

“以赛促学”在电子商务专业教学中的应用探究

何维竞

(桂林技师学院 广西 桂林 541000)

[摘要]“电子商务”作为新时代的朝阳行业,电子商务专业教学的有效性直接作用于学生未来发展,作为一种新型产业就更需要新型的教学方法,而基于电子商务专业的本质下开发性的选用“以赛促学”的方式能够有效提高电子商务专业的学习。本文笔者结合实际教学经验分别从“科学化选择竞赛项目、比赛项目集中研讨与阶段、赛前集中培训管理、赛中及时指导学习、赛后完善学习总结”五个方面展开研究。

[关键词]以赛促学;电子商务;竞赛项目

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.08.1110

创赛是激发大学生兴趣与潜能,培养大学生创新意识,创意思维,创业能力以及团队协作实战的学科性竞赛。学生之于民众最大的区别是创意。学生有了创新和创意,再去创业,是顺水推舟的事。高校培养创新型人才是使命,三创赛给学生提供了一个锻炼的舞台,而它所带来的的是创赛务实、实战的竞赛精神和竞赛特色。笔者认为第一要点应是科学化的选择竞赛项目,做到以学生认知和实际需求为根本;第二要点是要不断的对比赛项目进行集中研讨,以确保比赛项目的价值性;第三要点则是强调赛前集中培训与管理,通过赛前项目的集中培训管理来确保课程的有效性;第四要点则是强调赛中的及时指导与学习;以确保赛中阶段的有效管理特性;第四点则是强调赛后的完善与学习的总结,以确保课程教学的有利性。

一、科学选择竞赛项目

科学化的选择竞赛项目是确保“以赛促学”活动开展的重要基础,笔者认为再实际比赛项目的选择中教师应注重为绕学生认知能力和市场化需求两个方面,其中学生认知能力主要针对学生认知能力的发展与提高,市场化需求主要面向电子商务课程的本身,教师应注重电子商务课程发展的有效性以确保课程发展能够符合时代需求与价值。笔者认为科学化的选择竞赛项目的核心是确定市场环境,因此学校方面可围绕“以赛促学”教学目标派遣老师对社会上的电子商务环境进行分析,以期确保科学选择竞赛项目的完整性。

例如:基于市场环境需求的课程体系需要学校方面结合市场环境来重构学校课程体系,在实际的教学管理中学校方面要注意党和国家对电子商务相关行业的宏观调控政策,以及要注重观察市场需求所带来的内外在环境变化,学校方面可根据实际环境来完成对课程的调整,可采用多层化的教学方式,遵循着电子商务市场规律,做好市场调查和预测,从而完成基于市场环境需求课程体系的构建。技工院校学校管理中学校方面可设置相关市场调研部门,根据专业需求要求该部门的相关教师要组成市场调研小队,对某一时段内电子商务产业做出市场调研,根据就业市场不同的反馈来设置不同的专业课程,适当开放一些学科教学和关闭一些不必要的学科知识,从而全面提高学生的视野,帮助其建立良好的工作观。同时,创建市场开发部(或课程开发部)。为更好的满足市场对人才的需求,课

程开发部的相关工作人员将调查分析及时的给予数据评断,并且及时的反馈给学校的行政人员,帮助学校及时的开发新的专业,从而满足市场对技能型人才的要求。同时教学更要走“精细化”的路线,不能因为学生数量的增长而降低教学质量,要同时实行宽进严出的教学制度,培养更多合格的人才。

二、比赛项目集中研讨

对于科学化的选择比赛项目而言笔者认为对比赛项目的集中研讨与学习更为重要,在实际教学中笔者认为再除去学生对相关内容进行比赛后教师也应带领学生好好的复盘此次比赛中自己所面临的难题以及自己的优势。笔者认为比赛项目的集中研讨能够有效解决“以赛促学”项目落实不到位及相关内容缺乏一定价值性的弊端,这就需要教师结合相应的比赛项目进行不断的深化与管理,进而让学生更为精准更为有效的认知到“以赛促学”的价值。

例如,在实际管理中学校方面在完成相应竞赛活动后教师也应应对影响的工作安排进行集中研讨,既要包括全体学生,也要包括每一位教师,如果有条件的话可以要求在比赛项目中所接触的市场人员。逼着认为职业院校应当根据市场经济变化、人才需求标准对学生进行针对性的、系统的、高标准的培训。对学生有针对性的培训可以使学生清楚地了解哪一些是需要重点学习和掌握的,从而也能够使学生面对大量知识库有选择性的去复习和总结。其次、职业院校首先应当在职业院校内多设立一些与院校专业相关的实践项目和各大比赛项目,使学生可以时刻处在大赛的环境中,各种专业理论知识和技能知识可以随时的运用和牢记;其次职业院校应当带领院校学生经常参加与专业相关的大赛,能够使学生了解到相关专业比赛的模式和氛围,从而也能够清晰的了解到专业知识和技能应该如何合理的运用到,从各角度总结相关专业的知识重点,形成自己的专业知识储备库。另外,学校方面要创办融合地方特色的教学管理体系,也需要以电子与信息技术课程教学为载体,教师在基于分析了课程管理内容的基础上进行构建,构建的内容包括:课程回顾、实践学习、学习管理、模考精讲、阶段测评等,并与社会企业做沟通形成交叉式产教融合管理体系,如班级内学生参与到市场上的电子信息企业中,台湾省区学生参与到大陆电子信息企业中,要让双方学生更快捷的了

解不同省市区电子信息技术的要求，协助学生进行查漏补缺进而获取更多的知识。

三、赛前集中培训管理

赛前集中培训管理所强调的是课程管理过程中学生能力的有效发展与保障，赛前集中培训管理的核心目标旨在为学生更加快速的进入活动状态中，以确保“以赛促学”活动的有效开张。同时开展赛前集中培训管理可让学生认知到活动的目标与需求，类似于赛前动员，以让学生更好的参与到活动中。

例如，对外实训类比赛，在赛前培训阶段除了要讲解相应的流程和要求，也要强调目标导向与主义事项。由于对外实训类比赛所涉及的资源及人员较多，固由学生培训中心组织讲师通过网络远程进行线上授课；针对涉及各岗位、工种具有实操性的专业课培训，由学校11家承办单位利用业余时间组织学员定点进行线下授课。同时，为使培训取得实效，竞赛领导组结合大赛实际情况，出台并实施了相关的考核与激励措施，各管理教师也制定了详细的教学大纲和教学日程，并设专人负责培训班的日常组织和管理工作，切实严格了培训秩序、强化了学习效果。此次赛前集中培训，是提升学生素质的一项重要举措。通过培训学习，进一步激发了广大职工学知识、强本领、比技能的学习热情，有效提升了职工的技术技能水平，提高了比赛的质量和效率。笔者认为赛前培训除了要围绕比赛项目继续经，也要结合学生生产工作的经营实际，以组织开展更加形式多样的岗位技能培训，使广大学生能够真正通过培训提升技能，切实提高班级技术技能人才队伍的核心竞争力，为社会高质量发展提供有力保障。

四、赛中及时指导学习

对比赛中的人员进行及时的干预与指导是确保学生更好的参与到活动中的基础，因此笔者认为教师不能有只是单纯的赛前培训就完事大吉的心态，教师更应注重学生的赛中指导学习方案，对于赛中学生的能力与需求要及时的调查与引导，以确保学生比赛信息。笔者认为赛中的及时指导学习是确保学生能力成长的关键一步，也是确保“以赛促学”落地生根的重要动力。

例如，“以赛促学、以赛促教”的特色教学。学校开展的技能竞赛，绝不是仅限于个别学生，而是凸显人人参与、师生同台的普及性。通过举办校技艺节，促进学生对学习的热情，提升教师的教学水平，是以赛促学、以赛促教的主要目的。教师必须要将技能竞赛作为教学改革的重要内容，建立了技能竞赛长效机制，开展了各层级的专业技能竞赛，分别是教研组、专业部专业技能竞赛、学校技艺节技能竞赛和省级、国家级技能竞赛。通过搭建竞赛平台，学校形成了普遍性、经常性的技能竞赛制度和良好的培养选拔制度，使技能竞赛覆盖到每位教师、每个学生。通过各类竞赛，该校更是达到了“一箭四

雕”的效果：学生增强了学习的热情，实操能力更强了；老师更关注电子商业行业发展趋势及新技术的应用，及时掌握新设备、新技术和新材料，教学水平更高了；学校加快了对实训装备的升级改造，为开展技能教学提供硬件支撑，设备更加完善了；把技能大赛项目的内容和工艺列入年度教学计划，形成了规范的技能竞赛制度和科学的培养选拔制度，管理更加规范了。

五、赛后完善学习总结

赛后完善学习总结环节是确保以赛促学落地生根的又一大动力，在基于以上步骤后教师更应注重赛后完善学习总结：

如：竞赛人员方面，要上下联动，带动全员参与一般的大型竞赛都是只有4~5个人参加，这就意味着只有这4~5个人能够通过竞赛提升自身的能力。但是在这其中如何选择出最为优秀的学生就是一件非常难的事情，小部分学生会因为竞争激烈而主动放弃；部分学生会因为心理素质较差而落选；也有学生会认为自己自身能力不足而放弃选拔。因此，我们可以考虑以比赛作为契机，在校内开展技能竞赛，设置更多的奖项，鼓励更多的学生参与其中，以此来调动全部学生的学习积极性，最终选择出更为优秀的学生代表学校去参加更高级别的技术竞赛。这样的上下联动就能带动全员参与，确定全体学生的能力提升。综合能力培养，适应社会需求通过竞赛的形式可以给学生创造更多的施展个人才华的空间，但是电子商务比赛中涉及的知识面较多，而且需要学生具有很宽广的知识面。因此，就需要学生能多学习，多看书，以此来丰富自己的知识面，能够独当一面，进而更好适应社会和电子商务技能人才的需求。

总而言之，随着我国经济的快速发展，电子商务教学也变得尤为重要，而电子商务专业人才的缺失，就会对我国教育和电子商务方向发展造成一定的阻碍。因此，就要求我们教师在对电子商务专业人才进行培养的过程中，可以有效的采取“以赛促学”的方式，开展针对性的电子商务教育和比赛，借助比赛来提升学生的个人技能，进而实现教育的有效改革。同时，也要求我们教师在教学的过程中不断提学习和提升自身的教育能力，不断创新教育形式，以此来真正实现电子商务专业的高效教育。

参考文献

- [1] 缪妹惠. “以赛促学”在电子商务专业教学中的实践研究[J]. 质量与市场, 2021(23): 79-81.
- [2] 张君. “以赛促学”在电子商务专业教学中的实践研究[J]. 营销界, 2021(21): 65-66.
- [3] 胡缪甜. “以赛促学”在电子商务专业教学中的实践思考[J]. 科学咨询(教育科研), 2020(12): 74.
- [4] 喻红艳. “以赛促学”在电子商务专业教学中的探讨[J]. 教育与职业, 2012(06): 123-124.