

乡村振兴背景下《运营推广》课程改革及优化路径研究

李武艳

安徽新华学院商学院, 安徽 合肥

收稿日期: 2026年3月24日; 录用日期: 2026年4月22日; 发布日期: 2026年4月30日

摘要

随着乡村振兴战略的全面推进, 农村电商在加快乡村产业升级、推动农民实现收入增长中起到了重要作用。作为电子商务专业的核心课程, 《运营推广》的教学内容和模式都急需改进, 以适配电商助农的人才需求。本文以乡村振兴背景下《运营推广》课程改革及优化路径为对象, 采用文献研究法、个案研究法, 系统分析当前《运营推广》课程的教学现状, 梳理出课程内容与乡村产业实际脱节、教学方法单一、师资实践能力不足、评价体系固化、实践环节薄弱等核心问题, 并从课程内容重构、教学方法创新、师资队伍建设和评价体系完善、实践资源整合五个维度提出针对性优化路径。研究旨在推动课程与乡村振兴需求的深度融合, 提升课程教学质量与学生农村电商运营推广实操能力, 为乡村振兴输送适配的专业电商人才, 也为高校同类课程的教学改革提供实践参考。

关键词

乡村振兴, 运营推广, 课程改革, 农村电商, 实践教学

Research on the Curriculum Reform and Optimization Path of "Operation and Promotion" under the Background of Rural Revitalization

Wuyan Li

School of Business, Anhui Xinhua University, Hefei Anhui

Received: March 24, 2026; accepted: April 22, 2026; published: April 30, 2026

Abstract

With the comprehensive advancement of the rural revitalization strategy, rural e-commerce has played an important role in accelerating rural industrial upgrading and promoting farmers' income growth. As a core course of the e-commerce major, the teaching content and mode of "Operation and Promotion" are in urgent need of improvement to meet the talent demand of e-commerce-aided agriculture. This paper takes the curriculum reform and optimization path of "Operation and Promotion" under the background of rural revitalization as the research object, adopts the literature research method and case study method, systematically analyzes the current teaching status of the "Operation and Promotion" course, and sorts out the core problems such as the disconnection between curriculum content and the actual situation of rural industries, single teaching methods, insufficient practical ability of teachers, rigid evaluation system, and weak practical links. corresponding optimization paths are proposed from five dimensions: curriculum content reconstruction, teaching method innovation, teaching staff construction, evaluation system improvement, and practical resource integration. The research aims to promote the deep integration of the curriculum with the needs of rural revitalization, improve the quality of curriculum teaching and students' practical ability in rural e-commerce operation and promotion, deliver suitable professional e-commerce talents for rural revitalization, and provide practical reference for the teaching reform of similar courses in colleges and universities.

Keywords

Rural Revitalization, Operation and Promotion, Curriculum Reform, Rural E-Commerce, Practical Teaching

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

乡村振兴是新时代国家推进“三农”工作的重大战略部署。农村电商作为连接乡村特色资源与市场的重要纽带，已成为推动乡村产业升级、促进农民增收的核心抓手，而运营推广是农村电商发展的核心环节，从特色农产品的市场定位、流量推广到乡村文旅资源的品牌打造、渠道拓展，均需要专业的实操型运营推广人才支撑。

《运营推广》是电子商务专业的核心必修课，具有极强的实践性与应用性，承担着培养学生电商运营推广思维、实操技能与综合职业素养的重要任务，其课程教学质量直接影响电商专业人才培养与农村电商产业人才供给的匹配度。当前，乡村振兴背景下农村电商产业呈现出多元化、本土化、场景化的发展特征，农产品与乡村文旅产品的运营推广面临季节性、地域性、非标性等特殊问题[1]，对课程教学提出了新的要求。但现有课程教学仍多沿用传统模式，课程设计与教学实施未充分对接乡村振兴与农村电商的实际需求。基于此，系统剖析《运营推广》课程的教学现状与核心问题，探索科学有效的优化路径，成为课程教学改革的必然趋势，也是高校电子商务专业服务乡村振兴战略的重要实践。

2. 乡村振兴背景下《运营推广》课程教学现状

2.1. 课程改革研究关注度持续提升

乡村振兴背景下农村电商运营推广人才的匮乏问题逐渐受到教育界与产业界的双重关注，《运营推

广》作为培养电商实操人才的核心课程，其改革研究成为高校电子商务专业教学研究的重要方向。现有研究普遍认为，课程需摆脱传统城市商业电商的教学框架，向农村电商场景倾斜[2]，部分学者提出应将乡村产业特点、农产品运营推广规律融入课程教学，构建适配农村电商的课程体系，相关研究成果为课程教学改革提供了理论基础，也推动更多高校开始关注课程与乡村振兴的融合。

2.2. 部分院校开启本土化教学改革探索

目前，国内多所高校已开展《运营推广》课程的改革研究，将地方特色农产品、乡村文旅产品等巧妙地融入课程实践中，如安徽部分高校融入金寨香菇、砀山梨等农产品运营推广案例，浙江部分高校结合临安山核桃、诸暨珍珠等特色产品设计教学项目[3]。此类改革尝试让课程教学开始贴近农村电商实际，也验证了“课程 + 乡村产业”教学模式的可行性，表1为国内部分院校课程教学改革探索现状，其中广西、甘肃等地院校的改革实践也为同类课程提供了重要参考[4]。

Table 1. Exploration status of rural revitalization-oriented reform of “Operation and Promotion” courses in some domestic colleges and universities

表 1. 国内部分院校《运营推广》课程乡村振兴导向改革探索现状

院校地域	改革核心举措	实践形式	改革成效
安徽	融入地方特色农产品运营案例，对接本地农村电商企业	指导学生为农产品设计电商推广方案、运营线上店铺	学生初步掌握农产品运营推广基本技能，部分推广方案落地应用
浙江	结合县域农村电商产业，开展乡村电商实地实践	组织学生深入乡村电商服务站参与产品推广实操	提升学生对农村电商场景的认知，校地合作初步建立
甘肃	构建农村电商人才专创融合培养模式，融入课程教学	开展农产品运营推广创新创业大赛	激发学生创业意愿，部分创业项目落地乡村
广西	对接乡村农产品销售需求，将课程实践与助农结合	开展农产品直播带货与县域电商推广实践	助力地方农产品销售，实现课程社会服务价值

2.3. 校企合作成为课程实践教学的重要途径

高校逐渐意识到企业资源对课程实践教学的支撑作用，纷纷与电商企业建立合作关系，部分高校还与农产品电商企业、乡村电商服务中心共建实践教学基地，将企业的真实运营推广项目、行业标准引入课程教学，聘请企业运营专家担任校外导师指导学生实践。如安徽新华学院参与省级质量工程校企合作实践教育基地建设，与农产品电商企业合作开展课程实践教学[5]，让学生接触真实的农村电商运营推广场景，打破了传统课堂模拟实践的局限，推动课程实践教学向实战化发展。同时，校企合作模式也成为提升学生农村电商就业竞争力的重要抓手，让课程教学与行业岗位需求的衔接更为紧密。

整体来说，《运营推广》课程受到传统教学理念、师资能力、实践资源等因素限制，多数高校的课程改革仍处于起步阶段，课程内容、教学方法、评价体系等方面尚未形成适配农村电商发展需求的成熟模式，还需加大课程与乡村振兴的深度融合。

3. 乡村振兴背景下《运营推广》课程教学现存核心问题

3.1. 课程内容与乡村产业实际脱节

当前课程案例仍以城市商业电商、大型企业运营场景为主，农产品运营推广相关案例占比极低，未考虑农产品季节性强、非标品居多、品控难度大等独特运营特点。知识点设计聚焦通用型电商推广逻辑，缺乏乡村市场分析方法、农产品品控与物流包装相结合的推广策略、乡村文旅产品 IP 打造与传播等农村

电商专属内容，难以适配乡村产业多元化发展需求。同时教材内容更新滞后，未能及时将产品置入抖音、快手、小红书等新媒体平台进行销售。

3.2. 教学方法单一且缺乏实战性

课程教学仍以“理论讲授 + 模拟平台操作”为主要模式，理论讲授占比过高，实践环节也以虚拟平台为主，缺乏农村电商真实运营场景。教学过程中未有效采用项目制、任务驱动等实践性教学方法，学生难以完整体验农产品从市场调研、推广方案设计到落地执行的全流程运营推广环节。此外，教学场景长期局限于高校课堂，未能组织学生深入乡村电商服务站、农产品种植基地、农村电商企业等实际场景开展现场教学，导致学生对乡村产业实际运营环境缺乏直观认知。

3.3. 师资队伍实践能力不足

授课教师多为高校专职教师，多数缺乏农村电商运营推广的一线实践经验，对农产品推广过程中面临的物流成本控制、地域品牌打造、季节性营销等痛点与难点把握不准。教师的知识体系仍以城市电商运营逻辑为主，对乡村产业特点、农村电商扶持政策、乡村消费群体消费习惯等了解不够深入，难以开展针对性的实践教学指导。整体师资队伍中，兼具乡村产业知识、电商教学能力与运营推广实操经验的复合型人才严重匮乏，无法满足乡村振兴导向的课程教学需求。

3.4. 评价体系固化且重理论轻实践

课程评价仍以期末考试为核心，笔试成绩占比过高，评价内容集中于理论知识记忆与理解，严重忽视对学生运营推广实操能力、方案设计能力的考核。评价指标设计单一，未将团队协作能力、项目落地能力、创新思维等乡村电商岗位必备素养纳入评价范围，无法全面反映学生的综合素养。同时评价主体较为单一，仅由高校教师独立完成评价，缺乏农村电商企业、乡村电商从业者等产业端主体的参与，导致评价结果与产业实际需求脱节，难以有效引导学生提升岗位适配能力。

3.5. 实践教学环节薄弱且资源匮乏

多数高校尚未建立专属的农村电商实践教学基地，学生缺乏开展真实农产品运营推广的实践平台。校企合作虽有初步探索，但多集中于城市电商企业，与农产品电商企业、乡村电商服务中心的合作深度不足，难以获取稳定的真实项目资源，导致实践教学多停留在模拟操作层面。此外，实践教学缺乏针对性设计，未根据农村电商运营特点分层、分阶段设置实操训练任务，对农产品推广中的供应链对接、地域品牌推广、政策运用等实操技能的训练不足，学生实操能力难以满足农村电商岗位实际需求。

4. 乡村振兴背景下《运营推广》课程改革的优化路径

4.1. 重构课程内容，打造乡村振兴导向的本土化课程体系

1) 划分核心教学模块

将课程内容分为乡村市场分析、农产品电商平台运营、乡村特色产品推广、乡村文旅电商推广、农村电商创新创业五大模块，各模块围绕农村电商运营推广展开，层层递进，剔除与农村电商无关的冗余内容，增加农村电商专属知识点，如农产品溯源推广、季节性运营推广策略、乡村文旅 IP 整合推广等。

2) 融入地方乡村产业案例

建立地方农村电商教学案例库，将地方特色农产品运营推广的成功案例、典型问题案例纳入课程教学，如安徽院校融入金寨香菇、砀山梨等农产品运营推广案例，让学生了解地方农产品推广的特点与痛

点；同时将农村电商政策、乡村产业发展现状融入课程内容，提升学生的乡村产业认知。

3) 对接新媒体电商发展趋势

及时更新课程内容，融入抖音、快手、视频号等新媒体平台农产品运营推广的实操知识，包括短视频引流、直播带货、社群团购运营等，让学生掌握多平台农村电商运营推广技能，适配农村电商新媒体化的发展趋势。

4.2. 创新教学方法，构建农村电商真实项目驱动的教学模式

1) 实施农村电商真实项目驱动教学

加强与地方农产品电商企业、乡村电商服务中心的合作，引入农产品店铺运营、产品推广、流量优化等真实运营项目，将企业的实际需求转化为课程教学任务。组织学生以团队为单位承接项目，完成从市场调研、推广方案设计、平台运营到效果优化的全流程操作，让学生在真实项目实践中掌握农产品运营推广技能。

2) 开展乡村场景化现场教学

走出传统课堂，带领学生深入乡村电商服务站、农产品种植基地、农村电商企业进行实习实践，让学生实地了解农产品种植的相关知识，掌握农产品运营推广的供应链逻辑；邀请行业优秀导师、农产品运营推广专家开展现场授课，分享一线运营经验。

3) 推行校企协同双导师教学

构建学校 + 企业双导师教学团队，高校教师负责理论知识讲授与教学方案设计，企业导师负责真实项目指导、运营推广实操训练与产业需求讲解，将理论教学与实践融为一体，让课程教学更贴合农村电商产业实际。

4.3. 强化师资建设，打造乡村电商复合型师资队伍

1) 加强校内师资乡村电商实践能力培养

定期组织教师参加乡村电商相关的学习和培训，了解行业前沿知识，丰富教师知识视野；安排教师深入农产品电商企业进行实践学习，参与农产品运营推广的实际工作，积累一线实践经验。

2) 完善校外乡村电商师资引进机制

建立校外师资库，通过柔性引进、兼职授课等方式，聘请农产品电商企业资深运营专家、乡村电商创业带头人、农业农村部门电商领域专家担任课程兼职教师，充实师资队伍；邀请校外专家参与课程内容设计、教学方案制定与实践教学指导，将产业最新动态与实操经验融入课程教学。

3) 建立校企师资常态化交流机制

与农产品电商企业建立长期师资交流合作关系，组织教师与企业专家开展定期教学交流与研讨活动，共同设计教学项目、编写教学案例、开发教学资源；建立双向挂职交流机制，邀请企业专家到学校授课，让高校教师到企业参与实践，实现校企师资共同发展。

4.4. 完善评价体系，建立多维度、重实践的多元化评价机制

1) 优化评价指标与权重

提升过程性评价至 40%，将学生的课堂表现、项目任务完成情况、团队协作能力与阶段性实操技能纳入考核范围；终结性评价占比 30%，采用“课程论文 + 实操考核”的方式，考核学生农村电商理论应用能力与农产品运营推广全流程实操能力；实践成果评价占比 30%，考核学生的真实项目完成度、农产品推广效果如销量、转化率等，创新创业计划书等核心指标(见表 2)。

Table 2. Indicators and weights of the diversified evaluation system for the “Operation and Promotion” course
表 2. 《运营推广》课程多元化评价体系指标及权重

评价类型	评价指标	权重占比	评价方式
过程性评价(40%)	课堂表现	10%	教师评分
	项目任务完成情况	20%	教师 + 企业导师评分
	团队协作能力	10%	组内互评 + 教师评分
终结性评价(30%)	课程论文	15%	教师评分
	实操考核(平台运营)	15%	教师 + 企业导师评分
实践成果评价(30%)	网店运营数据(流量、销量)	15%	数据量化评分
	农产品销售业绩	10%	数据量化评分
	创业项目计划书	5%	教师 + 企业导师评分

2) 丰富评价主体

改变单一教师评价的模式，引入多元评价主体，其中企业导师与乡村电商从业者主要参与实践成果与实操能力的评价，确保评价结果与农村电商产业需求相契合。

3) 设置创新加分项

鼓励学生参与农村电商创业项目，并给予额外加分，鼓励学生大胆创新，培养学生的创新思维与创新创业能力；同时建立评价结果反馈机制，及时将评价结果反馈给学生，针对能力短板开展针对性辅导，实现“评价 - 反馈 - 提升”闭环管理。

4.5. 整合实践资源，深化校地企协同的实践教学环节

加强高校、地方政府、农村电商企业三方合作，整合各方资源，构建校地企协同的实践教学体系，为课程实践教学提供充足的资源支撑。

1) 共建农村电商实践教学基地

高校加强地方政府、农产品电商企业合作，建立农村电商实践教学基地，为学生、教师和乡村电商从业者提供实践和学习的平台。

2) 整合农村电商实操资源

高校积极开展校企合作建设，联合农村电商平台(淘宝、拼多多、抖音电商等)与电商服务企业，为学生提供免费的实操资源；搭建校内校外农村电商真实实践平台，进行农产品运营推广的全系列实践，如与企业合作，让学生参与电商活动的日常上下架、营销推广、客户关系服务与管理等，让学生在实操中掌握网店运营推广的各个知识点[6]。

3) 深化校地企合作层次

建立高校、地方政府和农村电商企业的资源共享与利益共赢机制，地方政府为实践教学基地建设提供政策支持，为毕业生开设网店创业提供扶持保障[7]。农村电商企业为课程教学提供真实项目，高校为地方乡村电商发展提供人才培养，指导乡村电商从业者提升运营推广能力。

5. 结论

乡村振兴战略的深入推进为农村电商产业发展带来新机遇，也为高校《运营推广》课程教学改革提出新要求。未来，高校应持续深化课程教学改革，根据农村电商产业的发展动态及时更新课程内容、优化教学方法，不断完善校地企协同育人机制，强化课程的实践属性与本土化特色，让课程真正成为培养

乡村振兴电商运营推广人才的核心载体，为农村电商产业高质量发展与乡村振兴战略的实施提供坚实的人才支撑与智力保障。

基金项目

- 1) 安徽新华学院校级质量工程项目《乡村振兴背景下〈运营推广〉课程改革及优化路径研究》(编号: 2024jy024);
- 2) 安徽新华学院安徽顶新信息技术有限公司校企合作实践教育基地(编号: 2023xqhz082)。

参考文献

- [1] 中国互联网络信息中心. 第 52 次中国互联网发展状况统计报告[R/OL]. 2023-08-28. <https://cnmic.cn/NMediaFile/2023/0908/MAIN1694151810549M3LV0UWOAV.pdf>, 2023-11-12.
- [2] 林观连. 乡村振兴背景下中职电子商务专业助推农产品销售的实践研究——以岑溪市中等专业学校电子商务专业为例[J]. 广西教育, 2023(5): 23-27.
- [3] 许菁, 刘煜汐. 农村电商助力乡村振兴发展的影响效应研究——基于陕西省的实证分析[J]. 中国市场, 2026(4): 74-78.
- [4] 胡清华. 乡村振兴视角下地方高校创新创业人才培养路径探索[J]. 中阿科技论坛(中英文), 2023(6): 118-122.
- [5] 陈国声. 农村电商发展的优化策略与助力乡村振兴的路径研究[J]. 山西农经, 2025(24): 69-71+95.
- [6] 付伟. 乡村振兴视域下农产品直播电商人才培养路径研究——以网店运营与管理课程为例[J]. 智慧农业导刊, 2025(12): 130-133.
- [7] 夏孟丹. 乡村振兴视域下的农产品直播电商模式与人才培养路径研究——以网店经营课程为例[J]. 商场现代化, 2024(12): 59-61.