

网络营销与直播电商专业校企合作实践研究

侯宁远

(襄阳职业技术学院, 湖北 襄阳 441050)

摘要: 网络营销与直播电商作为新兴的专业领域,正以前所未有的速度改变着社会发展的格局。基于此,本文深入探究了网络营销与直播电商专业校企合作存在的问题、网络营销与直播电商专业校企合作的策略旨在更好地为研究该方向的研究学者提供一定的实践经验和理论依据。

关键词: 网络营销与直播电商;校企合作;实践探究

引言: 教育部 发展改革委 工业和信息化部 财政部人力资源社会保障部 税务总局关于印发《职业学校校企合作促进办法》的办法解读中显示:今后,校企双方既可根据就业市场需求,合作设置专业、研发专业标准,也可合作制订人才培养或职工培训方案,实现人员互相兼职,相互为学生实习实训、教师实践、学生就业创业、员工培训、企业技术和产品研发、成果转移转化等提供支持;还可根据企业工作岗位需求,开展学徒制合作,联合招收学员,按照工学结合模式,实行校企双主体育人;同时鼓励以多种形式合作办学,合作研发岗位规范、质量标准等。职业学校应制订校企合作规划,建立适应开展校企合作的教育教学组织方式和管理制度,明确相关机构和人员,改革教学内容和方式方法、健全质量评价制度,为合作企业的人力资源开发和技术升级提供支持与服务;增强服务企业特别是中小微企业的技术和产品研发能力。高职院校应该根据国家的发展战略走符合国家发展的道路,这样才能够更好地进行人才的培养。

一、网络营销与直播电商专业校企合作存在的问题

(一)“双师型”教师队伍的能力不强

当前高职院校专业教师队伍普遍存在着实践能力不足的问题,即所谓的“双师型”教师往往只具备理论教学能力,而缺乏相应的行业实践经验。一方面,传统的教育体系对教师资格的认定主要侧重于学历和学术成果方面,而对实践经验的考察相对较少,使很多具备实践经验的行业人才很难进入到教师队伍当中。另一方面,现有的教师队伍当中,虽然有部分教师参与到企业项目、短期培训等提升实践能力的活动当中,但这些方式往往缺乏系统性和持续性,今天是这部分教师参与到其中,明天是那部分教师参与到其中,导致难以促进全体教师的整体实践能力,可能教师不参与到其中就忘记自己所学习的知识了。

(二)职业教育校企合作的机制还不完善

虽然国家层面出台了一系列政策文件,鼓励和支持职业教育与产业深度融合,但在实际操作层面,校企合作仍面临着诸多体制机制障碍。校企双方可能在合作目标、资源投入、利益分配等方面存在一定的分歧,导致很难进行有效的沟通,无法形成合力,不能够达到预期的效果或者是企业是学校只是口头地进行合作让每一方拿出一定资源的时候,没有一方愿意参与到其中,只是敷衍了事,不是全身心地参与到其中,这将导致教师的教学质量下降,企业不能够得到有专业基础知识的员工。

(三)产教融合校企合作的水平还不高

课程内容与行业标准的脱节,学校教授的知识技能往往滞后于行业发展,难以满足企业对人才的需求,使教师虽然教会了知识,学生也学习到了知识,但当就业的时候会发现没有符合时代的发展,不能够找到合适的就业工作;实习实训环节缺乏真实商业环

境的模拟,学生难以获得充分的实践锻炼机会,影响了其职业素养和实践能力的提升,也就是学生虽然学习了实训的内容,但大多数是以前的不是现如今需要用到的,当学生进入真实的职场中,发现自己学习的实践技能没有任何用处。

二、网络营销与直播电商专业校企合作的策略

(一)构建校企合作育人目标

网络营销与直播电商专业校企合作的育人目标是培养学生掌握网络营销与直播电商领域系统的理论知识体系,让学生可以更好地将理论的知识与实践的知识进行有机地结合,这样才能够深化其对网络营销与直播电商知识的理解。总的来说,学生在线上直播会经历商品选择(选品)、直播策划、总结营销话术、用户互动技巧等方面,学生们在线下会经历视频制作、产品营销、平台规则学习等方面。下面将具体阐述每一点校企合作希望学生达到的目标:在线上直播方面的选品环节,学生们需要学会如何在琳琅满目的商品中精准地定位,找到既满足消费者心理需求又能够满足市场需求的产品,让选择的产品成为爆品,这就要求学生们在选择的过程中需要不断地进行筛选,既要看做工工艺,又要看是否有良好的卫生环境,而且只有诚信面对消费者,才能够收到一定的回报;在直播策划方面,学生们需要学习如何确定每次直播的主题、直播的流程是怎么样(什么时候上产品)、设计互动的环节是怎么样,以此来确保直播内容有很强的吸引力,让路过直播间的消费者能够长时间地停留在直播间内;在营销话术方面,学生们需要学习如何能够通过精准的语言表达,不仅能够有效地传达商品的信息,还能够激发消费者的购买欲望,让消费者可以认准该品牌,形成回头客;在用户互动方面,学生们需要能够熟练地运用各种社交媒体软件,不仅是在直播过程中能够与消费者建立良好的互动关系,也能够在线下与粉丝进行沟通,这样才能够提高消费者(粉丝)的参与度和黏性。在线下短视频制作环节中,因为使用者想增强用户的黏性需要定期地更新自己的日常,也就是短视频的制作,这就需要网络营销与直播电商专业的学生需要学会运用视频编辑软件,创作具有吸引力的短视频内容,以短剧或广告植入的方式展现产品的特色,吸引潜在的客户;在品牌营销环节中,学生需要深入理解品牌的定位、传播策略等核心概念,学会构建并传播具有独特卖点的品牌形象;这些的产生需要建立在熟悉平台规则方面,如果不能很好地学习平台规则,则会出现很大的问题。虽然上述目标可能过于繁杂,但这正是网络营销与直播电商专业需要达到以及需要学习的知识内容,只有学生将其作为目标,学生们才会认真地听讲。

(二)构建资源共享平台促进全面发展

网络营销与直播电商专业校企合作的过程中可构建一个综合性的资源共享平台,实现教育资源与产业资源的对接,使学生学

习理论知识的同时也能够更好地进行实践操作,从而促进学生的全面发展,培养出具备扎实理论基础和拥有丰富实战经验的高素质复合型人才。该平台可建立一个教育模块,高职院校可将系统的学科体系、深厚的理论积累以及前沿的学术研究成果上传到该平台中,让企业的员工可以获取到高职院校的最新教学资料和研究案例,从而帮助员工提高专业素养,明白自己哪方面的不足,在该平台进行深化,提升团队的专业水平和创新能力。该平台还可以建立一个产业模块,企业会将可公开的实验步骤、实验资料等内容上传到该平台中,该平台会自动利用人工智能模块,将对应的章节后面添加对应的实践内容,这样在学习理论知识过后可以学习实践知识,不会使理论与实践相互脱节。教师也可利用该平台中真实的项目、市场分析报告和消费者行为数据对学生进行讲课,从而加深学生对网络营销与直播电商行业运作机制的理解,提升学生解决实际问题的能力;高职院校也可根据企业的视频内容动态地调整学生的课程,让学生所学习的知识是符合时代发展的潮流,降低找不到工作的风险。企业人员与教师还会定期地在该平台举行直播活动,交换彼此想法的基础上还会对有问题学生进行一对一的讲解,这样不仅能够丰富学生的学习体验,还能够缩短理论与实践之间的距离,更能够促进知识的流动与增值,使创新成果快速地转化为应用价值。

(三) 构建多元化实战学习体系(这个里面有,已经进行标注了)

加强实践教学环节是指教师能够通过构建多元化、实战化的教学体系,将理论知识与实践操作紧密结合,让学生在模拟或真实的网络营销与直播电商环境中探索、学习和创新。当学生学完网络营销与直播电商的基础理论知识之后,教师可以引入项目式教学的方法,也就是与企业进行合作,让学生在真实的直播环境中进行操作。具体来说,教师将4—6人分成一组,每组选择一个特定的项目,让学生可以按照每个人擅长的方向进行不同的步骤,有的学生可能适合策划,那学生会通过观看网络视频的方式学习他人是怎么做策划的,从而实现自己的步骤;有的学生可能不喜欢沟通,组长可让其担任内容撰写的部分,更好地展示自己的才华;还有一些学生有一些新奇的想法便可将直播的过程更好地进行丰富。根据每个人的兴趣爱好进行分配,可以更好地完成该项目,在这一过程中如果部分学生不喜欢自己的部分可以自主商讨交换自己负责的部分。学生通过真实的直播项目学习,能够在解决真实问题的过程中,加深对该学科的理解,培养学生的学习兴趣。高职院校还可以通过对网络营销与直播电商组织竞赛的方式,让所有的学生参与到其中,让学生明白自己只是这个项目中的一部分,每个人有每个人擅长的部分,看到不同背景、不同学校同一专业的竞争对手,让学生可以接触到行业前沿的技术和理念,知道可以从不同的角度去思考问题,找到一些志同道合的朋友,甚至有的学生会在参与竞赛的过程中提出新的理念并开始创业,将自己所想的想法转化为现实的产品或虚拟的产品。项目式学习和创新竞赛相互补充、相互促进,共同构成了一个全面、深入、实战化的学习体系。

(四) 构建科学动态评价体系促进人才培养

高职院校可通过构建网络营销与直播电商专业科学、全面、动态的评价体系,及时反映教学与实践的成效,以此来优化人才培养的方案,推动教育质量的快速发展。首先,网络营销与直播电商专业具有鲜明的应用性、市场性和综合性特征,其人才培养不仅需要学生能够掌握扎实的网络营销原理、电子商务理论基础、

直播电商运营模式、消费者行为学、市场营销学等理论知识,还会通过考试、作业、项目报告等形式,检验学生对基础知识的掌握情况,以此来客观地反映学生的综合素养,促进学生全面的发展。其次,随着直播行业的快速发展,新技术、新平台、新策略层出不穷,人才培养需求也随着不断地变化,因此,高职院校可定期邀请行业专家、企业代表参与评价标准的修订,确保该评价体系与直播平台需要的直播平台操作技巧、内容创作与编辑能力、数据分析与解读能力、客户关系管理能力等方面存在一定的联系同时还让学生在此期间不断地反馈,让教师反思自己自身的问题,确保教学质量的持续提升。同时,针对反馈的问题,应制定具体的改进措施,并明确责任人和时间节点,确保问题得到有效解决。例如,针对学生在实践直播操作中遇到的语言问题困难,可以组织专项培训或邀请企业专家进行现场指导;针对教师在教学中存在对网络营销与直播电商专业讲解的内容不全面问题,可以开展教学研讨或提供专业培训支持。在这基础上,师生与企业专家应该共同参与价与反馈机制的改进工作当中,以此来形成一个良性循环。

(五) 提升教师教学与实践能力

教师的技能的提升对于学生的发展有着重要的作用,其可通过校内学习和校外实习的方式来提升职业素养、实践能力和行业洞察能力。在校内方面,高职院校可通过定期组织专题讲座、工作坊和学术交流会的方式邀请行业专家、学者分享最新研究成果和行业动态,让教师可以不断地更新自己的网络营销与直播电商领域的理论知识,掌握最新的教学方法和教学理念。教师们还可对专家提出的教学方法或最新的动态信息展开讨论,总结出哪个教学方法最适合学生的发展,以此来更好地提高教师教学的质量,形成良好的学习氛围,促进学生的成长。在校外方面,高职院校可定向选择部分教师深入到企业当中,参与到真实的网络营销策划、直播电商运营、数据分析等工作当中,体验行业运作的流程,了解市场的需求和消费者的行为,感受行业的变化,增强对行业趋势的敏感度,能够在真正的实践中发现问题和解决问题,并将最新的实践操作理念带入学生的教学当中,以此来促进教师更好地形成先进的管理理念、营销策略和技术应用,从而丰富教师的教学内容,使教学更加贴近学生的实际,增强学生的就业竞争力。

三、结束语

网络营销与直播电商专业校企合作实践研究不仅揭示了校企合作在人才培养中的重要作用,还为未来专业发展指明了方向。然而,随着技术的不断进步和市场的不断变化,网络营销与直播电商领域仍面临诸多挑战和机遇。因此,高职院校应该不断地深化校企合作,这样才能够更好地创新人才培养模式。未来,校企合作模式将搭建更多元、高效的“校企”合作交流平台,实现企业需求与人才供给、地方发展与院校建设的携手并进。

参考文献:

- [1] 邵予晴. 新媒体时代网络营销与直播电商专业人才培养模式探究[J]. 现代职业教育, 2024, (20): 49-52.
- [2] 葛敏敏. 乡村振兴战略背景下高职院校网络营销与直播电商专业建设研究[J]. 中国新通信, 2024, 26(04): 99-101.
- [3] 徐运国, 时培凤, 秦程现, 等. 职业院校“双主体、三融合、四协同”农村电商人才培养模式研究[J]. 职业教育研究, 2023, (12): 5-11.
- [4] 王冬梅. “乡村振兴”背景下, 网络营销与直播电商专业人才培养路径探讨[J]. 商讯, 2023, (14): 191-194.