

# 校企合作背景下电商直播类课程教学 实践与改革路径研究

李武艳, 王雨鹤

安徽新华学院商学院, 安徽 合肥

收稿日期: 2024年6月17日; 录用日期: 2024年7月10日; 发布日期: 2024年7月23日

## 摘要

校企合作指的是学校和企业之间建立的一种人才培养协作模式, 这种协作方式旨在共同培育与市场需求高度契合的杰出人才。特别是高校在电商直播教育领域中, 企业的积极参与为学生们带来了前所未有的学习体验。本文在深入分析校企合作的基础上, 对电商直播类课程的实践与改革进行了详细探讨, 希望能为电商直播类课程教育发展提供借鉴。

## 关键词

校企合作, 电商直播, 教学改革

# Research on the Teaching Practice and Reform Path of E-Commerce Live Streaming Courses under the Background of School-Enterprise Cooperation

Wuyan Li, Yuhe Wang

School of Business, Anhui Xinhua University, Hefei Anhui

Received: Jun. 17<sup>th</sup>, 2024; accepted: Jul. 10<sup>th</sup>, 2024; published: Jul. 23<sup>rd</sup>, 2024

## Abstract

School-enterprise cooperation refers to a cooperative mode of talent training established between schools and enterprises, which aim to jointly cultivate outstanding talents who are highly com-

patible with market demand. Especially in the field of live e-commerce education in colleges and universities, the active participation of enterprises has brought unprecedented learning experience to students. On the basis of in-depth analysis of school-enterprise cooperation, this paper discusses the practice and reform of e-commerce live broadcasting courses in detail, hoping to provide reference for the education development of e-commerce live broadcasting courses.

## Keywords

School-Enterprise Cooperation, E-Commerce Live Broadcast, Teaching Reform

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

电商直播作为近年来兴起的一种新型零售模式,在中国乃至全球迅速崛起,根据艾瑞咨询发布的数据,2023年6月,电商直播用户规模显著攀升至5.3亿,这一数字在网络购物用户群体中占据了高达59.5%的比例[1]。为适应电商直播行业人才需求,各大高校纷纷与企业建立合作关系,为学生寻求实习、项目合作等机会,帮助学生更好地掌握实践技能和经验,培养与企业需求相匹配的人才。

通过与企业的紧密合作,学生们能够第一时间掌握电商直播行业的最新资讯、发展趋势以及行业对人才的需求,从而确保教育教学的针对性和实效性。此外,企业的参与不仅为学生提供了宝贵的学习资源,更为他们提供了将理论知识转化为实际操作能力的机会。这样的教育模式,真正实现了理论与实践的紧密结合,让学生在学的同时,也能感受到职业成长的魅力。

## 2. 电商直播类课程开展校企合作教学的必要性

### 2.1. 应用型教学改革的必然要求

电商行业发展日新月异,对教师的“教”和学生的“学”都提出了严格的要求。在培养应用型人才的过程中,学校如何让所授知识与时俱进,符合当下人才需求,除了教师主动自我更新知识库,还需要企业的助攻。在传统的教学活动中,教师采用的大都是单方面输出的方式,很难全方位激发学生的学习积极性。在校企合作模式下,学校和企业以学生为中心,全方位辅助学生建构所学知识,引导他们主动发现问题、解决问题,养成良好的行业敏感度。

电商直播类课程是为了适应当下电子商务教育的新形势,使学生掌握前沿的电商技能,使电商直播人才朝着高素质、职业化、规范化发展所设立的课程。利用校企合作,不仅可以让高校人才培养更贴合社会所需,提高学生的就业竞争力,还可以为企业输送高质量的毕业生。

### 2.2. 电商直播类课程的属性使然

电商直播类课程中,涉及商品选择、直播策划、主播话术、店铺运营、客户管理、数据分析等多个实践环节,见图1。实践部分占据整个教学的大部分[2]。因此,在教学实施过程中,要遵循“理论与实践相结合”的原则,在教授理论知识的同时,及时开展对应知识的实践。

由于电商直播实践课程的重要性,要求学生在实践中反复思考,归纳并掌握该行业的理论技巧。通过校企合作,学校在完成理论教育之后,再由企业接力,联合学校建立直播实训基地,为学生提供直播

账号、货源支持等实践资源,让学生在实践中加深对理论知识的消化。通过“理论学习—实践应用—指导岗位工作”这一连贯的环节,高效的完成教学目标。除此之外,校企合作模式还能为学生提供更多关于电商直播的实务工作,大到一个电商直播公司如何运营,小到一场电商直播活动如何开展。因此,开展电商直播类校企合作课程具有十分重要的现实意义。

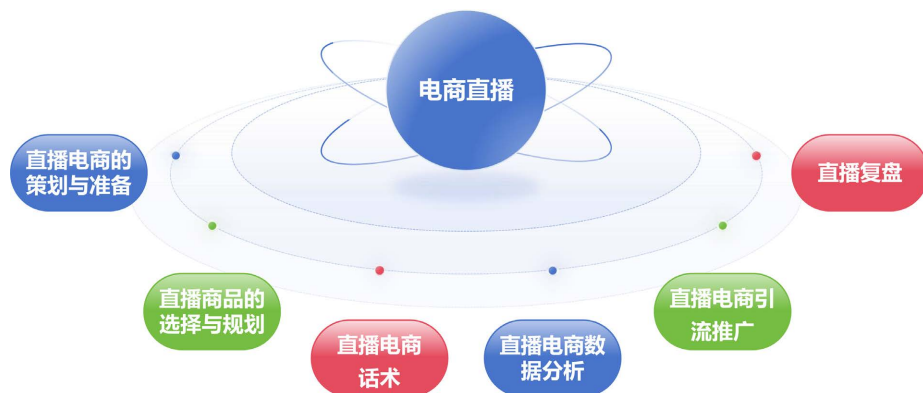


Figure 1. E-commerce live streaming course system  
图 1. 电商直播类课程体系

### 2.3. 就业导向的培养目标

校企合作的重要目的之一就是培养学生的就业竞争力。合作企业为学生提供项目实践机会,学生从中获得实践经验,掌握专业实际技能,提升了就业竞争力,在未来的求职中更容易获得青睐。近年来,求职难成为应届毕业生无法言说的痛,相比毫无经验的应届毕业生,企业更愿意招聘在校期间有实习经验,对求职岗位有所了解,能够快速上手的应届毕业生。实践出真知,校企合作协同育人,为学生提供了一个将所学知识应用于真实场景的机会,让他们在实践中加深对理论知识的理解,并将其转化为实际操作能力[3]。

对企业来说,合作过程中,也能从中发现潜在的优秀人才,减少招聘成本和入职培训成本,从源头上保证了人才的实用性和实效性。

## 3. 校企合作背景下电商直播类课程教学中存在的问题

### 3.1. 教学与实践脱节

目前,不少高校的“校企合作”主要采用的是“课程植入”的模式,该模式主要体现了“教”和“学”的环节,企业能够为学生提供的实践有限,导致学生学完之后,将其付诸实践的机会不多,难以将理论知识转化为实际操作能力。另外,由于一个班级人数较多,而校企合作过程中,企业提供的实践机会有限,无法让所有学生都能获得实践的机会,最终导致实践资源分发不均的情况。

### 3.2. 合作深度不够

校企合作往往只签订一定时间的合同,如一个学年、一个学期、或者一个项目周期,缺乏长期稳定的合作模式。有些校企合作往往只流于表面,缺乏深度的产教融合,合作形式主要集中在简单的带学生参加实习、参观企业等方面,这些活动虽然有助于学生了解合作企业,但缺乏深入的合作和交流,创新性和实践性不足,企业注重的是经济效益,而校企合作在短时间内很难为企业创造收益,如此,企业便不愿投入过多精力到校企合作项目中。另外,在当下的法律法规框架下,并没有规定校企双方在合作中

应该履行的权利和义务,这也使得校企合作缺乏稳定性,往往会因一些客观原因导致合作中断,如企业方或者校方对接人员的变动、政策的调整等。

### 3.3. 课程内容与市场需求不符

电商直播是一个变化极快的行业,新技术、新规则、新玩法层出不穷。然而,学校所教授的课程内容往往侧重于理论知识,对最新行业信息及新出现的技术更新明显滞后于市场需求。而且,教育部门或者学校在制定教学计划时,往往与市场需求部门的信息交流存在滞后性,导致课程内容不能及时反映当前电商直播市场的最新趋势和发展。另外,消费者不断变化的消费习惯,使得他们对直播内容的期待和需求也在不断发生改变。例如消费者对直播过程中的互动性需求、真实感体验的需求,而学校传授的内容却并未涉及这些内容。

### 3.4. 师资队伍和培训资源有限

电商直播作为近几年新兴的一门课程,需要一些具备相关实践经验和专业知识的教师来授课,然而,目前很多高校可能缺乏这样的教师资源,直接影响了教学质量和学习效果。由于电商直播涉及到市场营销、网络营销、企业运营等多个领域,教师需要丰富的实战经验才能有效的传授知识,不少学校为了弥补这一缺口,选聘企业兼职教师授课,但这类教师数量不多且教学管理能力欠佳,这也影响了教学质量。

### 3.5. 评价机制不完善

校企合作的评价应涵盖学生的学术表现、职业技能、团队协作能力、创新能力等多个方面,但现有的校企合作评价机制往往过于关注学生在实践环节的表现,如实习成绩、实训报告等,而对于学生在理论知识掌握方面的评价则相对较少。另外,在校企合作中,学校往往承担主要的评价角色,而企业的参与度相对较低。这种以学校为主的评价方式可能无法全面反映学生在企业实践中的真实表现。

## 4. 校企合作背景下电商直播类课程教学实践与改革路径

### 4.1. 深化实践教学环节

#### (1) 创造实践机会

学校应创造条件为学生提供更多的实践机会,如组织电商直播项目、开展电商直播相关的比赛等,让学生在实践中掌握电商直播的实践技能。在课程教学上,可以引入真实的企业案例,让学生更好的了解电商直播行业的运作流程及行业的前沿需求。

#### (2) 共建实训基地

学校与企业合作,共同建立电商直播实训基地,提供真实的直播环境,包括直播间搭建、设备配置等,让学生在实际操作中获得学习和成长。例如,安徽新华学院的电商直播实训团队就是一个很好的例子,通过与企业合作,让学生在真实的直播场景中实践。企业也可以为学生提供实习机会,吸纳学生为直播间助理,让学生参与企业正在进行的项目,让学生真真正正的进入职场,了解电商实战过程中可能涉及到的各种细节,提升学生的沟通与协调能力,策划及执行能力。

### 4.2. 完善校企合作机制

#### (1) 建立长效合作机制

学校和企业应建立长期稳定的合作机制,签订长期稳定的合作协议,明确双方的权利和义务,为合作提供法律保障,确保合作能够持续进行,并在合作过程中不断优化合作内容和形式。学校和企业应明确电商直播类课程的培养目标,确保双方对于合作的目的和方向有共同的认识。制定详细的合作计划,

包括课程设置、实践教学、师资共享、学生实习等方面, 确保合作内容的全面性和系统性[4]。

#### (2) 加强校企沟通和交流

学校和企业应建立定期沟通机制, 如定期召开座谈会、研讨会等, 加强双方之间的信息交流和合作推进。鼓励学校教师和企业导师之间的交流和合作, 共同制定课程大纲、教学内容和教学方法, 提高课程的针对性和实用性。

### 4.3. 创新课程设置与共建

#### (1) 创新专业课程设置

电商直播类课程具有变化速度快, 实践性强的特点。因此, 高校和企业在进行课程设置时, 要结合社会和企业实际需求, 共同制定人才培养计划, 大胆创新电商直播类课程的设置。在理论课程和实践课程的分配上, 要加大实践课程的比重, 削弱理论教学的内容, 以培养学生的实战能力和创新能力为目标。

#### (2) 共建专业课程

在课程的开发上, 学校要紧跟行业发展, 与时俱进的更新课程, 避免无用陈旧的知识或实践。可以邀请企业共同参与课程的开发和设计, 结合行业前沿技术和市场需求, 共同开发电商直播相关课程, 确保课程内容的实用性和前瞻性。

### 4.4. 加强师资队伍建设

#### (1) 开展校企师资互换

学校可以邀请具有丰富电商直播经验的企业导师参与教学, 为学生提供实践指导和经验分享。企业导师可以分享他们的实战经验、行业洞察和市场最新趋势, 帮助学生更好地了解市场需求和行业规范[5]。同时学校教师也可以从企业中获得最新的行业信息和企业实践经验, 提高教师的教育教学水平。这种互动使得学校培养的人才更符合企业的实际需求。

#### (2) 加强教师培训

学校应加强对教师的培训和发展, 提高教师的专业素养和实践能力, 使其能够更好地适应电商直播课程的教学需求。如组织教师参加线下培训课程、研讨会、工作坊等活动, 与行业内专家面对面交流, 深入了解电商直播的实践经验和细节。安排教师在电商直播实训基地进行实践操作, 亲自体验电商直播的全过程, 加深对电商直播技能的理解和掌握[6]。另外, 还可以邀请企业中的电商直播专家担任培训师, 为教师提供实践指导和经验分享。

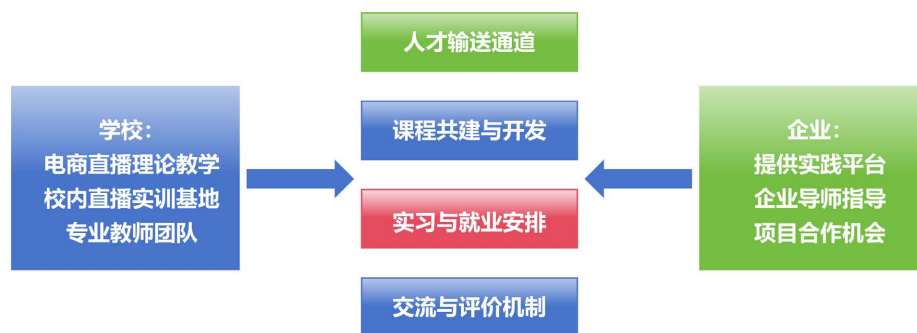
### 4.5. 建立多元综合评价体系

#### (1) 建立多维度的评价体系

多维度评价学生的理论和实践, 如技能掌握、实践技能、职业素养等, 避免教师的单一评价。邀请合作企业的导师或负责人对学生进行评价, 确保评价内容与企业实际需求紧密对接。邀请电商直播领域的专家对学生的作品或项目进行评价, 提供专业的指导和建议[7]。

#### (2) 定期反馈和持续改进

校企双方要关注电商直播行业的最新动态和趋势, 及时调整评价标准和内容, 确保评价体系的前沿性和实用性。学校定期向学生和合作企业反馈评价结果, 帮助学生了解自己的优势和不足, 为后续改进提供依据。根据反馈结果和行业需求变化, 及时调整评价标准和方法, 确保评价体系的科学性和有效性, 建立一个全面、客观、公正的电商直播课程评价体系, 为培养学生的实践能力和职业素养提供有力支持, 见图 2。



**Figure 2.** Figure of talent cultivation model for school enterprise cooperation in e-commerce live streaming courses  
**图 2.** 电商直播类课程校企合作人才培养模式图

## 5. 安徽新华学院电商直播类课程校企合作实践

在我国积极推进高等教育“应用型本科教育模式”的大背景下，安徽新华学院电子商务专业敏锐地捕捉到了产业市场的迫切需求，携手电商企业共同开辟应用型人才培养的新路径。搭建校企合作双主体育人平台，培养具备高素质、强实践能力的应用型人才。在这一过程中，不断探寻校企合作的创新模式，力求在双主体的实践中实现教育的最大价值。安徽新华学院电商直播课程开设已三年，课程定位于培养具备电商直播基础知识和运营能力的高素质应用型人才，满足电商行业的人才需求。目前，该课程通过与企业进行合作，获得了突出的成就。

### 5.1. 实地走访电商直播企业

安徽新华学院电商直播类课程的教师团队多次前往黄山地区的企业进行实地走访调研，如猴坑茶叶、芦荔村水稻合作社等，深入了解企业的电商直播运营模式和实际需求，拓宽了学生对电商直播的行业认知。通过实地走访企业，学生可以深入了解企业的运营模式、人才需求、行业趋势等，从而增强实践能力，拓宽职业视野，促进职业规划。为了确保农产品的持续稳定销售，还与安徽省内的多家农产品生产企业和农户建立了长期稳定的合作关系。这种合作模式不仅为农户带来了实实在在的经济收益，也为我校商学院的学生提供了宝贵的实践机会和平台。

### 5.2. 依托校企合作项目实现共赢

合肥三只羊网络是国内知名电商直播公司，在相关行业及学校行政部门的支持下，安徽新华学院与其建立了电商社群营销合作项目，校企双方充分发挥各自的优势，共同构建一个以社群营销为核心的新型合作模式。安徽新华学院提供强大的学术支持和人才储备，为三只羊公司的社群营销项目提供智力支持和创意灵感。同时，三只羊公司也借助其丰富的实践经验和市场资源，为学院的教学和科研工作提供有力支持。目前该项目为电子商务专业一到三年级共三百多位学生提供了实践的机会。学生们在实践中了解了电商直播公司的业务模式，培养了电商销售能力，提升了社会实践能力。

### 5.3. 邀请企业老师进校园

对于一些专业性较强的课程，如内容营销、短视频运营、直播运营等，安徽新华学院邀请了合作企业如聚光直播等校外老师为学生授课，企业老师通常在电商直播行业具有丰富的实践经验，他们能够将最新的行业趋势、市场动态、技术变革等前沿知识带入课堂，使学生能够及时了解和掌握电商直播的最新发展。由于企业导师具备丰富的实践经验，他们的课程通常更加注重实用性，能够帮助学生将所学知识应用到实际工作中，提高课程的实用性和有效性。

#### 5.4. 鼓励教师深入企业实践

为丰富教师的电商直播经验, 深入了解电商直播行业的运作流程和实际操作, 帮助教师将理论知识与实际操作相结合, 安徽新华学院鼓励教师利用寒暑假深入合作企业学习先进的行业知识, 了解行业前沿技术和市场动态。通过搭建校企合作平台, 与多家电商直播相关企业建立长期合作关系, 为教师下企业提供了丰富的实践资源。

#### 6. 结语

校企合作背景下的电商直播类课程教学实践, 不仅促进了学校与企业之间的资源共享和优势互补, 还推动了课程内容的更新和教学方法的创新。同时, 这一模式也为学生提供了更多实践机会, 使他们在实践中不断学习和成长。然而, 校企合作背景下的电商直播类课程教学实践与改革仍面临诸多挑战, 在双方协同育人过程中, 必须注重实践课程的开展, 为学生提供更多的实践机会。深入完善校企合作机制, 校企双方加强沟通和协作, 互惠共赢。在师资队伍建设上, 开展校企师资互换, 加强对教师的专业性培训。建立多维度的评价体系, 定期反馈和持续改进评价方式。总之, 在当前工作领域分工日益明确和精细化的趋势下, 我们必须敏锐地捕捉到每一个教育的契机。特别是在快速发展的直播电商行业中, 通过校企合作, 在课程改革和实践中, 为社会培养更多优秀的电商直播人才。

#### 基金项目

聚光直播校企合作创新实践基地; 项目编号: 2022xqjdx05。

#### 参考文献

- [1] 刘旭颖. 直播电商仍是“618”大促焦点[N]. 国际商报, 2024-06-20(002).
- [2] 刘君亮. 校企合作直播项目助力乡村振兴新路径研究[J]. 上海商业, 2023(10): 19-21.
- [3] 孟泓露. 产教融合背景下五年制高职校企合作模式的创新探索——以电子商务专业为例[J]. 教育视界, 2024(16): 49-54.
- [4] 王易. 产教融合视阈下的直播电商类课程教学创新[J]. 老字号品牌营销, 2024(1): 213-216.
- [5] 王丽丽. 高职院校与MCN机构“三多”校企合作模式研究[J]. 国际公关, 2023(21): 182-184.
- [6] 林禄苑. 职业本科直播电商人才“订单式”培养路径研究——以电子商务专业为例[J]. 济南职业学院学报, 2023(5): 24-27.
- [7] 潘双鸿. 产教融合视域下融媒体电商直播制作中心校企共建分析[J]. 教育观察, 2023, 12(34): 116-119.