

高职电子商务专业新媒体营销课程的教学方法实践

康科

襄阳职业技术学院

摘要：新媒体营销作为电子商务行业的重要营销手段，对高职电子商务专业人才培养提出了新的要求。本文基于高职电子商务专业新媒体营销课程教学实践，探讨了课程教学中存在的问题，并从教学内容、教学模式、教学手段、师资队伍建设等方面提出了优化策略。研究采用文献分析等方法对高职电子商务专业新媒体营销课程教学现状进行了分析，研究发现，高职院校应根据行业需求优化课程内容，采用项目驱动、案例教学等多元化教学模式，利用新媒体技术创新教学手段，加强“双师型”师资队伍建设，提升学生新媒体营销实践能力。本研究对完善高职电子商务专业新媒体营销课程体系，培养高质量新媒体营销人才具有重要意义。

关键词：高职教育；电子商务；新媒体营销；教学方法；人才培养

【DOI】 10.12252/j.issn.2096-6288.2025.11.005

引言

随着互联网时代的快速发展，新媒体营销已成为电子商务行业不可或缺的重要营销手段，面对行业的快速发展和巨大的人才需求，高职电子商务专业亟需加强新媒体营销人才培养，2019年，教育部等六部门联合印发《国家职业教育改革实施方案》，提出要完善高职专业人才培养方案，推进产教融合，提高人才培养质量。2020年，教育部印发《高等职业学校电子商务类专业教学标准》，明确指出要加强校企合作，培养具备新媒体营销能力的高素质技术技能人才。在此背景下，高职院校应顺应行业发展趋势，探索新媒体营销课程教学改革，培养适应新时代要求的电子商务专业人才。

一、高职电子商务专业开设新媒体营销课程的意义

（一）顺应电子商务行业发展趋势

在当今数字化时代，电子商务行业正面临前所未有的机遇与挑战，新媒体的崛起为电商企业提供了更加多元化的营销渠道，也对电商人才提出了更高的要求，高职电子商务专业作为培养电商行业一线人才的重要阵地，必须紧跟行业发展步伐，适时调整人才培养方案。开设新媒体营销课程，正是顺应电子商务行业发展大势的必然选择。通过系统学习新媒体营销知识与技能，学生能够深入理解电商营销新趋势，掌握社交媒体、短视频、直播等新媒体营销方式，提升对行业发展的敏感度和适应力。这不仅有助于学生在未来职业生涯中把握先机、赢得主动，也为电商行业输送了懂新媒体、善营销的优质人才，推动行业持续健康发展。

（二）培养学生新媒体营销实践能力

新媒体营销作为一门应用型学科，其价值不仅体现

在理论知识的传授，更在于实践能力的培养，高职电子商务专业开设新媒体营销课程，为学生搭建了将所学知识付诸实践的平台。课程通过设置贴近实际的项目任务、案例分析，引导学生动手操作各类新媒体平台，制作营销内容，开展营销活动，从而形成完整的新媒体营销实战经验^[1]。在实践中，学生能够深刻体会理论与实际的联系，加深对新媒体营销规律的认识，提高分析问题、解决问题的能力，同时，实践教学也为学生积累了宝贵的经验与资源，为未来从事新媒体营销工作奠定了坚实的基础。

（三）促进电子商务专业课程体系完善

电子商务专业课程体系的构建应以培养目标为导向，以行业需求为依归，当前，新媒体营销已成为电商行业的核心竞争力之一，这就要求电子商务专业课程体系必须与时俱进，加强新媒体营销课程建设。将新媒体营销课程纳入专业课程体系，能够有效弥补传统课程在新媒体时代的不足，使课程设置更加科学合理、动态优化。一方面，新媒体营销课程与电子商务概论、网络营销等课程形成了互补，共同构成了完整的电商营销知识框架，满足了学生全面发展的需要；另一方面，该课程又与直播电商运营、短视频制作等新兴课程交叉融合，紧密契合行业发展新动向，充实了专业课程体系的时代内涵。

二、高职电子商务专业新媒体营销课程教学中存在的问题

（一）课程内容与行业实际需求脱节

高职电子商务专业新媒体营销课程要培养符合行业需求的应用型人才，课程内容必须紧贴行业发展实际。然而，当前不少高职院校的新媒体营销课程存在内容陈

旧、与实际脱节的问题。具体表现为：一是教学内容更新速度慢，未能及时吸收新媒体营销的最新理论成果和实践经验；二是案例选取不当，过于简单或者与实际工作情境差异较大，不利于培养学生的实践能力；三是技能训练针对性不强，未能聚焦新媒体营销岗位的核心技能要求进行培养。课程内容脱离行业实际，导致学生所学知识和技能无法适应真实的职业环境，难以满足用人单位的要求。这不仅影响了学生的就业质量，也制约了高职新媒体营销人才培养目标的实现。

（二）教学模式单一，实践教学不足

新媒体营销是一门实践性很强的课程，需要通过大量的实践教学来培养学生的操作技能，但目前高职院校新媒体营销课程教学中，理论教学比重偏高，实践教学环节较少，教学模式相对单一，许多课程仍然以教师讲授为主，学生被动接受知识，缺乏参与感和互动性，即便有实践教学，也多局限于模拟操作或简单演示，与真实的新媒体营销实践存在较大差距，学生难以全面参与新媒体营销活动的策划、执行、评估等环节，无法获得完整的实践体验，同时，实践教学缺乏与理论教学的有效衔接，未能形成相互支撑、相互促进的良性关系^[2]。这种理论与实践脱节的现状，严重影响了教学效果，不利于学生新媒体营销实践能力的提升。

（三）教学手段落后，缺乏新媒体技术应用

新媒体营销课程的教学离不开新媒体技术的应用，运用微博、微信、短视频等新媒体平台开展教学，能够创设生动直观的学习情境，提高学生兴趣，加深对知识的理解和掌握。但当前不少高职院校在新媒体营销课程教学中，仍然以PPT演示为主要手段，很少应用新媒体技术辅助教学。即便有所应用，也多停留在表面形式，未能深度融入教学全过程，这种教学手段相对落后，难以满足学生获取知识、培养能力的需要。学生在课堂中无法真切感受新媒体营销的魅力，学习热情和主动性不高。此外，教师缺乏运用新媒体技术开展教学的意识和能力，在一定程度上也制约了教学模式和教学手段的创新，面对日新月异的新媒体技术，教师应当主动学习和应用，不断探索新的教学路径，以适应时代发展需要。

（四）师资队伍建设滞后，缺乏“双师型”教师

高职新媒体营销课程教学对教师的要求很高，不仅需要扎实的理论功底，更需要丰富的实践经验，然而，当前高职院校普遍存在师资队伍建设滞后的问题，缺乏

既懂理论又精于实操的“双师型”教师。从教师的学历背景看，大多数为营销、管理等相关专业出身，缺乏系统的新媒体专业学习；从教学经历看，多数教师从教时间较短，实际从事新媒体营销工作的经历不足。教师知识结构和实践经验的不足，直接影响了教学内容的选取和教学活动的组织。学生难以从教师身上学到前沿、实用的新媒体营销知识，也无法得到有效的实践指导，同时，教师自身缺乏持续学习和实践锻炼的机会，专业发展动力不足。高职院校应高度重视“双师型”师资队伍建设，为教师搭建产学研用相结合的发展平台，促进教学水平和实践能力的提升，从而全面推进新媒体营销课程教学改革。

三、高职电子商务专业新媒体营销课程教学优化策略

（一）基于行业需求优化课程内容

高职电子商务专业新媒体营销课程要想紧跟行业发展步伐，必须以行业需求为导向，动态优化课程内容，这就要求教师深入调研电商行业和新媒体营销岗位的实际需求，了解企业对人才知识结构和能力素质的要求，并以此作为课程建设的基本依据。在课程内容设置上，应突出新媒体营销的基本原理和方法，着重培养学生运用新媒体进行营销策划、内容创意、传播推广等方面的实践能力。教学团队可邀请行业专家、企业导师等参与课程建设，共同探讨课程定位、教学目标、重难点设置等，确保课程内容的前瞻性、实用性和针对性^[3]。课程应及时吸收新媒体营销理论前沿和实践领域的最新成果，引入直播带货、短视频营销、社群营销等新趋势、新业态，拓展学生专业视野，同时，注重经典理论与前沿技术的融合，夯实学生营销基本功，提升职业适应力。在教学案例选取上，应聚焦与岗位高度关联、应用价值高的实际案例，通过案例引导学生把握行业发展机遇，积累实战经验。

（二）采用多元化教学模式提升教学效果

为有效提升新媒体营销课程教学效果，高职院校应致力于教学模式创新，打造多元化的教学生态。在理论教学方面，教师应精心设计教学环节，灵活运用启发式、探究式、参与式等教学方法，激发学生学习兴趣和主动性。课堂教学要突出师生互动和生生互动，营造良好的学习氛围，教师可通过头脑风暴、小组讨论、角色扮演等方式，引导学生积极思考、主动参与，加深对理论知识的

理解和掌握。在实践教学方面，应大胆探索基于工作过程、项目驱动、任务引领等教学模式，最大限度地还原真实职业情境。教师精心设计实践项目，明确项目任务、实施步骤、考核标准等，并全程指导、督促学生开展实践活动^[4]。学生通过承担新媒体账号运营、营销活动策划等实践任务，在“做中学、学中做”中强化实践技能，积累职业经验。学校还应借助校企合作平台，引入企业真实项目，为学生提供工学交替、顶岗实习的机会，促进理论与实践的深度融合。

（三）利用新媒体技术创新教学手段

随着新媒体技术的飞速发展，高职院校应积极利用新媒体技术创新新媒体营销课程教学手段，为学生营造沉浸式、体验式的学习氛围。在课堂教学中，教师可利用微博、微信公众号等新媒体平台发布教学资源，拓展教学时空；通过H5互动、在线投票等方式，增强师生互动与交流；运用VR/AR、全息投影等技术，创设逼真的营销情境，激发学生学习兴趣。在实践教学中，教师可指导学生开设新媒体账号，利用图文、短视频、直播等形式开展内容创意、传播推广，并通过数据分析、用户反馈等了解营销效果，强化实战操作能力，同时，学校可搭建新媒体营销实训平台，配备行业前沿的软硬件设施，为学生提供技术支持和实践机会。鼓励学生参与各类新媒体营销赛事、培训、交流等，拓宽视野、积累经验。教师也应主动学习新媒体技术，探索技术与教学的深度融合路径，用好用活技术手段为教学赋能。新媒体技术为新媒体营销教学创新提供了广阔空间，关键在于师生共同努力，积极应用、勇于创新，推动教学手段与时俱进。

（四）加强“双师型”师资队伍建设

“双师型”师资队伍是开展新媒体营销课程教学的关键力量，高职院校必须加大师资队伍建设力度，为课程教学提供有力支撑。首先，优化教师专业结构，引进和培养一批理论基础扎实、实践经验丰富的骨干教师，学校可通过公开招聘、人才引进等方式，吸纳新媒体营销领域的优秀人才加盟课程教学团队^[5]。鼓励教师在职攻读新媒体专业学位，参加国内外访学交流，提升理论水平和专业视野。其次，完善教师培养培训机制，为教师专业成长搭建多元化平台。定期开展教学研讨、经验交流等活动，促进教师之间的互动与合作。选派教师参加行业论坛、培训讲座，了解新媒体营销前沿动态，更

新知识结构。支持教师到企业挂职锻炼、参与实践项目，提高实战能力和职业素养。第三，建立健全教学评价和激励机制，调动教师的积极性和创造性。完善教师绩效考核和职称评聘标准，将新媒体营销教学实绩、实践指导等纳入考核范畴。设立教学名师、教坛新秀等荣誉称号，表彰教学业绩突出的优秀教师。高职院校只有切实加强“双师型”师资队伍建设，才能为新媒体营销课程教学提供源源不断的智力支持，促进教学质量的持续提升。

结语

高职电子商务专业新媒体营销课程教学改革是顺应时代发展、满足行业需求的必然要求，高职院校应立足新媒体营销岗位需求，优化课程内容体系，创新教学模式与手段，加强师资队伍建设，培养学生新媒体营销实践能力，为电子商务行业输送高素质技术技能人才，同时，新媒体营销课程教学改革也为其他专业课程教学改革提供了有益借鉴，对推动高职教育教学改革创新具有重要意义。高职院校应加强交流与合作，共享优质教学资源，探索新媒体营销课程教学新模式，不断提升人才培养质量，为电子商务行业发展和国家经济建设做出更大贡献。

参考文献

- [1] 王伟萍. 新媒体视野下高职院校电子商务专业政校企协同育人模式创新研究 [C]// 山西省中大教育研究院. 第九届创新教育学术会议论文集——教育创新篇. 青岛工程职业学院; , 2023: 32-34.
 - [2] 胡婧. 新媒体技术在高职电子商务专业教学中的应用 [J]. 中国管理信息化, 2023, 26(07): 223-225.
 - [3] 华迎, 高文海, 罗蓓蓓, 等. 新媒体营销: 营销方式+推广技巧+案例实训 [M]. 人民邮电出版社: 2021: 01. 347.
 - [4] 廖娟娟. 基于岗位需求为导向的电子商务《新媒体运营》课程建设的研究 [J]. 商场现代化, 2020, (21): 13-15.
 - [5] 雷琼. 新媒体背景下高职电子商务专业网络营销课程的改革研究 [J]. 营销界, 2019, (19): 102-103.
- 作者简介：康科，出生年份：197204，性别，女，民族，汉，籍贯：湖北省襄阳市，学历（学位）：本科，职称：副教授，研究方向：电子商务。