

OBE 理念下网络直播与运营专业人才培养策略

高霞

黑龙江职业学院 150001

摘要:本研究聚焦 OBE 理念下高职院校如何培养高素质直播与运营专业人才,探讨基于“四个合作”开展校企二元现代学徒制直播与运营人才培养路径,既让学生掌握新兴电商运营技能,又能提升学生的学习能力和学习效果,帮助学生更好地适应社会。近年来,随着信息技术在教育领域的不断应用,基于 OBE 教育理念开发出相应的信息化学习操作系统也逐渐成为人们关注的重点。

关键词: OBE 理念;直播与运营专业;人才培养

Strategies for cultivating professionals in online live streaming and operations under the OBE concept

Gao Xia

Heilongjiang Vocational College 150001

Abstract: This study focuses on how vocational colleges can cultivate high-quality live streaming and operation professionals under the OBE concept, and explores the path of cultivating modern apprenticeship style live streaming and operation talents based on the “four collaborations”. This not only enables students to master emerging e-commerce operation skills, but also enhances their learning ability and effectiveness, helping them better adapt to society. In recent years, with the continuous application of information technology in the field of education, the development of corresponding information learning operating systems based on the OBE education concept has gradually become a focus of attention.

Key words: OBE concept; Live streaming and operation majors; personnel training

OBE 教育模式是一种以学习成果为导向的教育理念,它既关注学生的学习效果,也关注学生对课程的评价;既注重学生对知识和技能的学习,也关注着学生的全面发展。基于 OBE 教育理念,学生将以全面而系统的方式进行学习和考核,并被客观而公正的分析,从而提升学生的学习能力和学习效果,帮助学生更好地适应社会。近年来,随着信息技术在教育领域的不断应用,基于 OBE 教育理念开发出相应的信息化学习操作系统也逐渐成为人们关注的重点。

一、OBE 教育理念的概述

OBE 教育理念起源于美国,我国于 2016 年成为国际本科工程学位互认协议《华盛顿协议》的正式成员国,此后我国学术界开始了一系列针对 OBE 教育理念的研究,力争将该教育理念应用在各个层级教育中,其中高职教育领域的应用备受关注。高职教育的培养目标即为培养精通理论与技术的人才,与本科学生的培养目标有一定区别,但受到部分就业领域学历歧视的影响,许多地方的高职学生要么专升本脱离了技术学习,要么陷入了“摆烂”的自我封闭中,使得学生整体理论水平和实操水平都较为一般,难以满足社会发展对技术型人才的巨大需求。

二、直播与运营人能力要素分析

虽然直播带货门槛低,人人都可参与,但是要完成一场高质量的直播,则需要主播、策划、运营、技术、客服等团

队人员精诚协作、统筹规划,需要团队具备直播间场景设计创新、商品知识快速备稿、良好的语言表达、现场随机应变和团队协作等多方面的能力。

(一) 商品知识快速备稿能力

凡事预则立不预则废,熟悉商品是对直播团队的最基本要求,包括对各种农副产品的基本属性、特点、使用方法和核心优势等的了解。在此基础上,直播团队进行文案策划,并形成品牌独特风格,而主播承担了团队成果的直接输出职能,融合了个人风格与产品定位,只有具备过硬的商品知识形成快速备稿能力,才能完整传达商品信息,并带给粉丝舒适愉悦的观看体验。

(二) 良好的语言表达能力

准确、清晰、流畅的表达是保证主播能顺利进行直播带货的基础,因此主播要注重对语音、发声、语言表达技巧的训练,形成良好的语言表达能力,增强语言感染力。同时,重视表情神态、肢体动作、服饰造型等综合素质提升,形成具有鲜明特色的个人表达风格。

(三) 直播间场景设计创新能力

直播间环境是影响直播带货效果的主要因素之一,一个布置得体的直播间会给粉丝留下良好的第一印象,继而影响粉丝的观看体验感、停留时长、购物转化率等。直播台的布置除了基本的直播手机、直播灯、防喷罩、耳机和背景布之外,为更好地呈现直播效果,直播团队还需要根据不同直播内容

对直播场景进行设计,结合现实条件,采用深入田间地头的现场直播或是室内展台直播。对于后者,则要注重对参与直播的农副产品进行规律陈列,注重色彩和形状的和谐搭配,凸显整体美观性。

(四) 现场随机应变能力

直播容易出现意料之外的突发情况,主播的良好心理素质和现场随机应变能力往往对直播能否“化险为夷”起到决定性的作用。从容应对突发情况十分考验主播的心理素质。一方面主播需要具备乐观积极的心态,遇到突发情况,首先能用积极心理增强自信心,能合理控制自己的负面情绪。其次,要充分发挥临场机智的应变能力,随机应变,积极寻求问题解决策略。

三、直播与运营人才培养现存问题分析

(一) 大学生的使命感有待增强

目前,市场对既懂产品又懂电商运营的复合型人才存在巨大需求,但当前大部分学生对投身直播运营发展事业的主观意愿普遍不强,原因在于受到客观条件的影响,学生存在狭隘的就业观,偏爱城市工作环境的舒适性与相对较高的薪酬待遇。同时,受传统思想影响,虽然有较多的大学生来自农村,但“00后”一代实际参与农业生产的较少,走出农村接受高等教育后也多不愿意再返回农村就业。

(二) 直播双师型师资力量缺乏

直播作为一个新兴产业,发展时间短、速度快,2020年的特殊事件更是直接推动电商直播整个行业进入井喷期。于是,市场对直播人才及相关岗位的需求急速增加,高质量的直播人才变得稀缺,在高职院校,对于既有丰富直播经验又有扎实理论基础的师资更是稀缺。一般来看,高职电子商务专业教师通常具有工商管理、市场营销、计算机或物流等专业背景,具有丰富的电子商务相关教学经验。但对实践性极强的直播营销,大部分高职专业教师只能停留于理论讲述,不能深入到实操经验的分享。而在一些直播机构和企业,却在时代大潮流下催生了不少直播实践专家,其特点往往是“做比说好”,他们可能缺乏理论上的系统性和严谨性,但有着丰富的直播实战经验。目前一些高职院校正开始尝试与直播机构或企业建立校企合作,但尚停留在初级的合作模式探索中。

(三) 高职院校电商直播实践教学亟待完善

从直播选品、脚本策划、短视频创作、直播间营销、粉丝互动到复盘分析,直播的每一个环节都注重实践性。但由于不少高职院校存在标准化直播实训基地建设跟不上、教师缺乏直播实战经验等原因,导致电商直播教学出现用模拟软件来仿真实际商业、重理论轻实践等各种现象。真实的电商直播运营环境是一个不断发展的生态,平台的规则、功能、市场环境、竞争对手情况等都处于不断变化中,而模拟软件受程序设计和更新频率限制,往往与真实平台存在较大差异,

这容易导致学生在“学”与“用”上的差异,不能无缝衔接上岗。此外,电商直播能力培养中过多强调理论知识,弱化实践训练,学生的带货能力、互动能力、场控管理能力、官方活动运营能力等就难以切实培养,也就容易与市场的实际人才需求相脱节。

四、基于“OBE”理念的直播与运营人才培养路径

想要将OBE教育理念提炼成可操作可实施的模型,首先要充分了解其内涵,根据其三大核心理念:学生中心、成果导向、持续改进,进行设计并通过学生的反馈随时修改。

(一) 合作制定人才培养方案和课程体系

借助校企双边合作,深入调研,掌握市场与行业需求,并结合职业标准,建立直播与运营职业岗位典型工作任务表。据此,校企联合制定直播与运营人才培养目标,即培养一批切实掌握新兴电商直播技能,了解产品,深怀责任感和使命感,懂规则、守底线,能适应当下直播经济蓬勃发展的优秀电商直播人才。相应的课程体系主要从三个方面进行构建:一是基础理论,主要涉及电商、传播学、语言表达、节目策划、新媒体营销、网络客服与电商物流等,由校内教师完成授课任务。二是实践技能,主要涉及主播人设打造、直播策划、脚本创作、互动话术、短视频创作、直播复盘等,由企业导师结合具体项目进行“口传心授”。三是道德规范,主要涉及国家政策、法律法规、行业标准、平台规则等,由校内教师和企业导师结合教学内容适时适需灵活植入,实现既润物细无声又深入人心的效果。

(二) 合作共建校内理实一体化直播带货实训基地

学校主要提供学生、校内指导教师及实训场地等,企业主要提供直播基地建设资金、设施设备、技术支持、优质农产品供应链与校外导师等,同时校企双方协商制订直播实训基地的学员培训、专家指导、直播理论知识学习、项目实训等操作细则,实现共享资源、各司其职、互相协作。具体而言,按照主播成长由初级到高级的不同阶段确定“见习主播、新星主播和红人主播”三个层级,其中见习主播主要面向新人,要求能够针对指定产品策划直播脚本并完成直播。新星主播要求能独立策划直播流程,有带货选品能力,且能带来转化。红人主播要求能独立策划整体直播产品营销方案,完成营销转化,具有鲜明特色的人设风格。直播基地面向不同层级的直播团队确定不同的培养方案,基本脉络是校内专任教师结合专业特长,承担学生的理论教育、思政教育、劳动教育与职业素质教育,校外企业导师承担直播实践教学,包含直播岗位编排、轮岗规则制定、示范教学、观摩指导、实战训练等。

(三) 合作确立多元多样化的考核机制

从以学习结果静态考核为导向转向注重学习过程的动态化考核,从传统以“教师”为单一评价主体转向以“系统智能评价+人工评价(企业导师+校内教师+学习伙伴+学生

自己)相结合的多维多元评价主体,在直播项目的实际运营绩效、理论基础、实践技能、职业素养等多方面建立形成新的考核机制。在实际直播考核操作中,智能评价系统将通过内置程序和大数据对文案脚本、语音语调和表情动作等展开自动智能考核,文案脚本主要从产品宣传内容与逻辑组织上展开评价;语音语调主要从主播语言表达准确度、清晰度、礼仪礼节与亲和力等方面展开评价;表情动作主要从面部微表情、肢体动作与整体状态等方面展开评价。而人工评价,则由企业导师、校内教师、学习伙伴和学生自己分别从项目直播营销绩效(包含直播时长、直播粉丝增长数、直播累计客户量、累计直播交易数量和金额等)、直播基础知识掌握、职业道德培养、团队协作能力与持续学习能力等方面展开评价。最后,依据权重汇总各维度评分形成最终评价,这对提升考核效率、兼顾客观公正、注重人的全面培养具有重要意义。同时,学校紧密对接全国“1+X网络直播运营”职业技能等级证书及标准,依据行业规范,完善“课证融通”,设计学分银行,对网络直播人才进行有效有序培养。

随着5G技术、大数据、云计算的发展与应用,电商直播已成为近年来商贸企业网络营销的主要运营手段。2020年全国两会《政府工作报告》中充分肯定了电商直播形式在特殊经济环境中起到的积极作用,明确指出“要继续出台支持

政策,全面推进‘互联网+’,打造数字经济新优势。”“支持电商、快递进农村,拓展农村消费。”电商直播在给乡村经济带来巨大增量空间的同时,也带来了相关直播人才的大量需求。高职院校的教育职能就是立德树人,为社会培养德技并修、全面发展,复合型、创新型的高素质人才。电商直播具有鲜明的实践性和技能性特征,高职院校只有积极寻求校企合作,从“人、货、场”多维度深化产教融合,才能真正实现人才培养与社会需求的无缝对接。

参考文献:

- [1] 郭晓夏.中国直播带货的可持续发展研究[J].人民论坛,2020(20):74-76.
- [2] 李晶晶.中国直播:乡村振兴和网络扶贫融合发展的农村电商新模式[J].商场现代化,2020(9):131-134.
- [3] 赵秀凤.中国直播带货工匠型人才培养路径研究[J].商业经济研究,2020(12):07-08.
- [4] 刘红东.中国现代学徒制建设的产业逻辑与融合机制[J].新闻研究导刊,2021(06):36-43.
- [5] 张若峰.中国基于协同理论的高职院校电商直播人才培养模式研究[J].职教论坛,2021(20):58-60.

