

# 基于运营岗位的跨境电子商务项目化教学研究

黄忆静

(江苏海事职业技术学院, 江苏 南京 211199)

**摘要:** 面对跨境电商企业急需具有实践能力的跨境电商人才现状, 本文立足于项目化的教学建设思路, 站在跨境电商企业创业者的角度, 依据跨境电商企业中运营岗位要求的职业能力重构教学内容, 探讨《跨境电商实务》课程项目化教学改革的设计内容和实践心得。

**关键词:** 跨境电商; 项目化教学; 跨境运营岗位

2019年, 中国跨境电商交易规模接近10.8万亿。2020年疫情的爆发, 在这个特殊时期, 跨境电商交易规模更是呈现逆增长态势。跨境电商的蓬勃发展, 已然成为国际贸易的新趋势, 也是扩大海外营销渠道、提升我国品牌竞争力、实现我国外贸转型升级的有效途径。未来跨境电商整体市场发展潜力巨大。各大高校也逐渐意识到跨境电商人才培养的重要性, 开始对跨境电商人才培养模式进行大量的探索。截至2020年, 跨境电商已在中专, 高职, 本科院校中成为独立的专业。

## 一、传统跨境电商教学模式下存在的问题

随着理实一体化的教学模式不断被提及, 教师也在不断创新教学方法, 探索着提升跨境电商课程的教学质量。但教师在传统的教学模式下, 仍存在以下问题:

### (一) 学生主观能动性并未调动

当下大多数的跨境电商教学模式主要以“理论讲授+实操训练”为主。教师先通过PPT, 案例讲授跨境电商相关理论知识, 再在理论过后加入一些实操和实践教学, 让学生借助跨境仿真平台进行相应的实操训练, 但学生无法将实操任务与所需的理论知识相结合, 仅仅是完成教师课上布置的任务, 获取相应的成绩得分而已。面对有限的课堂时间, 每个学生接受程度不同, 完成实操的时间也不同, 导致实操效果并不显著。所以在这种教学模式下学生仍是知识被动接受者而非主动获取者, 学生自主学习的能力以及解决问题的能力还是非常薄弱。

### (二) 实践教学与企业需求脱节

跨境电商在各大高校人才培养体系中刚刚兴起, 教师大多没有跨境电商企业的工作经历, 自身缺乏实践操作能力, 很难做到实践和理论相结合的教学设计, 设计出来的实操内容不仅与企业真实岗位需求有所脱节, 而且实操内容之间相互独立, 仅仅为了某一个教学目标而服务。学生无法形成完整的知识体系, 也不具备跨境电商企业所需的岗位技能。

### (三) 考核方式不够科学

在传统的教学模式下, 跨境电商课程考核办法是重理论而轻实操的。一方面是最理论考试在很多院校仍占据主要地位, 纸质的理论试卷很难检验到学生对于课程的实践操作的学习掌握情况, 也让学生更倾向于考前临时抱佛脚后获取高分。另一方面, 实操考核办法仍以教师主观打分为主, 缺乏科学合理的考评机制。

这些问题严重的影响了跨境电商课程的教学效果, 跨境企业也感慨跨境人才缺口不断扩大。高职院校以培养应用型, 技能型, 职业型的人才为目标, 因此, 设计出与企业岗位需求接轨的跨境电商课程, 培养出毕业即可就业的跨境电商人才就在眉睫。

## 二、跨境电商岗位需求分析

通过企业调研, 电商学生可以从事跨境电商企业的岗位有: 跨境电商运营岗位: 主要完成销售指标, 制定具体的实施方案, 负责跨境第三方平台产品发布, 日常维护等。跨境电商推广岗位: 主要负责站内站外的营销推广, 策划推广活动, 进行网盟合作等。跨境电商客服岗位: 处理售前, 售中, 售后客户的咨询, 引导跨境交易达成, 进行客户关系维护, 订单跟踪等。跨境电商设计岗位: 负责店铺装修, 产品拍摄, 图片处理, 详情页图片优化, 视觉营销设计等。跨境电商仓储岗位: 负责出入库, 异常订单处理, 外贸单证制作, 货物日常维护采购等。

针对这些跨境电商工作岗位, 高职院校的学生需要具备英语在线沟通, 跨境第三方平台运营操作, 海外信息查询收集, 海外客户分析维护, 海外网络营销技巧, 数据分析, 供应链管理, 海外相关法律法规, 图片处理等技能。

《跨境电商实务》是一门综合性实践性很强的技能型课程, 为培养跨境电商企业中的运营人才而服务。跨境电商企业将运营人才分为初级运营, 中级运营和高级运营。初级运营人才主要能够独立完成跨境电商整体流程, 熟悉相关平台规则, 并运用平台营销手段达成销售。中级运营人才需要深入了解商业运营, 针对产品特点制定销售方案, 会整合资源, 拥有流量把控能力, 根据店铺数据进行优化调整提升利润率。高级运营人才需要带领团队针对不同品类的商品进行店铺管理, 具有全局观, 具备客户关系管理和市场预判能力, 进行品牌维护打造和维护。

## 三、跨境电商实务项目化课程设计

### (一) 项目化教学目标

跨境电商实务项目化教学目标是任务引领项目教学活动, 引导学生具备跨境店铺运营管理、售后服务和电商操作技术等业务能力, 独立或合作完成跨境电商平台店铺的初级运营工作。需要培养出具有职业能力, 专业知识和良好职业素养的跨境电商运营专员。

## (二) 项目化教学设计方案

商企业的运营流程, 搭建企业情境。具体的项目安排如下:

结合调研结果, 《跨境电商实务》课程借助初创型的跨境电

序号	模块	项目任务	项目成果
1	店铺定位	确定跨境电商业务方向	跨境电商各业务类别分析报告
		海外市场定位	海外市场调研报告
2	跨境电商选品	优选产品销售	选品报告, 并确定产品品类和 2-5 个待销售商品
3	店铺注册	跨境电商平台选择	第三方跨境电商平台对比报告
		平台入驻	运用仿真实训平台完成虚拟店铺注册
4	产品信息化处理	产品标题	根据产品关键词制作标题
		物流模板	根据产品特点制作物流运费模板
		产品定价	结合三种定价方法进行定价
		详情页制作	产品图片制作和文案编写
5	产品营销推广	产品刊登	完成 2-5 个产品的刊登
		付费推广	制定关键词竞价排名计划
		平台活动	制定站内优惠活动
6	订单处理 客户服务	营销分析	借助仿真平台店铺经营数据提升转化量
		售前沟通	制作常规客服话术模板
		订单处理	根据仿真软件中的虚拟订单线上发货
		客户服务	处理售后纠纷, 获得五星好评

## (三) 项目化教学考核机制

程考核机制采取项目化评价和理论评价相结合的方式。项目化考

学的考核机制是检验学生学习效果的重要组成部分, 为了提升学生的学习积极性, 以及真实反应学生的学习效果和知识, 技能点掌握情况, 也为了更好地与岗位契合, 《跨境电商实务》课

核占比 70%, 期末理论考核占比 30%。项目化评价机制借鉴了企业考核绩效的相关指标, 具体的考核办法如下:

序号	项目	考核标准	占比
1	店铺定位	检验学生能否科学合理的选择海外目标市场国	10%
2	跨境电商选品	检验学生能否借助市场调研和数据分析合理确定选品	15%
3	店铺注册	检验学生能否选出适合企业的第三方跨境平台 成功入驻跨境电商仿真平台	5%
4	产品信息化处理	检验学生能否从获取展现, 点击和转化的角度独立完整的完成刊登工作	30%
5	产品营销优化	检验学生能否运用营销手段提升店铺展现量, 点击率和转化率	30%
6	订单处理 客户服务	检验学生能否完成虚拟订单, 并从提升用户体验和提升销量的角度服务客户, 获取高的店铺评分	10%

## 四、项目化教学模式实践

笔者针对电商专业和商务英语专业开展了跨境电商实务项目化教学实践, 共计 187 人, 借助速卖通仿真平台开展项目实践活动。为了发挥学生个性化特点, 引导自身优势, 以 3-4 人为一组虚拟创办跨境电商企业, 小组成员按照不同的任务需要进行不同的岗

位角色扮演, 协作完成各项项目任务。

课前, 教师将项目任务需掌握的基本理论知识点细分, 并亲自录制微课视频, 每一个微课视频即为一个细分知识点, 每个微课视频时长控制在 10 分钟以内。学生可以在课余时间借助微课视频作为自主学习以及复习总结的主要内容。

课上,教师向各项目小组发布任务单,让学生明确项目目标,项目内容,项目步骤,项目要求以及考核标准等。首先学生根据相应的任务书讨论并分析该项目所需的知识点和技能点,其次学生在教师的指导下完成相应的项目任务,并进行项目成果展示,在展示完毕后,教师引导学生进行总结和点评。点评的方式主要包括小组互评,组内互评和教师点评三种。

课后要求学生针对项目展示的评价结果进行优化,并做进一步总结。

### 五、项目化教学存在的问题以及优化意见

经过跨境电商实务项目化课程的实施,学生借助速卖通仿真平台完整的体验了跨境电商运营的闭环。通过两次问卷调查,有效问卷158人次。超过60%的学生表示课程收获很大,64.94%的学生反应通过完成项目任务,展示项目成果,再集中点评的教学方式,让自己对知识点的理解更为深刻。不仅如此,学生经过跨境电商实务项目化实操和学习后,在没有进行其他培训的情况下,直接参与跨境电商技能比赛初试,通过率达到81.25%。虽说本次项目化探索小有成效,但仍存在诸多问题。

#### (一) 仿真软件仍存在诸多鸡肋

虽然借助仿真平台可以模拟整个跨境电商岗位工作流程,但与真实的企业岗位工作仍存在不小的出入,主要体现在两个方面。

##### 1. 企业实际业务过程中的繁琐性,精确性不能很好的体现

在仿真平台中,很难做到每个工作流程都与实际完全一致,最典型的就订单处理中的发货流程。在仿真平台中学生很难与真实的海关,跨境物流商有所接触。这就导致学生对于供应链的管理以及报关报检等相关技能仍有缺失。

##### 2. 无法真实感受企业经营的风险性

使用仿真平台虽然可以降低学生经营真实店铺的风险,但同时也让学生缺乏对跨境电商企业真实的感知,对经营过程中的风险防控不敏感,缺乏盈亏概念。

为了让学生更好的体验真实的跨境电商企业的工作流程,高校需要加强校企合作,引入跨境企业真实的运营项目,或者安排学生进入跨境电商企业开展综合岗位认知的提升训练。

高校教师可以考虑建立跨境工作室,让学生的学习成果与企业收益挂钩,不仅可以推动社会实践,还能培养学生的岗位素养。选取一些感兴趣的学生和任务完成优秀的学生引荐给企业导师,在企业导师的指导下完成真实店铺的运营工作,为后期创新创业孵化做准备。

#### (二) 完全放开的项目任务不适合初学者

本次项目化教学设计中,除了教师明确了业务方向和使用的仿真平台以外,采用了完全由学生自主选择模式,从目标市场定位到选品,再到营销方式完全由项目小组自行决定。

经过一期的项目化教学实践后,发现这种教学模式更适合以工作室的形式或者校企联合教学的方式开展。因为不同的产品品类其经营方式和规则不尽相同,完全由学生自主选择,教师需要

根据各项目小组不同的产品品类进行单独指导。不仅对高校教师的指导难度以及时间的把控是巨大的挑战,同时学生之间也无法进行横向对比,无形当中削减了学生项目热情。

后续的项目化教学设计中,教师应当根据产品类型和营销难易划分不同的项目。课堂上主要的教学项目聚焦在常规的标准品类上,在初级阶段,教师设定特定的产品品类,在中级阶段,教师可以组织项目小组之间进行小组对抗赛,最后将难度较高的项目作为课后拓展环节,鼓励学生完成。

#### (三) 项目任务接受程度不一

据调查,发现将近43%的学生反应项目化任务难度较高,学习压力较大。主要的原因在于学生习惯于传统讲授的教学方式,第一次接触到完全由项目引导的教学模式,学生课前课中课后的工作量明显增大,一时适应不了。

其次跨境电商实务作为体现综合业务能力的课程,需要融合电子商务、国际贸易、商务英语等多专业知识。所以这门课程有很多的前置课程,比如《电子商务概论》《国际贸易实务》《跨境电商英语》等,但这些前置课程,学生本身掌握程度不一,导致项目小组在进行项目任务时,个别小组或个别小组成员出现学习吃力,学习压力大等情况。

针对这一问题,一方面培养学生养成“工作过程就是学习过程,工作地点就是学习地点,绩效考核就是成绩考核”的学习意识。一方面,教师引导学生进行项目小组的组建,注意能力搭配,成绩搭配,男女搭配等,并适当的根据不同的项目要求进行调整。项目小组以闯关的模式完成项目任务,先从简单的项目开始,只有完成了简单类型的项目才能进入到下一阶段的任务。在项目过程中,教师帮助每一位学生理解项目任务,并引导学生在项目中找到定位,并完成相关任务。

### 五、结语

项目化的教学让学生从简单学习知识的主体转变为工作主体,在实际项目的运作中,充分发挥学习主动性,完成知识和能力的收获,增强自身的岗位素质和提升应用型人才培养的质量。本次项目化教学的实践,通过六大项目模块让学生站在创业者的角度体验跨境电商企业从创办到有效经营的全部流程。虽然这次的项目化教学改革还有很多不足,但一定程度上提升了学生相应的职业能力和专业技能,具备跨境店铺运营、售后服务和电商操作技术等业务能力,让学生真正接触到跨境电商工作前言需求,为学生毕业后从事跨境电商相关工作做好铺垫。

#### 参考文献:

- [1] 陈文伟,郭立伟.高职院校跨境电子商务项目化课程开发探索[J].南京广播电视大学学报,2016(83):52-55.
- [2] 胡文静.应用型本科“校内实训+企业工作室”的跨境电商人才培养途径研究[J].商业经济,2019(3):130-131.
- [3] 詹玉兰.校企深度合作的项目化教学研究——以《跨境电商运营实务》课程为例[J].教育与培训,2020(17):168-170.