

高职院校《网络营销》课程线上实践教学改革研究

沈莉 薛雯霞

(无锡科技职业学院)

摘要: 网络营销课程是电子商务专业核心课程,课程目标是培养学生适应企业网络营销岗位工作任务的实际需求。本文在分析高职院校学生所需职业核心能力基础上,总结无锡科技职业学院网络营销教学现状与问题,提出线上课程实践教学改革实施建议,提升自主学习意识,提高创新创业能力。

关键词: 网络营销、线上实践教学、改革研究

一、研究综述

中外学者围绕网络营销的实践教学做了一系列深入研究,涵盖了从本体论到方法论的研讨。国外主要研究:现代营销学之父菲利普·科特勒(2002)指出网络营销是营销学生的必备课程,是全球互联经济发展的现实需要。雷蒙德·佛罗斯特(2006)提出网络营销实验课程的开设与精彩案例的探讨是培养营销专业学生的关键。朱迪·斯特劳斯(2010)认为网络营销实践技能的培养是网络营销教育的核心环节,尤其是社会化多媒体方面的锻炼。【1】

国内主要研究综述:曾步植(2013)探讨实践与理论结合,加强学生网络营销操作能力胜任企业初级工作。韦英琴(2015)提出网络营销实践教学改革方案,构建开放式网络实践教学项目,探索激励机制。王梓蓉(2016)构建网络营销实践教学云服务平台,提供教育资源互通服务。王小平(2021)结合网络营销实践教学满意度调查,总结成果分析问题。张艳(2021)分析基于第三方平台资源的网络营销实践教学体系,以期提升教学效果。国内外研究学者的相关研究能为本文的研究提供较充实的理论支撑与经验借鉴。

二、高职院校职业核心能力培养目标对网络营销课程要求

2020年国务院印发《国家职业教育改革实施方案》,具体指出建成覆盖大部分行业领域、具有国际先进水平的中国职业教育标准体系。这对高职院校学生职业核心能力提出更高要求。

职业核心能力是劳动者职业生涯规划中可跨界工作能力,也有人称其为一种终生的学习能力。【7】高职院校学生需要在校期间经过专业系统性学习、技术训练和有意识的参与创业活动等多渠道积累,才能具备职业核心能力,包含以下几个方面:

(一)学习能力

学习能力包含学习专业知识技能能力、自主学习和终身学习能力等几个方面。高职院校学生的理论学习程度能力较弱,要在求职前的校内学习阶段充分依托高职院校人才培养方案设置的合理性、实践课程的有效性,使高职学生充分利用第一课堂打下专业知识技能基础,提高学习能力,为后期职业生涯中的技术创新奠定基础。

另外,高职院校学生在职场中发现在学校习得的专业理论、技术在实际岗位中用到的比重不大。因此,高职院校网络营销课程要高度重视学生方法、平台的灵活使用,并通过任务型教学加强学生自主学习意识,持续实现知识、技能和行业理念的自我升级,形成终身学习意识和能力。

(二)实践操作能力

高职院校学生在就业市场的竞争优势在于实践技术操作能力强,这得益于专科学习过程中教学实践和企业实习的丰富经历。高职学生技能提升包括两个方面:1.个人技能提升 2.团队协作能力。

【8】高职院校网络营销课程教学实施中,借助真实产品服务项目,按照企业网络营销工作流程分模块任务,要求学生在为企业产品服务在线推广过程中使用网络技术、各种工作软件,提升实践能力,促进学生个人技能飞跃提升。当前行业分工高度精细化,具备团队协作能力,善于沟通交流,能与同行协作完成产业链中的工作任务,才能应付行业中的困境,攻克技术难关等。因此,高职院校网络营销教学组织设计应充分加大学生团队协作比例,培养学生与实践协作中既能根据自身特点岗位合理分工(职场上客观自我定位),又能秉持团队意识,有效完成企业产业链条中的各项营销任务。

（三）创新创业能力

职业技能型人才是行业、企业实践创新的主力军。只有将校企合作项目深度融入课程中，有真实产品服务项目，有企业岗位工作具体流程标准，课程通过立体多层次、多模块的评价机制的建立，真正调动起学生主体的积极性和参与性，使得创新创业能力的培养落到实处，培养具有创新精神的职场达人。

三、网络营销课程教学现状及问题分析

无锡科技职业学院电子商务专业依托与无锡“电子商务产业园”和“无锡空港跨境电商产业园”共建的“空港产业学院”，与园区内企业紧密合作协同育人，培养从事商品信息采编、店铺运营、网络推广、客户服务和新媒体运营等岗位的高素质技术技能人才。

《网络营销》课程是本校电子商务专业的岗位核心课程之一，该课程共48课时（32理论教学，16实践），系统介绍网络营销的知识体系、基本原理和方法，包含网络市场调研、网络营销项目策划及一系列网络营销推广方式及网络营销效果的评估等项目。

课程自开设以来注重网络营销推广理论知识体系，课程设计过于注重形式主义，实践教学比例不多，学生在实践操作方面训练不够。教学模式围绕课堂教学，教师作为主体，依托各模块内容，以案例分析及学生小组研讨为主要教学方式，教学形式单一。任务型项目实践活动缺失，课程考核方式单一，无法满足高职学生职业核心能力的培养和提升。尤其在近两年新冠疫情背景下，线下教学被迫暂停，依靠腾讯会议、QQ课堂等软件的在线教学更加暴露出教学理念、教学设计及教学组织等方面的短板。

四、《网络营销》线上课程实践教学改革实施建议

近两年，全国高职院校线下教学深受影响，如何通过《网络营销》课程线上实践教学组织，使学生组建项目团队协作完成一系列任务型实践项目过程中掌握网络营销理论知识体系，提升网络调研意识和能力，扩展多渠道网络营销手法，最终提高创新创业综合能力，是《网络营销》课程组亟需解决的问题。

本文基于无锡科技职业学院自身校企合作优势特色及实验室硬件，依托网络平台上的教学资源、慕课资源、SPOC教学实践平台的搭建，为本文的线上实践教学研究提供了充足的理论教学支撑和实践操作条件。

（一）转变教学理念

贯穿实践教学理念于整个课程中，升级实践教学模式。以往《网络营销》课程16课时实践教学仅聚焦案例分析、小组讨论或某些模块中的网上实际操作，缺乏整体实践观。为提升线上教学质量，需转变教学课时理、实分离现状，以“学生为主体，实践价值共创”的实践教学理念，不断提高学生在课堂中的主体地位和主导型，打破课堂、课后时间界限，以学生项目团队（品牌企业营销部或商务咨询服务公司）承接项目任务为主线，将理论学习、实践操作、创意创新创业融入课程中，打造“学生高度主导，师生共创优质课堂”的实践教学新模式中去。

（二）重构教学总设计

《网络营销推广》课程组通过各大网络招聘平台及深入校企深度合作相关的企业进行电子商务方向专业人才岗位调研，在整理分析调研数据基础之上总结出网络营销方向岗位群。了解当下网络营销职业岗位对人才的技术技能要求，掌握企业网络营销的工作流程，并参照相关职业技能等级标准，梳理出网络营销职业岗位所应完成的具有代表性的典型工作任务，针对欠缺岗位的问题培养电子商务专业人才。【9】

《网络营销》课程总体方案依托中国泛亚（无锡）信息技术有限公司或无锡美颜琼贸易有限公司提供的真实产品及服务项目（如咖啡机、假发套等项目），依据公司项目具体运作流程将系列网络推广任务化为不同任务单，学生以接包商身份，借助多渠道网络平台提高该产品或服务的品牌知名度、美誉度、市场影响力，促进产品销售量，增加客户黏性。课程采用接包项目任务方式，组织学生团队“为某企业产品服务项目实施线上线下融合营销”贯彻整个课程，通过学生承接实施不同网络营销子任务，结合网络营销岗位工作任务及网络营销教学模块，具体任务完成也是教学模块完成，项目中每个任务完成质量是评估学生学科成绩及衡量教学效果的重要指标。该设计激励学生主动线上知识学习（查找网络资料，与教师、团队成员商讨等），发挥项目团队组织协作能力，任务实施过程中边做边学网络营销项目开展流程及操作方法，激发学生自主创业精神，提升职业综合素养。

将课程学习内容自然融入项目代表性任务中去，基本设置五个项目模块：网络市场调研模块（自我学习、职业基本能力）、网络平台规划模块（营销岗位需要）、网络营销推广模块（职业岗位

能力)、网络营销效果测评模块(职业岗位能力)、网络自主创业模块(创新创业能力)。五个模块之间承上启下,依据企业网络营销岗位工作流程,以校企合作企业提供的真实产品服务为项目,把服务企业的各项任务分化成子任务,提升学生专业技能,培养创新创业综合职业素养。各模块先导任务完成质量影响后续子任务效果,使学生自觉积极参与学习,刺激团队竞争意识。

(三)更新教学组织形式

《网络营销》课堂要从原来的“学、做并行”形式升级为“做、学、创”一体化的参与式课堂。课堂教学更像一个开放性项目上会平台。每次3课时的《网络营销》空中课堂具体组织安排如下:

1.第一节课:各个自由组合的学生项目团队(接包商团队)展示网络营销任务进度、营销效果。项目团队根据内部分工(调研员、渠道开发、技术支持、财务风控等角色分配)以PPT展示上一个模块任务或子任务中制定的营销目标、实施过程、所选择的平台、图文设计思路以及营销推广效果。各项目团队分享任务完成效果,并互相点评,教师给予修改建议。

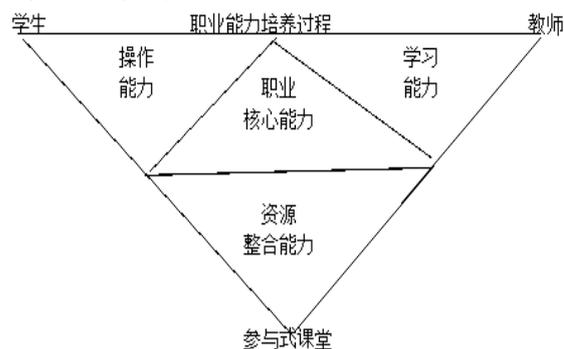
2.第二节课:由教师派发新一轮模块子任务,由学生项目团队自发列出新模块任务中可能涉及的理论知识点、实践操作关键点和难点、涉及的网络渠道平台基本介绍。

3.第三节课:由学生项目团队自发通过各种网络渠道如百度百科、网络平台上的教学资源、慕课资源、SPOC 教学实践平台等获取新一轮模块任务中所涉及的各种理论知识及操作流程步骤,也可以咨询教师,并与项目团队成员之间研讨学习。在“参与式”课堂组织中,教师不再是课堂的主体,学生是课堂绝对主角。“参与式”课堂转变成高职学生职业能力培养过程孵化器,作为线上课堂绝对主体的学生,作为课堂联络组织者的教师,三者合力充分促进学生在网络营销课程中的各种实践任务中提升主动学习知识与共享知识的能力,培养团队分工与协作精神,培养学生利用移动互联网进行创新与创业的能力,在实践创新创业中提高理论知识素养。如图1:

(四)重建考核评估方式

网络营销课程传统评价方式以教师为主,分平时和期末阶段性考核两部分,不能全面考核学生专业综合素养,重建课程考核方式

势在必行。学生团队运用网络营销工具、方法、渠道,开展网络营销各项职能,在实践中帮助企业进行有效网上经营活动,其任务完成质量由团队自评(20%)、课程老师(30%)、企业指导老师(50%)三方共同评定:团队自评包含成员贡献度、协作配合度,激励学生自我价值;课程老师从课程知识、技能的掌握程度考核;企业从行业、市场角度考核营销效果,以各大平台投放后的点击率、评论数、关注度及转化率等给予评价。



参考文献:

- [1]陈法杰,崔登峰,薄彩香.网络营销课程实践教学现状、问题与对策研究[J].兵团教育学院学报,2016,(4)
- [2]曾步植.高职网络营销实践教学改革与实践[J].电子制作,2013,(24)
- [3]韦英琴.高职《网络营销》实践教学改革[J].教育教学论坛,2015,(02)
- [4]王梓蓉.《网络营销》实践教学云服务平台构建[J].课程教育研究,2016,(30)
- [5]王小平.网络营销实践教学改革教学效果调查与分析[J].安徽职业技术学院学报,(2021),20(01)
- [6]张艳.基于第三方平台的网络营销实践教学改革探讨[J].营销界,2021,(38)
- [7]桑华月.工业4.0时代的职业核心能力与高职思想政治理论教学[J].思想政治理论课教学研究,2017,(10)
- [8]李芳.高职学生职业核心能力提升路径探析[J].职教论坛,2019,(1)
- [9]杨娜.新时代背景下网络营销课程教学改革研究[J].科技之窗,2020,(11)