

浅谈高校电子商务专业实验教学存在问题及改进策略

原 梦

黑龙江财经学院 黑龙江 哈尔滨 150500

摘要:具有“朝阳产业”和“绿色产业”美誉的电子商务是当今重要的服务业之一。随着电子商务行业的发展,各高校相继开设电子商务专业。尽管教育部有发布明确标准对培养目标、课程体系、教学条件等进行规范,并出台相关政策鼓励学校培养学生的创新意识、创意思维和创业能力,但近年来,大部分高校培养电子商务人才的质量依旧有待提升。为加强对电子商务人才素质与质量的提升,各大院校不仅加强对理论课程的建设,更在教育部的批准与支持下,都开办有专业实验室。由此可见,电子商务实验教学在高校是极为重要的。

关键词:高校;电子商务;实验教学

电子商务作为一门理论与实践并重的综合型、应用型和创新型专业,不仅要注重基础理论知识的教学,更要注重实验教学的方法,鼓励学生自主探索与创新。而今,随着大数据时代的崛起,高校更应加大对新兴技术的研究与投入,根据时代的要求,及时调整课程体系与实验教学模式,做到与时俱进。鉴于此,本文以高校视角对电子商务人才的培养方式以及实验教学的模式进行研究及探讨,在理论教学的基础上,提出改进实验教学方式与模式以及评价方式,提升学生对专业课程与专业知识的掌握程度,以期能更好地培养出更契合各电商企业岗位需求的人才。

一、电子商务实验教学存在问题

(一)目前,电子商务的实验教学主要存在重流程轻过程、重结果轻效果、重广度轻深度。

对于B2C流程,高校一般采用ERP沙盘模拟与电子商务模拟实训平台相结合的教学方式,通过对二者结合学习进行实验教学,学生对社会生产各环节以及企业各角色的岗位职责有了初步的了解。对于C2C流程,学生通过自行的网购行为便能基本了解买家流程,通过电子商务模拟软件可基本理解商家的流程。但对于目前大部分电子商务实验教学而言,过于关注实验教学的流程与结果,而未对每一个流程中应该要关注的知识点、必须要掌握的技能等有一个清晰的概念,即学生学习了知识和技能,却是分散的不成体系的,难以真正实现学以致用。如在淘宝C2C的千牛平台上,毕业生在面对企业经营的指标体系在系统展示时,对于如何分析与解决当前问题还是比较迷茫的:如当店铺显示商品浏览量较低时,到底是关键词不够精准、还是主图不够吸引人;如在购买与浏览转化率很低时,到底该精准有效的投放广告还是该提升产品质量与口碑;如何对客户数据有效分析等等。而对于这些我们的毕业生也许能看懂数据结果的展示,但在实验教学过程中并未形成良好的分析与解决问题的能力,从而也说明了我们的实验教学的深度有待加强。

(二)实验课程的设置未能与社会岗位需求相匹配

在电子商务普及程度高的今天,学生大体都有网上购物的经验,对消费者购物流程较为熟悉,对商家的业务流程也是较好理解,尤其是在有实验教学模拟软件和平台的基础上,学生能够较为顺畅地走完各个流程。然而,当学生就业后,发现自己指导的仅仅是某些理论与基本流程而已,面对不同

岗位的不同职责和所需要掌握的技能仍然感到束手无策,简而言之,就是学校并未做到有的放矢的培养与现实企业所需要的工作技能。对于高校培养出来的学生,对于科研能力的培养并未有太高的要求,但对于技能的应用的培养却有必须的要求,作为高校,必须重视社会的需求,培养出毕业即上岗的应用型人才。

(三)实验课程的设置未能与时俱进

随着大数据的应用,电子商务的教学还有更多的领域值得我们学习与探索,比如通过对客户数据的提取、洗涤、分析与挖掘,为企业或者商家投放精准广告、实施针对性推广、提供个性化服务等等。但大多数高校却未能设立与大数据以及大数据分析相关的实验教学课程,甚至连理论课程也少有设置。实验课程的设置,理应以参照社会发展的热点,培养出来的人才,才能顺应时代的潮流。

(四)实验教学评价方式过于单一

实验教学课程的考评方式对引导和督查学生有效完成实验、实现技能目标有着重要的影响,进而影响着整体实验教学目标达成。目前,大部分高校的对实验教学的评价主要通过传统的课堂考勤、随堂作业与实验报告的形式,在这种模式下,容易出现重结果轻过程的现象,可能会出现学生不重视实验过程,只为应付式完成实验结果,甚至为了完成实验报告做出抄袭或代写的行为,难以真正实现学生知识与技能的提升。

二、高校电子商务教学改进策略

(一)夯实基本功,理论课程与实验课程的学习不可厚此薄彼

对于电子商务专业的学生而言,只有打好理论学习的基石,才能真正提升实验教学的高度。就高校而言,在电子商务专业必修课程中,实验实践课程一般占必修课程总课时的60%左右,在电子商务专业选修课程中,实验实践课程一般占选修课程总课时的40%左右。且每个年级的理论与实验课程的侧重点不一,一般就第一学期而言,专业理论课程较多,务实专业基础;第二学期开始逐渐侧重对实课程的学习,注重实践能力的培养。实验课程固然重要,但依旧需要理论课程的支撑,符合高校电子商务专业实验与理论课程的常规分配要求。当然,也有高校第三学年整年均均为校外实训实习,则前2年实验课程与理论课程的比例当有所变化。

(二) 了解社会需求, 根据岗位对技能的要求对实验课程进行调整

根据 2020 年对电子商务人才状况的岗位需求调查发现, 电商企业的岗位需求主要为营销推广、运营管理、客户服务、美工编辑、数据分析等几大类。因此建议高校开设与几个岗位相关的课程, 并调整实验课程与课时的占比。建议高校在第二学期对学生就业意向摸底, 并对学生进行针对性地培养, 开设相关课程并增加相关课程的实验课时比例。此外, 高校应该发展校企合作模式, 鼓励教师到企业参观学习, 真正了解企业的需求与工作方式, 以更好的工作姿态向学生传道授业解惑。

(三) 与时俱进, 设置大数据相关理论课程与实验课程

在如今的大数据时代, 作为电子商务专业人才, 必须要顺应时代的发展, 学会运用大数据创造更多的商业价值。随着大数据的应用, 电商行业又多了更多的挑战与机遇, 例如对客户进行数据分析、精准投放广告、提供个性化商品与服务等等, 这些都可以通过大数据分析工具对客户在平台与店铺的数据记录对客户进行画像, 从而促进客户的交易行为。对于高校, 亦应培养适应时代发展的人才, 开设大数据分析的基础课程与实验课程, 为学生顺利择业、轻松上岗做准备。

(四) 支持和鼓励学生参加竞赛与自主创新创业

电子商务专业培养的人才不仅仅是应用型人才更是创新型人才。通过参加竞赛与自主创新创业, 将所学知识点串成线并形成体系, 进而转化为能力。如学生参加互联网+的比赛, 了解比赛的规则好比了解电商平台的规则, 你的创意将成为你的卖点, 你要打动评委更要打动你的顾客。在参赛过程中, 不仅需要创新意识, 更要有团队协作精神, 通过比赛, 培养的不仅仅是某一种能力, 更是对综合素质的提高。对于高校, 鼓励学生自主创业也是提升学生的专业技能与知识水平的一种重要途径, 通过校园电子商务、电子商务自主

创业等自主创业活动, 不仅培养了学生的创新创业意识, 更能提升社会适应与社会应变能力。实践中见真章, 对知识的学习与应用不能局限于课堂, 通过参加竞赛与创新创业, 更能锻炼和提升整体素质与综合能力。

(五) 优化电子商务实验教学评价方式

电子商务专业为综合性专业, 主要培养应用型和创新型人才, 因此建议对于电子商务的学生, 将实践能力与创新能力应作为考核的重要指标, 对于实验实训课程, 建议采用任务考核与过程考核相结合的方式, 细化实验实训课程的任务目标, 具体到应达到的各项能力要求, 建立考评指标, 完善考核体系。

三、结语

电子商务在教学过程中可以分为两大类: 一是关于电子商务行业如何运营的教学, 一是对于电子商务行业如何更好的运营的教学。对于前者, 电子商务沙盘模拟与模拟实训软件便能让学生比较好的掌握, 对于后者, 学校需要投入更大的成本、教师需要花费更多的时间和精力去培养学生, 尤其需要优化实验教学, 提升学生的实践操作能力。对于高校而言, 实验教学模式应该契合培养目标, 对于实验教学课程量可以适当从简, 对于课程内容要注重深度, 对于学生技能培养要注重精度, 才能更好地为社会培养应用型、技能型的“工匠”人才。

参考文献:

- [1] 薛永刚. 电子商务实验教学课程改革 [J]. 实验室研究与探索, 2019, 38 (05): 269-274.
- [2] 邹云良. 电商实验教学中创新思维的培养 [J]. 长江丛刊, 2019 (15): 126, 129.
- [3] 陈代江, 胡争艳. 关于构建电子商务“三创”课程群的实验教学体系研究 [J]. 教育教学论坛, 2020 (34): 331-332.

