

# 高职院校互联网营销人才培养模式研究

梁琛

(上海震旦职业学院有限公司, 上海 201908)

**摘要:** 直播带货发展迅猛, 已经成为推动数字经济发展的新引擎。互联网营销作为人力资源与社会保障部颁布的九个新职业之一, 是电商行业的新风口, 人才需求量大、专业人才短缺严重。高职毕业生深受电商直播企业欢迎, 但是在综合素质、专业技术与自主研究方面能力不足, 对高职电商教育形成新的挑战。为解决电商专业课程设置过于宽泛, 未能聚焦岗位、学生缺乏专业技能培养与企业供需错配、“双师型”教师资源匮乏等问题, 提出了“产教融合”, “赛课证”一体化、完善课程体系、依托校企合作建设专业师资队伍的教学模式。

**关键词:** 互联网营销; 电商直播; 产教融合

近年来, 电子商务发展迅猛, 交易规模逐年扩大, 业态丰富, 网络购物有效助力消费升级, 电子商务已全面融入经济社会各个领域。随着市民网购热度不减, 电商新模式新业态不断涌现, “互联网+购物”已经成为推动消费升级的一股强劲动力。电商直播业的出现, 是零售商务模式的一大突破和新型变革。2021年中国直播电商市场规模达到1.2万亿, 年增长率197%, 预计2023年直播电商规模超过4.9万亿元。直播电商已经成为电商市场常态化的营销方式和渠道。截至2020年底, 行业内主播从业人数高达124万人。

目前学校及社会培训机构培养的人才数量远远不能满足电商直播企业对于人才需求, 这将严重制约电子商务行业的高速发展。因此为迎合市场发展, 缓解当前社会对紧缺人才培养的渴求, 高职院校应从传统电子商务专业向复合型技术技能人才的互联网营销方向转变, 提高学生的电商直播专业技能, 培养以市场为导向的应用型人才。

## 一、互联网营销人才培养模式构建的意义

### (一) 有利于提升学生的职业技能

理论和实践如鸟之两翼、车之双轮。由于多数高职院校并未单独开设互联网营销的专业, 只是在电子商务或者其他相关专业下设置短视频运营、直播运营

等若干门课程, 同时, 学校也不具备直播实训的条件, 导致学生“重理论, 轻实践”, 无法迎合市场的实际需求。

目前互联网营销的工种方向有选品员、直播销售员、视频创作者、平台管理员等, 高职院校应在培养人才过程中注重实践教学, 遵循以培养具有人文素养、专业知识、创新精神和实践能力的高素质互联网营销和运营人才为宗旨, 注重学生职业核心能力、自主学习能力的培养, 从而使学生能够胜任互联网营销及相关不同岗位的工作需求。

### (二) 有利于学生精准对接市场需求

面向网络直播运营应用和服务型企业, 涉及工作岗位群包含网络营销主播、内容策划、视频剪辑、品控、直播商务及运营管理等, 负责企业的直播销售、运营推广、供应链、商务合作等工作, 对网络直播行业选才用人的标准如表1所示。

高职院校开设互联网营销专业可以聚焦学生的计算机系统的基本操作能力、网络交互能力、营销宣传能力、项目开发与推广能力、客户服务与化解问题的能力、商务模式创新意识与必要的

成果转化能力等职业技能的系统培养, 符合电子商务行业发展的培养需求, 满足培养复合型高素质技能人才的迫切市场需要。

表1 网络直播行业选才用人的标准

工作领域 工作任务 等级	直播运营	内容运营	流量运营	账号(IP)运营
初级	后台设置与操作 直播脚本分解与执行 直播场控 互动台控单	产品卖点梳理与提炼 短视频的拍摄与剪辑 宣传物料制作	社交媒体日常运营 直播预热 粉丝运营与维护 直播数据分析	信息检索与文案写作 账号(IP)日常维护 账号(IP)推广
面向岗位	直播助理	内容策划专员	运营专员	运营专员
中级	直播间氛围营造 销售促单 直播突发事件处理 品牌代运营管理	直播平台选择与使用 直播选品分析 直播内容策划 短视频策划与推广 直播脚本撰写	直播流量获取与提升 直播推广方案制定 私域账号的运营策划 付费推广 直播数据分析及复盘	主播IP定位 多平台账号矩阵搭建 多平台账号统一管理
面向岗位	主播	内容策划主管	运营主管	运营主管
高级	直播商品质量管理 选品供应链维护与升级 主播、KOL、粉丝等 合作方管理	网络热点捕捉及预判 专场(PGC)统筹及 脚本规划 全媒体内容创意规划 全媒体平台体系搭建	产品趋势与转化率分析 直播效果评估与优化 账号与流量评估与优化 舆情分析	主播IP打造 直播地域定位 综合运营管理
面向岗位	商务经理	内容策划经理	运营经理	运营经理

### (三) 有利于电商行业蓬勃发展

2021年中国直播电商市场规模达到1.2万亿, 年增长率197%, 预计2023年直播电商规模超过4.9万亿元。直播电商已经成为电商市场常态化的营销方式和渠道。截至2020年底, 行业内主播从业人数高达124万人, 如图1所示。



图1 2018-2020中国直播电商的企业注册数和主播从业人数

电商直播是一个新型行业, 当下电商直播就业人群中, 要么是传统电商专业的人员, 要么是跨专业转行发展的各界人员, 虽然基于兴趣爱好或者具有直播带货天赋, 仍然可以占有一席之地, 但是当今社会专业细分、行业分工仍然是必然趋势, 电商直播行业需要更为专业的人去从事相应的工作。

人才缺口问题已经成为电商直播行业发展的瓶颈, 也是刻不容缓需要予以解决的问题, 对此职业院校应当义不容辞地承担起培育相关人才的责任来。高职院校中的互联网营销专业是基于工作岗位群而设, 有明确的人才培养规格和课程体系支持, 既具有电商直播行业的精准要求, 又具有商务管理类专业群的通用要求, 因此符合复合型、应用型技术技能人才的职业教育定位, 能为企业输送优质人才以打造电商经济新的增长点。

### 二、互联网营销人才培养存在的问题

为电商直播企业输送高质量专业人才, 缓解行业岗位空缺率居高不下的窘境, 一些高职院校在专业和课程体系上做了些有益的探索和改进, 但是在互联网营销人才培养模式上仍然存在缺乏实践教学内容、知识结构和课程体系不完善、优质教师资源匮乏等问题。

### （一）缺乏实践教学内容

一些高职院校没有设置互联网营销专业，教育教学未转型，教学目标仍然停留在传统的认识上；另一些高职院校没有实训基地，教学资金投入不足，学生的专业培训得不到充分的保障；还有一些学校没有把职业资格证书融入人才培养方案中，这些都导致学生只能关注书本上的理论知识和考试的成绩、“纸上谈兵”，缺乏实践技能的锻炼，无法满足电商直播企业的实际需求。

### （二）知识结构和课程体系不完善

高职院校的专业课设置存在典型的“重理论、轻实践”的问题，公共基础课和专业理论课占的比重大，而核心专业课和专业实践课、实训课比重较小，以这种模式培养的学生理论素养高，但是实践操作能力较弱，达不到企业的岗位要求。

有些学校没有对互联网营销这一新职业重新构建课程体系，而是在传统电子商务专业下增设几门与网络直播相关的课程，这种做法无疑是隔靴搔痒，学生浅尝辄止，无法形成完整的知识结构链，掌握行业的核心技能。

还有一些高职院校虽然单独开设了互联网营销专业，但是只注重课堂教学，没有立足于产业，融合于教育，学生缺乏行业见习、企业实习等各种形式的实践性教学环节，这种“闭门造车”式的培养模式会造成对学生的教育浮于表面，无法让学生掌握行业的发展动态和技术前沿。

### （三）互联网营销优质师资匮乏

人社部在2020年7月才发布互联网营销师这一新职业，高职院校中的专职老师往往不是互联网营销专业毕业的，没有企业一线的实践经验，也未参与网络直播的项目，仅仅通过自学或者是简单的培训后就参与教学工作，因此，很多教师只能侧重网络直播的理论教学，对学生的直播实践指导轻描淡写或者不够专业。另外，有企业直播经验的指导教师来校讲课的机会很少，无法从本质上改变实践教学薄弱的情况。

## 三、互联网营销人才培养模式构建的策略

### （一）完善课程体系，加强教学资源库建设

高职院校应构建以能力为本位、以职业实践为主线、以项目课程为主体的模块化专业课程体系。根据电商直播企业的用人需求，专业课程课分为三个模块。一是管理类基础课程，如经济学基础、消费心理学基础等；二是电商类基础课程，如网络营销、网络数据库技术等；三是与项目管理有关的跨专业运营与管理类的课程，如商务洽谈、项目创设与管理等。公共基础课、专业核心课、专业方向课和专业实践课要合理设置，内容涉及广泛、涵盖知识丰富。另外，可以开设一些符合专业人才培养个性和技能拓展需求的选修课程，如：电商选品、社群运营等。

专业课程除了理论外，还需要进行实践性教学，可以设置直播实训课程，并建设一定数量的校外实训基地，能够满足学生专业学习、教师专业研究、教学实施和社会服务需要。

互联网营销是一个新专业，建设教学资源库具有重要意义。高职院校可以在“运营”“制作”“主播”等工作领域，研制相应的校本教材、电子教材以及相应的课程教学资源库。

### （二）加强产教融合和校企合作

在专业建设模式上，高职院校应以岗位作业流程为导向，加强职业能力和综合素质培养，以学生为中心、以工作领域的项目为驱动，以校企合作构建一体化设计的人才培养方案和专业课程标准为出发点，结合院校教学资源建设，加强产教融合和校企合作，并不断探索，逐步编制以项目化、模块化和实训化为特色的专业

课程教材，加大教育过程与生产过程的对接力度，也为探索新型互联网营销人才的培养积累经验。

高职院校可以加强与各行业协会、企业的联系，聘请行业、企业专家参与本专业建设指导委员会，与专业教师一起共同修订本专业的培养计划，确定人才培养规格、课程体系、教学方法，实现“专业+企业+师生员工”的专业建设模式。

### （三）实现“赛课证”一体化

高职院校在培养人才中应注重实践教学，把产业教育资源进校园，与企业进行交流合作，提升实践教学能力、丰富授课内容，通过双证融通、校企协同的方式，促进教育链、人才链、产业链的闭合，推动电商直播教育和人才的发展。

学校可以把网络直播技能等级证书（“网络直播运营X证书”）纳入课程体系中，以完善职业教育和培训体系、深化“三教”改革。另外，“以赛促学”也是互联网营销人才培养的重要一环，以技能大赛、行业大赛以及全国大赛提升学生的直播能力，实现“赛课证”一体化。

### （四）依托校企合作建设专业师资队伍

对于优质师资匮乏的问题，高职院校可以通过校企共建专兼职教师队伍，形成以专业带头人和专业名师为龙头、骨干教师为核心的思想素质优良、师德高尚、结构合理、技术应用能力强的教学团队。通过校企深入合作，校企双方教师轮岗教学和实操，建成以校企专业双带头人、以专业名师、专业骨干教师、现场专家为核心的一流“双师”教学团队。

### （五）建设校内外实训基地

为提高学生的专业实践能力，高职院校可以与直播企业进行合作，实现“共建、共享、共赢”，创建校内模拟仿真为辅助、校外真实职业环境为主体的校内外相结合的开放型专业实训中心。校内实训室包括电子商务实训室、电商直播实训室、商务运营实训室等。高职院校除了自投资金外，也可以吸引更多的企业资金投入实训室的建设和中。

## 四、结语

中国直播电商已经进入“亿万时代”，在“万物可播、人人可播、随时随地可播”的时代，将成为电子商务的新动能。直播电商催生了新的炙手可热的新职业，高职院校应抓住这个风口，改变传统电子商务专业的课程体系和培养模式，合理配置理论知识和实践应用，并注重强化学生在专业技能上的培养，使学生的学习情境和真实的工作情境高度吻合。除了建设优质专业教师队伍和校内外实训基地外，还应努力实现“课-证-赛”相融通的教学模式，为电商行业输送高质量的复合型、技能型人才。

### 参考文献：

- [1] 马文娟, 杜作阳. 短视频运营实务 [M]. 北京: 清华大学出版社, 2020.
- [2] 袁媛. 直播和短视频下的传统媒体的融合突破点与发展趋势 [J]. 传播力研究, 2020 (1): 67-68.
- [3] 覃凯. 电子商务视角下直播电商类课程数字化资源建设研究 [J]. 商场现代化, 2021 (3): 16-18.
- [4] 黄旭强, 梅琦, 洪文良. 直播运营实务 [M]. 北京: 清华大学出版社, 2021.
- [5] 陈莉亚, 胡涓华. 构建现代学徒制的广告设计工作室创新模式 [J]. 科技创新导报, 2020 (6): 218-220.
- [6] 姚红玲, 张玉伟. 浅谈高职专业教学资源库建设与应用 [J]. 河北广播电视大学学报, 2014 (2): 87-89.