

应用型本科电商专业新媒体运营方向 课程体系构建分析

■盛希林/湖南信息国际商学院

摘要:在互联网技术的快速发展下,电子商务成为了人们日常生活中必不可少的交易方式,而应用型人才也逐渐被重视起来。在这种背景下,高校教育如何进行新媒体的运营及对学生的培养是非常重要的问题之一。因此,本文以应用类本科电商专业的新媒体运营方向课程为研究对象,从教学目标、教材建设、师资队伍等方面提出优化方案。
关键词:应用型本科 电商专业 新媒体运营方向 课程体系 构建分析

目前,应用型本科院校的新媒体专业课程主要以理论课为主,实践课占比少,缺乏创新性,内容陈旧,与社会脱节严重,无法满足市场需求。本课题的目的在于通过对该专业现有的传统纸媒的生存现状以及应用的情况分析,结合实际的学校办学特色,制定符合本校的实用性强的课程体系。

一、研究的背景与目的

目前,电子商务已成为我国经济发展的重要组成部分,在国家大力推动“互联网+”的大趋势下,应用型本科院校的新媒体专业人才培养也迎来了新的机遇与挑战。而本文的研究目的就是通过对电商专业新媒体运营方向课程体系的理论依据进行系统梳理,并以实际案例分析为基础,结合学生的学习需求,制定出符合学校的教学目标,并以创新性的思维和理念引导大学生的思想和行为,使其在就业

前能够快速适应工作环境,提高其综合素质,为社会创造更多的价值财富。本论文的主要研究内容是围绕应用类本科专业提出的一系列有效的课程设置原则,包括技术类的知识、能力类的技能等方面的要求;电商的基本概况及分类,以及对各类型的典型网站的分析;基于以上几点,从实践角度出发,设计出适合本校的实用性很强的通识教育课程,使学生能更好的掌握相关的专业常识提升自身的职业素养。

二、相关概念界定与理论基础

(一)应用型电子商务专业简介

应用型电子商务专业新媒体是一个新兴的专业学科。电子商务是指通过计算机网络等现代信息技术手段实现商品交易、资金流转、信息传输,以及与物流配送相关的综合服务活动,是以浏览器/服务器为主体的数字化经济,也包括利用因特网开放的平台来进行的各种商业贸易经营。电商的快速崛起,不仅仅是因为它具有低成本,高效率的特点;更重要的是它的快捷性,即只要有网,就能随时随地的了解到客户的需求及消费习惯,为其提供便捷的在线支付方式,同时也为商家带来了更多的机会与利益。电商专业的学生需要具备一定的基础知识,包括基本的网页制作技术、网站策划与维护管理、营销与广告等方面的内容;同时还要具有较强的实践能力,能够将所学到的理论知识运用到实际生活中,为社会经济的发展提供更

多的助力。电子商务作为一种新型的商务模式,在我国的发展时间并不长,但其在国内的普及速度较快,并呈现出良好的态势^[1];互联网技术的进步和应用使得网络购物成为人们生活中的一部分;同时,消费者对网上商品的需求也越来越大,这就要求学校必须培养学生的网站操作能力、网页设计、信息发布、物流配送、支付安全、售后服务等方面的综合素质,以满足日益增加的消费人群的需要^[2]。而应用型本科院校的新媒体专业,则主要侧重于电商平台的运营教育,旨在帮助学生提高其实际运用的水平及适应社会变化的应变力,为未来的工作打下坚实的基础。因此,本专业采用了较为新颖的新媒体运营方式,即由传统的“纸质”电商向“电子”电商的转型升级。

(二)信息化

“新媒体”是指“以数字化信息为主要传播方式,以网络技术为支撑,以新兴的交互式媒介为载体,向受众提供丰富多样的、灵活多变的获取资讯和娱乐服务的一种新型的大众传媒形态。新媒体的本质是“人与人之间的‘关系’,即人与物的连接和沟通。”(1)新媒体的特征:第一、互动性。在传统的课堂上,师生间的面对面的交流往往会产生一些负面的效果;而在互联网时代,通过手机、电脑等移动终端,可以让学生参与到学习过程中,使教学更具有针对性,也能更有效地反馈出学生的需求及

意见。第二、开放性。无论是个人还是企业,只要有智能手机,都可随时随地进行网上讨论,分享自己的心得体会,也可对某一问题发表言论,供其他网友参考。第三、移动性。由于现代科技的发展及人们生活水平的提高,以及社会分工的细化,使得大学生的思想更加成熟,对新鲜事物的接受能力更强。

(三)新媒体的建构

新媒体的建构包括三个层次,第一个层面是技术,第二个层面是内容,第三个层就是传播。(1)技术:新媒体的基础理论和应用研究的基本框架,以及与应用的发展相关的各种资源,如网络、计算机、通信等的硬件和软件的开发能力,这些都需要在教学中进行相应的强化;(2)内容:新媒体的核心在于“人”,即人的主体性,因此在课堂上,教师要充分利用好多媒体的功能;(3)传播:通过对网站的建设及对网站的管理来吸引学生的注意,并增加他们的兴趣;第二方面是交互:师生之间的互动交流,以达到良好的学习效果。例如:可以将微信公众号的链接放在网页的右上角,让用户看到文章的标题,及作者的详细信息,也可设置留言板,让读者与管理员间的双向沟通更加便捷。另外还可将微博的功能加入到课程中,如:微课制作的过程、微课的发布等。总之,要不断的完善课程体系,使其更好地服务于教育事业。

三、应用型本科电商专业新媒体运营方向课程体系的构建策略

(一)应用型本科电商专业新媒体运营方向课程体系构建原则

课程内容的设置要与社会发展相适应,与时俱进,紧跟时代的步伐;同时还要有可持续性,要有创新性,不能一成不变。在课程体

系中,要体现出学科的更新速度,以满足学生的需求;注重对教师的培养和提高,以提升教学质量为目标,以促进师生互动为主线,实现课程的实用性。

(1)系统性原则应用型本科高校的新媒体专业是一个新兴的专业领域,目前,国内针对电子商务的专门教材减少,因此,在开设的时候,就应该考虑到实际情况,结合本校的特色和优势,进行系统的设计及开发。(2)开放性原则由于应用型本科的特点及传统的教育模式,使得其对新媒体的认识程度不够,而新媒体的快速崛起,改变了过去的观念和方法,所以需要老师不断地去学习,去丰富自己的知识面,才能更好的胜任该工作。这也是未来人才的必备要求。

(二)课程体系的评价

对于课程体系的评价,主要是对课程内容的设置与教学过程中存在的问题进行研究与分析,并提出相应的解决方案及措施,以促进学生的全面发展。

(1)课程开设的目标基于应用型本科电子商务专业新媒体的特点及要求,在课程的开设上,要根据学校的实际情况,以培养和提高应用型人才为宗旨,注重对学生的综合能力的提升和创新创业思维的训练;同时,结合本校的具体需求,增加一些实用性强的模块来满足校内的需要;另外,对于基础知识的拓展也要重视,使之更有吸引力,更有利于以后的就业工作。(2)课程的考核评价体系的建立为了更好的对教师的授课成果作出客观、公正的评价和反馈,应在原有的成绩评定指标上,添加新的评分标准,如:学习态度、参与实践的积极性等,使其更加符合当前社会的发展趋势,从而不断的完善

自我。

(三)课程体系设计

根据以上内容,结合教学目标和教材,本文将课程体系分为三部分:电商专业新媒体运营课程、应用型本科电子商务专业新媒体运营课程、学生课堂学习课。

第一,基础知识的开设与传授。第二,基本原理和应用的讲授与运用。包括了对电商的概念、特点及发展趋势的介绍以及对相关案例的分析讨论,并在实际的操作过程中,通过实践的检验所掌握的理论知识,如电子图纸的使用方法,网上购物流程的设计等。同时,也要注重培养学生的动手能力,使其能够灵活的利用所学的知识解决现实问题,提高解决问题的效率及效果。第三,综合应用的授课与示范。第四,创新创业思维的开发与引入。坚持以就业为导向,以职业技能为支撑的思想理念,要求学校要重视对学生的引导作用,让他们意识到,只有具备一定的创业素养,才能成为一个具有创造力的人才。

(四)构建新媒体运营平台

基于应用型本科高校的特点和学生的认知水平,本专业的新媒体运营方向课程体系主要分为三个部分:网站建设、APP设计及维护、内容管理。

在网站的规划与搭建上,要考虑到应用型本科院校的办学特色,以市场为导向,以用户体验为中心,结合学校自身的实际情况,进行网站的布局和功能的设计;在APP的制作上,要注意美观性,尽量减少版块的使用量,提高版块的使用率;在内容的选择上,要注重实用性,不要盲目跟风,更多的关注于当下热门的热点事件,而不是一味的去照搬其他的成功案例,这

样容易造成资源的浪费以及对知识的遗忘感。例如,微信是腾讯旗下的即时通讯软件,在移动互联网时代,其发展速度迅雷不及掩耳,而其使用人群主要是集中在20-40岁之间的年轻群体,因此,微信的用户群也逐渐扩大,而应用的市场也逐步扩展。基于此,学校可以与企业合作,建立一个专门的应用服务于学生的新媒体教学平台,并与各高校的专业资源库进行整合,以达到将新媒体的优势发挥到极致的目的;同时,还可将本校的校园APP、微课等内容放在该平台上,供师生学习,了解并参与,从而实现校本课程的推广和普及。目前,有部分应用的官方微博已经开通,如“知乎”、“头条”等,这些信息的发布具有时效性,能够吸引更多的同学关注,进而提高该品牌的知名度和影响力^[3]。还可通过校本课程的专题讲座或微课的形式来宣传,使之成为一种习惯,在校园内形成良好的传播效应。

(五)利用型本科电商专业新媒体资源整合

电商类电子商务专业的内容涉及的知识面比较广,包括了市场营销、网络技术、财务管理等,这些都需要学生在课下学习的基础上,通过课堂的实践和社会的调研来完成。而应用型本科高校的新媒体运营能力培养目标是“以就业为导向,以用户体验为中心,提升教学质量,优化课程设置,完善课程体系,提高教师的综合素质”。

因此,在课程体系的设计上,应充分考虑到目前我国经济发展的现实情况,结合国家对应用性人才的需求,及对未来的判断和把握,将理论与实际相结合,使课程的开设更加贴近企业的生产经营,符合当前的时代潮流,满足应用型

本科大学生的求知欲。对于教材的选择方面,也要注意与时俱进,根据最新的科技成果,及时更新,紧跟时代的脚步;也要注重与时俱进,将新媒体的优势发挥出来,不断丰富自己的软硬件,如视频网站、微信公众号、微博等等,使之成为电商专业的一门必修课。

(六)构建新媒体环境

新媒体的发展与普及对传统纸媒而言,在经营上的竞争也愈加激烈,因此,需要对其进行转型,以适应时代的要求;而对于应用型本科高校来讲,则要注重学生的实践能力,培养出具有创新性的人才为社会服务。

(1)课程内容方面。新媒体的特点是开放性,互动性传播速度快,信息量大等,而这些特征也决定了应用型本科院校的教学必须以应用为主,将理论知识和实际操作相结合,才能更好地满足市场需求。(2)课程建设。在课程的设置上,应考虑到目前的教育背景,以及未来的方向和目标,并结合当前的技术条件,设计出符合当下的实用性较强的教材及实训设备,并通过多媒体的方式来完成,同时还应注意与其他软件的配合使用,从而实现资源的共享及利用。(3)师资力量。作为电商专业的教师更应该具备过硬的电子商务相关的基础技能,且能灵活运用各种电子工具,并且能熟练地掌握多种网络营销技巧,为客户提供优质的产品或服务。课程内容的设置与学生的学习需求是相匹配的。由此可知,授课过程中,教师主导者的作用最大,其主要任务是引导和启发,使学生在课下主动参与到课程的探究活动中,培养创新思维的能力;教师可以通过提问的方式,激发学生的兴趣和欲望,让他们积极

思考,并在讨论的同时提出自己的想法与看法,以达到自我完善的目的;最后,利用PPT展示、播放相关的视频等,使课堂更加生动有趣,吸引注意力,提高了教学的实效性。而对于应用型本科电子商务专业的新媒体运营方向的教学而言,其教学方法的选择需要结合实际情况,以市场为导向,以学生的接受力为目标,充分考虑到目前的教育环境,以及对未来的发展趋势的预测性,从而进行合理的课程安排。

四、结语

综上所述,应用型本科高校在电子商务的发展过程中,对新媒体的运营人才培养方面提出了更高的要求 and 更严格的标准。因此,本论文从教材的选择、内容的编写与制作、校企合作等几个主要的角度出发,结合实际的情况进行研究,以期能为当前应用型本科的课程建设提供一些建议。

参考文献:

- [1] 颜小玉. 中职电子商务专业课程思政的实践研究——以新媒体营销课程为例[J]. 现代职业教育, 2021(21).
- [2] 沈新淇, 谈璐. 文旅旅游视角下职教本科电商专业新媒体方向人才培养改革路径探究——以南京工业职业技术大学为例[J]. 旅游纵览, 2021(6).
- [3] 谢静. 双网交融、渗入日常——南京、长沙、成都、温州、惠州五城市公共传播调查[J]. 中国传播学评论, 2020(0).

基金项目: 本文系2021年校级教育教学专项研究, 应用型本科电商专业新媒体方向课程体系改革研究。