

地方应用型高校电子商务专业“以赛促教、以赛促学”教学模式探索

王永健, 窦晨

徐州工程学院, 江苏 徐州 221018

摘 要 : 在数字经济蓬勃发展、电商新业态不断涌现背景下, 地方应用型高校电子商务专业人才培养面临巨大挑战, 传统教学模式造成学生学习积极性不高、教师行业经验有限、教学内容更新滞后及实践教学配套不足且流于形式等诸多问题。“以赛促教、以赛促学”模式依托竞赛, 将理论教学与实践应用深度融合, 提升学生的创新能力、团队协作能力和市场适应力。本文结合电子商务专业特点, 明确“以赛促教、以赛促学”模式的意义, 并提出具体实施策略及其实施过程中应注意的问题, 旨在对地方应用型高校电子商务专业教学模式探索提供有益的参考, 为本行业输送高质量应用型人才提供有力支撑。

关 键 词 : 以赛促教; 以赛促学; 教学模式; 电子商务

Exploration of the "Competition-Driven Teaching and Learning" Mode for E-commerce Education in Local Application-Oriented Universities

Wang Yongjian, Dou Chen

Xuzhou University of Technology, Xuzhou, Jiangsu 221018

Abstract : Under the background of the booming digital economy and the continuous emergence of novel e-commerce business modes, the talent cultivation of e-commerce majors in local application-oriented universities faces significant challenges. The traditional teaching mode has resulted in multiple issues including students' low learning motivation, teachers' inadequate industry experience, lagging behind in the updating of teaching content, and insufficient and formalized practical teaching support. The "competition-driven teaching and learning" mode relies on competition to deeply integrate theoretical teaching and practical application, and enhance students' innovation and teamwork abilities and market adaptability. This paper combines the characteristics of e-commerce majors, clarifies the significance of "competition-driven teaching and learning" mode and puts forward the specific implementation strategies and the problems that should be paid attention to during the implementation process, aiming to provide useful reference for the exploration of e-commerce majors teaching mode in local application-oriented universities, and to provide a strong support for the delivery of high-quality applied talents for the industry.

Keywords : teaching by competition; learning by competition; teaching mode; e-commerce

引言

作为服务区域经济发展与行业转型升级的重要角色, 地方应用型高校不仅要致力于输送高素质应用型人才, 还要积极响应国家人才强国战略的部署、推动人才的科学配置与区域协调发展^[1]。当前, 在数字经济快速发展的背景下, 电子商务行业凭借其商业模式创新与新兴技术创新应用等特性, 成为现代经济体系的重要组成部分。同时, 电子商务行业新业态、新模式的不断涌现, 对人才的专业素养、技术能力、实践能力及复合型知识体系提出了更高要求。然而, 传统教学模式仍存在理论与实践脱节、教学内容滞后于行业发展等问题, 导致学生难以快速适应复杂商业环境的竞争需求。因此, 地方应用型高校的电子商务专业应基于行业发展趋势, 培养具备市场敏感度、数据分析能力、创新思维及跨学科协作能力的综合性高层次应用型人才。“以赛促学、以赛促教”是一种基于竞赛驱动, 将教学与实践、理论与应用有效融合的新型教学模式^[2]。该模式既能提升学生的学习成效和职业竞争力, 还有利于教师的专业发展和教学质量提升, 推动高校人才培养模式的深度创新和优化, 为培养符合时代发展和行业需求的高层次应用型人才提供科学有效的路径。

一、电商专业采用“以赛促教、以赛促学”的必要性

(一) 地方应用型高校电子商务专业教学存在的问题

1. 学生学习积极性不高, 自主探索意识薄弱

一般情况下, 相较于更高层次的本科院校, 地方应用型高校大多数学生的基础知识掌握度、自律性与抗挫折能力等方面相对较差, 在学习过程中往往就会表现出较低的积极性, 缺乏对行业新技术、新模式发展的主动探索和深入认知的动力。另外, 由于电子商务行业发展迅猛, 知识体系与技术更新迭代速度快, 学生难以形成清晰的学习目标, 从而导致学习过程中缺乏长期规划和内在驱动。因此, 大部分学生主要依赖课堂讲授, 被动接受专业知识, 学习主动性普遍较低^[9]。再者, 部分学生的学习方式仍停留在记忆和浅层知识积累阶段, 缺乏批判性思维与自主探究意识, 导致创新能力和实践能力培养不足, 在应对实际问题时难以形成系统性解决方案。

2. 教师行业实践经历有限, 竞赛指导经验不足

由于电子商务是一门技术性、实操性、应用性极强的学科, 教师的行业实践经验对电子商务专业人才培养至关重要。然而, 地方应用型高校的部分教师虽然具有较强的学术研究背景, 但缺乏深度参与电子商务企业运营的实战经验。这也就导致教师在课程教学中难以开展与行业发展现状紧密契合的案例分析和实践指导, 影响学生对市场环境和行业趋势的认知和把控。同时, 随着“以赛促学、以赛促教”模式的推广, 竞赛已成为提升学生实践能力、创新思维和综合素养的重要载体^[4]。然而, 很多高校尚未建立系统化的竞赛指导机制, 教师的竞赛指导经验主要依赖于个人实践探索, 缺乏系统的培训和资源支持。尤其地, 对于青年教师而言, 在以学术研究为主的考核机制下, 更是缺乏充足的动力去熟悉各类竞赛并切实参与竞赛指导。而教师竞赛指导经验的不足, 不仅阻碍了“教赛融合”模式的实施, 也不利于学生参赛积极性的提高。

3. 教学内容更新滞后, 跨学科融合的深度和广度不够

电子商务的快速发展要求高校课程内容能够紧跟行业变化, 培养具备创新思维和实践能力的人才。然而, 一些地方应用型高校教学内容仍以传统理论教学为主, 缺乏与行业前沿技术、市场趋势的有效契合, 导致其滞后于实际应用^[5]。比如, 电子商务行业的金融属性日益增强, 诸如区块链支付、数字货币、电商供应链金融等新兴领域的知识内容应进一步得到完善。另外, 当前电商行业正向智能化、数据化、全球化快速演进, 对从业者技术整合、供应链管理、金融科技应用等跨领域能力提出了更高要求。然而, 当前地方应用型高校电子商务专业的跨学科融合仍然存在较大局限, 主要体现在学科交叉的深度不够、广度有限、复合型人才培养模式尚未建立以及跨学科实践应用不足等方面, 难以匹配行业需求。比如, 在短视频运营和直播电商等领域, 相应的教学基本都是停留在基础层面, 而对短视频算法、AI智能推荐机制、用户画像建模等技术层面涉及较少, 使得学生无法深入理解数据、技术驱动决策的底层逻辑。

4. 实践教学配套不足, 实训内容流于形式

电子商务专业的实践教学对于培养学生的操作能力和市场适

应能力至关重要, 但很多地方应用型高校在实践教学环节仍存在较大短板, 导致实践教学流于形式, 难以满足行业对高素质综合型人才的需求。首先, 由于资金投入有限, 相应的实践教学设施建设滞后, 比如数据分析平台、直播电商演练基地、跨境电商实训中心等关键教学设施的短缺; 其次, 部分课程的实践内容或实训课程流于形式, 主要依赖模拟训练或案例分析, 缺乏高阶能力训练; 最后, 尽管部分高校已建立校企合作机制, 但合作企业所提供的实习岗位有限且较为基础, 难以真正提升学生的综合竞争力。

(二) “以赛促学、以赛促教”教学模式实施的意义

基于对全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛(简称“三创赛”)、全国电子商务技能大赛等典型赛事活动的分析可以发现, 电商类竞赛项目的主要目的通过理论知识与实践应用的有效融合, 提高大学生的动手能力、创新能力及团队协作能力等, 这与电子商务专业技术性、实操性、应用性极强的特点完美契合。因此, “教赛融合”不仅可以提升教师教学水平和实践能力, 促进他们深化教学改革, 同时也有利于高素质应用型电子商务人才的培养, 提高学生的就业竞争力和行业适应性^[6]。这无疑也成为解决高校人才培养供给侧与行业需求侧“两张皮”问题的重要路径之一。

二、电商专业“以赛促教、以赛促学”教学模式的实施策略

(一) 以赛促教, 深化教学改革

“以赛促教”并不是单纯地鼓励学生参加竞赛, 而是将竞赛作为教学改革的动力, 使教学内容更加贴近行业需求, 使教学过程更具目标性和实践性, 同时帮助教师提升自身的实践指导能力, 大致如图1所示。首先, 及时更新教学内容, 并将竞赛嵌入教学全过程。在理论教学层面, 教学内容不仅要紧跟电子商务行业发展趋势, 还应契合各类竞赛偏向考察的主题内容。比如, 电子商务“三创赛”的常规赛道和实战赛道均涉及到农村电商, 相应课程的开设, 以及农村电商品牌打造、商业模式创新及农村电商物流等重点考察内容的教学设置就显得尤为必要。同时, 课堂教学可适当引入竞赛案例, 通过案例研讨、模拟竞赛等方式提升学习效果。在实践教学层面, 基于全方位“实验—实训—实战”教学软硬件平台的搭建, 将竞赛实战项目融入实践课程, 构建竞赛导向型实践课程。比如, 在《电子商务运营与管理》《跨境电商》等课程教学过程中, 可设置“跨境电商实战”模块, 要求学生使用亚马逊、速卖通等跨境电商平台完成实操训练, 并按照“全国跨境电商专业能力大赛”的赛制进行评估。此外, 还应建立长期竞赛孵化机制, 将竞赛深度嵌入课程实验或实训课程, 确保学生在不同阶段循序渐进地提升专业实践能力和行业适应性。第二, 丰富教师实践经验, 提升其竞赛指导水平。地方应用型高校应鼓励教师深入行业企业实践, 比如安排教师定期到电商企业、创业园区、互联网平台企业等单位挂职锻炼, 使其掌握行业最新动态, 并积累实战经验, 提升教师的行业应用能力和竞赛指导水

平。除此之外，还可以通过建立完善的竞赛培训机制，包括定期组织竞赛指导研讨会、举办或参加各类竞赛培训活动等，深化教师对于竞赛规则和赛程等方面的理解，提高其竞赛指导能力，推动教赛融合模式的发展创新及有效性实施。

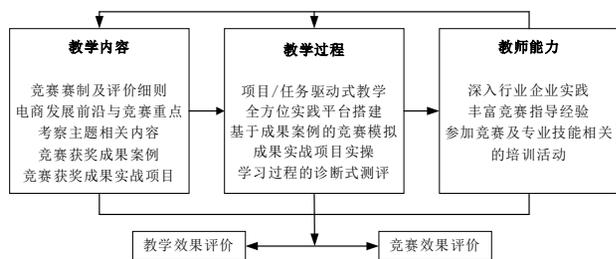


图1. 深化教学改革策略

（二）以赛促学，强化学习动力

“以赛促学”的关键在于学习目标具象化，激发学生的学习兴趣，引导他们由被动接受向主动探索转变，从而培养创新思维与实践能力，实现知识与应用的深度融合。首先，增强学生竞赛意识，帮助其明确学习目标。一方面，可以进一步加强竞赛宣传，定期举办竞赛宣讲会、优秀学生竞赛经验分享会等活动，帮助学生跳出“竞赛与就业无关”的误区，了解竞赛的价值和意义，增强其竞赛参与意愿。另一方面，指导学生将竞赛与学习目标相结合，促使他们将自身学习目标具象化，提升其专业课程学习的积极性，并在各类竞赛过程中逐步提升个人能力，形成清晰的职业发展路径。第二，充分发挥学生主体作用，提升其自主学习能力。基于教学过程中竞赛内容的嵌入，通过项目制教学、任务驱动等方式，让学生在解决实际问题的过程中主动学习。比如，在电子商务“三创赛”中，学生需要从市场调研、产品定位、营销推广到数据分析等多个环节全方位规划，这一过程要求他们主动查阅文献、分析市场趋势、学习新技术，从而提升自主学习能力。此外，通过小组合作方式，增强学生的团队协作意识。比如，在全国电商技能大赛中的“短视频与短剧”赛道中，可让学生分别担任内容策划、视频制作、推广运营等不同角色，在分工协作中培养团队协作精神和沟通能力。同时，引入企业导师机制，邀请行业专家参与竞赛指导，帮助学生更好地理解行业需求，并掌握实际应用技能。

（三）以赛促评，优化考核机制

考核评价机制是“以赛促教、以赛促学”教学模式的核心保障和风向标，其科学性、系统性与全面性能够激发教学模式实施参与主体的积极性，从而形成以竞赛为驱动的教学闭环，提升教学质量与人才培养效果。首先，在对教师的考核工作中，地方应用型高校应将竞赛指导全面纳入教师的考核体系，并给予相应的政策支持和激励，以提高教师参与竞赛指导的积极性。比如，将教师指导竞赛获奖情况、竞赛成果转化等作为评价指标，建立竞赛获奖与教学课时量、科研工作量等方面的换算机制，并将其与教学评价、职称评定、聘期考核等挂钩。此外，教师的竞赛指导成果可视为教学改革成果，形成案例库或教学研究项目，并推广至其他课程教学中，提升整体教学质量。第二，在对学生的考核工作中，采用“课程+竞赛”双评价模式，将竞赛成果作为学

生课程成绩评定的一部分。比如，在电子商务专业一些考查类课程或实践类课程中，学生可以利用参赛项目成果代替传统课程论文或课程实验报告，教师则依据竞赛评价标准，如方案创新性、数据分析能力、营销效果等，对学生进行综合评定。此外，在竞赛内容相关的课程中，可以充分利用模拟竞赛、团队项目、案例分析等方式，引入竞赛评价机制，使考核方式更加多元化、综合化。比如，权衡个人表现与团队表现、理论内容与实践内容的考核占比等。最后，高校还可以建立竞赛成绩认定体系，比如学生的竞赛获奖可转换为相应的学分，或者给予实习实践学分的加分，以鼓励更多学生参与竞赛，形成“以赛促学、以赛促教、以赛促评”的良性循环。

三、电商专业“以赛促教、以赛促学”教学模式实施过程中应注意的问题

（一）竞赛层次匹配不同年级学生，降低畏难与挫败情绪

在实施“以赛促教、以赛促学”模式时，竞赛难度与学生能力水平的匹配度直接影响其学习体验、竞赛成果和成长效果。很多电子商务专业竞赛内容具有较高的专业性，低年级学生因知识储备不足而难以入门，容易产生畏难情绪，甚至对专业学习失去信心。相反，如果竞赛内容过于简单，高年级学生会认为竞赛缺乏挑战性，降低其参与积极性，也不利于他们专业技能水平的进一步提升。因此，应根据各年级学生的能力特点，合理匹配竞赛层次。同时，在竞赛模拟或切实参与过程中，教师应及时关注学生的情绪变化，针对难度较大的任务环节，采用“小步递进式”教学策略，即先拆解难点，让学生完成简单任务后逐步升级，确保他们在挑战中获得成就感。最后，可以通过团队互助学习机制，让高年级学生担任竞赛辅助导师，帮助低年级学生逐步适应，提高整体学生群体的竞赛承受能力，避免因挫败情绪而丧失竞赛参与和专业学习的积极性。

（二）拓宽竞赛参与面与竞赛维度，避免“精英化”与角色固化

在部分高校，各类竞赛参与的机会主要集中在少数学术成绩优异或技术能力突出的“精英”学生群体。这种局面导致竞赛影响力有限，削弱其对整体教学改革的推动作用，同时也促使演变出“强者更强，弱者更弱”的分化现象，阻碍整体人才培养质量的提升。因此，在实施“以赛促教、以赛促学”模式时，必须注重扩大竞赛参与面，使更多学生能够通过竞赛获得实践锻炼，提高其学习积极性。例如，可在课程教学中采用分层竞赛机制，让不同水平的学生都能参与适合自己的竞赛。同时，学校应鼓励跨学科合作，打破专业壁垒，实现竞赛资源共享，提高竞赛参与的广泛性和公平性，并通过团队合作的方式，让不同学科的学生在竞赛过程中相互学习、共同进步，真正实现“全员育人、竞赛赋能”。此外，在竞赛团队内部，要避免角色固化现象，即同一名学生长期担任同一类型的任务，而未能接触其他核心环节。这种情况可能导致学生的能力发展受限，难以形成综合竞争力。因此，在教学和竞赛过程中，教师应引导学生轮换角色，使他们能够在

不同的竞赛任务中体验不同的工作内容，实现知识与实践的全面融合，提升综合能力。

（三）完善竞赛后续支持体系，推动成果转化，避免竞赛“学而不用”

在“以赛促教、以赛促学”模式下，竞赛的真正价值不仅在于比赛本身，更在于竞赛过程中形成的知识体系、技术能力和创新成果的有效转化。然而，很多高校并未建立完善的后续支持体系，导致竞赛成果难以应用。比如，在许多电子商务类竞赛中，学生往往会产出具有实际市场价值的商业策划、数据分析方案甚至是创业项目，但由于缺乏后续孵化与推广机制，很多优秀成果最终被束之高阁，未能发挥其应有的价值。因此，学校应建立竞赛成果的持续转化机制，例如在校内设立竞赛项目孵化中心，提供资金、导师指导及资源对接，支持学生将竞赛中的优秀方案转化为实际创业项目。此外，可以进一步推动竞赛成果与行业需求对接，将学生在竞赛中的创意方案直接落地，或推荐优秀竞赛团队进入企业实习，以确保竞赛成果真正服务于社会与产业。同时，为了保证教赛融合的系统性和可持续性，学校或学院层面还可建立“竞赛资源共享库”，整理历届竞赛的案例、研究成果和创新方案，并有效融入教学内容，使未来的学生能够学习和借鉴，以竞赛成果反哺教学，形成良性循环。

（四）竞赛驱动教学的目标应合理设定，避免过度功利化

竞赛在电子商务专业教学中的价值毋庸置疑，它不仅能够激发学生的学习兴趣，还能有效提升其实践能力和创新思维。然而，如果高校过度关注竞赛排名和获奖情况，反而可能导致教学

目标的偏离，使竞赛成为追逐荣誉的工具，而非促进人才培养的手段。而且，学生在这种环境下可能更关注竞赛的名次和奖励，而非知识积累和能力提升，削弱了其作为驱动教学工具的本质功能。因此，在推进“以赛促教、以赛促学”教学模式时，应明确竞赛的根本目标是培养学生的综合能力，而非单纯追求竞赛成绩。此外，教师在竞赛指导过程中应注重竞赛项目选题、内容设计、实战环节与行业需求的结合，帮助学生将竞赛经验转化为职业能力，而非仅停留在赛事本身，从而进一步提升其行业适应度。

四、结语

在数字经济快速发展的背景下，电子商务行业对人才的实践能力、创新思维和综合素养提出了更高要求，地方应用型高校电子商务专业的教学模式亟待进一步优化。当下，“以赛促教、以赛促学”模式作为理论与实践深度融合的教学路径，能够有效提升学生的自主学习能力、实践操作能力和市场适应力，同时促进教师的专业成长和课程体系优化等。本文围绕该模式的现实必要性、实施策略及关键注意事项展开探讨，并提出相应对策，以确保模式的可持续性和有效性。总体而言，“以赛促教、以赛促学”模式为地方应用型高校电子商务专业的教学改革提供了可行路径，未来仍需进一步完善竞赛与教学的融合机制，拓展竞赛成果的应用渠道，推动“教赛融合、产学研共进”，为行业输送高质量应用型电子商务人才提供有力支撑。

参考文献

- [1] 尤萍娜, 黄志锋. 高校高素质应用型人才培养模式的构建 [J]. 泉州师范学院学报, 2022, 40(6): 93-98.
- [2] 齐永智, 姜奕帆. 高校“以赛促教、以赛促学”实践教学模式探析: 基于山西财经大学营销策划大赛的经验 [J]. 山西财经大学学报, 2020(S01): 83-86, 89.
- [3] 张兆玮. 数字技术赋能高职新商科教学的现状、困境及策略研究 [J]. 现代商贸工业, 2025(4): 19-21.
- [4] 冯艳丽, 向丽蓉, 田焕章, 等. 以酒体设计大赛为抓手培养大学生创新思维与实践能力的探索 [J]. 实验室研究与探索, 2023, 42(3): 241-245.
- [5] 刘兆国, 张梦晓. “新商科”背景下国际市场营销教学改革与实践——基于课程内容与能力培养的融合创新 [J]. 中国管理信息化, 2022, 25(9): 238-241.
- [6] 徐娜娜, 陈嘉琪, 徐炜. 商科类专业“以赛促学、以赛促教”教学模式探索 [J]. 教育信息化论坛, 2023(11): 30-32.