

短视频营销赋能高职电子商务专业实训体系优化研究

李施祺

广东开放大学（广东理工职业学院），广东 广州 510000

DOI: 10.61369/ETR.2025500002

摘要：随着数字经济快速发展，短视频营销已成为电商行业的核心增长引擎，其对复合型人才的需求倒逼高职电子商务专业实训体系改革。本文基于产教融合视角，分析短视频营销赋能高职电商实训体系的重要意义，指出当前实训中存在的内容与产业脱节、技能培养碎片化、评价机制滞后等问题，并从重构“岗课赛证”融合的课程体系、搭建虚实结合的实训场景、打造“双师型”师资队伍、建立动态化评价体系四个维度提出优化策略，旨在为高职电商专业培养适应短视频营销新业态的高素质技术技能人才提供理论与实践参考，推动职业教育与产业需求的精准对接。

关键词：短视频营销；高职；电子商务专业；实训体系

Research on the Optimization of Practical Training System for Higher Vocational E-Commerce Major Empowered by Short-Video Marketing

Li Shiqi

Guangdong Open University (Guangdong Polytechnic Institute), Guangzhou, Guangdong 510000

Abstract : With the rapid development of the digital economy, short-video marketing has become the core growth engine of the e-commerce industry. Its demand for compound talents has forced the reform of the practical training system for the e-commerce major in higher vocational colleges. From the perspective of the integration of production and education, this paper analyzes the important significance of short-video marketing empowering the practical training system of higher vocational e-commerce, and points out the existing problems in current practical training, such as the disconnection between content and industry, fragmented skill training, and backward evaluation mechanisms. Furthermore, it proposes optimization strategies from four dimensions: reconstructing a curriculum system integrating "posts, courses, competitions, and certificates", building a practical training scenario combining virtual and real environments, forging a "double-qualified" teacher team, and establishing a dynamic evaluation system. The research aims to provide theoretical and practical reference for higher vocational e-commerce majors to cultivate high-quality technical and skilled talents adapting to the new short-video marketing format, and promote the accurate connection between vocational education and industrial needs.

Keywords : short-video marketing; higher vocational education; e-commerce major; practical training system

引言

近年来，我国短视频行业呈现爆发式增长，《中国网络视听发展研究报告（2024）》显示，截至2023年底，短视频用户规模达10.12亿，占网民整体的94.8%，短视频营销市场规模突破5000亿元，成为电商引流、转化的核心渠道^[1]。在此背景下，企业对具备短视频策划、制作、运营、数据分析能力的电商人才需求激增。如何通过短视频营销赋能实训体系优化，实现“教学内容与岗位需求同步、技能训练与产业实践对接”，成为高职电商专业教学改革的重要课题。本文结合短视频营销的行业特征与高职教育规律，系统探讨实训体系优化的路径与方法，以期为提升电商人才培养质量提供新思路^[2]。

一、短视频营销赋能高职电子商务专业实训体系的意义

（一）强化人才培养的产业适配性

数字经济时代，电商产业已从“流量红利”转向“内容驱动”，短视频营销凭借其强互动性、高转化率优势，重构了“人货场”关系，催生出短视频策划、达人运营、直播带货、数据复盘等新兴岗位。据《2024年电商行业人才需求白皮书》统计，短视频相关岗位占电商岗位总量的35%，且薪资水平较传统电商岗位高出20%–30%。短视频营销赋能实训体系，本质是将产业最

新业态、岗位核心能力融入实践教学。高职电子商务专业作为电商人才培养的主阵地,通过模拟真实短视频营销场景,让学生在“做中学”中掌握短视频账号定位、脚本撰写、剪辑发布、流量投放、效果分析等全流程技能,实现人才培养规格与产业需求的精准匹配,为电商产业数字化转型输送“来之能战”的技术技能人才。^[3]

(二) 促进学生综合职业能力进阶

传统高职电商实训多以“软件操作+模拟任务”为主,如Photoshop修图、淘宝店铺装修等,虽能提升学生基础技能,但忽视了对创新思维、团队协作、数据意识、用户洞察等职业核心素养的培养。短视频营销作为“内容+技术+商业”的综合载体,其实训过程天然蕴含多维能力培养契机。在内容创作环节,学生需结合目标用户画像进行创意策划,锻炼用户思维与创新表达能力;在团队分工中,短视频制作需经历策划、拍摄、剪辑、运营等环节,要求学生扮演不同角色,如编导、摄影师、剪辑师、运营专员等,培养跨岗位协作与项目管理能力;在数据复盘阶段,通过分析播放量、完播率、转化率等指标,引导学生建立“数据驱动决策”的思维模式,学会从数据中挖掘用户需求、优化内容策略。这种“全链条、沉浸式”的实训模式,将技能训练与素养培育有机结合,使学生在解决真实问题的过程中,实现从“单一技能操作者”向“综合问题解决者”的进阶,为其未来职业发展奠定可持续发展基础。

(三) 推动校企协同育人模式创新

产教融合是高职教育的核心办学理念,但长期以来存在“校热企冷”“合作形式化”等问题,根源在于学校实训内容与企业的真实需求脱节。短视频营销具有“迭代快、场景实、数据可量化”的特点,为企业参与实训提供了天然接口^[4]。企业可将真实的短视频营销项目引入实训,由企业导师与学校教师共同指导学生完成从方案设计到落地执行的全过程;高职院校可通过借用企业的企事业单位级视频平台账户和相应领域的数据挖掘终端作为“高职院校实训基地+实际工作岗位”工作现场的学习基地。上述通过“共同调研问题、管理流程并汇报结果”的合作式学习机制,一方面可以弥补高职院校实验室设施不足的缺陷,另一方面也可以给企业通过参与大学生培育工作获得高层次思想智慧碰撞和低成本探索的风险承担能力的机会,因此实现“校企双方双赢”和谐局面,进而形成产业教育的深度、广度拓展。

二、短视频营销赋能高职电子商务专业实训体系优化策略

(一) 重构“岗课赛证”融合的课程体系

教学计划是实践教学体系的基础,要从“岗课赛证”相融的人才培养模式入手,改变目前“学科本位”教学模式。首先以就业岗位需求为核心进行核心专业能力模块梳理,由岗位能力分析知短视频营销主要责任工作包括“创意写作”“消费者管理”“数据营销”“合规风险防范”,继而以主要责任工作能力为标准构建专业课程组,将原有的“电子商务概论”“网络营销”等一系列理

论专业课进行整合,并增补“短视频拍摄与编辑”“直播带货经营”“短视频数据分析”“新媒体法律法规应用”等知识点,设置“短视频工作室”“直播训练营”等实操类课程^[5]。例如,“短视频创作和制作”课程可细分为“选题策划”“剧本创作”“摄影技巧”“剪辑与设计”4个模块,每个模块包含企业实例,如东来精选农产品文案、花西子中国风格短视频技巧分析等。而在“短视频数据分析”课程中引入飞瓜数据、蝉妈妈等数据分析工具,教学生借助数据工具去分析爆款短视频的“13S”“共情点”与“转钩”,学习利用数据去指导。还将职业资格证书,如“全媒体运营师”“新媒体运营师”等考试内容融入教学内容,激励学生通过考试获取证书,达到“课证结合”。结合全国职业院校技能大赛“电子商务技术”比赛中的短视频运营竞赛项目,如现场销售、短视频制作等,融入课程教学,既促进学习又利于实操应用^[6]。

(二) 搭建“虚实结合、产教协同”的实训场景

我们以实训的场域条件为实际操练的外在平台,可以突破以往的“实训室仿真”模式,在“仿真实训室+实训基地+企业工厂”三级实训场所下构建实际演练场。首先,建设虚拟情景教学应用平台,通过VR/AR技术开发“短视频营销仿真工作间”,能模拟不同短视频拍摄制作场景的设备设施与制作,如室外产品摄像、直播间室内布置、突发事件处理等,让学生模拟操作演练危险性较高、成本较大、反复性较强的工作,如重要活动摄像、多镜头切换、接龙拍摄等,降低实验成本。其次,把企业项目运用于课程内容的实训任务中,与企业签订“企业实习项目合作协议”,把企业短视频营销的需求,如产品推广、周年庆、清理库存产品等化身为企业的实习任务,组成由企业高管与学校教师共同参与的指导小组,即“双导师组”指导学生实施这些任务。例如选择本地农业生产单位作为我们的合作基地,他们会提出一些在宣传推广方面解决农产品销售量的问题,我们组建学生队伍进行这一课题的分析,包含明确宣传方法、撰写有效的销售计划、制定广告方案等相关内容,最后依据交易的结果反映学生学习成效。再次,积极争取校外实习基地。为此,我们拟在学校成立“短视频营销实训基地”,并定期组织学生参与企业真实项目的实训,比如在企业帮助MCN企业培养网红或者运营企业的微博账号等。通过虚实结合的场景搭建,学生初步技能实训要求可以得到满足,同时还能直接体验真实产业环境,增加实训效果^[7]。

(三) 打造“双师型+产业导师”师资队伍

师资队伍是提升实践能力的重要基础,要解决当前“教师懂理论,但缺乏实践经验”“企业导师无教学经验”的问题。一是加强内部师资队伍建设。落实“教师企业实习制度”,明确电子商务专业教师必须保证每年累计不少于1个月的企业工作经历,参与真实的生产运营实践,获取行业经验;鼓励教师取得诸如“全媒体运营师”“互联网营销师”等职业证书,提升教师专业能力^[8]。二是引进企业生产师傅。邀请协作企业中短视频运营主管、视频高级导演、直播管理经理等兼职来校授课,负责讲授“短视频分析”“战时计谋”“行业发展分析”等课程;组建“产业导师库”,根据企业的具体项目动态调整内容讲授,确保教学的新颖性与实效性,比如可以邀请抖音官方认证讲师,举行“短视频算法揭

秘、流量玄机”等讲座，可以邀请顶级主播，讲述“主播交谈方法与粉丝互动技巧”。三是实现“双师集体备课”。校内教师与企业导师共同研讨教学标准、制定实习内容、编写教学案例，将企业的“实训手册”转化为“教学指南”，通过“双师”融合的专业优势，既能够实现教学标准化，也能够将行业的新知识导入，提升实践性实训教学质量。

（四）建立“过程+结果+增值”的动态化评价体系

传统实践训练考核注重“作业提交和教师评分”，轻视实践教学训练技能提升过程和个体需求。故需要建立以“过程评价、终结评价、增量评价”相融合的多元评价体系^[9]。过程性评价重在捕捉学员训练过程中所呈现行为和表现，以“实践日志”记录每天的工作成绩、遇到的问题及其解决方式，运用“小组互评表”评价小组集体作贡献情况，运用“企事业单位见习导师考评”评定学员实践投入度和职业素养；如在视频拍摄项目的实践过程中，过程性评价权重达40%，如剧本修正次数、拍摄资料质量、剪辑速率、小组沟通质量。终结性评价是检验实践训练具体的效果，如企业活动情况，则可以通过观看量、点赞量、转化率、投放效益率等评价短视频效果；如是比赛，则可通过对得奖等级、裁

判评价信息进行分析；如是创新创业，则可通过粉丝量、收益性等进行评判。增量性评价考察学员技能提升效果，在于对学员能力提升程度进行考核，可以“测试前和测试后比较”来估算其内容设计、数字思维等方面提升^[10]。此外，由第三方评价，由行业专家和企业单位人力资源部门评价学生实习成果，保证评价结果的公正性和评价效果。这一稳定的评价体系能使学生的实习过程得到直观呈现，同时为后期实习提升活动开展提供数据支撑，实现“以评促教，以评促改”。

三、结语

短视频营销的兴起为高职电子商务专业实训体系优化提供了重要契机，其本质是职业教育主动适应数字经济变革、深化产教融合的必然选择。通过重构“岗课赛证”融合的课程体系、搭建虚实结合的实训场景、打造“双师型+产业导师”队伍、建立动态化评价体系，能够，实现人才培养与产业需求的精准对接，为电商产业高质量发展培养更多“懂技术、善创新、能实训”的高素质技术技能人才，助力数字经济与实体经济深度融合。

参考文献

- [1] 张昌松.职业能力培养视角下的短视频营销课程建设[J].山西青年,2024,(16):169-171.
- [2] 付传.中职电子商务专业《网络营销实务》课程活页式教材开发[D].广西师范大学,2024.
- [3] 王海莉.基于三螺旋理论的高职院校电商直播人才培养策略研究[J].湖北开放职业学院学报,2024,37(04):79-81.
- [4] 张丹.大学生“双创”项目与专业课程融合发展的实践与探索——以《短视频营销与推广》课程为例[J].山西青年,2023,(23):37-39.
- [5] 袁鑫.高职农村电商专业《短视频拍摄与制作》模块化课程开发与实施研究[J].现代农村科技,2023,(06):113-116.
- [6] 郎恒.中职电商专业《直播营销》工学一体化课程开发研究[D].云南师范大学,2023.
- [7] 张芯凡琦,朱汕.“短视频+直播”创业模式与路径研究——以高职电商学生为例[J].中外企业文化,2023,(05):211-213.
- [8] 柳叶萍.基于短视频和直播电商大赛的高职课堂教学改革创新刍探[J].成才之路,2022,(04):16-18.
- [9] 刘一览,冷静,李永田,黄雪琴.国际市场营销课程思政教学设计与案例分析——以短视频营销策划实训为例[J].中国多媒体与网络教学学报(中旬刊),2021,(09):164-166.
- [10] 王娜玲.高职课堂信息化教学设计与实施研究——以《短视频植入营销》课堂教学为例[J].课程教育研究,2020,(19):248-249.