

新商科背景下跨境电商专业集群课程模块化设计研究

李居英

江西应用科技学院, 中国·江西 南昌 330100

【摘要】在新商科发展浪潮推动下,跨境电商行业高速发展,对专业人才需求结构也随之发生巨变,本文就新商科视角下的跨境电商专业集群课程模块化设计展开研究,分析了新商科对于跨境电商专业人才培养提出的新要求,探究了现有跨境电商专业课程中存在的问题,进而深入论述了课程模块化设计的原则、架构与策略,希望能够为跨境电商专业人才培养构建出更加有针对性、匹配度更高的课程体系,助力提升跨境电商专业人才培养的质量。

【关键词】新商科;跨境电商专业集群;课程模块化设计

【基金项目】江西省2023年度高校人文社会科学研究项目《“新商科”背景下跨境电商专业集群建设研究》(编号:JC23225)。

引言

随着全球一体化进程加快,信息技术的快速发展,新商科的理念产生。新商科提倡跨学科教育、实践性教育、商科教育与新兴商业模式的结合。而跨境电商作为新兴的贸易模式,涵盖国际贸易、电子商务、市场营销等多方面知识。因此跨境电商也是新商科的发展重点。但是现有的跨境电商专业课程与行业需求不匹配、课程设置不合理等情况。课程模块化是指将课程的内容拆分成若干个相对独立的模块,然后根据行业的需求及学生的实际情况进行模块组合的一种课程结构设计。课程模块化设计可以使课程内容更贴合行业实际,更便于学生学习,更能发挥课程的实际作用。所以开展新商科背景下跨境电商专业集群课程模块化设计的研究具有十分重要的现实意义。

1 新商科对跨境电商专业人才培养的新要求

1.1 跨学科知识融合能力

新商科发展态势下,跨境电商专业人才的知识要求呈现出跨学科的特性,此类人才不能仅仅局限于掌握国际贸易的基本理论和规则,电子商务的技术和运作模式也是必不可少的了解范畴,市场营销、物流管理等相关的知识同样不能被忽略,实际工作当中跨学科知识的重要性同样不言而喻,拿跨境电商选品来说,市场营销知识能够帮助准确地剖析市场需求,找出消费者的偏好和潜在需求的方向,物流管理知识则能辅助全面考虑运输成本和时间,在保证成本的前提下实现货物及时送达,只有拥有这种跨学科的知识体系,跨境电商专业人才才更易于适应行业发展,在复杂的商业环境中发挥出专业能力。

1.2 数字化运营能力

在数字化时代,跨境电商的运作极其依靠信息技术,在新商科大环境下,学生们须要掌握像数据分析,数字营销以及电商平台操作等数字化技巧,通过数据分析,企业可以知晓消费者行为,市场的趋向,从而制定出精准的营销策略,而且能精通数字营销手段,比如利用社交媒体营销,搜索引擎优化等方法,进而使产品的存在感得到提升,销售量也会随之增长。

1.3 创新与创业能力

跨境电商行业不断创新,新的商业和运营模式不断涌现,新商科倡导学生具有创新意识和创业精神,能及时捕捉到市场机会,创新解决问题,比如有些跨境电商企业利用直播带货、社交电商这些新模式快速成长,这就要求人才有创新思维,敢于去尝试。

1.4 国际视野与跨文化交际能力

跨境电商的贸易版图涉及了不同的国家和地区,这就对学生们提出了一项要求,必须要具备国际视野以及跨文化交流的能力,在开展跨境电商的业务时,不同的国家在文化上,法律上,消费习惯上有很大的差异,只有了解这些差异才能够在国际市场上找出正确的方向,为客户们提供符合他们需求的服务,拿和国外客户沟通来说,文化习俗上的差异或许就藏于日常的聊天之中,要是不去注意的话,很可能会出现一种情况,就是一句随口说出的话,一次无意的动作就引发了不必要的矛盾,所以,学生们若是想在跨境电商这一领域里畅通无阻的发展,那就得学会跨文化交流的能力,尊重并适应不同国家的文化特点才行。

2 当前跨境电商专业课程存在的问题

2.1 课程体系缺乏系统性

当下一些高校的跨境电商专业设置上出现了碎片化的状况,各门课程彼此间缺少联系,不能构成完整的课程体系,以国际贸易课程和电子商务课程为例,可能它们会各自独立开设,并不会把这两者在跨境电商中的具体应用结合在一起,这样一来就造成学生无法把学到的知识有效地运用到实际问题当中去。

2.2 课程内容更新滞后

跨境电商行业发展得很快,新的政策、技术以及商业模式不断产生出来。不过一些学校课程内容没有及时更新,课程里还是以前的国际贸易跟电子商务知识为主,行业的新鲜事没有包含进来。因此学生学到的东西跟现实工作需求相差较大,毕业后不容易立即适应这个行当的变化。

2.3 实践教学环节薄弱

跨境电商是一门实践性很强的学科,需要学生具有一定的操作能力,但目前很多学校的实践教学环节比较弱,实践课程少,实践教学与实际工作脱节。学校没有与跨境电商企业进行深层次的合作,学生没有接触过真实的项目实践,导致学生就业时缺少实践能力。

2.4 课程缺乏个性化

每个学生的兴趣、职业规划各不相同,对于课程的需求也各不相同。但是现有的跨境电商专业课程往往使用统一的教学大纲、教学内容,并且缺少个性化的课程设置,这样的模式化教学不能满足学生的个性化需求,不利于学生发挥自己的优势、特长。

3 跨境电商专业集群课程模块化设计的原则

3.1 以行业需求为导向原则

课程模块化设计要紧紧扣住跨境电商行业的需求,深入了解行业对人才知识、技能以及素质的要求,依照行业设立的岗位和职业能力标准,确定课程模块的内容及教学目的,让学生所学的知识与行业需求保持一致。

3.2 系统性原则

各个课程模块之间要具有一定的内在逻辑性与系统性,要形成一个完整的课程体系,每一个模块之间既相互独立,又有相互联系,最终都是为实现专业人才培养目标服务,如可以将课程分为基础模块、专业核心模块、实践拓展模块等,基础模块可以给学生提供一些跨学科学习的基础知识,专业核心模块侧重培养学生跨境电商核心技能,实践拓展模块培养学生实践能力和创新能力。

3.3 灵活性原则

课程模块化需要灵活的设计,可以针对行业变化的需求以及学生本身来做出动态调整。学校可以根据每个年级以及不同专业方向的学生来组合不同的课程模块,以满足学生们个性化的需求。同时也需要随着行业发展及时更新并完善各个模块的课程内容,保证课程的前沿性。

3.4 实践性原则

跨境电商专业的实践能力要求高得很,所以这个课程模块化的时候要把实践教学环节摆在重要地位上,实践出真知嘛,只有多动手、多操作,学生才能学会跨境电商是怎么回事。设计课程的时候,适当提高一些实践课程的分量,别让理论课“霸占”了所有地盘。还要让实践教学内容与实际工作对接好,让学生学到的就是工作中用得上的,具体做法可以设置一些模拟项目,让学生提前熟悉跨境电商的运作;也可以安排企业实习,让学生进入企业内部跟着专业人士学。这样学生在实习当中就可以慢慢掌握跨境电商的运营方法,锻炼解决实际问题的能力。

4 跨境电商专业集群课程模块化设计框架

4.1 基础模块

基础模块主要是跨学科的基础知识类课程,主要为学生今后专业知识的学习打好基础。经济学基础、管理学原理、计算机应用基础、外语等课程均属此类。经济学基础课程让学生了解宏观经济与微观经济的基本原理,为分析跨境电商市场环境打下理论基础;管理学原理课程锻炼学生的管理思维与组织协调能力;计算机应用基础课程教会学生基本的信息技术操作技能;外语课程给学生从事国际交流与业务扩展奠定语言方面的基础。

4.2 专业核心模块

专业核心模块属于跨境电商专业的核心课程,专门围绕跨境电商专业所涵盖的知识和技能,可包含国际贸易理论与实务,跨境电商平台操作,跨境电商营销,跨境电商物流与供应链管理之类的课程,国际贸易理论与实务这门课能让学生学会国际贸易的基本规则和流程,跨境电商平台操作这门课会让学生熟悉主流跨境电商平台的经营规则以及操作手段,跨境电商营销这门课会给学生传授数字营销的策略和技巧,跨境电商物流与供应链管理这门课会向学生介绍跨境电商物流的特征和经营方法。

4.3 实践拓展模块

实践拓展模块要锻炼学生的实践能力和开拓学生的创新能力,借助于实践活动以及拓展活动,让学生把所学到的

知识应用到现实当中,这一板块能够包含跨境电商模拟实训课程,企业实习课程,创新创业类的实践等等,跨境电商模拟实训课程会让学生模仿真的跨境电商业务情景,在这个实际过程里把握业务流程和操作技巧,企业实习课程使学生走进真正从事跨境电商的企业之中,了解企业的运作状况,累积起工作经验,创新创业实践课程促使学生开展有关跨境电商方面的革新事业或者创业项目,从而养成学生的革新意识以及创业能力。

4.4 素质提升模块

跨境电商专业的学生想要提升自身素质,在人才培育方面就比较关键,它重视综合素质及职业素养的培养,诸如跨文化交流能力、团队合作能力、沟通能力等等都是重点。为达成目标,素质提升模块细心挑选了若干门实用课程来达到效果,跨文化交际课程宛如一扇窗户,透过它可以浏览不同国家的文化风貌,从而知晓文化的差异,进而改善跨文化交流能力;商务礼仪课程像位严格的老师,从言行举止、仪容仪表等方面全面训练学生的商务形象及礼仪规范;团队管理课程好比一个实战演练地,通过模拟团队项目及案例剖析,切实优化学生的团队合作水平和领导能力,使他们可以在将来的跨境电商工作当中更好地去迎接各种难题。

5 跨境电商专业集群课程模块化设计的实施策略

5.1 加强师资队伍建设

课程模块化要落实到效果,教师素质优良才行,师资培养很重要,学校得好好做这件事,一是加强自身师资培训,积极支持老师参加跨境电商行业的各种培训研讨会,教师通过这些活动,就能及时了解到行业前沿动向,抓住最新消息和领先技术,把这些新鲜的行业知识加进教学里。二是拓宽师资来源,大力吸引有跨境电商企业经历的教师,他们带着实战经验来教书,让教学贴近实际,也可以借助外援,聘请企业专家当兼职老师,这些人既有丰富的实战经验,又懂得市场动向,可以给学生传授实际的专业知识,也可以在实践项目里精准地给学生一些指导,让学生能将自己的所学转化为实际操作技巧。

5.2 建立校企合作机制

校企合作是课程模块化的坚实保障。学校与跨境电商企业保持长期、稳定的校企合作关系,学校与企业联合培养跨境电商人才,联合制定人才培养方案及课程模块内容,企业为学校提供实习实训基地及实习岗位,让学生参与到

企业项目中去,学校可以为企业人才支持与技术服务等,从而实现校企双赢。

5.3 完善教学评价体系

教学评价体系是检测课程模块化设计效果的重要途径。要建立多方面的教学评价体系,要从学生的知识掌握情况、技能运用、实践能力、创新素质等各方面来评价。用过程性评价和终结性评价相结合的方法,过程性评价关注学生在学习过程中所表现出来的状况,终结性评价是对学生最终的学习成果进行评价,还可以采用企业评价和社会评价的方式,以提高评价的客观性与准确性。

5.4 推进教学资源建设

教学资源是开展课程模块化设计的支撑,学校需要加强教材建设,组织教师开发符合跨境电商专业模块化教学的教材,也可以建设在线教学平台,整合优质教学资源,包括视频课程、案例库、试题库等,并作为学生自主学习与复习的平台。可以建设实践教学资源库,搜集整理跨境电商企业的真实案例和项目,为实践教学提供素材。

6 结论

新商科浪潮汹涌,跨境电商行业发展一日千里,对于专业人才的需求也在不断提高,因此跨境电商专业集群课程模块化设计是符合行业发展和人才培养的必然选择。在这个过程中,要牢牢以行业需求为主导,做到课程与行业紧密结合;要遵守系统性原则,保证每个课程之间相互联系又独立成篇;要遵守灵活性原则,课程要适应行业发展又适合学生学习;要遵循实践性原则,重视课程的实操性。基于这四个原则,搭建了基础模块、专业核心模块、实践模块、素质提升模块的课程模块框架,为学生提供一个完整的、系统的知识体系。

参考文献:

- [1] 叶爱山,陈露露,邓洋阳,等.新商科背景下跨境电商物流人才韧性培育研究[J].江苏科技信息,2024,41(16): 22-25.
- [2] 王乾润,李全胜.“数字化+新商科”背景下跨境电商课程线上线下混合式教学研究和实践[J].昌吉学院学报,2024,(03): 114-121.
- [3] 孙宁宁.校企深度合作背景下高职教育国际化商科人才培养研究——以青岛上合示范区跨境电商行业为例[J].濮阳职业技术学院学报,2024,37(01): 31-34.