以导入抖音、快手平台网红主播发布的广告、直播带货视频, 引导学生分析广告引流、粉丝经济等知识点, 进一步激发他们的创新思维。教师可以讲解电商平台大数据精准推送、智能客服机器人营销案例, 引导学生利用大数据分析新媒体平台广告影响力、消费者下单量等数据, 进一步提升他们新媒体营销能力。同时, 教师可以把新媒体营销案例分享到混合式教学平台、班级微信群, 便于学生自主下载, 更好地指导他们课下学习, 从而提升他们的营销策划和推销能力。数字化教学资源可以丰富《电子商务营销策划与创新》课程教学内容, 为学生提供新媒体营销、广告引流等学习素材, 帮助他们更好地理解新时期电商行业发展趋势, 引导他们自主设计新媒体营销方案, 进一步提升他们的学习能力。

四、结语

总之, 高职《电子商务营销策划与创新》教师要与时俱进, 利用人工智能技术开展教学, 利用虚拟仿真技术开展实训教学, 构建电商平台虚拟运营情境, 引导学生线上练习电商平台操作, 提升他们岗位实践能力, 积极开展混合式教学, 开展线上直播教学, 促进课内外教学衔接, 构建智慧课堂。同时, 教师还要利用互联网搜集各大电商平台营销案例, 引导学生探究大数据、云计算、智能机器人等在电子商务行业中的应用, 提升他们数字化素养和营销策划能力, 积极开展直播带货教学, 提升学生直播带货、营销推广能力, 培养“双创型”电商人才。

参考文献:

- [1] 蒋良骏, 张炫, 闫铭等. 人工智能时代高职电子商务专业人才培养——基于就业岗位的视角[J]. 河北职业教育, 2020, 4(03): 40-43.
- [2] 宋倩茜, 马双. 电商平台智能客服与人工客服的顾客感知价值对比研究[J]. 商展经济, 2022(22): 38-40.
- [3] 辛丽如, 吴苑莎, 杨加. 人工智能与跨境电商的碰撞——后疫情时代人工智能在中国跨境电商领域的可行性发展及技工院校跨境电商直播人才培养路径探析[J]. 职业, 2021(24): 46-49.