

“三全育人”视域下高职院校课程思政构建新模式的探索与实践

——以“网络营销”课程为例

王晓亮

(昆明冶金高等专科学校 云南昆明 650033)

【摘要】立德树人是教育的根本任务,在电子商务专业核心课“网络营销”课程的长期教学探索与实践过程中,将思想政治工作贯穿于课程教学与实践全过程,基于混合式教学模式,将知识点、技能点、素养点和思政点重新整合,构建基于“课程思政+混合式教学”双促进的课程育人模型,形成“网络营销”课程育人新范式,推动新时代“网络营销”课程的教学改革创新。

【关键词】课程思政;教学模式;网络营销

DOI: 10.18686/jyyxx.v3i8.52671

“网络营销”是电子商务国家教学标准中确立的专业核心课,在全面推进在线开放课程建设与应用,不断深化信息技术与教育教学深度融合,创新多种线上线下混合式教学模式,深入推进以学生为中心的课程改革中,形成以服务“三全育人”的基于“课程思政+混合式教学”双促进的“网络营销”课程教学模式。

1 “网络营销”课程思政构建新模式的时代机遇

1.1 思想政治教育工作贯穿于专业核心课的育人要求

习近平总书记在全国教育大会上强调要把立德树人融入思想道德教育、文化知识教育、社会实践教育各环节,阐明了践行课程思政的意义和方向。“网络营销”课程依托智慧职教平台、电子商务国家级职业教育教学资源库,打通课程的资源建设、教学实施、多元化学习,以系统化工作过程导向,按照用户画像——目标用户精准识别——营销内容策划——传播分发——营销流量转化——营销效果评估与优化的网络营销系统化工作过程,在信息流广告营销、搜索引擎营销等环节融入电子商务网店运营等“1+X”职业技能证书的核心技能点,在微信营销、短视频营销、直播营销等环节融入自媒体创业等课程元素,在SEO、SEM、信息流推广任务将乡村振兴真实工作任务融入课程实施,将社会主义核心价值观、责任担当、法制观念、劳模精神、工匠精神等课程思政元素融入六大学习情境,全面提升学生的职业素养。

1.2 电子商务产业新业态对多元化人才的迫切需求

随着5G商用赋能新零售,线上线下加速融合,电子商务产业、应用及消费场景不断发生变化,跨界融合新模式、新业态不断涌现,传统电商企业向数字企业转型,电子商务产业岗位需求呈现出多元化、复合型和创新型的显

著特征。电商企业对客服、美工、物流等传统电商基础岗位的需求数量减少,对新媒体、内容创作、社群营销、直播、短视频营销、数据分析与运营等方向为代表的数字化网络营销的人才需求迅速增长,互联网营销师等新职业应运而生。互联网营销师需要充分研究数字化平台的用户定位和运营方式,搭建数字化营销场景,通过直播或短视频等形式对产品进行多平台营销推广,并以更加个性化和互动的方式精准地吸引目标顾客群体,才能提升自身传播影响力,加强用户群体活跃度,促进产品从关注到购买的转化率,这就需要高职院校的专业核心课程网络营销在服务“三全育人”中积极对接产业需求,培养使命担当的电商职业人。

1.3 “课程思政+混合式教学”双促进的新模式探索机遇

以中国特色职业教育的新使命为背景,针对移动互联网环境下电子商务新业态、新模式对网络营销职业人才培养的新要求,服务线上线下混合式教学需求,抓住课程改革的核心环节,挖掘课程的思政育人功能,将课程思政元素融入六大学习情境,使学生在实施市场产品客户画像分析、营销内容策划、营销内容分发、网络促销活动设计等面向企业网络营销核心工作任务中坚定正确的政治方向,紧紧围绕把人民对美好生活的向往作为奋斗目标,依靠人民创造历史伟业,服务乡村振兴战略,在学习实践中弘扬以爱国主义为核心的民族精神和以改革创新为核心的时代精神,培养学生的工匠精神和科学精神、劳模精神。

2 基于“课程思政+混合式教学”双促进的“网络营销”课程教学模式构建

2.1 服务“三全育人”构建“VKS”课程育人模型

在设计与实施过程中,课程思政以春风化雨、润物细

无声的方式融入到教学环节中,课程设置内容瞄准新业态下“网络营销”岗位需求,对接职业标准和工作过程,吸收电子商务行业发展的商务数据分析、数字营销等新知识、新技术、新方法,形成以学生为中心的“岗课赛证”融合育人模式,在实现知识、能力、素质目标的同时,帮助学生树立正确的价值观,服务“三全育人”,做到立德树人、德技兼修,构建“网络营销”课程“VKS”立体化育人模型,将知识传授、技能训练与价值引领的有机统一具体化、细致化到每一节课程中,提炼课程蕴含的文化基因和价值导向,将其转化为思想政治元素具体化、实践性的教学载体,在知识技能中隐性传递,做到以文化人,以德育人,将社会主义核心价值观内化于心,外化于行,从而实现德技并修、知行合一的育人模型。网络营销 VKS 教学模型如图 1 所示。

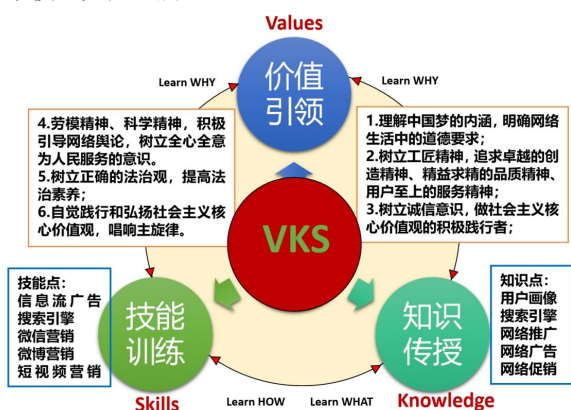


图1 网络营销 VKS 教学模型

2.2 依托智慧职教平台云课端,打通课程的“建一教一学”,服务线上线下混合式教学需求

通过智慧职教平台汇聚网络营销课程各类资源建设成果,建成共享的颗粒化资源和示范性课程;利用 MOOC 平台搭建网络营销在线开放课程,供学习者学、练、评,实现课程混合式教学、社会培训;依托职教云,帮助教师(培训师)整合网络营销线上资源,构建专属网络营销在线 SPOC 课程,开展线上线下混合教学和社会培训服务。

2.3 依托校企合作平台,引入本省电商龙头企业实战项目,实现在做中学

课程教学中,引入企业项目及创新创业项目,应用微信、微博与抖音等平台资源,开展微博营销、微信营销、短视频直播等实战项目训练,组织师生开展“云品出滇”直播电商服务活动,提升和检验学习效果。

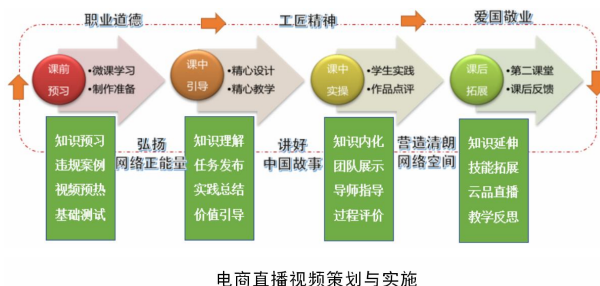
2.4 构建新媒体营销工作室,实现“训、赛、研、创”一体

对接职业技能大赛和“1+X”证书,实现课证融通、赛教一体教学内容与“1+X”职业技能等级证书、电子商务师职业技能大赛有机衔接。电子商务师职业技能大赛由电子商务直播和电子商务推广两个模块组成。其中,电子商务推广模块需要参赛选手团队协作,根据不同品类要求完成商品主图、店标、Banner、详情页现场制作的同时完成商品标题、价格的设置,完成微店的开设。电子商务推

广模块需要参赛选手完成直通车、标题优化、展位营销等任务,进而提升点击率、转化率。通过本课程的学习,实现以赛促学、以赛促教,为学生参加职业技能大赛和“1+X”网店推广与运营职业技能等级证书考试打下坚实基础。

2.5 PDCA循环教学实案例

笔者团队进行了基于工作过程的模块化教师教学协作改革,设计了基于“学情分析”“项目引入”“任务驱动”“教学实施”“教学反思”5个环节构成一个 PDCA 循环闭环教学系统,在设计与实施过程中,课程思政以春风化雨、润物细无声的方式融入到这5个教学环节中,给学生传授专业课程的同时,帮其树立正确的价值观,服务“三全育人”,做到立德树人、德技兼修。下面笔者以教学任务中的电商直播模块为例,每一个任务的教学和实施,都是贯穿课前、课中和课后三个环节,遵循教育教学的规律。课前课中课后教学实施示意图如图2所示。



电商直播视频策划与实施



图2 课前课中课后教学实施示意图

2.5.1 课前探究

以学生探究“电商助农”直播任务为导向,通过典型直播视频、查找爆款标题、设定直播封面技巧等自主探究任务及违规案例,激发学生的求知欲,梳理正确的直播价值观念,便于高效地开展课堂教学。

2.5.2 课中实施

以进行直播脚本及策划方案设计、创意拍摄、橱窗上架及播前预热、直播实施与复盘为主题撰写具有吸引力的软文开头,通过助学解惑、技能实战、企业导师现场指导、提升技能功课教学重难点。

2.5.3 课后延伸

课后以“助推农产品出滇”直播活动为延伸,通过小组任务单,进一步巩固知识,学生参与的直播活动在官方公众号、新闻联播等官方媒体中报道,收获了良好的社会价值。通过“做中学、做中教”的任务实施模式,学习主动性、实践中体现的责任担当意识明显提升,通过职教云平台、“1+X”网店运营云平台反馈数据分析,学生项目学习优秀率达到86%,圆满地达成了本课的三维教学目标。

3 基于“课程思政+混合式教学”双促进的“网络营销”课程教学模式解决教学痛点

3.1 主要解决的问题

第一,课程思政解决专业课堂教学“重技能、轻德育”问题,发挥专业课程育人作用;

第二,混合式教学解决线上学习的监测、评价,做到精准化、多元化、全过程评价;

第三,颗粒化资源解决网络营销内容创新迭代迅速,带来的传统内容“信息孤岛”问题。

3.2 解决教学问题的方法

3.2.1 六大学习模块的“知识+技能+思政”设计

(1)网络营销概述模块

了解包括网络营销产生的环境和发展趋势,激发学生爱国主义情怀,熟悉网络营销的定义;熟悉网络消费者行为,了解网络市场策略,理解中国梦的内涵,明确网络生活中的道德要求。

(2)网络市场调研与分析模块

了解网络调研的定义、步骤,熟悉网络调研方法,培养学生的科学精神、劳模精神;理解去中心化、直播新业态背景下网络消费者特征、购买动机及购买决策,同时注重数智思维的培养,树立追求卓越的工匠精神、精益求精的品质精神、用户至上的服务精神。

(3)网络市场定位与品牌营销模块

了解网络市场定位的依据,熟悉定位策略,能够进行产品分析与选择,树立正确的择业观和创业观;掌握品牌的定义网络品牌价值,深刻理解中国梦的内涵,树立诚信意识,做社会主义核心价值观的积极践行者。

(4)网络广告模块

理解网络广告的概念、分类,培养学生的职业道德;掌握网络广告定价模式、投放与策划,培养学生的劳模精神、科学精神,积极引导网络舆论,树立全心全意为人民服务的意识。

(5)搜索引擎模块

掌握搜索引擎营销的基础知识、一般原理;了解搜索引擎营销的方法、技巧,树立正确的法治观,提高法治素养;了解搜索引擎营销 SEO 的基本形式;掌握企业搜索引擎营销的关键词策划,搜索引擎营销的竞价策略设计 and 应用不同的搜索引擎产品进行综合推广,特别通过乡村振兴中农产品信息流推项目实践培养学生扎扎实实,勤学苦练,无所畏惧,顽强拼搏,同甘共苦,团结战斗,刻苦钻研,勇攀高峰的精神。

(6)新媒体营销模块

掌握微信营销、微博营销、短视频营销、直播营销、社交营销、软文营销等的概念与方法,在营销实施中紧紧围绕把人民对美好生活的向往作为奋斗目标,依靠人民创造历史伟业,弘扬以爱国主义为核心的民族精神和以改革创新为核心的时代精神,体会作为网络内容的生产者和传播者,要自觉践行和弘扬社会主义核心价值观,唱响主旋律

律,带头遵守法律法规和公序良俗,践行诚信为本的职业精神。

3.2.2 搭建立体设计信息化载体

“网络营销”课程校级精品课程、资源库建设项目,依托国家资源库“网络营销”课程资源,视频、动画、音频、典型案例等,做到新业态新模式内容实时更新。

3.2.3 探索多域混合式教学改革

线上线下相混合、课内课外相混合、学校基地相混合、学习体验服务相混合。线上采用“智慧职教 MOOC+云课堂 SPOC”,线下课堂互动围绕课程内容、新业态、热点事情开展线上线下讨论。课外依托新媒体直播基地、工作岗位群,体验服务围绕助力脱贫攻坚,同时参观体验省级新媒体营销直播基地、参观西南联大历史博物馆。

3.2.4 实施多元化考核方式

多元化全过程考核:课堂参与、自我评价、面试、学习记录、作业、测试、考试等。

3.2.5 设置每日思政园地

立项建设校级课程思政示范课网络营销,每节课设立课程思政园地,立德树人、德技双修,以案例入手,帮助同学们树立正确的人生观、世界观、价值观。

3.2.6 基于工作工程系统化的教学内容重构

新时代,随着互联网工具的通用化和电子商务的普及化,网络营销已然成为企业品牌塑造、开拓市场、获取客户与订单的最重要的手段和方式。网络营销课程针对网络营销类岗位的典型工作任务而开设。面对新技术、新模式、新方法迭代持续提速的新形势,“网络营销”课程建设与改革在不断跟踪和提炼网络营销工作新任务,创设网络营销新情境、新内容,不断地适应“互联网+”营销与技术发展迅猛的时代要求、网络营销岗位新职责以及营销活动内容变迁的新需要。

网络营销课程以系统化工作过程导向,按照用户画像——目标用户精准识别——营销内容策划——传播分发——营销流量转化——营销效果评估与优化的网络营销系统化工作过程,主要围绕信息流广告营销、搜索引擎营销、微信营销、微博营销、短视频营销、直播营销等学习情境重构了课程内容体系。

4 构建知识点、技能点和素养点整合的“VKS”模型应用实践

构建基于“课程思政+混合式教学”双促进“VKS”课程育人模型,形成“网络营销”课程育人新范式,推动新时代网络营销课程的教学改革创新。

4.1 学生自主学习获得慕课证书

231 名同学在完成人才培养方案中课程学习外,在慕课网获得荣誉证书。

4.2 精品课程+资源库课程+课程思政示范课

作为校级精品课程、资源库、课程思政示范课,深入贯彻立德树人根本任务。

4.3 慕课应用效果广泛

该成果应用于智慧职教网络营销慕课,自2018年9月至今累计参加学习人数4212人,学员所属单位642个,累计互动37682次。其中,本校2016/2017/2018级学生共

计231名获得慕课学习荣誉证书。智慧职教开课数据如图3所示。

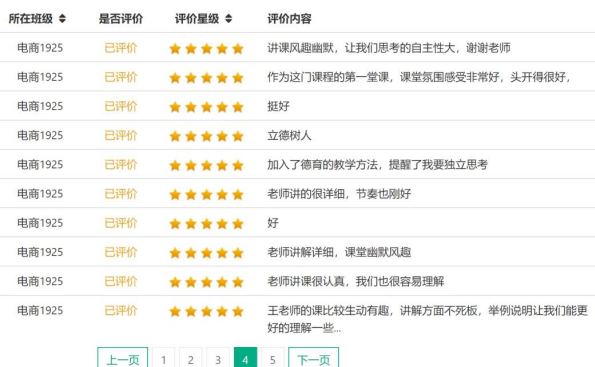


课程名称	创建时间	审核状态	时间范围	选课人数	课程状态	操作
第六次开课 (公共开课)	2021年02月23日创建	内容审核通过	2021/03/01-2021/06/18	1070人选课	正在使用	课程制作
第五次开课 (公共开课)	2020年08月03日创建	内容审核通过	2020/09/08-2020/12/26	629人选课	已结束	课程已存档
第四次开课 (公共开课)	2020年02月01日创建	内容审核通过	2020/02/17-2020/06/05	1489人选课	已结束	课程已存档
第三次开课 (公共开课)	2019年06月20日创建	内容审核通过	2019/09/09-2019/11/29	542人选课	已结束	课程已存档
第二次开课 (公共开课)	2019年02月21日创建	内容审核通过	2019/02/25-2019/06/16	385人选课	已结束	课程已存档
第一次开课 (公共开课)	2018年09月29日创建	内容审核通过	2018/10/08-2019/01/27	98人选课	已结束	课程已存档

图3 智慧职教开课数据

4.4 职教云SPOC混合式教学学生评价好

基于该成果建设的职教云 SPOC,学生在线发学习交流帖数7665次,线上线下活动发布总数395个,线上线下活动发布学生参与累计次数13337次;学生对教师的教学内容设计、教学方法、课程思政给予充分评价。SPOC部分学生评价如图4所示。



所在班级	是否评价	评价星级	评价内容
电商1925	已评价	★★★★★	讲课风趣幽默,让我们思考的自主性大,谢谢老师
电商1925	已评价	★★★★★	作为这门课程的第一堂课,课堂氛围感受非常好,头开得很好,
电商1925	已评价	★★★★★	挺好
电商1925	已评价	★★★★★	立德树人
电商1925	已评价	★★★★★	加入了德育的教学方法,提醒了我独立思考
电商1925	已评价	★★★★★	老师讲的很详细,节奏也刚好
电商1925	已评价	★★★★★	好
电商1925	已评价	★★★★★	老师讲解详细,课堂幽默风趣
电商1925	已评价	★★★★★	老师讲课很认真,我们也很容易理解
电商1925	已评价	★★★★★	王老师的课比较生动有趣,讲解方面不死板,举例说明让我们能更好的理解一些...

图4 SPOC 部分学生评价

4.5 “训、赛、研、创”举措应用显成效

基于该成果的应用,电子商务专业学生荣获全国职业院校技能大赛高职组电子商务技能赛项三等奖2项、省职业院校电子商务技能大赛一等奖6项、全国首届新媒体运营大赛二等奖、全国移动商务技能竞赛移动商务赛项省一等奖2项、国赛三等奖1项。

4.6 教师团队教学能力显著提升

该成果应用于电子商务专业教师团队建设、教学能力提升,电子商务教学团队成功入选首批国家职业教育教学创新团队,本课程作品《关键词分析与选择》获南省职业院校教师教学能力大赛一等奖、全国职业院校教师教学能力比

赛三等奖、《云品出滇,抖来助力》获2020年年省职业院校教师教学能力大赛一等奖。

4.7 电子商务专业建设水平提高

该成果应用于电子商务专业建设,该专业被确立为国家高等职业教育创新发展行动计划骨干专业、全国电商行指委创新发展行动计划骨干专业,专业团队确立为首批国家级职业教育教师教学创新团队建设项目,基于该成果的教学项目参加全国职业院校教师教学能力大赛获得三等奖2项,学校成功申报电子商务专业首批“1+X”职业技能等级证书“网店运营推广”及“电子商务数据分析”试点院校。

5 结语

“三全育人”视域下高职院校课程思政构建新模式的探索与实践紧紧围绕立德树人的根本任务,基于混合式教学模式,将知识点、技能点和素养点重新整合,提升专业课教师的育人意识和育人能力,构建基于“课程思政+混合式教学”双促进“VKS”课程育人模型,形成“网络营销”课程育人新范式,推动新时代“网络营销”课程的教学改革创新。

作者简介: 王晓亮(1980.11—),女,硕士,副教授,研究方向:高等职业教育电子商务领域专业教学管理与实践。

课题: 昆明冶金高等专科学校科研基金项目《基于职业工作过程的电子商务专业模块化教学模式研究》2020XJSK07。

【参考文献】

- [1] 陈宝生.在新时代全国高等学校本科教育工作会议上的讲话[R].2018-06-21.
- [2] 鲁晨琪.新时代高职院校专业课程德技并修“双引擎”育人模式研究[J].时代经贸,2019(8).
- [3] 姜大源.课程开发关键:结构问题[J].世界教育信息,2018,31(21).
- [4] 徐国庆.职业教育实现现代化的关键是完善国家基本制度[J].华东师范大学学报(教育科学版),2021,39(2).