

# 讨论技工学校电子商务教学中的情景创设

## Discussion on the Creation of Scenes in E-commerce Teaching in Technical Schools

黄玉霞

Yuxia Huang

广东花城工商高级技工学校 中国·广东 广州 510000

Guangdong Huacheng Industrial and Commercial Senior Technical School, Guangzhou, Guangdong, 510000, China

**摘要:** 情境教学是任何领域教学过程中的一种优势教学方法,在技工学校电子商务专业课程教学中也有着同样的应用意义。特别是在新课程改革的大趋势下,为了保证教学质量,教师应在高职电子商务课程教学中更积极地思考情境创设策略,以保证学生在学习过程中能够进一步提高学习成效。

**Abstract:** Situational teaching is an advantageous teaching method in the teaching process of any field, and it also has the same application significance in the teaching of e-commerce professional courses in technical schools. Especially under the general trend of the new curriculum reform, in order to ensure the quality of teaching, teachers should more actively think about the strategy of situation creation in the teaching of e-commerce courses in higher vocational education to ensure that students can further improve the learning effect in the learning process.

**关键词:** 电子商务; 情景创设; 教学方法

**Keywords:** e-commerce; scenario creation; teaching method

**DOI:** 10.12346/sde.v3i7.3870

## 1 引言

目前,职业院校电子商务管理专业的教学还不完善,许多学生在掌握电子商务专业知识方面效果不理想。只有不断优化教学内容和教学手段,将理论知识融入形象生动的情景当中,增加课堂趣味性以及课程内容接受性,学生才能主动掌握学习内容,增强社会实践知识,从而提高自身创新能力。积极融合中国电子商务教学方法(案例教学法、情景教学法和情景模拟教学法),利用教学上的情景应用教学法让学生对电子商务提高兴趣,为社会提供优秀人才。

## 2 技工院校电子商务教学现状

高职院校是特殊职业教育的主体,教学特点和规律具有典型性特点。高职院校学生的基本来源存在很大差异,其抽

象逻辑思维能力较弱。高职院校重视实训基地建设,实训条件相对完备,但电子商务具有多学科、多层次的特点。因此,高职院校电子商务专业总体定位不准确,培养方向不明确,专业师资力量薄弱,尤其是高职院校电子商务教学存在以下问题。

### 2.1 教材更新缓慢,知识体系不完善

目前,电子商务专业使用的教材版本较多,有的侧重于电子商务理论,有的侧重于电子商务案例分析,而培训教材主要集中在通信仿真实验上,没有一套完整的实战教材,这在一定程度上影响了电子商务教学的效果。

培训教学计划主要以上述培训教材为基础,有的学校组织教师编写具有学校特色的培训教材和课程,但只是以作业书的形式进行;一些学校则是按照大学编写方法编写教材。

【作者简介】黄玉霞(1993-),女,中国广东茂名,本科,助理讲师,从事电子商务(教学)研究。

由于教材更新缓慢,缺乏完善的知识体系,导致高职电子商务专业课程设计与人才培养目标脱节,学生的知识形成则停留在比较肤浅的形式上,其中专业理论的灌输仍然是主要的。

## 2.2 实训内容不切合实际

商务类和技术类,这两种课程没有前后者之分。在研究中,出现的焦点是课堂现象,如果关注的是商务类课程,那么学生将会以理论为中心;如果把重点放在技术上,学生们将主修研究电子商务相关技术,电子商务培训内容的有效性取决于是否按照人才培养目标设置。

## 2.3 实训的系统性缺乏

许多技校开始重视实践教学,通常通过每周的实践教学来加强实践教学,学生在中学阶段的实践中学习更多的课程,但实践能力的提高并不明显,因为大部分的实践内容都是照搬课程内容,如学生完成了学习在 Photoshop 之后,学校立即为他们组织相关软件的实践,如制图、广告等,直到学生应用 Photoshop 软件,然后接着教学、培训、再教学、再培训。这种教学实践虽然比上述实践内容更为丰富,这种模块化的训练可以使学生掌握模块化的技能,但这不利于对相关技术的全面了解。

## 2.4 实践教学评价方法不科学

教学效果评价的目的是促进教学方法的创新和教学效果的提高。

目前,大多数技校都把实践教学的效果作为根本。电子商务的发展和时代进步的步伐是基本一致的,因此电子商务专业的发展性和实训教学的效果,不能仅仅以学生的任务完成情况作为评价的根本性依据,这种方法会打击教师的积极性<sup>[1]</sup>。

## 3 电子商务情景教学法的特点及定义

在电子商务教学中,情景教学法是通过师生合作进行的,是通过课堂教学活动的共同实施而确立的。情境教学法主要是使学生更加关注并愿意参与实践过程,在不断的学习中,探索电子商务专业知识,不断提高自己的领域知识,因此在实施电子商务教学中,运用情境教学法,教师应为学生创造更多的学习资源,使学生在在学习中发现,学会解决问题。情境教学法的教学模式是以学生为主体,以教师为辅助,以学生为主体,教师为辅助。

在一定条件下创造良好的学习环境。为了让学生学会独立思考,根据电子商务项目的实际案例为主线,让学生从案例中学会自主思考问题,解决问题,改变传统的应试教学模

式,不再是教师的空谈情境教学及教师讲学生听的教学方法,而是创造了一个学生积极参与学习、合作探索电子商务新知识的过程<sup>[2]</sup>。

## 4 情景创设

### 4.1 基于现代学习的电子商务情境教学模式介绍

除了在学校普及基础课教学外,还应注重校企合作的实践教学模式,而企业的实际专业知识和技能必须通过职业教育的教学服务和导师制传递给学生,才能实现产教一体化的目标。结合电子商务人才培养的实际需要和高校专业发展的实际情况,构建了校企双向融合的情景教学模式。

### 4.2 情境教学平台

为满足基础课情境教学的需要,学院在原有实训室资源的基础上,构建了实验教学、实训、项目实训、业务实训,包括五类功能培训室:视觉设计培训室、网络营销培训室、网店运营培训室、客户服务培训室和移动电子商务培训室,以软件提供的平台和项目为依托,开展电子商务应用软件、集成网络营销实践平台、移动商务软件、微店店铺装饰经营软件。

### 4.3 校企对口平台

依托区域电子商务产业的发展,学院通过与电子商务产业园和部分县级企业签订合作协议,搭建了一个创业实践平台,并在大学开设了与基本经验课程相对应的商业培训岗位,包括摄影美容岗位、网络营销岗位、运营岗位移动电子商务岗位和客户服务岗位,平台建设包括企业基础课程培训和校外岗位纠正实践,按照课程标准学校选择合适的企业和主管,确保为培养合格人才提供充分的条件。

### 4.4 成立教学评价机制

根据情境教学模式的特点,专业小组应形成由专业教师和创业指导教师组成的评价小组。

通过制定考核标准,根据培养目标对电子商务中高级人才的考核内容进行划分,具体包括专业理论基础知识、专业技能考核工作实践考核,毕业设计及答辩,毕业设计考核邀请相关企业及行业专家分享、参与评估,全面评估学生是否能顺利通过学习。

### 4.5 根据情景教学模式的实践制定教学计划

根据确定的核心课程,专业小组开发了一套以客户服务、网络营销、视觉设计、市场营销和营销为中心的课程体系。

根据专业基础课程和公共基础课程,专业组在原有课程的

(下转第 106 页)

论,再付诸实践,如此往复进行,循序渐进,全面提高学生的综合素质,达到理论实践双丰收的目的。

#### 4.2 教学模式的创新

采取讲用结合,把课堂搬出教室,搬到企业的教学方式。大连理工大学管理学院博士生导师侯铁珊教授主讲的《推销原理与技巧》以独特的教学方式让学生获得了从书本上、课堂中得不到的收获。

这种教学方式具体分为三个教学阶段。第一阶段是帮学生理清课程的主干和侧重点;第二阶段是让学生结合所学知识进行企业调查,然后分组展开研讨,运用所学知识策划出各种推销方案,形成分析报告;第三阶段是组织学生围绕分析报告进行演讲、辩论,邀请有关教师和企业主要管理者来听,从理论到实践对学生的学习和实践进行总结和评价<sup>[3]</sup>。

#### 4.3 管理模式的创新

建立“三个适度挂钩”的高校运行管理机制,即:将就业工作与高校的事业发展适度挂钩;将就业工作与专业设置适度挂钩;将就业工作与高校水平评估适度挂钩。“三个适度挂钩”政策的出台,对于缓解高校毕业生就业困难,具有极强的针对性,对于高校办学方向和专业设置的调整,也具有较强的指导意义。

在专业课程的设置上,请企业相关管理技术人员参与某些课程的设置,比如工商管理专业课程设置,根据企业经营

管理理念和运作管理机制设置一些与企业实际息息相关的选修课,像物流管理,企业形象策划,质量控制,成本核算等。丰富学生的阅历,提高学生处理实际问题的能力,使学生不出校门便可接触到企业先进管理理念与组织文化,更好驾驭所学课程。

## 5 结语

论文开头概述了校企联合办学模式的意义,接着简单介绍了几种常见的校企联合办学模式,并对这些模式进行分析,归纳出其优势和问题。最后介绍了校企联合办学模式在人才的培养、教学、管理上的创新。

由于个人精力和水平所限,加上时间较为仓促,文中难免存在诸多纰漏和不尽如人意之处,恳请各位不吝赐教,多多批评指正。

## 参考文献

- [1] 吴谦.校企联合办学模式下的高职院校班级企业化管理探析[J].教育观察(下半月),2017,6(11):65-68.
- [2] 吴量.校企联合办学模式下的高职生管理模式探索[J].领导科学论坛,2017(23):62-64.
- [3] 李大琳,吕威,梁艳春.基于校企联合办学的大数据人才培养模式探究[J].软件导刊,2020,19(2):164-167.

(上接第101页)

基础上,对部分课程进行了适当的调整。在基础课程的基础上增加了职业基础课,并根据职业特点调整了学习重点,根据《中高级职工日常培训条例》,制定了包括课程设置、课程设置教材的开发与选择、课程与培训、课程与实践的组织等。

#### 4.6 电商课程体系可推进专业建设发展

专业组通过优化课程体系、调整课程设置、开发教学素材及课程内容,构建出了教育理念先进、课程体系优化、应用特色鲜明的、与企业需求无缝对接的、立体化的电商专业人才培养模式。为落实情景教学在本校电商专业的实践应用,专业组对电商课程体系、教学资源、实训基地等开展了全面建设,使电子商务专业教材体系、教材内容、教学方法和教学理念等得以完善,这些都大大推进电商专业的发展。

#### 4.7 提高学生培养质量加强师资队伍建设

通过推行合作育人模式,学生培养质量得到保证,学生就业情况得到改善,社会对本校电子商务专业人才培养质量的认可度和满意度大有提高。16级毕业生专业技能合格率达100%,毕业生就业率100%以上,毕业生中不乏在电商

知名企业工作校友和创业成功者。新教学模式融合了企业和学校的双重优势,企业技术骨干的加入和教师入企实践学习都使得师资队伍建设得以提升<sup>[3]</sup>。

## 5 结语

基于校企合作的电子商务专业情境教学模式强调在学校教学中引入体验式教学理念,在校外实践中采用情境教学模式为了使学生在学校学习和企业实践中有一个完整的、探索性的整合,这种教学模式是高职院校电子商务人才培养的一种新的尝试,高职院校的电子商务教学更具针对性。

## 参考文献

- [1] 张群卉.情景教学法在跨境电子商务课程中的应用研究[J].对外经贸,2019(6):130-131.
- [2] 马健.新商业背景下高职电子商务人才培养模式研究[J].经济研究导刊,2018(15):139-142.
- [3] 郭明璐.情景教学在电子商务教学中的运用分析[J].延边教育学院学报,2018,32(6):130-131.