

基于OBE理念的电子商务专业直播课程群 教学改革与研究

王雨鹤, 王慧慧

安徽新华学院商学院, 安徽 合肥

收稿日期: 2024年1月29日; 录用日期: 2024年3月20日; 发布日期: 2024年3月28日

摘要

安徽新华学院电子商务专业的直播类课程已开设两年, 目前课程存在课程实践内容缺乏、实际教师行业经验缺乏、直播技术迭代快、评价方式单一、立德树人不深入的五大问题。为解决以上问题, 本文从直播课程群建设的角度出发, 基于OBE理念, 对直播课程群进行了相关改革举措的研究, 旨在培养出符合直播电商行业需求的专业性人才。

关键词

OBE, 直播课程群, 电子商务教学改革

Teaching Reform and Research of Live Course Group for E-Commerce Major Based on OBE Concept

Yuhe Wang, Huihui Wang

College of Business, Anhui Xinhua University, Hefei Anhui

Received: Jan. 29th, 2024; accepted: Mar. 20th, 2024; published: Mar. 28th, 2024

Abstract

The live broadcast course of E-commerce major in Anhui Xinhua University has been offered for two years. At present, there are five major problems in the course: lack of practical content, lack of industry experience of actual teachers, fast iteration of live broadcast technology, single evalua-

tion method, and lack of in-depth cultivation of ethics. In order to solve the above problems, from the perspective of the construction of live streaming course groups, based on the concept of OBE, this paper studies the relevant reform measures of live streaming course groups, aiming to cultivate professional talents who meet the needs of live streaming e-commerce industry.

Keywords

OBE, Live Course Group, E-Commerce 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. 研究背景及研究现状

随着直播电商产业的不断发展,安徽新华学院商学院电子商务专业自2022年新开设了《短视频运营》、《电商的流量思维》、《电商直播实务》、《内容爆品实训》等与直播电商紧密结合的实践类课程。此类课程旨在通过理论知识教学和实践教学,围绕直播电商企业人才需求及岗位设置培养出一批符合社会主义核心价值观、具有创新创业能力的直播电商人才。

目前,国内外学者对电子商务专业及直播课程的实践教学改革已经展开了广泛而深入的研究,并获得了丰富的研究成果。徐奕文以《电商新媒体直播课程》为例,用CDIO教育理念给予了教学改革的指导路径,提出利用CDIO产品生命周期,把电商直播教学用直播前构思、直播流程设计、直播实施和直播运行作为课程载体,倡导企业项目化课程设计,实践教学,问题探究式教学和案例、情景教学法,合理运用到教学改革中[1];安徽大学汪怡等人指出,电商专业要从课程教学目标、课程内容、课程教学实施、过程性考核设计及基于成果的持续改进五个方面重构教学[2]。但现有的研究成果大多集中于单一课程或某一门课为视角去研究课程的改革,而较少基于学习成果导向和专业人才能力培养目标,对电商专业整体的实践教学体系来进行逆向设计教学。

2. OBE 概念解读

“Outcome-based Education”(简称OBE)于20世纪80年代在美国兴起,经过不断的发展,这种“以学生为中心并基于成果导向”的先进教育理念得到普遍认可和广泛应用。我国自2013年加入《华盛顿协议》后,OBE成为全面推动我国工程教育专业认证和高等教育教学改革的主导教育理念[3]。OBE(Outcome based education, OBE)教育理念,又称为成果导向教育、能力导向教育、目标导向教育或需求导向教育。OBE教育理念是一种以成果为目标导向,以学生为本,采用逆向思维的方式进行的课程体系的建设理念,是一种先进的教育理念。它的核心内容和教学流程是确定学习成果、构建课程体系、确定教学策略、自我参照评价最终逐级达到顶峰[4]。使学生在毕业时真正学有所获、精准就业,实现个人价值的同时,满足社会岗位需求。

3. 直播课程实践教学现状

安徽新华学院电子商务专业的直播类课程已开设两年,全体教师在不断的探索下,在学生竞赛、创新创业、实践方面已经取得了不少教学成果。但面对瞬息万变的岗位需求及直播行业技术的发展,此类课程仍存在如下痛点问题。

3.1. 课程实践内容缺乏、理论脱离实际

传统课程侧重理论知识的传授,而忽视了实际操作的训练,教师缺乏直播电商行业从业经验,学生也随之缺乏实际操作经验。电商直播涉及到视频录制、音频、直播平台操作、数据分析等多方面的实践技能,学生在实际操作中遇到困难,需要更多的实践机会和指导。几门直播类课程都是孤立、碎片式的教学。每节课的内容以直播理论教学开始,以枯燥的模拟实训结束。很多学生在课程结束后,甚至从未真正运营过短视频账号、未走入手机镜头进行直播实践。毕业后会面临从理论到实践的转化困难[5]。

3.2. 教师行业经验缺乏、跨学科能力不够

直播电商类课程涉及到营销、摄影、视频剪辑、直播运营、销售、数据分析等多个领域的知识,教师需要具备跨学科的知识储备,确保教学内容的全面性和专业性。但该课程大多数教师仅具备网站建设、网店运营、电子支付等传统电商知识的基础知识。对于直播企业需要的知识和技能,教师的实践经验较为缺乏。

3.3. 直播技术迭代快、教学设备匮乏

我校电子商务原先建设的创客实验室主要服务传统电商课程,目前已不能充分满足直播电商类课程的教学需求。如直播教学需要的绿幕、提词器、直播支架、声卡等教学设备都较为缺乏。此外,直播电商平台和工具的更新换代速度较快,课程无法及时跟进最新的技术和工具,无法提供先进的教学设施和资源,影响了直播电商类课程的教学效果。

3.4. 评价方式单一、课程联动薄弱

目前电子商务专业直播类课程均采用平时成绩加期末成绩的考核方式对学生的成绩进行评价。但在OBE理念基于学生成果为导向的教学模式下,我专业缺乏一套规范的学生成果评价体系,对学生在教学过程中获得的直播知识、直播时间能力及素质情况的考核重视不够,考核与评价的完整性和全面性不足。

此外,直播电商产业从短视频运营、直播运营到直播数据分析是融会贯通、互相紧密关联的。因此,学生的成果产出更为综合,若将学生的成果割裂开来分配至不同课程,也是不够科学严谨的[6]。

3.5. 立德树人不深入、课程思政不充分

直播实践类课程为新开设的课程,目前缺乏统一的标准和要求,课程组尚未建立完整的思政案例库和课程资源。加上学生对于直播课程的需求和兴趣点差异、技术和平台限制。导致课程整体育人元素不够、思政教学手段挖掘不充分。

4. 直播课程群教学改革研究思路

本课程群立足直播企业岗位需求及用人需求,在安徽新华学院率先提出直播课程群改革方案,通过打破电商专业间和直播课程间的壁垒、整合课程内容和教学资源、构建立体检测的能力测评系统等方面,实现直播课程群的协同和群聚效应。将多门直播实践类课程建设为层次递进、交叉互补、协同优化的能力导向体系,打造为特色鲜明的能力导向、虚实协同的“直播理论与实践”课程群。具体举措如下:

从教学痛点出发,紧扣直播电商行业发展趋势及人才需求,建立“教、学、赛、证、创、用、研”七位一体人才培养模式[7]。

4.1. “教”：双师同台、校企合作

为深化校企协同育人新模式,丰富课程群的教师队伍,电子商务专业积极从电商专业安徽省校企合作实践基地——“聚光直播”引进高级管理及运营人才成为课程的“企业导师”。通过入校讲座、开展

教学沙龙的形式实现“双师同台”，建设“企业导师 + 双能型教师”的教师队伍。为提升电子商务教师队伍的整体实践水平及实战经验，电商专业教师也将定期在寒暑假前往省内优秀电商企业进行顶岗实习和行业培训，在主播岗位、运营岗位、短视频后期等岗位深入学习、积累经验。从而确立教师的教学组织者和职业导师角色定位。

4.2. “学”：学在校园、学在企业

一方面，把企业工作环境引入课堂。课程群将紧随行业发展趋势和用人需求，不断优化人才培养方案、升级迭代课程内容，共建线上线下课程。另一方面，电商专业学生定期前往直播企业调研及认知实习，拓宽学生的行业视野。企业导师将对学生进行多维度的实践指导。

4.3. “赛”：以赛促创新、以赛促竞合

课程群将合作开设“电商直播大赛”及“网店运营大赛”。以赛促创新，以赛促竞合，培养了学生创新思维及创业能力、团队合作能力和竞争拼搏的精神。

4.4. “证”：实施证书制度、紧扣企业需求

通过直播课程群的建设，逐步实施“1 + X”证书、“互联网营销师”以及多种相关证书考核制度，并与传统考试评价相结合。结合本地企业的人才需求，结合学院自身条件，培养具有安徽特色的应用型电商人才。让学生在获得理论知识与实践能力的同时，在毕业前无需额外花精力就能获得相应的应用型职业技能证书。并借此建立一支理论与实战并重的教师考核队伍[8]。

4.5. “创”：师生协作、共创收益

在新商科、新文科背景下，依托合作企业资源的硬件优势、供应链优势、客户优势、主播达人优势，充分发挥产教融合、协同育人模式，探索出产教融合的新路径。

4.6. “用”：学以致用、商以兴邦

课程将共建对接企业与学生的“网络用学平台”（微信公众号、微信群、抖音账号、QQ群等），围绕在直播电商选品、策划、运营过程中的需求，提前发布用人需求中的知识技能需求和对应的课程培训资源（共建或自有资源），提前引导定向的技能培训，以此提高人才招聘的效果[9]。此外，学生亦可根据自己的特长和兴趣爱好，主动选择相应的实践知识模块。

4.7. “研”：探索直播发展、着眼智慧未来

不同于职业院校的电商人才培养战略，通过直播课程群的教学，培养出会实战的电商应用型人才，也会培养学生的科研能力，共同探索直播电商的发展和新型趋势。课程组针对致力于科研且有一定科研潜力的学生开设科研规范及科研工具讲座。既能培养学生对电商行业的科研素养和科研能力，也能弥补企业在申报项目过程中的学术短板。此外，依托校企合作的资源，课程组将深化产教融合，共同申报优质项目，促进行业发展[10]。

5. 直播课程群教学改革实施路径

本次教学改革以 OBE 学习成果为导向，旨在通过打破电商专业间和直播课程间的壁垒、整合课程内容和教学资源、构建立体检测的能力测评系统等方面，实现直播课程群的协同和群聚效应[11]。

旨在通过整合和应用新技术、新教学方法、新知识和新素养，来提升教育教学的质量和效率，在这

过程中教师不断更新自己的教学理念和方法, 注重培养学生的创新精神和实践能力, 从而提高教学质量和学生的综合素质。

5.1. 新课程内容: 教学模式重塑, OBE 理念融入

新课程以直播电商行业岗位需求为导向, 《直播销售与主播素养》、《短视频运营实训》、《直播电商数据分析》等课程将围绕特定主题开展教学内容, 融入 OBE 理念, 采用项目驱动式进行教学(如图 1

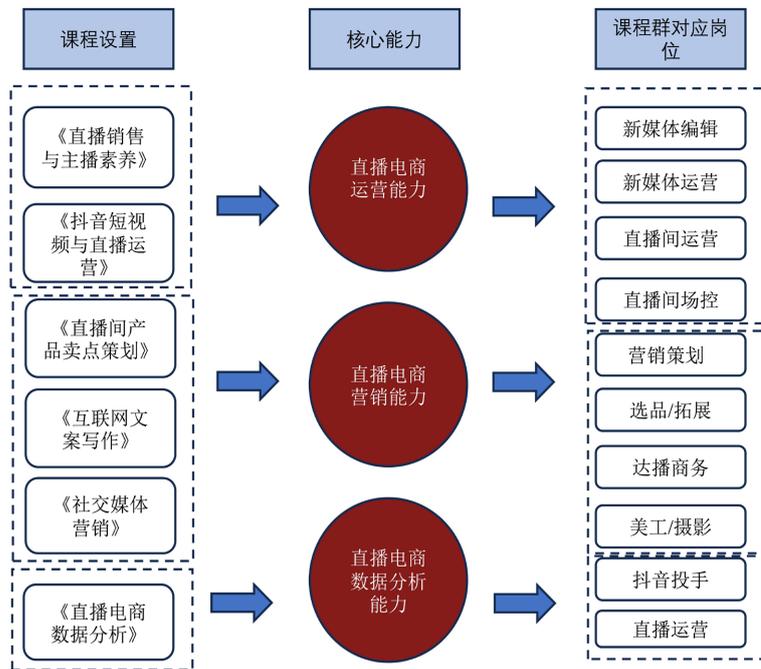


Figure 1. Setting of live course group
图 1. 直播课程群设置



Figure 2. Course contents of Practice of E-commerce Live Steaming
图 2. 《电商直播实务》课程内容

所示)。以《电商直播实务》为例,课程组将传统教材的8个孤立单元重构为“一个主题,六个任务”。即以“东方古艺,抖转新遗——助力非物质文化遗产传承”为主题构建六大实践任务:直播商品选择、直播脚本策划、团队场景搭建、直播引流推广、直播平台实战和直播数据分析。每个任务分别对应一项直播岗位工作内容。采用“三段五步教学法”,通过创设不同的工作情景,让学生直接产出对应的工作成果。项目式的教学内容可以满足电商行业发展的最新理论和实践经验的需要。具体课程内容如图2所示。

5.2. 新教学方法: 教学场景创新, 教法学法改革

新教学方法强调“学生为本”开展校内校外和线上线下混合式教学,注重学生的主动性、能动性和综合性的培养。在教学过程中通过将企业引进来方式,解决学生与企业脱节的痛点问题,同时带学生走出去,带学生到企业进行学习、调研和实践,解决学生实践不足、实践难的问题,拓展学生的认知,促进学生学习的积极性和成就感,具体框架如图3所示。

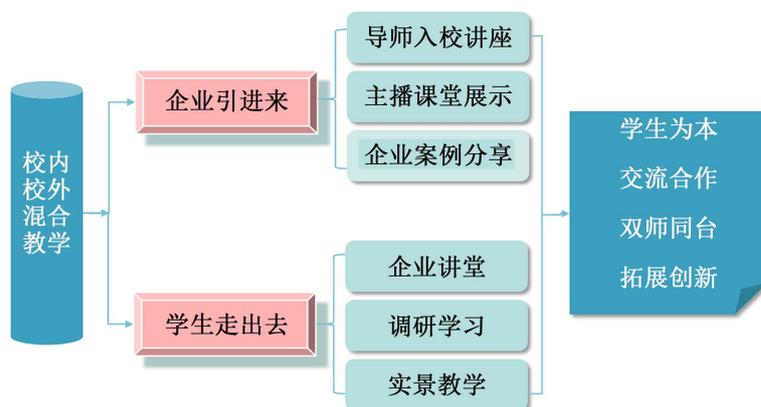


Figure 3. Framework of new teaching methods
图3. 新教学方法框架

5.3. 新教学设备: 紧扣行业发展, 共享课程设备

为解决直播技术迭代快、教学设备匮乏的问题,本专业欲与校企实践基地合作,定期前往企业实地调研直播设备搭建策略。通过本次项目建设,不断完善和更新与直播教学相关的课程设备,并升级“创客实验室”,将课程硬件和软件设备共享给课程群教师使用。

5.4. 新考核方法: 评价系统重构, 评价质量提高

针对评价方式单一、课程联动薄弱的问题,电子商务专业欲重构立体化、联动化的评价体系。第一,课程群欲建立融合教师评价、生生互评及企业导师评价的“多主体评价”模式。例如,QQ班级群相册学生作品点赞评价及雨课堂学生作品投票评价;企业导师考核纳入实践考核评价。第二,加大雨课堂等信息技术教学平台自动反馈的“智能评价”模式力度。第三,可采用包含过程评价、结果评价及增值评价的“多元化评价”模式。例如,学生的账号收益、直播作品表现力、非遗商品的选品特色等凸显学生个性及能力的成果都可以纳入增值评价。第四,构建了检验学生情感态度、思维表现、行为表现的“多维度评价”模式。新的教学评价体系不仅能够更全面地了解学生的学习情况和发展状况,而且能因材施教促进学生个性化发展,培养符合不同直播电商行业岗位需求的人才。

5.5. 新时代思政: 课程思政融入, 育人价值塑造

挖掘课程的特色思政元素,有机融入教学全过程。结合直播课程群对应的工作任务和岗位,旨在引

导学生树诚信经营之“风”、立遵纪守法之“骨”、铸爱岗敬业之“躯”、补社会责任之“钙”、追创新进取之“梦”、生胸怀国家之“情”，对于培养德智体美劳全面发展的社会主义建设者和接班人具有重要意义。具体思政要素融入如图 4 所示：

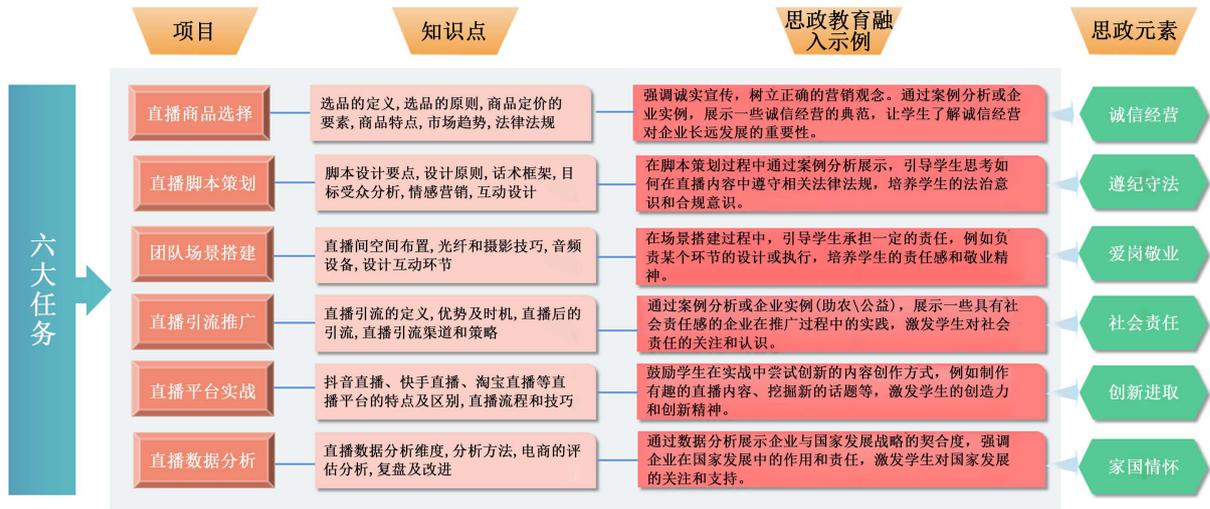


Figure 4. The content of the curriculum ideological and political elements

图 4. 课程思政要素融入内容

6. 结语

6.1. 产学研深度融合

电子商务专业将进一步加强与电商行业企业的合作, 共同开展产学研项目, 推动教学成果与行业需求的深度融合, 培养更符合行业标准的人才; 为有创业意向的学生提供运营咨询、选品咨询等相关指导; 整合直播上下游产业资源, 为学生提供行业资源、创业空间、创业机会、创业基金、政策申报协助等支持; 校企联合各类创客空间、本地创业园、创业帮扶组织及行业协会, 组织创业课程培训。

6.2. 跨界跨学科创新

未来的教学将鼓励学生跨界学习, 同时通过电商“微专业”的开设, 广纳电子商务专业之外校内致力于电商行业发展的人才, 引入艺术、心理学等跨学科知识, 培养学生的创新思维和跨界融合能力, 为电商直播行业带来更多创新力量。

6.3. 社会责任教育

课程未来注重培养学生的社会责任感和可持续发展意识, 鼓励他们在电商直播实践中关注环境、消费者权益等社会议题, 引导学生成为具有社会担当的电商人才。

6.4. 智能化发展

未来教学过程中, 将大数据、人工智能在电商直播中广泛应用, 如 AI 直播间的打造及应用, 适应时代发展新趋势。

6.5. 全球化视野

电子商务专业将积极推动国际交流与合作, 涉足跨境电商领域, 为学生提供更多国际化的学习和实

践机会, 培养具有全球视野和国际竞争力的电商直播专业人才。

基金项目

项目名称: 聚光直播校企合作创新实践基地; 项目编号: 2022xqjdx05。

参考文献

- [1] 徐奕雯. 基于 CDIO 教育理念的新媒体电商直播课程教学改革和实践[J]. 国际公关, 2022(15): 119-121.
<https://doi.org/10.16645/j.cnki.cn11-5281/c.2022.15.010>
- [2] 汪怡, 梁坤, 何军. 基于 OBE 理念的跨境电子商务理论与实务实践课程教学改革研究[J]. 创新创业理论研究与实践, 2023, 6(3): 149-152.
- [3] 侯丽华. 基于 OBE 理念的人才培养模式改革与实践[J]. 长春工程学院学报(社会科学版), 2022, 23(2): 116-120.
- [4] 陈逸璇. 基于项目化实践教学的电子商务专业改革研究[J]. 职业, 2023(23): 55-58.
- [5] 孟迪云, 于非非, 李建平, 等. 真实项目驱动下电子商务类专业实践教学改革创新[J]. 科幻画报, 2023(5): 252-253.
- [6] 汪彦, 罗杰, 肖静. 基于项目驱动的团队协作式实践教学探索——以《移动电子商务》课程为例[J]. 产业与科技论坛, 2023, 22(4): 134-135.
- [7] 王倩文. 电子商务专业项目化实践教学与改革[J]. 老字号品牌营销, 2022(19): 188-190.
- [8] 沈新淇, 谈璐. 文旅旅游视角下职教本科电商专业新媒体方向人才培养改革路径探究——以南京工业职业技术大学为例[J]. 旅游纵览, 2021(6): 173-176.
- [9] 徐慧丽, 李琴. 应用型本科院校电子商务专业课程群建设探索[J]. 科技经济市场, 2021(1): 126-128.
- [10] 郑丽. 应用型高校商科学生专业核心能力培养的课程群建设与实践[J]. 黑龙江教育(理论与实践), 2023(12): 59-61.
- [11] 吕园园, 梁琳. 市场营销课程群思政建设路径探析[J]. 高教学刊, 2023, 9(27): 173-177.
<https://doi.org/10.19980/j.CN23-1593/G4.2023.27.042>