

《电子商务营销写作实务》课程考核体系改革研究

曾兰

广东培正学院

【摘要】课程考核是高校教学的重要组成部分，那么课程考核改革也就是教育改革的重要部分。现阶段企业对高校人才要求不仅是知识的掌握，更看重能力的匹配。如今的高校课程考核存在较多弊端，课程考核改革非常有必要。为了推进课程考核及评价体系的改革，本文以《电子商务营销写作实务》课程为例，以目标产出导向，建立多元化、过程性、线上线下相结合，以及融入企业实际需求的更为科学的课程考核体系。

【关键词】考核改革；电商文案策划与写作；多元化；课程考核

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6261.2021.12.428

1 引言

课程考核是课程教学不可缺少的一个环节，是教学的出口和反馈，课程考核的科学性和有效性直接关系到教学效果及学生知识、能力掌握的反馈情况。

为了全面提升课程教学效果与人才培养质量，根据教育部《关于加快建设高水平本科教育全面提高人才培养能力的意见》（教高〔2018〕2号）的要求，加强考试管理，严格过程考核，加大过程考核成绩在课程总成绩中的比重。健全能力与知识考核并重的多元化化学业考核评价体系，完善学生学习过程监测、评估与反馈机制。^[1]全面考核学生对知识的掌握和运用，以考辅教、以考促学，激励学生主动学习、刻苦学习。

2 有关课程考核的问题及对策研究概况

当前高校课程考核存在诸多的问题，不同学者根据自身的教学实践，总结出了主要问题有：考核理念存在偏差，老师觉得是课程结束的任务，缺乏对课程考核重要性的认知；考核内容片面、单一，大多课程以考试分数作为考核内容，学生理解、分析、创新等综合能力的考核简单泛化；考核方式单调死板，大多课程考核以平时成绩和期末成绩来定，涉及过程性评价太少，无法很好的了解学生的学习动态变化；^[2]考核缺乏反馈机制，没有追踪反馈，无法持续优化教学；考核主体缺乏综合性，基本都是由任课教师一人做出评价等。

针对存在的问题，有很多学者展开了对课程考核方案的改革研究。李玉侠和李英霞认为课程考核应以形成性评价为主，重在学习过程及学生实践能力，以动手能力为导向，让学生在学中做。课程考核还应结合行业标准，注重理论与实践相结合，为学生设置尽可能真实的职业场景，培养学生解决实际问题的能力。^[3]

万均认为需要了解学生在解决复杂的实际问题时，哪些课程知识是经常用到的，在知识运用过程中还存在哪些欠缺，哪些知识要补充，哪方面知识点的运用还要强调或者强化等，以持续改进课程教学。科学的考核形式易于养成学生们主动学习的习惯，一改考前冲刺，背重点，肤浅记忆的短平快模式，加深对课程的深入理解。^[4]张风雨等认为可以建立基于OBE教学理念的考核体系，“以学生为中心，遵循结果导向，强化过程性考核”。多元化考核方法体系包括出勤、课前温习、课堂讨论与提问、课堂测验、课后作业、合作性学习成果、案例分析、课内实训、期末考试等考核评价环节，将课前学习、课堂状态、课后学习全面纳入考核范围，根据“知识、能力、素质”三位一体课程教学内容体系设计不同考核形式。^[5]

以上问题，电子商务营销写作实务课程也存在，如考核

形式单一、考核内容固化、考核主体单一，考核没有很好的结合企业实际需求，考核主要是线下学习情况，考核没有很好的体现过程性等。针对存在的这些问题，结合前人的实践及研究成果，对电子商务营销写作实务课程展开课程考核改革，建立更为科学有效的考核体系。

3 电子商务营销写作实务课程考核体系设计

电子商务营销写作实务课程是电子商务专业的必修课，考核方式：考查。课程原先的考核成绩包括：平时成绩、期中成绩、期末成绩，比例分别是平时40%、期中20%、期末40%。平时只是结合书本内容进行作业布置，练习和小组讨论等。因为是考查，学生平时学习积极性并不高，只有少数同学积极完成任务，小组作业不能很好的区分每一位成员的能力及体现参与程度。

考虑到以上问题，结合多元化、过程性考核思想及课程教学内容，精心设计问卷。对修读本课程的2018级109位学生进行了问卷调查，收回107份问卷；2019级120位学生进行调查，收回120份问卷，共收回问卷227份。问卷从该课程现阶段考核情况、对现有考核方式的态度、对现有考核方式的满意度和对该课程考核的改革建议四个方面展开。

针对该课程主要内容，有针对性的挑选了5位电商专业毕业生进行深度访谈，他们都在电商相关企业工作且工作内容与该课程知识有一定关联。大都数电商企业都设置了电商文案岗位，访谈的5位人员中，只有1位说公司没有设置专门的文案岗位，但是也有相应的工作要完成。基本都是负责各平台的文案内容策划，并根据具体数据进行优化，涵盖有小红书、淘宝微淘、天猫、阿里巴巴、京东、微信公众号、微博、抖音、B站、知乎等平台的内容策划。

电商文案岗位对于专业及学历要求都不是很高，重点看有无经验及观察力、对市场的敏锐度，或某领域的重度用户等条件。与文案有关的岗位并不仅仅是文案策划岗位，其他很多岗位也都要协调完成相应的文案策划工作，比如店铺运营岗、品牌营销策划、短视频策划、某平台内容运营、美工、设计师等。

根据他们的工作经验，该课程教学中应注重培养学生哪些能力和素质的建议：

产品卖点提炼能力；文案写作能力：语言表达能力；逻辑思维；数据分析能力；对热点事件、新闻动态等信息保持敏感；团队合作；沟通能力；敏锐的观察力；平时注重经验积累。找到自己感兴趣的平台及领域，创建账号，并用心经营，俗称“养号”。文案的写作要多锻炼，参考学习领域内或平台内优秀文案，借助平台付费工具进行数据分析并展开优化工作。

根据调查问卷的结果及深度访谈的结果，构建本课程考

核方案如下。

图1 课程考核具体形式及比例

课程成绩考核构成		
平时成绩30%	线下成绩80%	考勤24%
		作业及实训报告40%
		课堂表现16%
	线上成绩20%	讨论发言10%
		回答问题 5%
随堂测验5%		
期中成绩30%	小组实训作业，团队合作，根据分工完成的情况，结合多评价主体给出最后评分。	
期末成绩40%	个人实训作业，独立完成，检验知识掌握情况。	

图2 考核内容及占比

	知识	能力	素质	比例%
测验	20			20
作业	10	20	10	40
末考	10	20	10	40

图3 “三位一体”考核比例

	知识	能力	素质	比例%
实训	10	30	10	50
讨论	20	15	5	40
互动		5	5	10

其中考勤、课堂表现根据实际记录情况由老师打分；实训报告及期中作业，由小组内部根据各自的任务量及完成情况进行打分（25%）、小组间评分（25%）、老师评分（50%），三个部分组成；线上成绩根据在学习通设置好的评分规则，直接导出即可；期末作业，事先给定具体的评分规则，最后主要由老师完成评分。

线上线下相结合。线上的统计数据，章节学习次数，视频学习时间段，学习时长，反刍率，作业提交次数，测验，习题库，讨论，互动等等，较好掌握学生学习情况，有针对性的设计课程教学内容，组织教学活动。

多元化考核，实现知识、能力、素质等教学目标。过程化：作业、实训、测验；非标准化：实训、讨论；探究式：实践项目，商品标题拟定、卖点提炼、详情页设计、推广文案撰写等；综合性：期末具体电商营销方案设计，包括行业大盘分析、竞争对手分析、消费者分析、产品属性认知、卖点提炼、详情页等内容，涵盖本课程重点知识，考查学生知识的综合运用。多种考核方式相结合，注重学习效果评价，侧重学生能力考核。

4 本课程考核改革的创新之处

第一，体现了多元化考核的特点。从考核内容、考核主体、考核形式等方面充分展现了多元的内容。在考核内容上包含了：考勤、回答问题、测验、实训、讨论、线上学习情况、期中、期末考核等内容。在考核主体上加入了组员、组间评价，一定程度上弥补了老师个人评价带有主观性和片面性的不足。考核形式丰富多元体现了知识、能力、素质三位一体。

第二，满足注重过程化考核的要求。考核方案更多的内容体现了过程性活动，并不是一次性期末考试就完成课程最终评价。将课程评价融入到了整个教学过程中。加大对平时学习的考核，随时掌握学生的学习情况，有效反馈，查缺补漏，鼓励学生加强平时学习的力度，好的掌握课程内

容。突出对学生的态度、学习兴趣、学习方法、学习价值观、知识掌握情况等考核。

第三，结合了实际工作岗位的需求。在教学过程有针对性地进行训练，提高学生实践能力。能够明确学生学习完该课程最终能做什么，有针对性的设计实训练习，展开考核。基于课程的实践性和应用性目标，突出对学生的能力考核，比如结合课程内容，探讨营销写作当中的一些热点问题，或者给出案例材料，让学生动手实践，引进一些优秀作品，供大家学习参考。期末考核也加大能力考核的比重，主要是让学生进行实训，理论与实践相结合，能够将所学应用到实践中。

第四，采取了线上线下相结合的方式，充分利用信息手段，注重区分学生个人能力，以数据说话，保证考核的科学性及可追溯性。学生可以随时在线上学习，该课程已建立了线上资源，包括教学大纲、教案、课件、教学视频、讨论题、教学其他资料等。学生在网络教学平台上的所有学习情况，系统都有记录。老师可以设置好评分标准，结合平台打分和学生完成质量的不同，老师可以将线上打分进行量化，按核算比例计入过程性考核成绩，以此对学生的学习行为进行过程化管理和对学习效果进行精准性掌握。

5 结语

电商文案写作课是一门实践性较强的课程，不仅要检验学生理论知识的掌握情况，更要注重学生学习过程、学习态度、能力发展和素质培养。

通过考核改革实践，对考核结果数据进行分析。实践结果表明，新的考核体系令学生在本课程教学过程中的积极性、主动性加强，参与感增强，对课程知识的学习更加有兴趣，也懂得在实际运用过程中应当如何把握关键知识点，动手能力和实践能力得到提升，但学生的自主学习能力和综合实践能力还存在一定欠缺，如果老师没有强调需要完成的线上任务，有些学生就不会主动去完成和思考，团队作业有些学生参与感不强，期末作业的创新有待提高，需要进一步调整教学方式，鼓励学生自主学习，提升综合实践能力。

本课程教学及考核将在以后的教学中不断迭代，不断优化教学的设计和实施过程。持续改进学生学习主动性、教师教学方法、知识呈现方式等，提高学生综合实践能力，增强就业综合素养。

参考文献

[1] 中华人民共和国教育部.《关于加快建设高水平本科教育全面提高人才培养能力的意见》http://www.moe.gov.cn/srcsite/A08/s7056/201810/t20181017_351887.html

[2] 付用军, 战希臣, 杨春周. “金课”建设视角下高校课程考核改革研究[J]. 大学教育, 2021(12): 38-40.

[3] 李玉侠, 李英霞. 应用型本科大学课程考核改革的理论与实践——以衡水学院为例[J]. 衡水学院学报, 2019, 21(4): 74-77.

[4] 万均. 工程教育专业认证背景下课程考核改革研究[J]. 山东化工, 2019, 48(19): 221-222.

[5] 张凤丽, 赵敏, 芦雅婷. 基于OBE教学理念的审计学课程考核方法改革实践与探索[J]. 中国乡镇企业会计, 2020(6): 231-232.

广东培正学院校级质量工程, 教学改革项目: 面向岗位需求的多元化课程考核改革——以电子商务营销写作实务为例, 项目编号: PZ07202008.