

校企深度合作视域下基于新媒体运营方向的协同育人选材机制探究——以技工类院校电子商务专业为例

彭抒洋

惠州市技师学院，广东 惠州 516000

DOI: 10.61369/TACS.2025070027

摘 要： 我国产业结构转型升级，在经济发展需要持续提质增效的背景下，需要进一步促进个人、企业创业积极性，加快电子商务行业创新发展，提升新媒体创业支持力度，并推广“传统型企业 + 新媒体运营”模式，为电子商务领域带来更多新机遇。作为技术技能型人才培养主体，技工类院校需要重构电子商务专业人才的培养体系，形成以新媒体运营能力培养为核心、以校企深度合作为方向的协同育人选材机制，从而平衡新媒体运营技术技能型人才供需关系，发挥职业教育服务地方经济发展的职能。文章首先结合调研所得数据分析新媒体运营方向的人才需求标准，而后提出可行性协同育人选材策略，旨在为相关人才培养工作的开展提供有益参考。

关 键 词： 校企合作；新媒体运营；协同育人选材机制；技工类院校

Exploration of the Collaborative Talent Selection Mechanism Based on New Media Operation from the Perspective of In-depth School-Enterprise Cooperation — A Case Study of E-Commerce Major in Technical Colleges

Peng Shuyang

Huizhou Technician College, Huizhou, Guangdong 516000

Abstract： Against the background of China's industrial structure transformation and upgrading, and the need for continuous quality and efficiency improvement in economic development, it is necessary to further stimulate the enthusiasm of individuals and enterprises for entrepreneurship, accelerate the innovative development of the e-commerce industry, enhance support for new media entrepreneurship, and promote the "traditional enterprise + new media operation" model, thereby bringing more new opportunities to the e-commerce field. As the main body for cultivating technical and skilled talents, technical colleges need to reconstruct the talent training system for the e-commerce major, and form a collaborative talent selection mechanism centered on the cultivation of new media operation capabilities and oriented towards in-depth school-enterprise cooperation. This mechanism aims to balance the supply and demand of technical and skilled talents in new media operation, and give play to the function of vocational education in serving local economic development. This paper first analyzes the talent demand standards for the new media operation direction based on the survey data, and then proposes feasible collaborative talent selection strategies, aiming to provide useful references for the development of relevant talent training work.

Keywords： school-enterprise cooperation; new media operation; collaborative talent selection mechanism; technical colleges

一、校企深度合作视域下基于新媒体运营方向人才需求标准调研与分析

随着各新媒体平台与电子商务的逐步融合，电子商务发展逐渐形成新样态，企业对技术技能型人才需求标准也在不断发生变化，进一步提升了对其新媒体运营能力的关注度。

结合这一背景，文章以惠州市技师学院（以下简称“我院”）近3年以来的电子商务专业（新媒体运营方向）毕业生为对象，

围绕企业对技术技能型人才需求标准展开调研。本次调研活动，共发放问卷 300 份，回收问卷 233 份，具体情况详见表1所示。^[1] 从表 1 数据可知，样本中约有 50% 的毕业生走上客户服务岗位，约有 20% 的毕业生则进入了非电商领域。此外，笔者通过座谈的形式，以最后一年高年级在校生、企业管理人员为对象进行调研发现，课程设置与行业实际需求之间存在明显差距，是当前技工类院校电子商务专业发展中面临的最为突出的问题之一。基于此，笔者通过问卷调查的方式，以高年级在校生为对象进行

调研发现，部分课程内容较为理论化、形式化，缺少可操作性，是导致毕业生难以顺利适应工作岗位、实现高质量就业的关键因素（调研结果如表2所示）。^[2]此外，笔者对企业管理者进行问卷调查，了解他们对我院毕业生新媒体运营能力发展情况的看法发现，实操教学环节存在缺失也是电子商务专业教学发展中面临的重要问题（详见表3）；与此同时，学生缺少创新能力，一定程度上也局限着其职业发展。

表1 电商专业毕业生从事岗位的问卷调研情况

选项	选择人数（共233人参与问卷）	比率（%）
文案撰写	15人	6.44%
短视频剪辑	24人	10.30%
社群运营推广	14人	6.01%
客户服务	112人	48.07%
直播带货	22人	9.44%
其他职业	46人	19.74%

表2 高年级在校生对实践教学安排的问卷调研情况

选项（多选）	选择人数（共134人参与问卷）	比率（%）
电子商务课程理论课时偏多	62人	46.27%
实操技能教学的环节不足	72人	53.73%
电子商务实训课程流于形式	81人	60.45%
电子商务仿真模拟实训较少	91人	67.91%
实操教学课程互通性、迁移性差	87人	64.93%
校企合作实操教学岗位定位不清	65人	48.51%

表3 企业管理者对我院毕业生新媒体运营能力评价的问卷调研情况

选项（多选）	选择人数（共53人参与问卷）	比率（%）
不具备为产品或服务搭建新媒体运营矩阵的思维	42人	79.25%
运用新媒体进行市场调研的方式方法单一	39人	73.58%
新媒体项目的运营经验匮乏	48人	90.57%

针对上述问题，笔者通过交流活动、问卷调查等方式展开进一步分析，了解校企合作班科任老师、企业导师的看法，提炼出企业在电子商务新媒体人才方面的需求标准。

（一）具备搭建新媒体运营矩阵的思维模式

近年来，各大网红大V、电子商务众APP逐渐从传统模式向新媒体矩阵运营模式转变，在此过程中，其营销思路也发生了深刻变革，从以往的网店节庆活动设计与推广、微博热门话题讨论预热、QQ群+论坛挖掘种子用户转变为在直播平台、知乎问答、抖音短视频、B站长视频、企业号、微信公众号、小红书、微博等多元化渠道进行推广。^[3]这意味着，新媒体运营已经脱离简单引流的传统发展模式，转而开始联合新兴媒体工具与平台，以之为基础开展全方位营销、推广、宣传，形成了独具时代特色的运营组合。为了适应新媒体运营模式的转变，企业开始改变人才需求标准，对从业人员是否具备新媒体矩阵运营思维模式提出要求，

具体来说该思维模式包括协调沟通能力、熟练掌握新媒体运营操作方法与流程、短视频剧本创作能力、营销工具运用能力、新媒体营销策略设计能力等，上述能力已然成为当前学生需要重点培养的素质。

（二）具备新媒体市场调研和分析能力

在当前的电子商务营销过程中，市场调研和洞察是极为关键的环节，以调研结果为基础明确商品定位，才能更准确地把握受众特征，针对性选择宣传途径，构建新媒体矩阵，继而实现精准营销，达到更理想宣传效果。^[4]所以，数据分析、平台运营、娱乐沟通、借势热点、营销宣传、互联网用户心理分析、公共关系处理、短视频封面标题构造、文案撰写、信息收集与分析等方面的能力是毕业生胜任新媒体运营岗位所需的重要能力。该岗位对从业人员能力结构的要求，一定程度上反映了电子商务领域的智能化、数据化发展趋势，以及市场调研与分析环节对企业战略决策的重要性。

（三）丰富的新媒体项目实践经历

实践阅历的增长，与学生市场洞察、筹划等方面的能力发展呈现正向相关关系，能够促使学生学会基于消费者、企业需求角度研究解决问题的方案，拟定营销目标、战略。^[5]所以，学校在培养电子商务人才时，需要在课程中适当增加实践、项目、活动等不同形式的教学内容。比如，学校可以依托相关教学环节，为学生提供直接参与企业日常经营，体验从制订推广方案到达成营销目标的整个过程的平台，丰富他们的实践经验、促进其对专业知识的内化和对所学技能的本能化。

二、校企深度合作下电子商务新媒体运营方向协同育人选材策略

（一）组建学校与企业混合型教师团队

教师团队在协同育人机制构建与应用过程中扮演着重要角色，是关键性影响因素，但是相当一部分教师“一毕业就投身学校教学工作”，缺少在企业一线开展工作的经历与经验。而且，学校提供的工作环境相对封闭，往往与社会经济脱节，教师在教学中接触一线电子商务岗位工作的机会相对较少。^[6]这导致教师难以充分了解企业、社会对电子商务专业人才培养的要求，采用的教学模式与企业、行业发展需求存在一定差距。校企合作深度融合的视域下，院校要重视混合型教师团队构建，通过建设“师傅”与教师混合构成的教学团队提升整体教学水平。通常而言，技工院校可以通过校企合作班模式、校企共建培训基地、加强教师招聘和考核方式改革、教师轮岗实践等方式调整教师团队结构，提升整体师资力量在理论、实践方向上的均衡性，为培养符合企业、行业发展需求的电子商务专业人才奠定基础。

（二）生成新媒体运营矩阵仿真模拟实训平台

实践能力强，是技工院校人才培养的特色，也是电子商务专业人才胜任相关工作岗位的重要保证。技工院校要重视校内实训基地建设，为学生探究、熟练基础电子商务与新媒体运营技能提供所需的场地，比如与当地优秀企业合作，双方共建新媒体运营

矩阵仿真模拟实训平台,以该平台为支撑提升教学实践性,促使学生将掌握的专业知识内化为实践能力。^[7]首先,院校要完善校企合作机制,通过签订协议来明确、规范双方的责任和义务,保证企业按需提供设备资源、院校按需提供场地,促进模拟实训平台的顺利运行,避免校企合作流于表面。其次,院校要基于电子商务平台完善仿真模拟平台的各个功能模块,设置商务、管理、物流、支付、营销等环节,并成立财务部、物流部、商务部、营销部等部门,营造出逼真的企业环境,为后续开展实训活动创造更好条件。最后,院校还要重视实训教材开发与应用,成立编委会,对该方向学生需要掌握的实践技能进行分析、提炼、拆解,对学生能力基础、发展空间进行了解,而后将结合得到的信息数据构建成为教材的内容和框架,设计任务情景。在此过程中,要整合企业教育资源,根据企业专家提供的建议和素材来优化、完善教材内容,补充典型营销案例,促进学生实践能力的提升和实践经验的积累。

（三）开展学院内新媒体电商运营活动

为了按照预期培养学生实践能力,技工院校需要在加强校内实训的基础上,组织学生参与学院内新媒体电商运营活动,依托“直播助农”“小红书账号运营大赛”“电商创业策划大赛”等活动,为学生创造真正参与电子商务运营工作的机会。比如,在“小红书账号运营大赛”中,院校可以要求学生利用掌握的电子商务专业知识进行校运会线上宣传,并为学生提供相应指导和帮助。^[8]首先,院校需要引导学生结成小团队,并为每个学生团队配备指导教师,促使学生在教师指导下完成项目构思、封面与标题设计、账号内容题库积累、演讲口才训练等环节。其次,在各个小组完成项目构思之后,组织各个小组进行主题讨论,对校运会内容、受众群体进行分析,并开展调研活动,制定出针对性、可行性强的宣传方案。最后,组织各个小组按照宣传方案开展各项工作,完成校运会线上宣传任务,并在学生遇到实际操作困难的时候向其提供帮助。

（四）建立以赛促教、赛学融通的竞赛型日常教学机制

针对学生的专业技能训练需求,技工院校要加强赛教融合,通过构建、落实竞赛型日常教学机制达到实践育人目标,促使学生在参加校级、市级、省级、国家级等不同等级技能大赛的过程中完成专业技能的全面提升。例如,农产品带货直播竞赛、小红

书起号运营策划大赛、短视频剪辑大赛等,都可以与电子商务营销方向人才培养活动进行结合,形成符合学生兴趣与需求的实践学习平台。^[9]教师可以依托这些比赛激发学生专业课程的内动力,促使他们在赛前准备、参加比赛的过程中强化综合素质,提升与队友相互配合、收集用户反馈信息、演讲表达等方面的能力,并形成积极面对压力、挫折的良好心态。同时,组织学生参加各个级别的竞赛活动,还能够丰富学校品牌的内涵,提高院校影响力与知名度,吸引更多优秀企业参与校企合作育人,加强对企业教育资源的应用。

（五）校企合作企业提供新媒体运营岗位实习与过程性招聘前置

在构建校企合作协同育人选材机制的时候,技工院校还要重视顶岗实习环节的优化,通过企业提供新媒体运营岗位实习,以及过程性招聘前置的措施完善学生实践平台。^[10]校企合作中,企业需要结合学生各科综合成绩、竞赛获奖情况、日常学习表现为其提供适宜岗位,指导他们具体参与相应新媒体运营项目,开展数据资料整合、汇报与表达、公文写作等方面的实践练习。依托实战项目,学生可以体验到用户消费心理、数据周期分析、新媒体内容构建、营销活动策划、短视频剪辑与制作等方面的核心能力,完善自身能力结构,进一步适应当前电子商务运营岗位提出的高要求。此外,企业还需要参与顶岗实习教学评价,针对顶岗实习活动中表现优异的学生提供优先招聘政策,促进学生高质量就业。

三、结语

综上所述,“协同育人选材机制”为技术技能型电子商务专业人才培养提供了新路径、新视角,技工类院校要通过混合型教师团队、仿真模拟实训平台建设,以及校内新媒体电商运营活动、竞赛型日常教学机制、实习与过程性招聘前置措施的实施提升人才培养方式的创新性、实践性,帮助学生掌握胜任岗位工作所需的各项能力。技工类院校依托“协同育人选材机制”,能够有效改善当前电子商务专业人才培养中存在的问题,提升该领域人才的培养质量,进一步发挥自身对区域经济发展的支撑作用。

参考文献

- [1] 陈懿. 协同理论视角下高职新媒体运营人才培养模式研究 [J]. 现代职业教育, 2024, (14): 173-176.
- [2] 郑榕玲. "产教融合、校企共育"背景下"新媒体制作技术"课程教学改革探索与实践——以广州城市职业学院为例 [J]. 大学, 2024, (02): 121-124.
- [3] 潘桂香. 新媒体背景下电子商务专业课程思政建设路径——以"新媒体运营"课程为例 [J]. 宁波教育学院学报, 2023, 25(06): 92-95.
- [4] 王睿, 杨婷. "1+X"证书制度下高职电商专业"三教"改革实践研究——以新媒体运营基础实务课程为例 [J]. 对外经贸, 2023, (11): 114-117.
- [5] 周游, 梁奕文. 乡村振兴背景下中职电商新媒体运营人才培养模式研究 [J]. 中国多媒体与网络教学学报(中旬刊), 2023, (08): 171-174.
- [6] 朱丽霞. 新媒体运营课程项目化教学改革探索与实践 [J]. 新闻世界, 2023, (08): 111-114.
- [7] 林可凡. 应用型大学"自媒体运营"课程教学改革实践与探索——以浙江财经大学东方学院为例 [J]. 科教导刊, 2023, (21): 94-96. DOI: 10.16400/j.cnki.kjdk.2023.21.029.
- [8] 姚姝, 裴玮艳, 徐晨怡. 高职院校新媒体矩阵建设现状与策略研究——以江苏城乡建设职业学院为例 [J]. 新闻研究导刊, 2024, 15(10): 67-70.
- [9] 韩志弘. 新媒体视域下我国滑雪场运营现状与对策研究 [D]. 哈尔滨体育学院, 2021.
- [10] 罗世娇. 海岛融媒体传播生态与海产品电子商务模式的探究 [D]. 鲁东大学, 2022.