

新媒体下的技师学院电子商务专业教学新路径探究

余明姜

(广东省国防科技技师学院, 广东 广州 510515)

摘要: 新媒体伴随着互联网技术而出现的一种新型媒体, 微信、微博、网络平台等都是其传播的重要手段。为紧随社会发展的脚步, 技师学校也推出了电子商务专业。电子商务专业是更新换代十分迅速的一个专业, 想要培养电商人才, 技师学院就需要立足新媒体, 不断对专业教学模式进行改革。基于此, 本文就如何探索新媒体下技术学院电子商务专业教学新途径进行了探析, 以期有所贡献。

关键词: 新媒体; 技师学院; 电子商务专业; 教学新路径

技师学院是为社会培养定向型人才的主要场所, 其人才培养的步伐必须与社会发展的脚步相一致。当前, 新媒体已经成为了线上主要营销、交易途径, 为此, 在培养电子商务人才时, 技师院校就需要将其融入到人才培养体系中。如此, 既能使学生对新媒体了如指掌, 也能让传统的课堂在新媒体冲击下焕发出新的活力, 从而诱发学生对电子商务专业的兴趣, 让学生积极主动参与到教学中。

一、新媒体对于电子商务发展的重要影响

(一) 能够实现快捷、深入传播

随着新媒体的快速发展, 微信、微博、各种 App 等也都加入了线上交易大军。与传统线上交易模式相比, 新媒体平台能够将图文、视频等整合在一起, 实现产品推广、下单结算等多种交易行为。

此外, 通过新媒体渠道, 商家能够在第一时间推送消息, 而客户既能及时了解到自己关心的产品信息, 也能通过转发, 实现与自己的亲朋好友共享信息。如此, 每位客户都具有信息接受者与信息传播者双重身份, 这无疑能够实现产品信息快捷、广泛、深入地传播。

(二) 能够降低时间、技术成本

新媒体平台具有使用应用范围广、使用简单等多种优势, 以微信平台为例。微信公众号是当前商家推广产品, 传播消息的重要渠道, 而申请微信公众号是免费的, 微信公众号的各种功能, 也都是免费使用的, 只需要一部手机、一个微信号, 商家就可以快速注册自己的微信公众号。

通过微信公众号发布的信息, 优质文章等, 在第一时间就会被推送到关注者手中, 从而快速传播开。正因为如此, 新媒体已经成为了众多商家首先的营销渠道。

(三) 能够激发、增强消费欲望

随着市场经济的飞速发展, 每种产品的替代品都非常多, 因此, 即使产品质量再好, 也怕巷子深, 无人得知。新媒体为网络营销提供了新的渠道, 现如今网络营销渠道包括网站营销、微博营销、微信营销等, 而营销方式则包括热点事件营销、饥饿营销等。

以小米为例, 最初小米使用的就是饥饿营销, 如此, 可以给消费者造成一种紧迫感, 以此增强消费者的消费欲望。此外, 小米也注重通过微博、论坛等与用户互动, 如此, 既可以扩宽小米的知名度, 也可以加深用户对小米的认知, 激发他们的消费欲望。

二、新媒体下技术学院电子商务专业教学现状

(一) 对自身定位模糊

电子商务与其他专业不同, 它不是一成不变的, 而是随着市场经济的发展与科学技术的进步而不断变迁的。许多学生对于电子商务的了解都不透彻, 不知道自己需要掌握什么技能, 也不清楚自己未来需要从事什么岗位。缺乏对职业的规划以及对行业的了解, 学生在学习时, 就是盲目的。

技师学院的学生在学习中拥有较大的自主权, 他们可自行支配的课余时间比较多。但是由于学生对自身定位模糊, 没有明确的人生目标, 在学习过程中, 他们就容易出现得过且过的现象。这就导致学生无法利用课余时间, 自主了解新媒体, 掌握电子商务的发展潮流。

(二) 教学方式陈旧

当前, 线上交易已经成为了人们主要交易渠道, 因此, 多种线上交易平台、模式也随之诞生。想让学生完全了解这些知识, 并掌握具体的操作方式, 教师不仅需要教授学生理论知识, 还需要让学生实践操作。

然而在实际教学中, 教师不仅过分强调理论, 而且着重采用讲授式教学模式, 忽略了学生在课堂中的主体地位, 这就使得教学内容与教学方式难以激发学生的兴趣。而技师学院的学生在学习能力、学习态度等方面本就存在一些问题, 没有了兴趣作为内在动力, 学生也就难以跟随教师的脚步一起探究专业知识, 掌握专业技能。

(三) 专业水平有限

教师的专业水平在一定程度上会影响学生学习的兴趣, 以及学生所能达到的高度。由于新媒体种类繁多, 且发展日新月异, 因此, 许多专业教师对新媒体的了解并不全面。这就使得在教学过程中, 教师无法结合新媒体发展的前景, 为学生讲授知识, 只能完全按照课本而走。

技师学院的学生都接受新鲜事物能力较强的年轻人, 他们对于新媒体的了解可能比教师还要多。若教师所掌握的知识, 无法超越学生, 那么学生不仅无法对教学内容提起兴趣, 还会对教师产生怀疑的心态, 从而严重影响学生对待学习的态度。

(四) 缺乏学习自觉性

技术学院的学生年龄较小, 容易被外界的事物所吸引。新媒体的出现, 不只为营销提供了更多渠道, 也使得网络信息流地更为迅速。

在通过手机、电脑等电子设备,了解新媒体平台的过程中,学生很容易被其他更具趣味的八卦新闻等吸引,忘记了学习的初衷。

此外,随着市场经济的发展,社会中充斥的诱惑也越来越多。对于技师学院的学生来说,外界许多事物都比学习有意思。因此,当前部分学生缺乏学习的自觉性,将大部分时间和精力都投入到了玩乐中。这种状态下,学生很难掌握专业知识,成为电子商务人才。

三、新媒体下的技师学院电子商务专业教学新路径

(一) 结合行业现状,明确发展方向

技工院校所培养的都是定向人才,学生未来要从事的行业与所学专业息息相关,让学生掌握专业知识,具备专业技能十分重要。为此,在教学时,教师就不能闭门造车,而是应该结合行业现状,将新媒体融入到教学中。如此,学生不仅能够发现电子商务的重要性,还能从中找到自己的定位,明确发展方向。

例如:当前许多学生都将刷微博、看各种类型的小视频当做了常态。为此,在教授学生营销知识时,教师就可以从当下最为流行的直播带货开始讲起。

由于大部分学生都具有看直播买东西的习惯,所以对于直播带货他们都非常感兴趣。在教学时,教师应该注意学生是课堂的主人,应该时刻凸显学生在课堂中的地位。

所以,教会应该通过引导的方式,让学生自己对比传统网络营销模式与新媒体营销模式间的区别。这样学生既能发现新媒体的优势,也能明白电子商务一直在随着时代的发展而进步,想要成为一名合格的电商人才,就不能局限于课本知识,而是应该不断通过网络渠道学习新的线上交易、营销等模式。

此外,通过分析行业现状,学生也能对电子商务有更为清晰的认知,从而找准自己的定位,为自己合理规划发展方向,提升学习动力。

(二) 注重案例教学,培养学习兴趣

单纯通过灌输的方式教授学生理论知识,不仅不利于提升教学效率,还容易使学生对行业产生抵触感,这对于学生的发展以及行业的未来都是极为不利的。为此,在教学中,教师就注意结合学生的年龄特点与兴趣爱好,以学生喜欢的案例展开教学。如此,既可以丰富课堂内容,让学生对电子商务有更深入的了解,还可诱发学生的学习兴趣,提高教学效率。

例如:在教授学生电子商务与国际贸易时,教师就可以从国外贸易的主要渠道 facebook、linkin 等平台的发展轨迹讲起,并重点突出其在电子商务中的作用。如此,学生就能在真实案例的吸引下,跟随教师走进国际贸易的世界。

在新媒体的冲击下,国际贸易的沟通方式,交易方式也一直在变,这无疑为增强国际贸易的交易频率提供了重要保证。为让学生体会到新媒体在电子商务中的重要作用,教师也可以将国际贸易中常见的案例,分享给学生。如此,教材中空洞的知识才会变得有血有肉,学生也能真正对此门专业提起兴趣。

(三) 注重教师培养,增强专业能力

学无止境,学生需要汲取知识,教师也需要不断成长。在新

媒体环境下,电子商务的发展也日新月异,为了紧跟时代潮流,将最新的知识与发展理念教授给学生,让学生成为行业所需的人才,技工院校就需要对教师进行培训,打造精英教师团队。

例如:学校可以为教师定期安排培养,也可以鼓励教师参加行业、专业交流会。由于电子商务发展的速度较快,教师如果单纯通过行业交流会以及网站的信息,了解行业发展的现状,可能会存在偏颇。

为此,学校就可以鼓励教师去相关企业挂职,如此既可以帮助教师更为深入地了解新媒体下电子商务的发展前景与现状,还可以提升教师的实践能力。教师理论知识的扎实程度,不只会影响教学内容,也会影响教学效率,为使每位教师都成为学识渊博之人,学校还应该鼓励教师考取在职学历以及职业资格证书。

此外,学校也应该积极构建双师型教师团队,从企业中引入行业精英来学校担任兼职教师。如此,既可以短时间内提升教师团队的教学质量,也可以让兼职教师促进专业教师的专业成长。

(四) 创新评价体系,督促学生自律

传统的评价以期末考试为主,教师很少会关注学生的学习过程。这就使得部分学生在学习中容易产生懈怠心理,无法严格要求自己。为此,教师就需要创新评价体系,将学生的每个学习环节都纳入评价体系。

此外,教师也需要注意在评价体系中,添加奖励与惩罚措施,如此,学生方能在评价体系的督促下,规范自己的学习习惯,提升自主学习能力。

例如:针对电子商务专业的学生,教师就可以将学生在课堂中的表现、学生的学习成果、学生在实习中的表现等作为与期末考试成绩并重的部分,共同纳入评价体系。

为对每个学生都能进行全面的评价,在评价时,教师还需要添加学生自评、学生互评以及用人单位评价几部分内容。为让学生重视评价体系,教师就需要作出严格的奖惩措施,规定成绩优秀的学生会得到学校的优先推荐,进入较好的企业,而综合成绩较差的学生,不仅不会获得学校的推荐,还可能面临延迟毕业的现状。如此,学生才能时刻将评价体系的内容牢记在心中,并以此督促自己,改变懒散懈怠的不良学习习惯。

四、结语

综上所述,新媒体已经成为了电子商务的重要组成部分,想要培养出前沿的电子商务人才,学校就需要在新媒体背景下进行教学改革。为此,教师不仅需要结合行业现状、注重案例教学、创新评价体系等几方面进行改革,还需要着力提升自己的专业能力。如此,学生才能在新媒体的推动下,改变学习的态度与方式,真正具备专业能力、掌握专业技能,提高行业竞争力。

参考文献:

- [1] 周梦微. 新媒体背景下服装电子商务的站外推广策略研究 [D]. 浙江理工大学, 2016.
- [2] 徐敏, 王映. 新媒体环境下电子商务营销策略分析 [J]. 现代商业, 2020 (15): 41-42.
- [3] 杨晨. 新媒体环境下电子商务营销策略研究 [J]. 电子商务, 2019 (11): 38-39.