

基于“专师课创”融合的电子商务专业教学改革实践研究

刘智雄

广东科贸职业学院, 广东 广州 510430

DOI: 10.61369/SDME.2025090021

摘要： 随着我国科学技术的不断革新以及电子商务行业的飞速发展，传统教学模式已经难以满足当前产业与学生职业发展需求。基于此，笔者将立足于“专师课创”，即通过整合专业师资、行业专家、特色课程与创新实践，构建四位一体的教学体系。详细分析“专师课创”融合的内涵与优势，并提出相应的教学改革路径，希望能为电子商务专业高质量发展贡献一份力量。

关键词： “专师课创”；电子商务；教学改革

Research on the Teaching Reform Practice of E-commerce Major Based on the Integration of "Specialized Teachers, Courses and Innovation"

Liu Zhixiong

Guangdong Polytechnic of Science and Trade, Guangzhou, Guangdong 510430

Abstract: With the continuous innovation of science and technology and the rapid development of the e-commerce industry in China, the traditional teaching model can hardly meet the current needs of the industry and students' career development. Based on this, the author will focus on "Professional Teachers, Industry Experts, Characteristic Courses and Innovation Practice" (hereinafter referred to as "Zhuan-Shi-Ke-Chuang"), that is, constructing a four-in-one teaching system by integrating professional teachers, industry experts, characteristic courses and innovative practices. This paper will analyze in detail the connotation and advantages of the integration of "Zhuan-Shi-Ke-Chuang" and put forward corresponding paths for teaching reform, hoping to contribute to the high-quality development of the e-commerce major.

Keywords: "Zhuan-Shi-Ke-Chuang"; e-commerce; teaching reform

引言

在数字经济时代背景下，电子商务作为新兴经济形态的核心驱动力之一，正以前所未有的速度重塑着全球商业格局。随着大数据、云计算、人工智能等前沿技术的不断渗透，电子商务行业对专业人才的能力结构提出了全新要求。而为了有效应对这一挑战，电子商务教学改革也成了电子商务专业教育发展的必经之路，其中，“专师课创”融合的教学模式以其独特的优势，为电子商务专业教学改革提供了新的思路与方向。

一、当前电子商务专业教学中存在的问题

（一）教材缺乏规范性和科学性

电子商务作为一个新兴且快速发展的领域，其理论体系和实际应用都在不断更新迭代，而教材的编写往往难以跟上这种变化的速度，这是由于电子商务教材的编写缺乏统一的标准和规范。不同高校和出版机构根据自身的教学需求和资源条件，编写了各具特色的教材，导致教材内容在深度、广度和侧重点上存在较大差异。这种差异不仅给学生选择教材带来了困惑，也给教师的教

学工作带来了不便，因为不同教材之间的衔接和整合难度较大^[1]。此外，教材编写、审核、出版等流程较为繁琐，导致教材内容往往无法及时反映电子商务领域的最新动态和技术变革。这使得学生在学习过程中难以接触到最前沿的知识和信息，影响了他们的学习效果和就业竞争力。还有一些教材过于注重理论知识的阐述，而忽视了实践操作和案例分析的重要性；另一些教材则过于强调技术的细节，而忽略了商务管理和市场营销等核心课程的内容。这种内容编排上的不合理，导致学生在学习过程中难以形成完整的知识体系和实践能力。

（二）实践教学环节薄弱

部分院校由于受到资金、设备以及场地的限制，难以搭建起与电商行业同步的实践平台。而电商直播、跨境电商运营等前沿领域往往需要配备相应的专业直播间、跨境支付模拟系统以及大数据分析工具等^[2]。当实际教学中缺少此类设备时，就会导致学生难以接触到真实的业务环境。除此之外，虽然部分高校虽开设了实验课程或实习环节，但内容缺乏系统性和连贯性。例如，网页设计、网络营销、客户关系管理等课程各自为政，未形成完整的电商业务链条，学生难以通过实践理解各环节之间的协同逻辑。

电商行业技术迭代迅速，要求教师兼具理论素养与实践经验，但多数高校教师缺乏企业一线工作经历，难以指导学生解决复杂业务问题。例如在跨境电商实训中，教师可能无法提供海关清关、国际物流等环节的实操指导，最终导致学生难以在课上掌握扎实的专业实践技巧，动手能力自然也就得不到有效提升。

（三）创新能力培养不足

现有的电子商务课程多聚焦于传统电商理论与技能，如网络营销、平台运营等，而对新兴领域如社交电商、直播电商、跨境电商的创新模式覆盖不足。课程内容更新滞后，缺乏对人工智能、区块链、元宇宙等前沿技术与电商融合的探索，导致学生难以形成跨领域创新视野。且由于受到传统教育理念的影响，授课方式仍然以讲授式教学为主导，案例教学、项目式学习等互动性强的方法应用不足^[3]。例如，在“电商模式创新”课程中，教师多通过理论推导分析案例，而缺乏让学生自主设计商业模式、模拟创业路演的实操环节，学生被动接受知识，难以主动突破思维定式，且考核大多侧重于知识记忆与技能熟练度，对创新能力的评价指标模糊。例如，课程作业多以标准答案为导向，忽视对学生独特见解、创新方案的认可，导致学生为追求分数而回避风险性创新尝试。

二、“专师课创”理念下的电子商务教学改革路径

（一）教师角色转型：构建“双师型”教学团队

“专师课创”融合的教学模式要求教师突破传统单一知识传授者的角色定位，向着兼具行业实践能力与教学素养的“双师型”专家转型。这一转型的核心在于通过“能力升级”与“协作机制创新”来打造出一支既能深耕理论教学、又能引领实践创新的复合型教学团队^[4]。

在能力升级方面，教师需要通过深度参与企业真实项目，将实战数据转化为教学案例库，使课堂内容与企业需求实现“零时差”对接，并掌握 Python 爬虫、AI 工具等前沿技能，指导学生利用 AI 生成个性化营销文案，显著提升学生实操能力。

在协作机制创新层面，学校需要构建起“校企双导师制”与“跨学科教研团队”，例如某跨境电商课程由亚马逊区域经理与校内教师联合授课，企业导师侧重讲解平台规则与选品策略，校内教师则负责理论框架搭建^[5]；同时组建“计算机+商科+设计”融合的教学团队，在开发“虚拟试衣间”项目时，计算机教师负责3D建模技术攻关，商科教师设计商业模式，设计教师优化用户

体验，实现跨学科知识与实践能力的有机融合。

（二）课程体系重构：打造“动态化+模块化”课程生态

在“专师课创”理念下，电子商务课程应当突破传统的静态结构，构建起以行业需求为导向、以能力培养为核心的弹性化课程生态^[6]。在教学内容的迭代方面，学校需要建立“行业热点嵌入”与“项目驱动教学”等动态调整机制，每学期固定更新一部分的课程内容，并邀请电商头部 MCN 机构分享实战案例，为学生设计覆盖市场调研、产品开发、直播推广等全方位的作业任务，要求学生分组完成并提交商业计划书，由企业导师评分。这种“学中做、做中学”的模式能够确保课程始终紧贴行业脉搏^[7]。而“平台+模块”的课程体系则是由《电商法律》《数字营销》等基础平台课程来确保学生能够掌握基本的共性知识，“社交电商”“农村电商”等模块化课程则为学生提供了更多的个性化选择路径，学生可根据职业规划选择“跨境电商运营”或“电商数据分析”方向。

（三）创新能力培养：构建“全链条”创新孵化体系

“专师课创”融合的教学模式需打破传统教育中创新培养碎片化、浅层化的困境，形成“创意产生-原型开发-产品落地-市场验证”的完整能力链条。在实际教学层面，教师需要通过《电商创新前沿》《设计思维》等课程植入颠覆性创新方法论，例如剖析拼多多“社交拼团”通过微信生态裂变获客、Shein“小单快反”柔性供应链模式等案例，引导学生运用“逆向思维”重构电商业务逻辑。同时增设跨学科选修模块如“电商与大数据分析”“社交电商创新模式”，通过真实案例研讨与模拟项目实操^[8]。例如某高校引入“拼多多社交裂变模型”案例分析，引导学生运用设计思维重构用户增长策略。教师角色转型需强化“双师双能”特质，一方面要求教师深入企业参与“双十一”“618”实战项目，如某教师团队与京东合作开发“动态定价系统”，将算法模型与商业逻辑结合；另一方面推行校企双导师制，邀请阿里巴巴运营专家参与课程设计与项目指导，例如某跨境电商课程由企业导师讲解平台规则与选品策略，校内教师侧重理论框架搭建^[9]。实践平台搭建需构建“三级孵化体系”，校内实验室支持“农产品溯源系统”“智能客服机器人”等学生项目，提供服务器资源与导师全程指导；校企联合基地让学生参与“直播电商全链路运营”，如某团队为某品牌设计“短视频+直播+社群”组合营销方案，实现销售额增长40%；产业对接会则通过路演对接投资机构，某“非遗文创电商”项目获200万元天使投资并入驻省级电商产业园。

（四）实施保障：制度与文化双轮驱动

在制度保障层面，学校需要建立“弹性教学管理制度”，允许教师将20%-30%课时用于企业实践或行业调研^[10]。例如某高校规定教师每学年需参与至少2个月企业挂职，期间保留基本工资并享受项目津贴，某教师因参与“县域电商振兴计划”获学校专项补贴及企业技术顾问聘书；同时推行“创新学分认定制度”，将发明专利、创业项目、学科竞赛纳入学分体系，如学生获“互联网+”大赛省级银奖可抵免3学分，并优先获得企业实习推荐资格。

资源投入方面,设立“电商创新专项基金”,每年投入100万-200万元支持学生项目,采用“揭榜挂帅”机制,例如某“AI直播助手”项目团队获50万元资助后,联合企业开发智能话术生成系统,实现转化率提升25%;并构建“校企资源共享平台”,企业开放真实业务场景与数据接口,学校提供算力资源与人才支持,如某电商企业与高校共建“消费者行为分析实验室”,实现数据双向流通与成果共享。文化营造需强化“创新容错机制”,设立“试错基金”支持高风险创新项目,例如某学生团队开发“社交电商拼团模式”初期亏损8万元,经导师指导调整策略后实现盈利,项目获省级创业大赛金奖;同时打造“校友生态链”,建立电商校友会定期举办“创业沙龙”,如某校友企业为在校生提供“跨境电商代运营”实战机会,并设立“校友创新奖学金”奖励优秀创业项目。

三、结束语

综上所述,随着数字经济的飞速发展,电子商务行业也迎来了日新月异的变化,“专师课创”融合的教学模式为电子商务教学改革指明了新方向。通过专业师资与行业专家的深度融合、教师角色的成功转型、课程体系的科学重构以及创新能力的系统培养等手段,能够确保电子商务教学可以更好地适应时代需求,进而培养出更多具有创新精神与实践能力的高素质人才。未来,高校电子商务专业教师仍要不断地探索与实践,持续创新“专师课创”教学模式,为电子商务专业的高质量发展注入源源不断的动力,助力更多学子在电子商务领域绽放光彩,为我国电子商务行业的繁荣贡献坚实的教育力量。

参考文献

- [1] 崔韵琳.“专创融合”视角下高职院校电子商务专业的课程建设探索——以“网络创业与运营”课程为例[J].浙江工商职业技术学院学报,2024,23(1):93-96.
- [2] 蓝军.创客视域下中职电子商务教学模式的创新探思[J].电脑校园,2023(8):4577-4578.
- [3] 周荣金.“互联网+”背景下中职电子商务课程教学改革创新策略[J].老字号品牌营销,2024,(24):210-212.
- [4] 杨燕.数字经济背景下电子商务课程教学改革探析[J].老字号品牌营销,2024,(24):231-233.
- [5] 胡治芳.新质生产力赋能电子商务课程改革的逻辑与路径[J].福建轻纺,2024,(12):81-84.
- [6] 胡学斌.高校电子商务专业群线上精品课程评价及改革路径研究[J].经济师,2024,(12):216-218.
- [7] 左海清.“课岗赛证”融通导向下商务英语跨境电商课程教学改革研究[J].科教文汇,2024,(22):119-122.
- [8] 高珠凤.基于技能大赛的中职电子商务专业实践教学改革创新策略[J].老字号品牌营销,2024,(22):169-171.
- [9] 贺媛.大数据驱动下的电子商务教学改革创新研究[J].老字号品牌营销,2024,(22):175-177.
- [10] 刘加林,肖卉,罗伟祯.数字经济时代应用型本科高校电子商务专业实践课程教学体系的重构[J].长沙大学学报,2024,38(06):95-100.