

高校电商专业直播带货实践教学改革的

尹文君

摘要:直播带货作为连接企业生产、深度改造与客户需求的重要中介,作为一种新型零售模式,可以深入到各行各业的不同流程和环节,沟通供需两端,从而促使双方达成新的平衡。其中,直播带货人才在其中起着关键性作用,而高校又是人才培养的重要场所。基于此,文章将立足于高校电商专业直播带货实践教学现状,对其存在的不足与问题予以归纳、总结和原因剖析,而后提出教学改革与优化发展策略,旨在针对性地解决现实教育困境,以促进电子商务专业直播带货实践教学质量的提升,为行业培育更多创新性、高素质的专业人才。

关键词:电商专业;直播带货;乡村振兴;校企合作

随着互联网技术的不断发展与广泛推广,直播带货等线上营销模式成为现代新时尚,其以快速性和便捷性的显著优势极大地改变了人们的生活和购物方式,从而带动了各个行业的积极改造升级,以尽快适应此线上销售模式,实现销售渠道的拓展。在此背景下,对高校电商专业人才培养提出了更高的要求,高校电商专业如何实施教学改革,提升直播带货的实践教学成效值得我们进一步深思与探究。

一、直播带货快速发展背景下人才培养新

随着人们对产品质量要求的不断提升,电商市场对于工匠型人才的需求持续上涨。在直播带货中,微录、点淘、抖音等是人人皆可参与的视频平台,行业准入门槛较低,很多直播带货对于主播的要求是仅需具备一定的口语表达能力以及了解商品性能即可。因此,直播带货的质量水平无从保障,直播带货市场鱼龙混杂。事实上,直播带货作为连接企业生产、深度改造与客户需求的重要媒介,作为一种新型的零售模式,可以深入到各行各业的不同流程和环节中,以用户新需求为导向,沟通供需两端,促使双方达成新的平衡,以带动企业及行业新产品及新服务的产生与发展。需要强调的是,直播带货人才并不是传统意义上建立在电商基础上的营销人才,而属于工匠型人才。工匠型直播带货人才不仅需要充分了解商品,熟知商品的生产全流程,具有较强的沟通与表达能力,更需要其对市场走向和时尚潮流趋势有较好的敏锐度,具备深度挖掘工厂潜在价值的的能力,以赋能工厂更好发展。基于此,高校电商专业直播带货实践教学改革的现实必要性。

二、高校电商专业直播带货实践教学现状

从商务部统计数据可知,截至2023年底,我国电商直播场次超过1.5亿,相较于去年增长了5倍,在线观看直播的用户数量达到7.51亿人,直播电商的销售规模也突破了4万亿元,可见直播产业发展势头之迅猛。^[1]但是,当前高校在此领域的人才培养明显不足,人才培养缺口较大且人才供需不平等,主要表现在以下几个方面:

(一)教学体系有待优化

直播带货属于直播电商专业下的课程,当前直播带货课程设置及实践教学体系存在以下问题:一是直播带货人才培养定位不够清晰,未能明确说明从事该领域工作人才所应具备的短视频剪辑与制作、电商直播策划、客服售后等相关要求;二是没有充分考量实际直播带货的复杂性和易变性,也受到场地和时间等客观因素的影响,教师所设计和组织的实践教学过于简单,对于实际直播带货的还原度明显不足,学生难以真正领悟直播带货的本质,教学效果不佳;三是直播带货课程属于新兴领域,课程的统一性、规范性、标准性较差,教师所选择的项目及任务相对滞后,不具备代表性,难以吸引学生的注意力,这就抑制了学生的学习和探究兴趣。再有,直播带货实践教学形式单一,教学的趣味性、创新性不足。

(二)校企合作深度不足

高校与当地新媒体公司和相关企业的合作数量较少,合作深度不足,在一体化教学平台、校企合作平台构建方面进程缓慢,高校实践教学及专业建设与企业人才需求、行业发展的颗粒对齐度不足,标准对接不够,致使企业在高校直播营销人才培养中的参与度受限,而仅是为学校电商专业实训提供场地方面的支持,学生参与实际项目的机会较少,导致教学内容与实践项目无法结合,实践教学的科学性、针对性和有效性均有待提升。

(三)教师教学能力匮乏

电子商务专业直播带货实践教学过程中,教师作为教学主体,其教学能力、实践经验将会直接影响教学实施与开展情况,决定最终的教学效果。当前高校电子商务专业教师专业知识和理论体系虽较为完善,但是欠缺企业实践经验和直播带货经验,难以把握市场、行业发展动态,未能根据企业及用户的实际需求调整教学方案,教学内容和教学形式较为单一、滞后,教学的实效性和针对性不强,致使教学效果不佳。且难以对学生的实际直播情况给予科学、准确的指导及评价,削弱了教师在实践教学中的指导和辅助作用,不利于直播带货实践教学的高质量发展,制约了电子商务课程的改革与优化提升。

(四)实践教学资源不足

实践教学资源是电商专业开展直播带货实践教学的基础保障,但是随着学生数量的持续扩大,实践教学资源匮乏和不足的问题逐渐显露。一方面,学校经费有限,在直播设备、新媒体设备、电子商务软件等硬件设施方面的资金投入稍显不足,且网络、新媒体变化日新月异,高校电商专业建设及发展速度难以赶上行业变化的速度,设备的更新换代存在滞后性,难以满足学生的学习需求,从而阻碍了直播带货实践教学的顺利进行。另一方面,学校合作的企业较少,合作企业资源有限,校企合作建设的教学基地条件比较落后,难以为学生提供充分的实践学习平台,学生无法近距离感受和亲身了解直播带货的实际运作流程,由此影响了实践教学的质量。^[2]

(五)思想政治渗透性差

直播市场环境需要从事该领域人才的支持,但是当前电商专业直播带货实践教学过程中,教师较为注重技能与知识的传授,容易忽视思想政治教育在其中的渗透与引导作用,不够注重培育学生在直播带货领域相关的职业素养与要求,学生对于直播行业规范及相关法律法规条例知之甚少,综合素养有待增强。

三、高校电商专业直播带货实践教学改革的策略

(一)构建线上平台,深化校企合作

第一,高校可以联合当地企业、信息科技有限公司携手开发小程序,线上微信工作群和腾讯工作群+线下沟通结合并举的方式,打通高校与企业交流沟通的通道,便于双方就专业建设、人才培养、课程改革与教学改革、项目研发与实施、技术创新等进行深入探讨,以进一步深化校企合作、构建校企育人共同体。第二,积极探索适合高校自身的校地企共赢的产学研合作模式。如地方政府要为电商专业直播带货、乡村农副产品网络营销等提供项目立项机会,并予以一定的经费支持和政策扶持,以确保项目的顺利实施;地方企业要在实践改革平台构建、产业链供应链和销售链整合、产品数字化呈现方面提供技术性支撑与财务支持;高校要利用好一流课程建设经费、电子商务部专业建设经费等,为实践教学提供充分的财务保障。

(二)优化教学过程,完善教学体系

在教学方式及教学模式方面,要创新并丰富教学手段,可以采用小组合作的形式实施实践教学。一是要清晰划分岗位,直播带货领域职位多样,包括直播运营、中控、带货主播、客户售后、产品经理、美工设计、摄影等。在实践教学过程中,学校可以将其初步划分为带货主播、短视频拍摄制作及直播运营三大类别。二

是要梳理直播流程,包括准备阶段的打造直播间、选品备货、编辑脚本、排练优化、推广引流;实施阶段的主播讲解、互动话术、节奏把握、成交技巧和团队支撑;售后阶段的发货物流、客服售后、流量引导、口碑推进;复盘阶段的数据分析、岗位总结、绩效评估和优化完善。在其基础之上,建立小组并按照以上内容分配任务,小组成员需承担相应的任务,协力共同呈现最终的成品。教师还可以采用角色扮演+情境教学的形式,一部分学生扮演顾客和消费者,另一部分学生则扮演主播、助播等角色,针对市场中某一特定产品进行宣传、推广和销售,为消费者提供高质量服务。最后由消费者根据主播和助播的表现为其打分,并提出一定的意见与建议。在此模式下,有助于提升学生学习的主动性,使学习体验感更好,并增添了实践教学的趣味性。同时,鼓励学生积极参加如“TIKTOK跨境电商出海交流沙龙”等活动,在与其他优秀人才的交流互动过程中拓宽知识视野,深入了解行业发展趋势。^[3]学校要积极开展直播带货技能竞赛,以提升学生的临场发挥与应变能力、语言组织及口语表达能力、主持能力等。

(三)完善基础设施,突显支撑作用

一是高校要结合电商专业学生数量、学校经济情况,适当加大电商直播实训室建设方面的资金投入力度,运用大数据和云计算等搭建虚拟仿真实训平台,积极购买和引入包括直播办公室、幕布投影仪、直播背景墙、展牌等在内的实训设备,以满足电商专业实践教学的需要。二是高校要积极寻求外部扶持与帮助,与当地企业建立长期的合作关系,与现实市场需求相接轨,确保可以将企业的最新技术、设备等引入教学实践,真实还原和模拟直播带货的各个环节,进一步提升直播带货教学的专业性、科学性和有效性。在此过程中,需要让学生自主操作设备,使用软件构建直播窗口,以提高他们的实操效率,增强其自主学习能力。三是高校引导教师充分利用及科学管理教学资源,制定合理且详尽的设备管理制度、实践教育基地开放制度,并注重对设备的定期维护和检修,确保其正常运作。

(四)加强教师培养,优化师资队伍

高校电商专业教学改革要加强教师培养,采用“内培外引”的方式,持续优化师资队伍,强化人才支撑作用。一方面,学校可以与地方知名的新媒体公司合作,引入优秀直播带货主播,与校内专业课程教师合作,搭建“双师型”课堂,专业教师负责理论知识的讲解和基础性技能的传授;带货主播负责直播技巧、策略、产品项目等方面内容的讲解,使理论与实践深度融合,以实现优势互补,从而提升直播带货实践教学的质量水平。^[4]另一方面,加大教师培训力度,完善教师培训机制,定期选派和组织教师参加“省培计划”和“国培计划”,邀请教师进入企业参与实践项目,为教师学习提供充分有力的支撑,使专业课程教师可以紧跟直播带货行业的发展步伐,通过不断学习更新和完善自身的教学体系,将新的教学理念、教学方法、教学技术和教学模式带入实践课堂。同时,完善教师评价及激励机制,将教师直播带货实践教学能力作为评价指标,对实践教学表现良好、教学成果优异的教师给予合理的奖励和表彰,以鼓励更多教师积极探索直播带货教学领域的新模式及新路径,创设良好的教学生态。

(五)依托乡村振兴,开展实践教学

乡村振兴背景下,乡村产业建设与发展市场势头较好,能够为高校实践教学提供资源、场地等方面的支持。因此,高校要与地方乡村政府建立长期的合作关系,协商设计营销方案,制定直播带货计划,以当地乡村产业园为主要阵地开展实践教学。如以“一村一品”合作项目为牵引,了解及明确电子商务专业实践教学改革的的目标,围绕乡村现实电商问题,从教学层次、创新应用、深化应用和巩固升华四个方面重新构建理论课程、实训课程,有

效提升直播带货实践教学的针对性及有效性。基于此,使学生对于当地乡村特色产品、品牌企业有一个深入而全面的了解,近距离体验农副产品网络营销环境、线上营销活动策划、媒体营销实施与推广、营销活动总结等在内完整的营销流程,对短视频营销、直播营销等有更为直接的经验。^[5]

(六)强化思政教学,弘扬工匠精神

高校要始终坚守立德树人的根本教育理念,强化思政教学,注重直播带货实践教学中的思想渗透与道德引领,以促进学生的全面发展,培育具备创新开拓精神、高素质的“直播带货”人才,为营造健康的竞争环境及市场环境奠定良好的人才基础。学校可以通过开展主题班会,邀请优秀毕业生、朋辈、专家等参与到教学中来,将其直播带货经历、创新创业故事等分享给学生,树立明确的课程定位,以帮助学生做好个人职业发展规划;此外,还要将《网络直播营销管理办法(试行)》文件内容与思想主旨传达给学生,对直播营销行业规范、直播带货商品质量要求、主播直播过程中的宣传语要求、消费者商品退换货要求与权益保证等内容有机渗透于实践教学中,从而全面提升学生的职业素养;再有,可以通过观看电商工匠视频、讲述工匠故事和现场宣誓等方式,使学生深入了解工匠精神的内涵,将“精益求精、执着专注、严谨认真”贯彻落实于实践学习、实训实习以及未来工作,使学生成长为有志向、有德行、有想法、有技能、有责任、有才华的新型直播带货人才。^[6]

另外,教师要帮助学生建立自信心。当学生初次面对镜头时,稍显紧张和青涩是正常现象,教师要及时给予其鼓励,帮助学生克服内心的紧张情绪,以自信大方的姿态介绍和展示产品,将自己与产品之间的故事娓娓道来,耐心解答观众和消费者对于产品的问题,以真诚和热情的态度与直播间的观者进行友好互动。在直播结束之后,教师要组织学生分享及交流经验,自由表述此次直播的心得体会和所思所想,增强学生的实践直播经验,为学生之后进入电商领域并从事相关职业奠定坚实的基础。

四、结语

综上所述,当前高校电商专业直播带货实践教学方面仍然存在一定的不足与问题,因此要加快推进实践教学改革的步伐,通过构建线上平台,深化校企合作;完善基础设施建设以突显其支撑作用;依托乡村振兴,开展实践教学;强化思政教学,弘扬工匠精神;加强教师培养,优化师资队伍等方式持续优化教学过程,进一步完善教学体系,为电商专业学生的成长成才创设良好的环境。

参考文献:

[1]吴雅瑜.OBE教育理念下高职电商专业“直播带货”人才培养研究[J].商展经济,2024,(11):165-168.
[2]葛敏敏.新媒体环境下高职直播电商专业人才培养探究[J].四川劳动保障,2024,(6):148-149.
[3]赵甜,李增辉.产教融合模式下电子商务专业实践教学创新研究[J].老字号品牌营销,2024,(10):234-236.
[4]张薇.“一村一品”背景下电子商务专业实践教学改革创新研究[J].智慧农业导刊,2023,3(1):105-108.
[5]李浩明.电子商务专业“产教融合、五双并行”人才培养模式的实践研究[J].现代职业教育,2022,(4):133-135.
[6]管学理.直播带货工匠型人才培养路径研究[J].新闻研究导刊,2020,11(24):7-8.

基金项目:2024年度教育部产学合作协同育人项目“校企合作背景下面向新媒体基础实训课程的实践基地建设”(项目编号:240803221314807)
作者单位:南京传媒学院播音主持艺术学院