

互联网场景下电商教师专业发展策略研究

刘士忠, 刘静

北京电子科技职业学院, 北京 100176

摘 要 : 在互联网时代, 电商场景化可以促进教师专业发展。在互联网场景下研究教师专业发展策略, 需要从教育理念、电商教师素质和如何根据企业、学生需求, 进行电商场景化设计, 以满足教师专业成长。

关 键 词 : 场景; 策略; 教师专业发展

Research on the professional development strategies of e-commerce teachers in the Internet scenario

Liu Shizhong, Liu Jing

Beijing Polytechnic, Beijing 100176

Abstract : In the Internet era, the e-commerce scene can promote the professional development of teachers. By studying the strategies of teachers' professional development in the Internet scene, this paper makes an in-depth analysis from three directions, namely, education philosophy, teachers' quality and how to design the e-commerce scene according to the needs of enterprises and students, so as to meet the needs of students to improve their professional skills and meet the requirements of enterprises, and explores the strategies needed for teachers' professional growth.

Keywords : scene; strategies; teachers' professional development

一、电商发展及电商教师专业发展面临的问题

电商行业从早期的在线交易平台发展到如今的多元化平台。出现了社交电商、直播电商、社区团购等多种新型电商模式。电商教师的专业发展面临着多种挑战和问题^[1], 电商领域的技术和模式变化迅速, 如移动支付、社交电商、直播带货等, 这要求教师不断学习新知识。

二、场景化思维重要性

场景化思维, 就是用场景来进行相关问题的思考^[2]。基于满足消费者需求的各大电商平台的场景的实现, 电商场景化可以更好地引导消费者购买产品, 使用该产品。

一个用户会有各种各样的场景需求, 这些可以让卖家进行场景营销, 卖家也可以根据场景需求进行设计, 以便吸引到更多的精准人群, 进而转化。场景即用户, 不同的用户带来不同的场景, 用户是场景的主角^[3], 用户的需求就是产品所提供的服务, 将电商各场景组合打通, 全渠道布局, 最大化利用流量, 这样形成产品为用户提供需求的闭环。

三、互联网场景下电商教师专业发展策略

互联网场景下电商教师提高专业发展能力, 需要从教育理念、电商教师素质和如何根据企业、学生需求, 进行电商场景化设计, 以满足学生提高专业技能, 达到企业要求的目标三个方向

进行深入分析。

(一) 教育理念

电商教师的教育理念是指导教学行为的重要思想基础^[4]。一个具有先进教育理念的电教师能够快速适应电商变化、更好地培养学生的综合能力和职业素养。为了有效教授学生和帮助他们

1) 创新意识和终身学习

教师需要具备终身学习的理念^[5], 紧跟行业发展趋势, 不断更新知识结构, 提高专业技能。具有互联网创新思维, 结合电商行业, 融入多种思维(如用户思维、极致思维等), 以指导学生展开学习和实践。

2) 电商实践场景设计

重视学生的实践能力培养, 根据企业流程, 设计电商实践场景, 模拟企业实验、企业岗位等, 将电商理论与企业实践场景结合, 让学生接触真实的工作环境。

3) 电商场景实用技术

了解并掌握最新的电商技术和工具, 如人工智能、大数据分析、视频制作及剪辑相关技术及工具, 熟悉 seo、sem、社交媒体营销、直播等。

4) 职业道德和社会责任

教育学生遵守商业价值规范, 培养诚信经营的职业道德, 成为负责任的电商从业者。

加强知识产权教育, 尊重原创作品, 合法使用网络资源。

(二) 教师素质

电商教师的素质培养[12]是提高教学质量、培养学生实践能

力和创新能力的重要环节。高校电子商务教育主要培养技能型、应用型人才，校企合作是高校培养人才的主要模式^[6]。因此，高校电子商务专业教师应具备双师素质。围绕职业和技能两个方面展开。结合教育理念，电商教师需要进一步培养以下素质。

1) 扎实的专业知识

掌握扎实的电子商务基础知识，包括网络营销、电商运营、全程供应链管理、相关法规等；紧跟电商行业发展趋势和前沿，了解最新的商业模式和相关技术应用。

2) 熟练的技术技能

熟练使用各类电商软件和平台系统及常用 app，具备数据分析和处理能力，能够利用大数据分析来指导教学和实践。

3) 满足企业需要的教学能力^[11]

能够根据学生特点，确定满足行业和企业需求的教学目标，设计出有效的教学计划和课程实施方案。结合线上线下资源和辅助平台支撑，采用案例教学、项目驱动、角色扮演等互动式教学方法，以满足学生的企业需求。

4) 符合行业要求的职业素养

树立正确的商业价值观，强调诚信经营，积极参与校企合作项目，带领学生参与真实的企业项目；提升个人的专业素养。

5) 符合互联网电商的创新能力^[9]

进行互联网下的电商思维训练，结合电商热点、培养学生的批判性思维和创造性思维能力；进行国际化视野、大局观训练，培养其独立思考、逻辑思维和解决问题的能力。

(三) 企业电商场景化设计

好的电商场景应该是满足企业需求、基于用户所处的场景来打造用户体验的。以学生用户为中心。企业将场景描绘的离用户越近，就能抓住用户的心，把控用户的消费理念和消费习惯。

1. 在进行全供应链电商的今天，互联网时代的电商场景设计有以下特征：

1) 去中心化：互联网的发展全体网民可以参与创造互联网的内容，消费者在购物时不再局限于单一购物平台，而是分散到多个不同平台上进行购物。

2) 社交化：用户可以通过朋友分享或者推荐来购买商品。

3) 个性化：消费者从不同地方购买不同种类商品，满足自我需求。

2. 场景设计可以依据以下原则^[7]

1) 根据课程设置，结合企业需求，系统化设置课程电商场景，引导学生全方位接触电商企业。

2) 针对学生个性化需求和企业岗位需求，借助互联网资源和辅助平台，提升学生企业核心需求能力（专题设计、热点分析）。

3) 企业专家带项目进驻学校，带领学生开展真实企业项目，提升学生适应社会能力。

3. 场景实施过程中注意的细节

1) 场景项目驱动进行，设计一个实际的电商项目，如淘宝平台特色产品网上运营销售。

2) 学生分成小组，合作完成项目的各个阶段，如市场调研、产品设计、流量导入、营销推广等。

3) 注重细节，提升用户体验^[13]：用户在场景中获得与企业运营和产品相关的体验。

4) 注重场景融合^[8]：企业运营需求表现在多个方向，多场景融合是一个必然趋势。运营及产品的场景具有多场景切换的特点，学生有不同岗位角色选择，有不同场景电商渠道和相关行业数据，就越能让学生体验企业的多种需求，学生角色扮演过程就越贴近企业真实场景。

5) 线上线下数据融合：随着互联网技术升级和大数据技术的发展，场景中大数据技术应用越来越多，统合融合线上线下数据，能帮助用户了解企业的用户去向，并进行精准定位。

6) 社群场景构建^[14]：微信、微博、抖音等自媒体平台成为企业竞争之地，纷纷构建用户消费倾向极为精准的社群场景，企业只需引导、满足用户需求，便能推广销售企业产品。

7) 实现环节策略^[13]：场景定向（多种不同平台场景确定及选择）、学生用户定向（学生有不同岗位角色选择）、行为数据定向（不同行业数据融合）渠道传播策略（熟悉不同的电商渠道）。

4. 电商场景化设计

电商场景化设计^[10]是一种将抽象的概念转化为具体情境的方法，旨在提高学生理解和应用能力。以下是几种场景化设计的方法及其应用建议：

(1) 真实电商平台场景运营^[15]

选择淘宝平台或者拼多多平台进行真实运营，学生分组开店，扮演不同的角色。场景任务安排：开店注册、完善店铺信息、产品分类规划上架、客户服务、店铺装修美工、流量导入、营销策划、店铺成果展示等。

淘宝平台场景对应运营岗位有三类：运营助理（新手阶段），推广专员（合格阶段）、运营主管或店长（骨干阶段）。

运营助理，主要目标是从新手到合格，会操作淘宝基本后台，典型工作场景如下：

1) 基础推广场景，工作内容包括修改标题，优化上下架。

2) 基础装修场景，工作内容包括自定义装修、发布关联产品、店招修改。

3) 后台操作与管理，工作内容包括发布宝贝、上下架宝贝等等。

推广专员，主要目标是从合格到骨干，会推广，可以策划单品，流量优化。典型工作场景如下：

1) 标题优化，工作内容包括各类（如鞋、衣服）关键词的选择优化。

2) 上下架优化，工作内容包括店铺商品上下架及优化。

3) 直通车投放与优化，工作内容包括产品投放、直通车计划优化。

4) 官方活动策划与报名，工作内容包括各类策划活动跟执行。

运营主管或店长，主要目标是成为运营主管或者店长，进行选品策划，运营节奏调整，主要活动计划，执行计划安排等；场景如下：

1) 店铺规划，工作内容包括淘宝店铺定位，产品规划。

2) 运营规划, 工作内容包括月度、年度运营计划与实施、爆款打造计划、双 11 大促方案。

3) 数据诊断店铺制定解决方案, 工作内容包括根据运营或流量等指标进行方案设计。

(2) 热点等专项案例场景设计

案例选取: 双 11 商家产品流量导入推广分析。

分析讨论: 组织学生进行案例分析, 探讨成功或失败的原因, 提出改进措施。

角色扮演: 让学生模拟案例中的角色, 体验决策过程, 加深理解和记忆。

场景任务: 关键词分析(结合具体产品属性对该产品核心关键词、属性词、营销词进行场景分类汇总)、和直通车的实施(构建直通车计划、选择商品、优化标题关键词、竞价等场景操作), 学生利用现有的电商支撑软件系统进行操作和评价, 以提高学生专业能力。

(3) 业项目场景设计

小红书企业产品推广场景设计; 企业目标: 推广某公司保健品。平台选择: 小红书平台。平台上开展产品推广业务的过程。

场景任务安排: 熟悉产品及注册小红书平台、短视频拍摄及

电商常用的 4 种短视频架构、小红书种草图片拍摄及如何将产品卖点的更好更高效地传递给消费者、竞品变现逻辑分析及制定合理运营策略、爆文分析提高流量及账号类型和策略落地、小红书双十一种草投放策略、博主筛选及对接流程流程、小红书 Brief 制作如何写一份品牌 Brief。

四、总结

场景化教学是一种将学习内容与实际生活或企业工作场景相结合的教学方法。它通过模拟现实中的情境来帮助学生更好地理解 and 掌握知识, 同时也为教师的专业发展提供了动力。场景化教学鼓励教师跳出传统的教学模式, 探索新的教学方法和技术, 有助于推动教育的创新和发展。通过设计和实施场景化教学, 教师可以提高自己的课程设计能力、课堂管理技巧以及与学生沟通的能力。在场景化的教学环境中, 师生之间的互动更为频繁和深入, 促进学生的积极参与。帮助学生更好地适应未来的工作环境, 同时也要求教师保持对行业动态的关注, 实现个人职业生涯的发展。

参考文献

- [1] 宋存霞, 李佳颖. ChatGPT 技术与教师专业发展: 挑战与应对 [J]. 教育理论与实践, 2024(7).
- [2] 宋亦芳. 场景化设计: 社区数字化学习路径重构 [J]. 职教论坛, 2022(3).
- [3] 蔡迎春, 虞晨琳. AI 驱动的科研范式变革: 跨学科视角下人工智能素养与教育培养策略研究 [J]. 图书馆杂志, 2024(9).
- [4] 陈文友. 教育现代化背景下教师专业发展的内在意蕴 [J]. 教育理论与实践, 2020(5).
- [5] 邓娟娟. 双创时代高职教师核心素养培养路径研究 [J]. 时代汽车, 2024(10).
- [6] 赵俊仙, 曹云明, 王俊. 产教融合视域下新商科人才培养模式研究 [J]. 商展经济, 2024(8).
- [7] 付道明, 仇星月, 张梅, 刘亚纯. 大语言模型支持的泛在学习应用场景及策略研究 [J]. 电化教育研究, 2024(9).
- [8] 庄佳, 陆庆玲, 江一山, 崔源. 人工智能背景下高校多场景融合教学探索与应用——以创新创业理论与实践课程为例 [J]. 信息系统工程, 2024(8).
- [9] 李文艳. 电子商务教学中的创新思维及创业引导分析 [J]. 无线互联科技, 2024(1).
- [10] 陈畅, 郭俊明. 跨境电商“VIPSHOP”移动端平台界面场景化设计研究 [J]. 鞋类工艺与设计, 2023(9).
- [11] 陈斌. 职业院校专业教师教学能力提升的研究与实践——以直播电商运营与管理课程为例 [J]. 中国多媒体与网络教学学报(中旬刊), 2024(1).
- [12] 谢海燕. “互联网+外贸”背景下本科国贸专业转型与教师专业素质提升研究 [J]. 对外经贸, 2017(11).
- [13] 崔德乾. 场景营销大忌: 有场景, 无定位, 无体验 [J]. 销售与市场(管理版), 2021(10).
- [14] 万丽唯. 社群电商的场景革命: 拼多多的商业崛起之路 [J]. 广西质量监督导报, 2020(12).
- [15] 曾俊, 洪乐, 邹鹏羽. 场景时代下社交电商平台运营模式对比分析——以拼多多、云集为例 [J]. 全国流通经济, 2020(6).