

# 中职电商专业《直播营销》工学一体化课程开发研究

吴文倩 朱依嘉

(浙江省机电技师学院, 浙江 义乌 322000)

摘要: 随着电子商务的迅猛发展, 直播营销已成为电商领域的一大热点。对于中职电商专业学生而言, 掌握直播营销技能就是提升就业竞争力的关键。因此, 开发《直播营销》工学一体化课程, 探索该课程的建设意义、可行性分析、开发策略及未来建议。具体通过学校各部门的支持、校企合作项目以及充足的师资和实训资源, 设计一系列贴近实际需求的教学内容, 继续变革与创新教学模式、实训模式, 配套适应的校企合作机制、多元评价体系等, 将推动电商教育的现代化发展。研究总结也希望能够为一线教育者提供更多借鉴与参考, 以期培养出更多适应行业发展的高技能、高素质电商人才。

关键词: 中职电商; 《直播营销》; 工学一体化; 课程开发

数字经济浪潮下, 电子商务行业爆炸式增长, “直播营销”作为近年来十分火热的网络营销方式, 凭借其即时互动、真实体验等方面特点迅速赢得了市场和消费者的认可。其不仅改变了传统的营销模式, 也为电子商务专业、电子商务教育的发展注入了新的活力。基于直播营销的课程开发, 围绕工学一体化核心展开, 通过结合工作过程和学习过程, 让学生在实际思考、探究与实践运用知识, 能够更好地适应未来职业要求。初期, 我们优化课程内容设计、创新教学环节与形式, 也分别进行了实训环节安排和多元评价体系构建, 取得初步成果。目前, 我们也得出经验, 认为在顶层设计优化、重视学生差异发展、吸纳全体教师参与等方面仍然有很长的路要走, 可谓任重而道远。

## 一、《直播营销》课程建设意义

《直播营销》课程建设的意义在于培养中职电商专业学生的实践技能与创新能力, 顺应数字经济发展潮流, 满足市场对直播营销专业人才的迫切需求。相应的, 也发展工学一体化教学模式, 在课程开发初期就渗透理论与实践融合理念, 规避后续理实衔接效果差、不融合等方面的问题, 切实提高电商专业学生的职业适应性和就业竞争力, 推动电子商务教育与行业需求的无缝对接。在未来, 我们应当聚焦《直播营销》课程工学一体化实践优势, 扬长避短、因材施教, 充分发挥出此类课程的积极意义, 带动电商专业与职业教育全面化发展。

## 二、中职电商专业工学一体化课程开发可行性分析

### (一) 学校及各部门支持工学一体化课改

职业教育改革的大背景下, 中职电商专业组织工学一体化课程开发工作, 显然是可行且有效的。从政策和学校层面看, 国家高度重视职业教育发展, 积极推动产教融合、校企合作的教育模式改革, 倡导工学结合、知行合一的教学理念。中职学校作为培养技能型人才的重要基地, 积极响应并落实这一方针, 通过设立专项改革项目、制定相应政策和制度, 为电商专业开展工学一体化课程改革提供有力的组织保障和政策支持。其中, 教务处、实训中心、就业指导中心等通力协作, 整合优化教育资源, 确保工学一体化课程开发能够顺利推进。

### (二) 校企双方合作项目支持一体化发展

校企双方合作、产教融合实践, 协同推进工学一体化落实, 显然这也是工学一体化课程开发的重要基础。随着电子商务行业的飞速发展, 企业对具备实战经验和技术应用能力的人才需求日益增强。许多电商企业积极与中职学校建立紧密合作关系, 共同参与课程设计、教材编写和教学实践, 实现理论教学与实际工作无缝对接。如, 企业提供真实的工作场景和项目案例供学生实践操作, 同时接纳学生实习或顶岗实训, 让学生在真实的职业环境

中锻炼技能, 提高职业素养, 也为企业输送了符合岗位需求的实用型人才, 可谓一举两得。这也为工学一体化的专业课程开发提供基础环境与条件, 是今后需深入挖掘和应用的。

### (三) 相应师资、实训室等资源配备完整

中职电商专业的工学一体化课程开发需要有完善的师资队伍和实训设施作为支撑。一方面, 学校需加强教师队伍建设, 鼓励教师深入企业一线实践, 提升其双师素质, 确保教师既精通电商理论知识, 又能指导学生解决实际问题。另一方面, 学校应持续投入建设现代化的电商实训室, 配置先进的软硬件设备, 模拟真实的企业运营环境, 为学生提供充足的实践操作平台。以此实现各方面配合, 优化完善工学一体化的课程设计, 将达到事半功倍的育人效果。反之也是相同, 意味着工学一体化的专业课程开发离不开一些必备条件, 也是大多数想要推进改革与创新的学校所具备的。

## 三、中职电商专业《直播营销》工学一体化课程开发策略

### (一) 课程内容设计

基于学校初期准备与直播营销课程构建的经验, 应当以工学一体化理念为原则, 首先进行岗位需求调研, 识别当前直播营销领域的核心技能和知识点。确定后与业界专家讨论, 对接相应优质团队, 确保课程内容贴合行业最新动态。一般情况下, 《直播营销》课程基于工学一体化设计来说, 需涵盖直播技巧、营销理论、平台操作、内容创作、数据分析等领域, 形成系统性的知识体系。进一步的, 拆分相应细分任务, 可以划分为基础模块、进阶模块和专项技能模块, 以适应不同层次学生的学习需求。当然, 为保障该门课程与时俱进, 我们也要做好内容评审与更新, 保证其随市场变化而增减内容, 适应时代需求与学生需要。

### (二) 教学模式创新

教学模式上, 尽可能选用现代化教育新模式, 摒弃传统教育观念中的糟粕, 而发扬其精华元素、融合信息化设计等, 带来高效的《直播营销》课程。如, 采用翻转课堂模式, 鼓励学生在课前通过在线资源自主学习理论知识, 课堂上更多进行讨论、实操练习; 设计与真实工作环境相仿的项目任务, 让学生在完成具体项目中学习和应用直播营销知识; 利用多媒体工具和社交平台增强教学的互动性, 开展线上直播模拟、观众互动训练等。为突显工学一体化课程开发思想, 我们也可以通过多类活动延展课堂, 从课内延伸到课外、从线下转移到线上, 形成长动线、长效机制, 助力学生各方面能力与素质协同发展。再如, 与表演艺术、心理学、视觉设计等其他学科活动相结合, 以社会实践活动形式形成学分奖励, 激励和吸引学生参与; 与三下乡、企业实训等相结合, 更多围绕严肃话题展开调研实践, 也形成新的教学模式, 与之类

似的还有很多。

### （三）实训环节设置

《直播营销》课程的实训规划也十分多元，校企搭建的实训基地开展教育教学工作，有具体的专业设备支持、有专门的直播实训室，还有专业的兼职教师监督、企业资深人员指导，将为广大电商专业学生提供优良实训机会。同时，我们运用虚拟仿真技术、增强现实技术搭建线上实训平台，供学生进行更低成本、无风险的实训尝试，将达到事半功倍的育人效果。那么，过度到真实企业提供的实训环境下，将实现学生从实训到就业的无缝对接。此外，组织校内外的直播营销竞赛，提供平台让学生展示自己的才能，同时接受评审的反馈。也可以串联技能大赛、大学生创新创业大赛展开，也有诸多方面的准备与支持。

### （四）构建评价体系

想要为中职电商专业的学生打造一个全面、高效、符合产业发展趋势的《直播营销》工学一体化课程体系，也要进行完整的教学评价体系设计。具体来说，采用过程性评价，强调对学生学习过程的持续性评价，包括参与度、协作态度、问题解决等方面的评估，配合相应技能水平测试、作品集评价等，形成对学生整体的更客观、公正的建议。有条件的情况下，我们还可以引入第三方评价，由行业专家和用人单位作为第三方评价者，提供权威的评审意见，增加评价体系的客观性。评价方法上，有自主评价、他人评价、小组评价、同伴评价等，综合形成一个有机的评价整体，发挥重要的依托与保障作用。

## 四、未来《直播营销》工学一体化课程开发建议

### （一）充分发挥顶层设计价值

过去的《直播营销》工学一体化课程开发与实施中，给老师们增加了很大的课时量与额外工作。且不说教师本身身心压力增加，最直观的就是占据了他们更多的课余时间，但显然绩效工资不匹配。另一方面来看，为鼓励与企业合作派遣部分教师直接上岗训练，但是也没有匹配工作实际的工资、奖励，也让很多实习教师出现不满。长此以往，“别人都在放假自己却无偿到企业干活”成为了实习老师们的痛点，也纷纷抱怨。可见，我们要进行新课程的开发与实践离不开保障机制，是之前没有考虑到，也是容易疏忽的部分。对此，应当更新顶层设计，从政策与制度层面保障教师利益，才能够实现长效发展。我们应为一线教师的实际工作定量、定目标，并将教师所付出的时间、精力与心血考虑其中，消除他们对于工作量增加而报酬不增的顾虑。对教师去到企业中顶岗这一类外派任务，也要提供相应的保障机制，加强待遇、奖励，提高他们的工作积极性与行业之间的联系性，也达到培训教师的目的。基于以上，优化顶层的制度设计，确保教师在《直播营销》工学一体化课程开发中的利益得到保障，进一步提高实际教学改革效率与质量，是为学生提供优质服务、引领电商专业教育发展的重要内容。

### （二）提高对学生差异的重视

基于前序工作总结，我们通过调研、访谈等多种形式收集意见，还发现工学一体化课程开发的一大弱点，即设立之初考虑中职学生急于就业和参加工作的需求。这恰恰忽视了一小部分学生升学的需求，也就是说学习这一元素在此类课程中的设计也必不可少。笔者认为，任何一种教育模式都有其优势与劣势，如何做好相应的平衡工作才是关键。工学一体化课程模式也是如此，其既然匹配技能训练、职业岗位训练，就不能要求理论层面显著进步与提高。但我们也不能全然忽视理论教学，更多是根据地区实际情况优化调整，争取以适应性的课程开发、尊重学生个体差异的教学实施，

来达到理想效果。就比如教学对象是农村中职学生，那么理论教学中增加语言表达、普通话训练的内容就非常合适，既体现学生需求，也是其今后从事相关行业的一些保障。后续关联主播这一岗位进行实训和培训，也起到重要的奠基作用，可谓一举两得。总的来说，提高对学生主体的重视程度、关注学生需求差异与目标差异等至关重要，《直播营销》课程既是适应未来市场变革的课程，是工学一体化实践的课程，也是学生们提升认识、了解社会的重要一环，适应性的课程设计与实施必不可少。

### （三）专业教师全员参与改革

基于前序课程开发与实施，发现即使解决了教师学习、培训等方面的问题。但我们也不能调动全体教师参与到工学一体化教学改革之中，更不能采取强硬手段。一般来说，仍然是几个骨干教师带头参与课程开发，甚至是一两个带队全体工作，无异于杯水车薪。就在过去的实际工作中，我们的团队共分配了19名有着《直播营销》相关背景的教师，但不论是去企业中实习的教师，乃至进行顶岗实习的学生人数，都不太乐观。这也指明了今后工作改革的道路，意味着我们要注重专业教师全员参与、激发学生热情与兴趣，进一步提高《直播营销》课程工学一体化的全员参与积极性，来成就一番大事业。具体来说，要积极推动《直播营销》工学一体化课程的未来发展，建立以教师为主体的课程研发小组，鼓励教师根据行业趋势和学生反馈共同探讨、设计课程活动。进一步要提供持续的专业发展机会，包括行业培训、教学研讨和技能提升，以确保教师具备实施一体化教学的能力。不论是对于参与相关教学活动的学生，还是组织开展工作的教师，都要进行适当奖励，以激励措施带动创新发展。基于此，确保全体教学人员参与、全体学生参与，共同推进《直播营销》课程的发展与完善。

## 五、结束语

综上所述，中职电商专业《直播营销》工学一体化课程的开发是对传统教育模式的一次重要革新，不仅有助于提高学生的实际操作能力，而且能够更好地适应市场的需求变化。研究分析，我们认识到课程建设需要得到学校管理层的大力支持，也需要不断优化方案设计推进校企合作、产教融合等，探寻长效发展的新思路。初期，建设内容体系、方法体系、实训体系与评价体系；中期，确定顶层设计、教育目标引领地位，持续加强变革与创新，带动各细节优化完善。展望未来，我们吸纳所有专业教师开发新课堂，面向新的市场环境发展学生认识、能力与素质，将为电商行业输送更多高素质的专业人才。

## 参考文献：

- [1] 张瑾, 陈翠霞. 基于OBE理念的中职电子商务课程的研究与实践——以《直播营销》为例[J]. 中国多媒体与网络教学学报(中旬刊), 2023(03): 116-119.
- [2] 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.
- [3] 刘敏. “双高”背景下基于“渗透式”课程思政理念的课程开发研究——以“直播营销综合实训”课程为例[J]. 广东轻工职业技术学院学报, 2022, 21(03): 35-39+70.
- [4] 李迎迎. 课程思政元素有机融入《新媒体营销》课程教学改革的实践与探索[J]. 山东纺织经济, 2021(11): 43-46.
- [5] 李琳. 基于学习平台网络直播教学设计与实践——以网络营销课程为例[J]. 科技风, 2020(21): 64.