

### 3 社会网络大数据分析 with 舆情信息挖掘技术

舆情监测研究工作主要体现在监测技术和监测内容两个方面。其中, 监测技术包括利用互联网信息采集技术及信息智能处理技术实现对网络舆情数据的自动采集、文本分析、主题分类等; 监测内容划分, 如通过突发事件类型设定关键词进行全网监测, 或通过锁定特殊网站进行实时监测等<sup>[4]</sup>。

社会网络是个体与不同社会关系的集合, 反映了社会个体之间的相互活动。随着互联网技术的发展, 在线社交平台逐渐涌入人们的生活中, 同时伴随着信息与沟通技术的迅速发展, 利用大数据、痕迹分析等技术对在线社交网络的研究与分析也在一定程度上印证了有关社会关系网络的定理, 同时通过数据挖掘与数据分析也进一步提出了新的结论, 并在社会各个方面有了一定的应用。

社会网络大数据分析是一项涉及众多领域热门研究。社会网络包含巨大的用户数据、关系数据和信息数据, 网络信息挖掘就是通过数据挖掘技术, 自动的从网络文档资源中发现和提取信息的过程。一般包含数据采集、预处理、聚类、分析和结果展示等几个步骤。其分析技术框架通常包含数据层、分析层、支撑层和结果展示层, 如清华社会网络大数据分析系统 (THSNAS)<sup>[5]</sup> 主要包括数据采集、数据存储、信息中心、数据分析、结果展示等几个部分, 其支持多种社会网络的数据实时不间断获取, 同时可以对社会网络中的个体、相关群体、特定事件和网络整体进行便捷、多粒度、多维度的分析与友好展示。网络舆情信息挖掘涉及的核心技术主要包括数据采集技术、中文信息处理技术、序列模式挖掘技术、文本倾向性分析技术等。

### 4 结语

综上所述, 网络舆情研究与引导是一个涉及传播学、社会学、计算机科学等多

种学科交叉的新的研究领域。在社会网络环境下, 其传播机制以及相关的信息支撑技术是当前研究的主要方向, 如通过网络技术来加强和完善控制手段, 或通过构建计算模型, 分析民众意愿, 掌握舆情信息, 提高危机的预警机制的科学性。

### 参考文献

- [1] 黄传超, 胡斌, 闫钰炜等. 网络暴力下突发事件中观点决策与舆情反转[J]. 管理工程学报, 2019, 33 (01): 257-263.
  - [2] 吴孝灵, 刘小峰, 周晶. 基于公众认知与政府引导的邻避舆情演化模型[J]. 系统工程理论与实践, 2019, 39 (11): 2865-2879.
  - [3] 曾润喜, 陈创. 网络舆情信息传播动力机制的比较研究[J]. 图书情报工作, 2018, 062 (007): 12-20.
  - [4] 连芷莹, 兰月新, 夏一雪等. 面向大数据的网络舆情多维动态分类与预测模型研究[J]. 情报杂志, 2018, 037 (5): 123-133.
  - [5] 易成岐, 鲍媛媛, 薛一波. 社会网络大数据分析框架及其关键技术[J]. 中兴通讯技术, 2014 (1): 9-14.
- 作者简介:  
徐斌 (1984.2), 男, 汉族 安徽潜山人, 工学博士, 安徽工业大学 讲师, 从事复杂系统优化、工业工程与信息化等研究  
陈敏娟 (1984.2), 女, 汉族 安徽南陵人, 法学硕士, 马鞍山日报社 编辑, 从事新闻传播、网络舆情引导等研究  
基金项目: (省级)  
安徽普通高校重点实验室开放基金项目, 编号: CS2020-01

## 基于校企合作的网络直播模式在培养营销类人才教学中的应用研究

杨海玲 滕毅

(浙江医药高等专科学校 浙江 宁波 315100)

**【摘要】**移动互联网时代, 网络直播应用于各行各业, 在教学领域中引入直播模式, 并请企业的营销专家参与互动体验的教学模式, 能最大化的将实际营销场景展现给学生, 能够达到理论和实践体验一体化的教学效果。本文通过互联网直播模式在营销类课程中的实际应用及存在的问题的思考, 探索此模式在营销类课程中的创新实践意义。

**【关键词】**网络直播; 校企合作; 人才培养; 创新研究

**【DOI】** 10.12252/j.issn.2096-6288.2020.09.094

市场营销课程是让学生全方位的了解销售理论、市场和营销技能等知识与能力的销售类课程, 该类课程是一门理论性和实践性并重, 最终以实践能力为最终教学成果体现的专业课程。但是, 该课程课堂教学侧重单纯的理论教学, 由于该课程的就业面向真实的市场, 因此在校内的教室开展实践教学与实际的市场存在一定的局限性, 如何让学生理论知识和真实的市场营销相结合学习, 是培养销售类人才面对的关键问题。互联网的直播教学模式的应用, 并引入校企合作体验式参与教学, 能够更好的培育营销类人才, 加强销售技能型人才培养模式的建立和完善。本文通过作者的教学实践经验, 阐述基于直播平台和校企合作的模式在课堂教学中的创新应用。

### 1 网络直播模式在课堂教学中应用现状

#### 1.1 直播模式引入营销类教学课堂的提出

互联网技术在课堂教学中的应用是实现学生身在课堂内, 视野在课堂外的关键。课堂中, 教师通过互联网平台软件 (例如钉钉软件) 与企业的市场营销人员建立实时联系, 这种实时联系可以是视频连线、语音连线和文字连线。教师与对方建立网络连线, 使教师在过去课堂上用文字或图片做的举例说明改变为视频直播连线, 就是课堂教学无限接近于市场的真实情况。目的是让学生接触真实的销售场景, 而不是单纯的听老师讲理论。

#### 1.2 直播模式在课堂教学中应用的现状

关于直播教学的概念, 目前学界无统一的界定, 有学者认为是采用直播的方式开展教育, 利用直播技术实现教育者和学习者的连通<sup>[1]</sup>。也有学者认为是将直播同教育内容相结合, 提高教育的实效性<sup>[2]</sup>。也有学者认为, 直播教学与传统课堂教学和在线课程教学相比, 直播教学在直播教学进一步突破了时空限制, 既能支持学习者随时随地获取学习服务, 也能营造真实化的课堂情境<sup>[3]</sup>。营销类实践性强的课程, 目前关于直播教学在营销课程类课程的应用还未见相关研究发表。

### 2 校企合作的网络直播授课开展过程

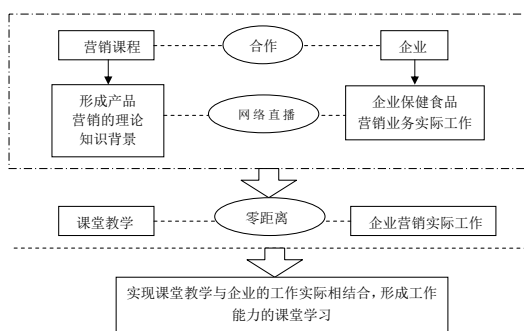


图1 校企合作通过网络直播授课过程图

营销课程采用校企合作的模式, 请具备销售经验的企业销售精英进入直播课堂, 分享销售经验、直播开展营销的过程, 并与学生互动交流, 评价销售开展的效果, 使学生开拓眼界, 体验式学习, 通过如下步骤开展:

#### 2.1 与企业签订课程教学校企合作协议书

#### 2.2 互联网技术的使用

通过钉钉直播软件与企业的市场营销人员在约定好的时间段建立实时连线, 一般连线时间控制在30分钟。连线内容仅限于课堂需要与实际相联系的内容。

#### 2.3 课程教学采用讲授和直播相结合的模式

#### 3 校企合作直播模式课堂教学模式创新意义

##### 3.1 促进学生参与营销课程参与性、互动体验感

学生与企业营销专家互动交流, 体验式学习, 将枯燥的理论与实际市场销售工作相结合, 让学生更多的了解市场。

##### 3.2 利用互联网+直播教学模式, 展现真实营销活动

通过课堂学生与专家实时连线互动, 使学生可以真实的感受产品营销在市场上的真实情况, 缩短了学生与市场之间的距离。

##### 3.3 利用项目化教学小组和翻转课堂等方式将理论教学与实践教学的效果深化

#### 4 直播模式与校企合作进课堂教学模式的问题及建议

##### 4.1 关键在于课前设计, 校企合作注重沟通和实践

授课前与企业销售专家建立联系, 沟通好时间和安排计划, 以防止课堂上课时临时的变动, 确保企业合作专家按时进课堂。

##### 4.2 直播授课过程中, 网络速度和连麦控制很重要

目前的网络直播在营销现场展示过程中偶有网络延迟现象, 画面和声音延迟会使得课程体验效果减弱。随着5G网络和互联网技术的进一步优化和发展, 会越来越适合直播课程的开展。

##### 4.3 直播授课后的授课教师总结和评价体系建立必不可少

### 5 结束语

通过校企合作专家以直播形式进课堂的互联网教学改革实践证明, 此种教学模式能解决空间限制, 达到理论教学和实践互动同时开展的目的, 教学模式灵活多样, 非常适合于营销类课程的改革与发展。

### 参考文献

- [1] 刘佳. “直播+教育”: “互联网+”学习的新形式与价值探究[J]. 远程教育杂志, 2017 (1): 52-59.
- [2] 赵爱霞, 左路平. 手机直播+教育模式初探[J]. 电视研究, 2017 (5): 62-64.
- [3] 周进, 安涛, 韩雪婧. 移动互联网时代下直播教学模式构建与案例分析[J]. 职业技术教育, 2018 (29): 33-38.

### 作者简介:

杨海玲 (1979-), 女, 汉族, 黑龙江哈尔滨人, 浙江医药高等专科学校商学院, 副教授, 硕士, 研究方向医药市场营销及管理。