

产教融合赋能职校学生新媒体直播营销技能提升的实践研究

陆立波

(江苏省惠山中等专业学校, 江苏 无锡 214000)

摘要: 产教融合是职业学校与产业深度对接, 调研产业需求, 全方位整合教育资源, 开展实践育人工作的双元育人模式。新媒体直播营销教学实践性强, 学生需要大量真实环境条件与实训资源的支持, 本文阐述产教融合对职业学校学生新媒体直播营销技能的影响, 结合当前新媒体直播营销教学中存在的问题, 依托产教融合平台, 建立自媒体、短视频和直播运营实训中心, 并围绕建立合作发展机制、发挥产教融合实践功能、重视双元实践互动、开展校内外实践教学、实施双元融合评价五个方面, 探讨职校学生新媒体直播营销技能的提升策略。

关键词: 产教融合; 新媒体营销; 课程; 教学

产教融合是学校教育与社会市场对接的主要途径, 也是学校携手地方企业, 联合开展人才培养与实践教育工作的重要模式。在网络数字技术高速发展的时代下, 社会催生了以直播经济和网红经济为主的新业态, 带动我国数字经济发展, 再加上新媒体和短视频流量的加持, 诸多品牌入驻直播带货领域。在直播带货过程中, 主播向观众创设身临其境的场景, 抓住消费者在生活中的痛点, 充分展示和宣传品牌优势。在移动互联网时代, 凭借强大的引流变现能力与流量聚合能力, 短视频成为拉动电商平台经济增长的关键要素。借助短视频与直播带货, 新媒体电商疏通了经济增长的消费堵点, 顺势释放了大众需求, 打开了电商营销新需求。在此背景下, 各大企业越来越注重新媒体营销, 尤其是短视频和直播领域, 社会对电商人才需求出现新变化, 新媒体直播营销岗位显现出较大人才需求, 这就需要职业院校结合行业与人才需求, 重视学生新媒体电商运营技能培养工作。

一、产教融合赋能新媒体直播营销技能提升的作用

(一) 增强实践教育内容的前瞻性

产教融合向新媒体直播营销课程提供丰富实践教育资源, 教师可通过增强与地区企业的联系, 将大量来自实践岗位的内容与理论课程知识结合, 促进理论与实践教育内容合理化, 构建突出实践特色的课程教学内容体系, 让学生接触社会对人才新媒体直播营销技能要求, 为其适应岗位工作内容打下基础。同时, 产教融合向学生提供了积累工作经验的场所, 教师可利用产教融合平台, 创新新媒体直播营销课程的教学思路, 增强教学内容的实践性。尤其是在整合教学资源的过程中, 学校能够利用来自企业和行业的资源, 确保新媒体直播营销课程教学针对性与前瞻性, 丰富实践教育内容, 帮助教师更新教学思维和观念, 将最新行业发展动态与实践教育目标联系起来, 针对性地训练和提升学生新媒体直播营销技能。

(二) 提供优质的实践训练平台

产教融合衍生了优质的实践训练平台。我国在早期阶段采用双主体的教育结构, 实施产教融合育人工作, 企业与学校共同制定合作育人方案, 将工作、育人冲击高分结合。在此模式下, 尽管学校能够把握最新的新媒体直播营销课程目标, 但过于依赖企业, 难以深入挖掘自身优势, 开发优质教育资源。在新媒体时代下, 产教融合模式步入了新的发展阶段, 学校不再一味单方面地依赖企业, 依托新媒体平台搭建合作育人平台, 采用多元化的方式, 与企业展开合作, 利用数字信息技术与新媒体平台, 建立健全新媒体直播营销课程体系, 发挥产教融合育人优势, 调整新媒体直播营销技能训练结构, 让学校能够从更多方面, 挖掘教育资源, 为教师系统开展新媒体直播课程教学创造条件, 为学生学习新媒体课程知识和直播技能搭建优质实训平台。

(三) 帮助学生积累岗位工作经验

产教融合是职业院校深化教育改革的一大方向, 关键点在于运用此模式, 促进学生就业发展。在学校已有的专业人才培养体系上, 通过深化产教融合, 学校能够重新对接人才需求端与输出端, 运用产教融合模式, 重构实践教育体系, 将企业岗位技能培训内容引入教学体系中, 增强新媒体直播营销训练的真实性, 让学生在真实项目中实践, 在做中学, 在学中做, 不断积累岗位工作经验, 将这些经验内化为实践技能, 掌握一专多能工作能力。同时, 在产教融合模式下, 校企双方能够同时渗透新媒体直播营销岗位工作标准, 让学生认识到实践知识和技能熟练度对今后就业的重要性, 激发其主动学习和实践热情, 使其将知识转化为岗位实践技能。此外, 通过推进产教融合, 校企双方能够建立起深度合作关系, 灵活地选择和运用有价值的企业资源, 突出教育实践性特点, 提高学生新媒体直播营销技能。

二、新媒体直播营销教学存在问题

(一) 直播营销变化快, 学生所学知识逻辑性缺失

在数字经济时代下, 营销工作朝着视频化和数字化方向发展, 对社会经济和企业营销向数字化和视频化方向加速发展, 新媒体行业催生了大量新生事物, 新媒体直播营销内容也不断扩充。但是, 在职业院校中, 部分教师使用的教材内容相对落后, 未能紧跟行业需求, 合理调整和更新课程内容。尽管有教师尝试引入新课程内容, 如行业前沿思想和概念, 但整体上的教学安排缺乏规划性和逻辑性, 仅能让学生获得碎片化的概念、信息和案例, 整个实践训练体系缺乏系统性。

(二) 教学实践内容缺乏针对性, 实践训练经验积累不足

在传统实践课程体系下, 部分教师仅能按照教材和大纲, 详细呈现考核的内容和知识点, 将重点放在分析案例、讲解知识和概念上, 整个课堂处在教师讲授氛围, 学生沉浸在聆听环节, 缺乏主动学习积极性, 参与度不高。尤其是在新媒体直播营销教学中, 部分教师未能突出实践内容特点, 忽视学生在课堂中的主体性地位, 鲜少关注学生实践需求和沟通欲望, 难以利用实操环节, 帮助学生探索和运用知识, 导致其不能充分掌握实践经验。

(三) 教学考核机制不够科学合理

在新媒体直播营销教学中, 部分学校直接照搬其他专业或学科的考核机制, 仍采用传统考核方式。新媒体直播营销的实践性与时效性强, 教师需要着重考核学生在实操环节表现情况。但是, 在传统考核方式下, 部分教师将日常出勤、作业与卷面考核内容设为主要考核部分, 侧重评价学生日常表现和卷面成绩, 尚未明确实践考核环节评价内容, 了解学生执行能力、团队合作能力与努力程度。在重知识轻能力的考核体系下, 学生对参与实践训练缺乏兴趣, 教

师也难以了解学生直播营销水平,培养其解决问题能力。

三、产教融合赋能新媒体电商实践基地建设

为发挥产教融合优势,将产业链、人才链与教育链衔接起来,校企双方达成产教融合育人理念,达成共建新媒体电商实践基地的共识,通过校企协同、合作育人的方式,将企业服务资源、新媒体岗位内容引入教学实践中,分步推进实践基地建设。首先,校企双方扩容新媒体实训室。在现有实训室条件的基础上,校企双方建设摄影准备区、音频采集区与视频摄影区三个板块,具有采集素材和直播功能,全面建立电商营销链条,并建设自媒体、短视频与美工运行功能区。其次,校企双方对接社会对新媒体直播营销人才需求,开展理论学习、项目实战和综合训练等项目活动,建设集配套服务与专业服务于一体的新媒体基地。

(一) 自媒体运营中心

基于企业实际工作环境,校企双方建设自媒体运营中心,建设面向多个平台的运营区,如网易号、搜狐号、知乎、今日头条、大鱼号、百家号等,让学生通过参与各个区域轮岗学习活动,深入了解新媒体直播运营技能。在自媒体运营中心,学校引进新媒体岗位基础课程资源与文案智能创作分析系统,开展实训实战训练活动,并设置现场讲解指导、测试、评价和拓展阅读四个环节,帮助学生了解新媒体功能、玩法和变现技巧,使其熟练掌握新媒体运营技巧与文章创作方法。同时,学校利用产教融合平台,引进大量实战项目,让学生通过项目理解和掌握新媒体知识技能,积累实战经验。比如,教师可使用企业订单项目,向学生介绍项目考核制度、岗位要求、实施标准和工作流程,使其对接各大主流新媒体平台项目。在通过考核后,学生可在企业导师带领下,完成真实项目,根据参与程度获得项目分成。

(二) 短视频运营中心

基于电商企业短视频工作样板,校企双方建设短视频运营中心,向学生提供剪辑视频、合成新媒体文章的条件,达到视频剪辑需求。在短视频运营中心,学校设置火山短视频、快手短视频、抖音短视频专区,让学生通过轮岗的方式,了解各个平台的运营机制和规则,使其积累内容创作经验。在运营过程中,企业导师带领学生分析选聘、商品受众与卖点、制定视频标题、标记神评论、编写视频台词和校本、体验视频客服编辑等运营工作。在短视频运营中心,企业可引进新媒体企业任务系统、短视频云剪辑系统、新媒体校本制作系统与大数据分析系统,使用企业资源引入实践项目,开展综合岗位训练活动。根据课程资源,教师按照现场讲解、实践教学与评价流程,让学生了解短视频变现模式,通过演示视频发布、拍摄手法、视频设计、方案脚本、策划案例等内容,让学生深入了解喊个与知识,成为会剪辑和拍摄,懂得账号运营与场景搭建的短视频运营人才。

(三) 直播运营中心

利用企业真实工作场景或校内实训教室,校企双方建立直播运营中心,按照由简到难,从实践教学到模仿训练,到项目实战的流程,开展实践活动,营造职业化实训情境。在直播运营中心,学校可邀请企业导师现场授课,直接演示直播技能,让学生体验企业真实项目,了解电商直播准备工作与必备技能,实现企业电商与学校模拟实践充分衔接。

四、产教融合赋能职校新媒体直播营销技能提升的策略

(一) 建立产教融合合作发展机制

学校应根据各个企业优势,建立多元化合作发展机制,利用不同企业优势,不断更新和完善新媒体营销课程教学内容,并建立线上互动平台,高效地采集和获取来自产教融合的资源。在合作发展机制下,学校需要转变传统课程开发方式,让企业人员参与新媒体直播营销课程内容开发,将具有前瞻性的知识和岗位案例融入其中。

(二) 发挥产教融合实践教育功能

在产教融合进程中,学校应深入开发产教融合实践功能,结合教师实际教学需求,重新制定教学计划。尤其是新媒体营销设计、直播案例分析内容,学校可邀请优秀职工或网红,参与实践指导工作,让学生在实践课上了解新媒体营销的营销概念与信息元素。同时,学校应合理精简新媒体直播营销基础知识和理论,重点让学生掌握实用性强的岗位知识,锻炼其新媒体营销技巧,并注重培养学生的逻辑思维和创新思维,使其能够灵活吸纳和运用创意元素,提高学生新媒体直播营销能力。

(三) 增强双元主体实践教育互动

学校与企业应利用好线上平台,通过开展线上互动,挖掘和共享线上课程资源,建立数字化的新媒体直播营销案例库,并设置线上试岗点。除了教学辅导方面的互动,校企双方应鼓励专职教师与企业人员互动,让教师了解当前新媒体电商直播形势和需求,便于优化教学方案。

(四) 开展校内外循环实践教学

在校内学习和实践的基础上,企业可按照主流营销模式与运营特点,向学校提供新媒体直播营销实践平台,让学生根据个人基础和专长,选择实践方向,调动其学习新媒体营销知识的积极性。在校内外学习与实践活动中,校企可不断完善课程体系与实践体系,针对性地训练学生实践能力。

(五) 实施双元融合实践评价机制

学校应借鉴企业绩效考核模式,邀请企业导师,参与新媒体直播营销教学评价工作,为学生营造逼真、紧迫的评价环境。在项目评价环节,教师可与企业导师合作,评价学生营销知识、营销创新点子、直播营销项目设计的问题,并要求其完成项目反思报告,提高其实践能力。

五、教学实践成效

(一) 提高了学生实践技能

在产教融合模式下,学校与农产品和直播电商企业合作,引进了大量实习岗位需求与实战项目,利用企业的平台、技术和项目,推进课程改革,培养出适应电商企业的新媒体直播营销人才。

(二) 充实专业资源库

经过产教融合育人,学校开发优质线上教学资源,如新媒体直播营销的案例分析、微课视频与PPT课件,并将资源上传到线上平台,支持学生参与线上交流、企业导师与专业教师线上指导。

(三) 学生取得竞赛成绩

经过课程实践训练,学生团队参与了新媒体直播营销学科竞赛,参与地区举办的短视频直播大赛,如“我为家乡农产品代言”乡村振兴短视频大赛,胜任直播带货、产品短视频、产品策划等工作,取得了良好实践成果。

参考文献:

- [1] 仲晓密.农产品新媒体营销产教融合模式创新与实践[J].辽宁高职学报,2023,25(10):49-52.
- [2] 张杰.产教融合视域下“新媒体营销”课程教学研究[J].普洱学院学报,2023,39(04):126-128.
- [3] 晋军刚.产教融合背景下“新媒体营销”课程实训内容体系研究[J].山东纺织经济,2023,40(03):39-42+47.
- [4] 毛玲丽.电商直播营销课程建设与产业输出研究——以广州华立科技职业学院电子商务专业为例[J].广东职业技术教育与研究,2022(05):200-204.
- [5] 吴建中.产教融合校企“双元”育人视角下高职电子商务专业课程改革与实践研究——以《新媒体营销》类理论实训课程为例[J].现代商贸工业,2021,42(16):134-136.