

电子商务背景下高职网络营销教学改革探究

侯燕

(曲靖职业技术学院, 云南 曲靖 655000)

摘要: 伴随着电子商务时代的到来, 社会对网络营销人才提出了更高的要求。因此, 高职院校为了顺应时代发展, 需要注重网络营销课程的改革。通过网络营销课程的开展, 可以保障学生专业素养的提升, 推动其长远发展。但在当前的教学活动中存在一些问题。基于此, 本文从电子商务的背景出发, 对网络营销的发展特点进行论述, 分析当前高职网络营销教学的现状, 并提出相应的教学改革策略, 为高职网络营销教学的开展积累经验。

关键词: 电子商务; 高职; 网络营销

在当前阶段的高职教学中, 网络营销课程属于专业课程的一种, 在电子商务、市场营销等专业发挥了重要作用, 是学生必须掌握的关键技能。该课程教学的开展, 不仅对学生的专业学习产生影响, 还会对学生职业能力的提升产生影响。因此, 网络营销课程在当前的电子商务时代下, 受到了社会各界的广泛关注, 伴随着相关专业的竞争日趋激烈, 各种电商企业的涌现, 对网络营销人才提出了更高的要求。为了适应这种环境变化, 使学生具有较强的实践能力, 高职院校需要注重网络营销课程的改革, 完善其存在的不足, 从而培养出符合企业需求的高素质人才。

一、电子商务背景下网络营销的发展特点

伴随着互联网技术的不断发展, 其用户数量呈现出增长趋势, 同时出现了许多电子商务平台, 包括淘宝、京东等, 网购以及移动支付的普及推动了电子商务时代的发展。基于以上背景, 电子商务的发展对网络营销人才提出了更高的要求。营销指的是个人以及组织开展交易的行为, 其中包括计划、执行等过程。从该角度出发, 互联网与营销相辅相成, 网络平台的出现可以更好地进行商品展示, 为商品提供者与顾客的沟通提供了便利。网络营销模式具有多样性, 属于新型的营销方式。随着社会经济不断发展, 互联网技术得到了良好的发展, 为电子商务平台提供了技术支撑, 为了实现效益的提升, 网络营销人才必不可少, 其中网络营销的方式展现出新颖特点。为了更好地适应当前环境, 高职院校需要注重网络营销课程的改革, 将电子商务作为出发点, 实施相应的教学改革策略, 为社会发展提供高素质的技术型人才。

二、电子商务背景下高职网络营销教学的现状

在高职院校的专业教学活动中, 网络营销课程属于电子商务专业的核心课程, 在网络营销课程的教学活动中出现了许多问题。

首先, 高职网络营销课程的教学模式较为单一。在传统的网络营销教学中, 教师需要在课前进行备课, 从而在课堂上进行理论知识的讲述, 学生在其中呈现出被动学习状态。同时高职院校的学生相较于普通高校学生, 理论基础相对较差。受到灌输式教学模式的影响, 学生在网络营销课程中缺乏学习积极性, 实际的学习效果较差。网络营销课程的开展, 不仅需要进行理论知识的传授, 还需要引导学生开展实践活动。在实际的网络营销教学中, 许多高职院校没有注重网络营销课程教学方式的创新, 很少从当前的时代背景出发, 对网络营销的案例进行收集, 阻碍了学生实践能力的提升。同时在当前的高职院校的网络营销课程中, 由于缺乏教学创新, 学生无法清晰感知到电子商务行业的竞争, 对专业知识的学习缺乏主动性, 无法满足当前时代下企业的用人需求。

其次, 电子商务专业的教师缺乏网络营销实践经验。在网络营销课程的教学活动中, 许多教师并没有相关企业的工作经历,

缺乏网络营销实践经验, 虽然高职院校通过外聘制度, 邀请相关企业的人才开展教学, 但由于无法将理论与实践进行有机结合, 往往会导致学生在实际的知识学习过程中, 知识应用能力的提升受到阻碍。同时, 在高职网络营销课程的教学活动中, 理论知识的教学占比较大, 实践活动占据的比例较小。教师在实际的教学活动中注重理论知识的传授, 忽视实践的重要性。这种灌输式教学模式, 会导致学生对知识学习出现厌倦, 导致实际的教学效果较差。学生在知识的学习过程中, 乐于参与到实践活动中, 许多教师没有挖掘学生的心理需求, 采取的教学方式缺乏合理性, 最终影响到学生的知识学习情况。

最后, 高职院校网络营销课程的教学内容陈旧, 并且考核机制缺乏合理性。在当前阶段的网络营销课程中, 选取的教学内容过于陈旧, 其中教学案例的更新较为迟缓, 很少将现代化内容融入到实际的教学活动中, 导致学生学习的知识落后于时代。同时由于教学内容缺乏更新, 教师对重复的知识进行讲解, 很容易导致教学热情的降低, 对实际的教学效果产生不良影响。同时学生对陈旧知识进行学习, 会导致创新能力的提升受到阻碍, 对电子商务专业的发展产生不良影响。高职院校网络营销课程采取的考核方式存在不合理性, 一般采取考试的方式对学生进行考核, 其中对学生成绩的规定具有统一性, 但由于不同课程的特点存在差异, 统一的规定并不完全适用于所有学科。受到这种考核方式的影响, 教师缺乏教学改革动力, 同时导致学生创新能力不足。

三、电子商务背景下高职网络营销教学的改革策略

(一) 挖掘实践价值, 丰富教学内容

电子商务专业具有丰富的时代气息, 网络营销课程属于其核心内容, 只有对其中的实践价值进行挖掘, 才能更好地推动教学创新。因此, 在高职网络营销课程的教学改革中, 教师需要注重教学内容的挖掘, 从而更好地开展教学活动, 推动教学成效的提升。由于网络营销课程涉及到许多学科, 其中的知识具有复杂性、抽象性, 为此在教学内容的选择中, 需要具有趣味性、科学性等特点。在电子商务的背景下, 高职网络营销课程的教学需要偏向该方向, 对课程中的实践元素进行挖掘, 并开展相应的教学改革活动。首先, 网络营销课程需要进行基础理论教学, 使学生掌握扎实的理论基础。其次, 教师可以鼓励学生参与到市场调研活动中, 对实际的网络营销案例进行学习, 并制定出合理的网络营销计划。最后, 教师可以引导学生进行网络广告的设计, 帮助学生灵活的应用网络平台, 对产品进行推销。

另外, 在当前网络营销课程的教学活动中, 教学案例较为滞后。因此, 教师需要注重教学案例的挖掘, 从而得到更为丰富的教学内容。在实际的教学活动中, 教师需要对社会热点案例进行挖掘,

并将其作为案例开展教学活动,帮助学生掌握知识的灵活应用能力,加深其对知识的理解,使课堂教学活动更具趣味性。同时教师可以通过作业的布置,引导学生在课后对网络营销进行学习,并对学习方法进行梳理,从而加深对网络营销知识的理解。在网络营销课程的内容中,教师可以通过市场元素的融入,从当前时代的发展特点重复,增加营销策划、创业等具有实践价值的内容,引导学生开展营销策划活动,保障其综合素养的提升。在实际的教学活动中,教师需要注重自身教学观念的转变,通过多元化的教学方式,推动教学效率的提升。

(二) 提高教师素养,推动内容信息化

在高职网络营销课程中,为了推动教学改革的实施,需要注重教师素养的提升,使教师具有更丰富的教学经验。在教师的培训活动中,高校可以加强校企合作开展,帮助教师不断地积累经验,并将自身经验进行转化,更好地开展教学活动。同时可以通过外聘的方式,邀请相关企业的优秀员工,与教师开展沟通交流,不断提高教师的专业素养,从而更好地实施网络营销教学。

通过教师培训的开展,教师的素养得到了提升,可以更好地挖掘时代环境,在网络营销课程中融入更多的信息化内容。在教学内容的选择方面,教师需要对传统内容进行优化,在满足课程需求的基础上,根据相关专业的特点,开展信息化教学活动,并制定出合理的教学模式。在网络营销课程的教学活动中,教师可以帮助学生对信息化内容进行了解,并激发其学习自主性,通过信息技术丰富教学内容。另外,在网络营销课程的教学活动中,教师需要注重实践教学开展,引导学生进行角色扮演,如消费者、商场人员等,从而推动学生实践能力的提升。在教学活动中,教师可以对学生的表现进行梳理,并赋予针对性建议,帮助学生更好地了解自身,对学习进行调整,通过演练活动的开展,实现学生实践能力的显著提升。

(三) 加强校企合作,开展实践教学

校企合作的开展,可以为学生实践活动提供便利。在以往的校企合作环节,由于二者之间的联系较为松散,导致学生实践教学过于形式化。因此,为了推动网络营销课程的教学改革,高职院校需要注重校企合作的加强。同时积极地借助各种现代信息技术,为学生营造虚拟实践平台,通过真实项目的融入,推动实践教学成效的提升。在网络营销课程的实践活动中,教师通过创业的融入,鼓励学生进行电子商务网站的构建并优化,通过实践操作的开展,熟练地掌握各类网络营销工具的使用。通过校企合作的加强,教师素养可以得到显著提升,从而更好地开展教学活动,实现学生综合素养的提升。

在网络营销课程中教材涉及的案例较少,教师在实际的教学活动中,需要打破教材的束缚,通过校企合作的加强,收集合作企业的相关案例,同时也可以通过网络技术的应用,进行案例的收集,从而更好地开展教学活动。在电子商务的时代背景下,教师不仅需要注重理论教学的开展,还需要鼓励学生对市场动态进行了解。教师可以对企业的营销理念进行收集,并在教学活动中通过相关案例,开展实训教学活动,加强与学生的沟通交流,从而更好地发挥学生思维,推动其创新能力的提升。在教学活动中通过企业案例的导入,有助于提高学生的学习热情,对其中存在的问题进行发掘并加以解决,得到自身素养的提升,为日后的长远发展奠定基础。

(四) 注重评价创新,保障教学成效

在高职院校的网络营销课程中,实践属于重点内容,为此,

在教学的评价活动中,也可以将实践作为核心,通过评价的创新,从而保障教学成效。一方面,高职院校可以开展专业课程免考制度。在当前电子商务背景下,各种创业品牌的出现,其中通过网络平台开展的创新活动,具有成本低、门槛低等特征,受到了广大学生群体的欢迎。在网络营销课程教学活动中,教师需要鼓励学生积极掌握相关知识,并参与到相关的创业活动中,通过创业的开展,得到实践以及网络营销水平的提升。因此,高职院校可以通过免考制度的指导,为开展自主创业的学生群体提供便利。学生可以通过线上平台进行学习,教师对学生的创业成果以及线上学习情况进行了解,并给予合适的分数。通过该评价方式的开展,可以为学生提供便利,使其得到更广阔的发展空间。另一方面,高职院校可以通过工作配套考核机制的开展,对学生的效果进行更好的评价。该评价方式的开展可以主要面向未参与到创业活动的学生,相较于传统网络营销课程的评价方式,该评价方式不再局限于学生的理论考试成绩,而是对学生的学习过程进行评价,对学生参与网络营销课程的实际情况进行了解,从而使评价结果更具客观性。如教师可以借助小组形式的开展,引导学生积极参与到网络营销活动中,将评价活动进行划分,对学生不同方面进行评价,包括日常训练、课程实训以及期末考试,通过三部分成绩的综合,从而使评价结果更为客观。其中日常训练属于基础性训练,需要将其作为评价考核的重要内容,在评价活动中不仅需要对学生学习态度进行了解,还需要对学生的任务完成情况以及小组成员之间的配合情况加以关注,从而开展全面性的评价活动。总之,早高职院校的网络营销课程中,可以加强评价方式的创新,通过免考制度、工作配套制度的开展,满足学生的个性化需求,对其进行客观公正的评价,从而帮助学生发现自身存在的不足,并进行针对性调整,保障教学成效。

四、结束语

综上所述,在电子商务背景下,高职院校开展的网络营销课程出现了许多问题,这些问题主要体现在教学内容、教学方式等方面。因此,高职院校在网络营销课程的教学改革活动中,需要将这些方面作为出发点,开展针对性的改革活动。在实际的网络营销课程改革中,高职院校需要注重教学方式的转变,推动学生相关技能的提升,加深其对知识的印象,使学生掌握理论知识的同时,得到实践能力的提升。高职院校可以通过网络营销课程内容的方法、教师素养的提升以及校企合作的加强等方式,推动课程的改革步伐,帮助学生掌握更多的知识,为其发展指明方向。总之,高职院校通过网络营销课程的教学改革,有助于人才培养效率的提升,为社会培养出高素质、应用型的网络营销人才,并保障时代的平稳发展。

参考文献:

- [1] 郭宝丹,王安国.5G背景下网络营销课程教学内容创新探析——以高职电子商务专业为例[J].中国新通信,2021,23(23):147-148.
- [2] 贾岚.ARCS动机模式在K中职学校《网络营销》教学中的应用研究[D].云南师范大学,2021.
- [3] 张秋仙.新时代背景下高职院校网络营销教学改革研究[J].广西教育,2021(11):50-52.
- [4] 余娟娟.项目导向下的高职《网络营销》教学改革模式探究[J].中外企业家,2020(18):187-188.
- [5] 梁根琴.新时代背景下网络营销教学改革初探[J].才智,2020(14):122.