

# “互联网+”背景下中职电子商务教学创新

李旭

(沙河市综合职教中心 河北 邢台 054100)

**【摘要】**随着当前技术水平的不断提升,手机的普及率逐渐提高,“互联网+”作为一种新兴的行业,具有极强的发展特征,为电子商务之后的发展提供了非常大的机遇,在此内容的基础之上,中职电子商务教学过程中,也不断的从材料和课程当中进行调整,找出一种适应时代发展的新方式,这样才能更好的培育出能够满足社会需要的人才。这篇文章从“互联网+”的背景下,对中职电子商务教学情况的改革和创新进行了探究。

**【关键词】**“互联网+”; 中职; 电子商务教学; 创新

**【DOI】**10.12252/j.issn.2096-6288.2020.09.1362

“互联网+”是以互联网作为主要基础内容,通过信息化的技术方式,能够将互联网与传统的行业进行相关的联合,以创造出一种新的发展方向,这是互联网未来发展的主要趋势,对于传统的行业来说,也会造成非常大的影响。在政府的相关报告中已经明确指出了,要制定出“互联网+”的这项措施,促进互联网行业和物联网行业更好的发展以及结合,促进现代制造业更好的发展,推动电子商务与互联网金融之间的紧密关系,在这种情况的背景之下,电子商务会得到极大的发展,电子商务人才的需求量能够更好的推动电子商务教学方式的变化和创新。

## 一、中职电子商务实践教学存在的问题

### 1.1 教学内容没有从实际出发

经过上述分析,可以知道,电子商务交易是随着电子商务行业的发展而发展的。因此,其实践教育的设置,必须要全面考量电子商务的市场发展实际以及人力资源需求实际。只有如此的教学设计,才能够实现更好的培训效果,使学生能够更好地满足电子商务发展对人才的客观需求。但是,现阶段的一些院校,对实践课程的设置数量不够全面,实际上有着很大的缺失,教学的实际意义不够明显。

### 1.2 教学资源陈旧

在广大中职院校之中,由于对人才培养的大量成本投入,经常会存在普遍的教学设备陈旧、教学环境差的特点,甚至一些教学设备根本跟不上社会实际的设备更新速度。以计算机教学为例:计算机的操作能力是电子商务行业所必需的能力之一。但是,现阶段中职院校所应用的计算机大多比较陈旧,甚至在系统的版本上与社会上常用的版本相差甚远。这一性质,就在极大程度上造成了教学效果的不理想。

### 1.3 实践平台不完善

现阶段,各大中职院校在学生的实践教学方面往往都是依靠第二学年的实习来完成。但是,这些实践活动在实践的时间方面还难以达到学生对经验积累的有效程度。甚至,还有一些教师将实践课变成了观摩课,难以实现对学生操作能力的锻炼,教学效果难以实现。

## 二、“互联网+”背景下优化中职电子商务实践教学的有效措施

### 2.1 落实教学设计的实际性

中职院校的电子商务教育作为一种培训式的教育模式,具有非常突出的实际性特点。简单来说,就是其课程的设置必须要以现代市场的人力资源需求形势作为重要的参考依据。对此,应用“互联网+”的思维模式,能够良好的发挥互联网的时效性特点,将及时地了解电子商务行业发展的动态情况,以此作为实践课程设置的主要依据。例如:随着电子商务的不断发展,“互联网+”购物模式已经成为一种新的发展热点。在这一实际之下,创新设计网络营销的实践课程,以此体现教育的实际性,更好地满足职业教育的发展需求。

### 2.2 丰富教学资源

在“互联网+”的时代背景之下,电子商务在理念方面也发生了非常大的转变。随着现代市场需求形式的多元化发展,其已经呈现出了越来越复杂的多样性发展特征。这一变化,也在极大程度上对学校的教学资源提出了更高的要求。对此,

应用“互联网+”技术,就能够实现对实践教育信息化教育资源的优化,进而实现更好的实践效果。例如:在传统的电子商务实践教学过程中,往往都是在实物领域进行操作。而在“互联网+”的时代背景之下,就可以进行以互联网为依托的实践活动。如此,就在极大程度上优化了实践环境,创新的实践教学方式有利于激发学生的学习兴趣,实现更好的教学效果。同时,在互联网条件下的实践课程,更加符合电子商务行业发展的实际。

### 2.3 发展校企合作模式

针对在中职院校实践教学中存在实践平台不健全的实际问题,更有效的采取校企合作的方式,创造出为学生进行实践的平台,能够提供给学生更多的机会。校企合作的方式从简单意义上来说,就是学校与企业之间建立联系,共同培养学生,如此,既缓解了学校的教育压力,也优化了企业的人才结构,有利于实现双方的利益最大化。这一模式在中职院校电子商务教育中的应用,能够建立学校与企业之间的实践平台,结合“互联网+”的时代发展特点,能够在极大程度上优化学生的实践教学。例如:订单培养模式就是现阶段比较常见的一种校企合作模式,在这一模式之中,实践教学主要由企业负责,在“互联网+教育”的背景之下,能够建立起流程化的培训体系,在提高了实践教学效果的同时,也在极大程度上优化了学校的就业率。

### 2.4 加强创业实践平台建设

电子商务教学的最终目标,不仅是为了培养出更加专业的人才,更加注重的是要提升学生们的自主创业能力以及创新能力,让学生能够在一定的基础之上学会更多的知识内容,为自己创造更多的价值,所以中职学校应该加大对于学生自主创业的鼓励力度,最简单的一方面就是鼓励学生自主开店。通过网络上营销的方式,解决掉网店过程中所遇到的各种困难问题,将自身所学到的理论知识与实际进行有机结合,这样会比课堂教育更能提升他们的学习能力。现在的淘宝店铺当中许多都是在校学生开设经营的,他们可以通过自己所学过的经营方式来进行经营。在整个交易过程中能够充分体现他们的价值,同时提升他们解决问题的能力。

### 结束语

“互联网+”这项内容的发展能够促进整个社会行业更好的进行下去,促进整个商务行业能够得到飞速发展。中职电子商务的教学活动是为了培养更多的商务人才,所以在这项内容的背景之下,应该采取与时俱进的方式从各方面提升教学制度,实现整个教学事业更好的发展。

### 参考文献

- [1]章柯慧.“互联网+”背景下中职电子商务教学创新[J].知识经济,2020(19):130-139.
- [2]王脉涛.“互联网+”背景下的中职电子商务专业教学改革[J].学园,2020,13(01):49-50.
- [3]严昕莹.“互联网+”背景下中职电子商务教学教育探讨[J].才智,2019(29):52-53.

# 论全媒体时代国有企业话语能力建构

代睿淑

(中国石化上海石油化工有限公司党委宣传部 上海 200540)

**【摘要】**建构话语能力培育企业认同,始终是企业发展中不容忽视的重要议题。随着互联网技术的深度应用和全民普及,微博、微信、抖音等媒介平台“飞入”寻常百姓手中,传播格局发生巨变,传统沟通机制被打破,这对国企话语体系建构带来了挑战,同时也提供了机遇。本文从国企话语能力建构着眼,结合当前全媒体语境实际,对国企话语能力在彰显企业责任担当、传达企业发展战略、培育践行企业文化等方面的实践进行阐述,探讨全媒体时代加强国企话语能力建构的策略,希望能为更好地展示国企形象、提升国企美誉有所裨益。

**【关键词】**全媒体时代; 国有企业; 话语能力建构

**【DOI】**10.12252/j.issn.2096-6288.2020.09.1363

## 一、全媒体时代加强国有企业话语能力建构的意义

2006年,美国出台“国家安全语言计划”,标志着“语言能力”进入非传统安全视域。“语言能力”包括“语言资源能力”和“话语能力”,两者紧密相关,分别标志着内在、外在能力。国企话语能力主要指通过言语等手段表达和理解“企业意识”的实际应用能力。

根据新时代新要求以及高质量发展所需,国企改革和转型发展持续深入,国企话语能力逐渐成为企业重要战略资源,话语能力建设成为提升文化软实力、塑造国企形象、增强话语权推动发展的重要非生产经营性软指标。以国有大型石油石化企业为例,根据国家环保部有关要求,新建生产项目必须开展公众参与调查工作,以

促进双向交流,增进理解。“公众参与环境影响评价”的结果直接关系到项目能否实施。如此一来,企业话语能力,即与公众有效沟通以赢得认可和支持的能力显得至关重要。

## 二、全媒体时代国有企业话语能力建构面临现状分析

国企话语能力的建构,既囿于企业自身发展形势,还因传播技术变革是一个持续解构、重组的创新过程。在网络技术高度发达的今天,新的社交媒体形态不断涌现,人际沟通、交往形式随之越来越丰富,人们获取信息的渠道以及认知视野也在不断拓展,传统“我说你听”的传播范式被打破,新型传播图景正在被塑造。

一方面,报纸、电视等传统主流媒体的“支配性叙事”,逐渐被数字化、情景