

网络与新媒体专业电子商务课程教学改革研究

谢 芮

(西京学院, 陕西 西安 710000)

摘要: 电子商务作为网络与新媒体专业的核心课程, 其教学改革对于培养创新复合型新闻传播人才具有重要意义。本文通过对行业需求的深入分析, 明确了网络与新媒体专业电子商务课程的课程目标, 在此基础上从课程内容、教学方法、考核方式等角度探讨教学改革路径。同时, 强调将马克思主义新闻观融入课程思政教学, 培养学生的社会责任感。旨在探索符合网络与新媒体行业需求的教学改革路径, 为培养具备电子商务能力与素质的新媒体传播人才提供参考。

关键词: 网络与新媒体; 电子商务; 教学改革; 行业需求

近年来, 信息技术的进步推动我国社会经济高速发展, 改变信息传播环境, 助推产业变革, 也对网络与新媒体人才的培养提出了新的要求。调研显示, 目前大多数企业需要掌握丰富新媒体知识同时具备实践能力的人才。行业需求倒逼教学创新, 网络与新媒体专业具体课程的教学改革, 应当充分强调学科交叉、产学研融合。电子商务作为网络与新媒体专业核心课程, 本身拥有显著的“跨学科”和“重实践”特点, 其课程目标的梳理、教学模式的创新等教学改革探索和创新, 是培养创新复合型新闻传播人才有着重要意义。

一、电子商务课程教学改革研究现状

目前针对电子商务课程的教学改革研究多从理实一体化角度出发, 注重实践课程体系的构建。王振辉、王振铎(2024)立足专业核心能力培养, 为培养适应当前市场需求的电子商务人才, 必须注重实践应用, 通过更新教学手段、深化校企合作等方式, 构建理论与实践深度融合的教学模式。胡治芳(2024)提出新质生产力赋能电子商务课程改革, 以自身教学实践为例, 从课程目标、课程体系、教学方法、师资建设和评价体系五个角度总结了数智化时代电子商务人才的培养思路。李文涛、孙雨耕(2020)聚焦应用型本科院校电子商务人才培养, 深入分析了实践课程体系构建策略。努尔曼古丽(2024)和严小燕等(2020)则分别从跨境电子商务和旅游电子商务等相关行业应用性课程出发探讨了教学改革的探索与实践。

可以看到, 目前针对电子商务课程教学改革的研究较多, 但基本都是针对电子商务类本科专业展开探讨, 网络与新媒体专业几乎未见涉及。作为网络与新媒体专业的核心课程, 电子商务对符合新媒体行业发展需求的创新复合型人才培养同样至关重要, 但其课程目标需与网络与新媒体专业培养目标契合, 显著不同于常规电子商务专业的同类课程。因此, 还需基于新媒体行业需求视角, 探讨电子商务课程的教学改革路径。

二、基于网络与新媒体行业需求的课程目标确认

为了解当前行业对于网络与新媒体专业毕业生的知识、能力、素质需求, 从而基于行业需求视角确认网络与新媒体专业电子商务的课程目标, 选取智联招聘的校园招聘板块, 设定“网络与新媒体”“本科”“全职”的关键词检索, 对智能排序中前2000条招聘信息的岗位要求进行文本分析, 配合企业专家访谈获得更深入的研究资料, 从而掌握网络与新媒体专业毕业生求职时企业所看重的能力。

基于LDA主题分类, 可以初步将网络与新媒体专业校园招聘岗位信息文本涉及的能力要素分为运营能力、传播能力、视频能力、营销能力和岗位素质五个主题。行业仍旧看重网络与新媒体专业学生的媒体传播能力, 特别是视频相关。但涉及运营能力的主题

词数量明显高于其他四类, 且基于网站的智能排序, 和网络与新媒体专业更加密切相关的运营能力分布相对靠前。而对具体词汇进行二次归类, 可以看出运营能力又包含了内容运营、活动策划、数据分析, 以及少量品牌和商务运营等; 岗位素质则包含常规的创新能力和协作能力、批判性思维等。

但上述五个主题所涉及的能力并非独立与割裂的, 通过主题词的网络关系图看出, 不同主题类别下的词汇之间有着较为密切的关联, 例如“剪辑”与“品牌”“短视频”与“推广”在网络关系中均有着显著关联, 而前者属于视频能力, 后者则营销能力。因此, 虽然直接归类到营销能力的主题词较少, 但在运营能力、传播能力、视频能力中均能够看到与营销相关的内容。这与企业访谈中所得结论一致, 典型主流媒体、互联网企业的受访者均在访谈中提到, 除了常规的采、写、编、评、摄外, 应当加强传媒专业毕业生新媒体营销能力的培养, 以迎合当前媒体行业市场化发展的需要。

结合上述行业需求分析, 对照电子商务课程内容, 可以确认不同于常规电子商务类专业的课程目标, 即让学生对网络与新媒体背景下电子商务的现状、趋势、模式及创新应用有清晰认识, 掌握运用网络市场调研、网络营销、电子商务运营与管理等手段实现新媒体传播实践及价值挖掘的方法, 具备与新媒体传播相适应的电子商务实践应用能力, 以及一定的电子商务创新创业思维与能力。

三、网络与新媒体专业“电子商务”课程教学改革探索

(一) 课程内容重构

为实现上述课程目标, 首先需要深入解读运营能力、传播能力、视频能力、营销能力、岗位素质五个方面, 结合现有电子商务教材, 对课程内容进行重构。除介绍该课程基本概念的电子商务概述外, 将核心教学单元列为电子商务模式、网络营销、电子商务运营、电子商务物流及供应链管理四个单元。每个教学单元下包含具体章节, 例如电子商务模式包含网络零售、网络贸易、电子政务等; 网络营销则包含网络市场调研、全媒体营销策略等。各章节下又包含多个知识点, 并且基于本课程在人才培养体系中的地位, 与能力培养层次相对应。

考虑到相关能力之间的关联性, 以及实际岗位需求, 网络与新媒体专业的学生毕业后较少直接从事电子商务岗位, 而是在运营、策划、视频拍摄等岗位上应用电子商务知识, 因此在常规课程体系的基础上, 可以考虑增加网络营销、电子商务运营两个板块的学时占比, 将授课重点放在网络营销、电子商务运营等知识、技术在新媒体, 或者其他非电商属性的互联网产品中的应用。

特别值得注意的是, 虽然课程内容重构以行业需求为视角, 但仍需立足网络与新媒体专业人才培养方案, 和其他相关课程,

例如广告理论与实务、品牌设计与传播、新媒体数据分析与可视化做出明确区分。

（二）教学方法改革

对于网络与新媒体专业的学生而言，在接触电子商务课程前缺乏相关学科知识基础，因此授课时常参照电子商务概论等教材。但区别于传统概论类课程的讲授为主，考虑到课程“跨学科”和“重实践”的特点，可以采取全过程项目化的形式实施课程教学。将重构后的核心课程单元拆解成包括行业分析、项目规划、模式梳理、模拟投融资、策划书撰写等项目化任务，由学生组成项目小组，跟随授课进度阶段性开展项目实践。

具体而言，在电子商务模式教学单元，学生结合个人兴趣与对社会、行业的观察，以小组为单位，选择网络与新媒体相关领域，形成初步的项目构思。在网络营销教学单元，学生基于小组项目选题展开网络市场调研，充分了解本组选题的市场需求、行业前景等，挖掘创新点，弥补前期构思中的不足之处。在电子商务运营教学单元，学生结合网络营销相关知识点，基于内容、用户、活动等视角，为本组项目给出明确的拉新、维持、促活、留存运营思路。最终在电子商务物流及供应链管理教学单元，学生在网络与新媒体专业视角基础上更进一步，考虑电子商务层面上项目的实际实施过程，再次评估项目可行性。

在整个项目化教学过程中，考虑到网络与新媒体专业的学生与电子商务、市场营销等专业学生相比，缺乏必要的营销与经营思维，而这种跨专业的思维模式培养又很难通过单一课程的讲授实现。在项目的集体讨论与汇报展示环节，引入模拟投融资场景。汇报小组作为项目团队讲解本组项目，而其他小组同时扮演投资方和用户，从不同视角对项目团队的设想进行评估。以便在确保网络与新媒体专业学生能够较好地分析受众需求、应用新媒体手段实现商务活动的基础上，还能够具备必要的经营思维。

“课堂展示+学生互评+教师总结”的成果反思、总结与评价，对学生起到一定激励作用，同时保证学生正确理解和完成项目任务。全过程项目化的各个环节，覆盖到了网络与新媒体专业学生在新媒体实践过程中对于电子商务各环节知识点的掌握，以及相关运营能力、传播能力、视频能力、营销能力的培养。而项目完成过程中的创意开发、小组合作、展示互评等环节，又较好地培养了学生的创新意识、批判性思维、交流与合作能力等岗位素质。

（三）考核方式设计

对应课程目标，以及全过程项目化教学中涉及的各个环节，最终对考核方式进行改革，设计成果导向兼顾过程的全面考核。考核项目除最基础的出勤及课堂表现外，通过单元测验考核学生基础知识掌握情况，再通过实验项目、路演汇报和电子商务项目策划书完成情况，“过程性+终结性”综合评定学生各项能力培养效果。

考核方案同时兼顾了对学生知识、能力、素质的考核。例如在终结性考核所涉及的电子商务项目策划书中，可以让学生以小组形式完成项目策划书，并以个人形式给出对于策划书的评价。策划书中除较好地体现学生对于各知识单元的掌握外，也从创新性方面给出评价，同时以合作完成的策划书各部分是否逻辑合理来评价学生小组内的交流与合作能力。而个人完成的部分则涉及了学生对项目的宏观把握，以及对小组完成作品进行复盘总结式体现的批判性思维。

（四）课程思政融入

马克思主义新闻观是新闻传播人才培养的前提，新媒体行业

实践也需要彰显社会责任感。电子商务作为网络与新媒体专业跨学科属性的课程，涉及较多应用新媒体实现商务活动的方法与手段，传媒从业者的新闻传播责任与商务活动中的盈利目标具备一定程度上的矛盾，体现在课程教学中即课程思政的融入问题。授课过程中，要注重学生社会责任感、爱国情怀与民族荣誉感的引导，更要注重学生媒介素养与职业认同的培养。

以课堂教学环节为重点，充分联系当前电子商务领域的热点和前沿问题，以及新型商业模式中的社会主义核心价值观、家国情怀、民族自豪感、绿色环保理念等，从爱国教育、法律法规教育、网络诚信规范等角度深入挖掘电子商务课程内容中相关的思政元素，特别强调网络与新媒体专业学生在相关行业实践中应当如何平衡媒体的传播责任与盈利目标。

不断寻找和发现思政元素与课程内容的契合点，并通过视频学习、案例分析、选题设计、分组讨论等多样化的形式，将这些思政元素融入授课中，保证相应思政元素能够对应合理的教学方式，引导学生形成正确的人生观和价值观。值得强调的是，上述考核方式中，对于学生项目完成情况的评价，也应包含选题等环节所体现出的思政要素评价。

四、小结

通过对网络与新媒体专业电子商务课程教学改革的深入研究，明确了基于行业需求视角的课程目标，并据此进行了课程内容重构、教学方法改革、考核方式设计以及课程思政教学的探索。通过全过程项目化的教学方法能够有效提升学生的实践能力，而兼顾过程性与终结性的考核方式则能更全面地评价学生的学习效果。同时，将马克思主义新闻观融入课程思政教学，有助于培养学生的社会责任感与媒介素养。本研究为网络与新媒体专业电子商务课程的教学改革提供了有益的参考和借鉴。

参考文献：

- [1] 孙龙杰, 李梦瑶, 党昊杰. AI时代网新专业教育的变局与新局——第八届高校网络与新媒体专业建设研讨会综述[J]. 传媒, 2024(14): 9-11.
- [2] 王振辉, 王振铎. 基于专业核心能力培养的电子商务课程教学改革研究[J]. 广西开放大学学报, 2024, 35(05): 74-78.
- [3] 胡治芳. 新质生产力赋能电子商务课程改革的逻辑与路径[J]. 福建轻纺, 2024(12): 81-84.
- [4] 李文涛, 孙雨耕. 实践育人: 应用型本科院校电子商务专业实践课程体系构建策略的再思考[J]. 中国职业技术教育, 2020(02): 38-43.
- [5] 努尔曼古丽·努尔买买提. 基于行业标准的《跨境电子商务》理实一体化教学改革[J]. 产业与科技论坛, 2024, 23(23): 171-173.
- [6] 严小燕, 郭珊珊, 郭艳艳. 旅游电子商务课程教学改革路径探索——基于CDIO理念[J]. 山西财经大学学报, 2020, 42(S2): 129-132.

基金项目：

2023年度陕西本科和高等继续教育教学改革研究项目“乡村振兴和新文科建设背景下特色新媒体人才培养模式研究与实践”（项目编号：23BY179）；

2023年度西京学院教育教学改革研究（一般）项目“新文科视域下网络与新媒体专业《电子商务基础与应用》课程教学改革”（项目编号：JGYB2350）。