

高职院校电子商务专业服务乡村振兴实践路径的研究

白 洁

(天津轻工职业技术学院, 天津 300350)

摘要:农村电商迅速崛起,其规模增速远高于全国电子商务整体水平,农民的角色也从田间地头的生产者转变为线上店铺的运营者。但是农村电商专业人才缺乏已经成为制约农村电商发展的关键因素。本文从人才培养、专业培训、技术服务方面明确了乡村振兴实践路径。建立乡(镇)政府、行业协会、企业、学校四方主体紧密合作的协同创新中心;形成产教融合基础,一方面构建校内课堂,企业课堂,田间课堂,云上课堂“四课堂”农村电商人才培养模式,另一方面实施百万扩招人才精准培养;在培训方面,通过开展针对性、持续性电子商务培训,打造农产品品牌,推动农村电商带头人培养。实现了“政行企校”协同育人的良性循环,凸显了双向赋能的共建格局。

关键词:高职院校;电子商务;乡村振兴;实践路径;人才

“十三五”时期,农村电商迅速崛起,农村电商规模增速远高于全国电子商务整体水平。农村电商基础设施配套趋于完善,从县级电商公共服务中心、物流配送中心和村级电商服务站层面上基本实现快递网点乡镇全覆盖。电商主体活跃,县域网络店铺数量达到1300万家以上。农村电商的发展形成了三个特点:第一,农民的角色发生变化,从田间地头的生产者到线上店铺运营者的角色转变;第二,农村电商形态丰富,形成了网店运营、社群营销、直播带货等营销矩阵网络;第三,形成了农村电商新业态,农产品跨境电商、民俗旅游电商、县域生活服务在线化、乡村零售终端数字化不断发展。但是农村电商专业人才缺乏、农民电商培训针对性不强、缺乏持续性,已经成为制约农村电商发展的关键因素。

高职院校电子商务专业应锚定职业教育赋能乡村振兴的着力点,围绕服务乡村振兴战略,结合专业优势从人才培养、专业培训等方面确立乡村振兴实践路径,引导学生为经济发展肩负起青年一代的使命与担当。

一、建立乡(镇)政府、行业协会、企业、学校四方主体紧密合作的协同创新中心,为乡村振兴奠定组织基础

(一)发挥政、行、企、校多元要素协同效应

基于电商人才注重实战培养和广大乡村电子商务普及率低并迟滞乡村振兴的现状,高职院校可以建立乡(镇)政府、行业协会、企业、学校四方主体紧密合作的协同创新中心,依托协同创新中心开展产教融合、校企合作和科学研究等联合活动。协同创新中心对接区、乡(镇)政府和村委会,结合当地产业实际和乡村振兴的目标和任务,按照“需求导向、学生主体、市场运作、政府支持”的原则,形成了“教学改革+社会培训+技术服务”融合模式,以项目撬动市场,开展集电商直播、短视频拍摄制作、电商运营、社会培训综合性电商产业服务,推动乡村振兴产业高质量发展。

(二)打造农村电商产教融合生态

基于大量调研和长期实践总结,依托协同创新中心实现对接乡村产业需求,引企入教、推企入村实地帮扶。整合政府、行业、企业、学校、乡村、专家、农户等资源,在项目引领和任务导向下,师生为农产品网店运营、短视频拍摄制作、电商直播、数据分析、电商技能培训五大模块一站式、综合性乡村振兴服务。农户受益,打造乡村振兴的样板更为学生学习提供实战环境、真实项目、市场评价。这个过程实现了政府支持、乡镇统筹、专业融入、育训一体的产教融合生态。

(三)协同创新中心运行模式

协同创新中心尊崇产教融合、以服务换支持理念。农村合作

社(企业)是工作任务的发布者,由师生项目团队承接任务。教师与企业导师共同指导学生,行业专家、客户从第三方角度对学生任务完成情况进行点评和指导。农村合作社(企业)对任务进行考核评价与验收,以服务费或奖学金形式对满意成果付费。表现优异的学生可以作为农村合作社(企业)储备人才,实现从“学生”向“职业人”转变。

二、精准培养电商人才,服务乡村振兴发展

培养一支留得住、用得上、干得好、带得动的“永久牌”乡村振兴带头人队伍在乡村振兴战略推进过程中尤为重要。高职院校可以结合当地实际开展农村电商人才培养与百万扩招并行人才培养。

(一)依托“协同创新中心”,产教融合培养人才。

项目团队对“协同创新中心”任务进行分析,结合企业需求和教学要求组织学生完成任务,并通过平台数据分析、掌握学生的学习成长轨迹,改进教学和指导方法。企业导师入驻,为学生提供指导。学生是企业任务的承担者,按照发布者的目标和要求,在双导师指导下完成工作,最终实现从“学生”向“技能人才”的角色转变。行业专家是任务的点评员,从第三方角度对学生任务完成情况进行点评和指导。企业(合作社)对工作任务完成结果考核评价,实施任务验收。对不满意之处提意见并指导和要求学生修改,以服务费或奖学金形式对满意成果付费,对表现出色的学生加以培养或提前预订为岗位人选。

这一模式把电商课堂建在电商市场上,一是乡村振兴过程中引入源源不断的真实电商任务,创设了“农户出题、教师接题、学生答题、市场改题”的实战环境,解决了产业欠发达地区实践教学缺少实战项目支撑的问题;二是打通了学生实践能力提升和实习就业贯通的成长路径;三是积累了源于企业真实任务的实践教学案例,反哺学校虚拟仿真的实训内容;四是丰富了教师的实践教学改革,提升了教师的实践教学水平;五是满足了企业任务外包的需求,并将专业课程共享企业内训,帮助企业发现和挖掘优质人才。

(二)建立校内课堂,企业课堂,田间课堂,云上课堂创新电商人才培养

学生自大二起分批深入乡村各站和田间地头,形成融入企业、农村的真实任务的校内课堂(校内外实训基地)和学生技能训练的企业课堂(依托电商企业的实习岗位),融入劳动教育的田间课堂(农民专业合作社、家庭农场、农业园区),应用信息化技术手段共享优质资源的云上课堂(线上课程、教学资源库等)。

构建“四个课堂”并行农村电商人才培养。校内课堂,学生

在校内实训基地模拟训练,教师教导做,初步掌握技能;企业课堂,引企入校学生单项技能实践,教师指导做,巩固提升技能;田间课堂,师生到乡村对接真实项目,教师引导做,学生小组独立完成,综合应用技能。云上课堂,学生应用线上平台自主学习,拓展提升技能。四个课堂并行人才培养形成课堂变田间、课程变项目、作业变作品、成绩变业绩的育人方式。



图1 四个课堂育人模式

人才培养全过程融入思政元素,让学生生活跟着农民干、运营做给农民看、电商帮着农民赚,与乡亲父老沟通,培养大学生的“三农”情怀。学生行走田间地头,以劳树德、以劳增智、以劳强体、以劳育美、以劳创新。学生到村庄劳动,寓劳动价值观引导于职业技能传授中,形成创新、奉献的劳动精神,培养了坚韧的意志。学生参与产品造型设计,培养其在劳动中知美、爱美、懂美、审美的职业素养。学生们通过找产品特点、树立品牌、拓宽市场的方法,打造具有高附加值的标准化农产品,为乡村振兴产业发展提供智力支持与技术支撑。

（三）厚植“三农”情怀，形成课程思政载体

电子商务专业课程中的思政元素提取受环境、方法、工具、过程的限制,很难在实际业务操作中找到体现“务本求真”的思政元素,从而成为课程思政建设的瓶颈型障碍。通过实施体验式和沉浸式教育,请农村劳模讲三农故事、举办技术技能、创新创业比赛,学生体验农业生产生活、感受劳模精神、工匠精神,升华乡村振兴事业和个人价值实现的思考,激发学生“强农、富农”的使命担当。

（四）建立多方参与的人才培养质量评价制度

应用“多指标”评价,建立了用人单位、行业协会、学生、家长等利益相关方共同参与的多方人才培养质量评价制度。构建了学生课堂学习、田间实训、电商业绩、劳动成效为基本维度的学生评价体系。将企业满意度、电子商务运营业绩、创业成效、专业(群)对乡村振兴的贡献度和支持力作为专业人才培养质量的基本评价维度;并持续追踪毕业生毕业后至少3年的发展轨迹。

通过对教育教学活动和职业发展情况的信息化管理,分析学生(毕业生)、教师、管理人员学习培训、教学管理运行等方面信息,为教学质量、人才培养方案优化、课程内容创新、教学方法改进等提供依据。实现了评教、评学、企业评、社会评、督导评、领导查等多种形式的教学质量监控体系和数字化评价体系。

（五）实施特色教学，提供人才培养“精准方案”

结合当地农民实际需求,高职院校以“授之以渔”的扶持方式培养百万扩招学生,为乡村振兴提供电子商务人才引擎,为地方农业发展注入新能量。高职院校可以对百万扩招学生的教育基础、技能经历、年龄特点、认知特点、发展愿景等方面需求进行调研。根据学情调研结果,采取灵活多元的人才培养模式。在课程设置方面,按照“分类教学、精准培养”的理念,对公共基础课程、

专业基础课、专业技能课、专业拓展课进行个性化设置。在教学组织方面,实施“忙农闲学、产学研并重”,积极探索农村实用人才培养方式,把教学效果写在大地上、把课堂教学搬到田野上、把创业创新实践办到农场里。在人才评价方面,构建“一人一案”的评价方式,形成学生课堂学习、田间实训、电商业绩、劳动成效为基本维度的学生评价体系。

三、开展针对性、持续性电子商务培训

在数字成为新农资、手机成为新农具、直播成为新农活的时代背景下,协同创新中心以区、乡(镇)政府为依托,在行业企业共同参与下,以“服务”引领培训,结合电子商务核心技能岗位群:数据分析、营销策划、新媒体营销、运营推广、客户服务设计培训内容。

（一）增强培训针对性，打造多类型电商新农人

目前兴起的直播电商、短视频电商、社群电商由于操作简单,比起淘宝等传统电商,更易于上手。高职院校可以为返乡务工人员、大学生、合作社社员开展直播电商、短视频电商、社群营销等针对性实操性培训。高职院校为学员具体解决网店注册、视频拍摄、图形设计、商品上架、使用直播技巧等创业初期面临的一系列难题,培育农村电商创业带头人。

（二）发挥培训持续作用，实现“农产品上行”。

由于大量的特色农产品无名气、无品牌,多数农村电商处于无人问津状态。高职院校结合与合作社共同进行的电商项目,对农民开展项目化持续性培训。精准化推出“农村电商直播”“互联网+乡村民宿”等一系列与区域农业产业转型升级相匹配的培训课程。通过整合当地农产品项目在各平台交易积累的数据,应用大数据、用户画像等技术打造当地农产品品牌拓展市场。培养当地农村电商带头人对农产品进行品牌打造和整合营销的能力,拓宽多元化营销渠道,实现“农产品上行”,促进产业链条的良性发展,带动农民共同致富。

高职院校践行服务“三农”的时代使命。协调政、行、企、校资源建立协同创新中心,以电子商务专业为主体,为区域乡村振兴赋能。形成专业建设助力产业发展,产业发展反哺专业建设人才培养,形成了“政行企校”协同育人的良性循环,凸显了双向赋能的共建格局,体现了职业教育的适应性。师生针对不同区域、不同层级、不同领域农产品销售流通过程中,遇到的难点、痛点,开展现场技术指导、业务咨询、讲座、项目合作等多种形式的专业技术服务,助力农民增收。同时,高职院校还可以积极组织学生围绕农产品短视频销售、直播助农等方面开展创新创业实践,参与“青年红色筑梦之旅”等活动与“新媒体营销、社交电商”等技能大赛,实现“助农人”(学生)和“新农人”(农民)双向赋能。

参考文献:

- [1] 周俊峰.高职院校电商专业服务乡村振兴的实践路径研究——以榆中县电商知识技能培训项目为例[J].经贸人才,2021(05):83—84.
- [2] 葛珊 童红兵.基于乡村振兴背景的高职院校服务农村电子商务模式研究——以威海海洋职业学院为例[J].电子商务,2022(4):34—36.
- [3] 字立先 陈德欢 朱昱霖.乡村振兴背景下产教融合教学模式探索[J].科教文汇,2021(24):121—123.