**Advances in Education** 教育进展, 2026, 16(11), 60-65
Published Online November 2026 in Hans. https://www.hanspub.org/journal/ae
https://doi.org/10.12677/ae.2026.16112357

Hans汉斯

# 教育数字化背景下高职网店美工课程教学实践研究

**麦嘉艳**

广州东华职业学院数智经贸学院，广东 广州

收稿日期：2026年9月30日；录用日期：2026年10月25日；发布日期：2026年11月3日

## 摘　要

**网店美工课程作为高职电子商务专业培养电商视觉设计应用型人才的核心课程，当前在教育数字化背景下面临着新的挑战。目前，大部分高职网店美工课程在课程设置、教学模式、教学资源与师资队伍四个维度均存在较为突出的问题，导致人才培养与行业岗位需求脱节。本文立足教育数字化发展背景，系统剖析课程教学现存痛点，以三阶渐进式课程设置为核心开展教学探索，构建适配数字时代行业需求的课程教学体系，旨在提升网店美工课程教学质量，培养兼具数字技能、设计能力与商业思维的高素质电商美工技术技能人才，以期为网店美工课程教学提供实践参考。**

## 关键词

**教育数字化，高职教育，网店美工，教学实践**

# Research on Teaching Practice of the Online Store Graphic Design Course in Higher Vocational Colleges under the Background of Educational Digitalization

**Jiayan Mai**

College of Digital Intelligence, Economics and Trade, Guangzhou Donghua Vocational College, Guangzhou Guangdong

Received: September 30, 2026; accepted: October 25, 2026; published: November 3, 2026

## Abstract

**As a core course for cultivating applied talents of e-commerce visual design in higher vocational e-**

文章引用: 麦嘉艳. 教育数字化背景下高职网店美工课程教学实践研究[J]. 教育进展, 2026, 16(11): 60-65.
DOI: 10.12677/ae.2026.16112357

**commerce majors, the Online Store Graphic Design course is confronted with new challenges under the background of educational digitalization. At present, prominent problems exist in most higher vocational Online Store Graphic Design courses from four dimensions: curriculum arrangement, teaching mode, teaching resources and teaching staff, resulting in the disconnection between talent training and the demands of industrial posts. Based on the development context of educational digitalization, this paper systematically analyzes the existing pain points in curriculum teaching. Taking the three-stage progressive curriculum arrangement as the core, it carries out teaching exploration and constructs a curriculum teaching system adapted to the industrial demands in the digital era. This study aims to improve the teaching quality of the Online Store Graphic Design course, cultivate high-quality technical and skilled e-commerce graphic designers with digital skills, design capabilities and commercial thinking, and provide practical references for the teaching of the Online Store Graphic Design course.**

## Keywords

**Educational Digitalization, Higher Vocational Education, Online Store Graphic Design, Teaching Practice**

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. 高职网店美工课程教学现状

### 1.1. 课程设置缺乏科学规划

从学科属性来看，网店美工课程是典型的多学科交叉综合性课程，融合了视觉传达、电子商务运营、数字媒体技术、消费者心理学等多领域知识。学生不仅需要掌握设计软件操作技能，具备色彩搭配、版式设计等设计基础，还需要了解电商平台运营逻辑、流量规则、目标用户审美偏好，同时掌握基础的数字化工具应用能力。但目前多数高职院校的网店美工课程设置缺乏科学规划。一方面，课程开设时序不合理，未遵循“基础认知－技能实操－综合应用－创新提升”的学习规律，导致学生难以消化综合性知识，出现基础不扎实、高阶学不会的问题。另一方面，不同课程内容交叉融合不足，多学科知识碎片化呈现，设计基础、软件操作、电商运营知识相互割裂，未能构建起完整的课程体系，导致学生只会机械地操作软件，缺乏商业设计思维与数字化创新能力的综合运用能力。

### 1.2. 教学模式相对滞后

目前高职网店美工课程虽转向项目式教学，但大多仅流于表面，本质仍是以教师为中心的传统教学模式[1]。教学重点则多集中在软件基础操作层面上，教师围绕工具功能和操作步骤进行讲解与演示，学生则以模仿和重复练习为主，教学过程机械刻板，缺少对真实设计任务所开展的实战性训练。该教学模式过度偏重技术操作教学，忽视了审美能力、设计思维及实践能力的培养。因此，学生在面对具体设计问题时难以调动独立的审美判断、系统的设计分析与完整的实践执行能力。此外，课程实训教学在实际推进中也容易流于形式，实训内容多为模拟化、标准化的习题，这些习题往往具有固定步骤和单一结果指向，难以再现真实商业情境中的需求变化与综合设计过程，缺乏企业真实美工项目的有效支撑[2]。学生因而无法接触店铺数字化装修、数据化视觉优化以及动态内容设计等真实岗位任务，难以在接近真实的任务环境中获得综合训练。滞后的教学方法导致学生学习主动性不足、创新思维匮乏，学习成果大多

只停留在对基础操作的机械复刻层面上，学生难以实现对知识与技能的有效迁移，无法独立完成商业化美工设计工作。

### 1.3. 缺少立体化教学资源

教学教材与资源是开展课程教学的基础载体，教育数字化背景下的高职课程教学，需要立体化、动态化、信息化的教学资源体系支撑，而非单一的纸质教材[3]。但目前高职网店美工课程普遍存在教材案例滞后、教学资源单一以及教学内容不成体系的问题。现有教材多为传统纸质教材，内容更新周期长、迭代速度慢，教材核心内容仍以基础软件操作、静态图片处理、常规店铺装修为主，对于当下行业主流的 AIGC 美工设计、新媒体视觉物料制作和数字化视觉营销等新型内容涉及较少。同时，纸质教材侧重于理论知识与基础技能讲解，缺乏企业真实项目案例、实操流程拆解以及行业标准规范等实用性内容，与岗位实操脱节严重。此外，教学内容呈现碎片化、零散化，没有形成“纸质教材 + 线上资源 + 虚拟实训 + 案例库”相结合的立体化资源体系。学生课后无法开展自主数字化学习，教师也难以依托丰富资源开展更深入的教学，导致课程教学质量难以提升。

### 1.4. 综合型专业师资短缺

专业的师资队伍是课程的核心支撑，由于网店美工课程的特殊性，既要求教师具备丰富的电商行业实战经验和熟练的数字工具操作能力，同时也要求其有扎实的艺术设计基础和系统的教学能力。但当前高职院校普遍存在综合型专业教师短缺的问题，师资结构短板突出。目前授课的教师主要分为两类，一类是艺术设计专业出身的教师，具备扎实的艺术设计能力，但缺乏电子商务行业从业经验，不了解电商平台数字化运营规则，在教学中偏重纯艺术设计，忽视商业转化价值与数字实操应用；另一类是电子商务专业教师，熟悉电商运营逻辑，但艺术设计功底薄弱，对于相关的艺术设计知识掌握不足，难以开展更深入的艺术设计教学或艺术审美培养。

## 2. 教育数字化背景下高职网店美工课程教学探索

### 2.1. 构建渐进式课程设置体系

针对现有课程设置的问题，结合高职学生认知规律与岗位能力需求，基于此，可构建三阶渐进式课程设置体系，遵循由浅入深、由基础到综合、由技能到创新的教学逻辑，实现课程内容的系统化、梯度化和数字化重构，同时兼顾知识传授、技能培养与素养提升[4]。

第一阶段为基础认知层，适配大一低年级学生，聚焦核心基础能力培养。课程内容重点设置设计基础、版式设计、设计软件基础操作、电商基础认知等基础内容，弱化复杂理论讲解，强化实操入门训练，帮助学生搭建基础知识框架，掌握核心软件的基础操作，了解电商平台基本规则与网店美工基础岗位内容，夯实数字化设计的基础能力。该阶段侧重培养学生的审美能力与基础实操能力，解决学生基础薄弱、入门困难的问题。

第二阶段为技能提升层，适配大二进阶学习阶段，聚焦专项数字化技能培养。在基础能力之上，细化课程模块，分专项开展教学，设置静态店铺装修、产品精修、海报设计、详情页制作、网店首页设计等传统核心技能模块，同时新增 AIGC 美工设计、新媒体视觉物料制作和数字化视觉营销等数字化专项内容，贴合行业数字化发展趋势。该阶段注重多学科知识融合，将美学设计、软件操作、电商运营、用户心理知识融入各个模块，打破学科壁垒，培养学生的专项数字化设计技能。

第三阶段为综合应用层，聚焦岗位综合能力与创新能力培养。依托校企合作资源，引入企业真实数字化美工项目，开展项目化综合实训，涵盖店铺整体数字化装修、全套视觉方案设计、电商活动视觉营

销和智能设计工具综合应用等综合性任务[5]。同时融入“岗课赛证”融通理念，结合职业技能证书考核标准和技能大赛要求优化课程内容，培养学生的商业设计思维、数字化创新能力与岗位实操能力。

三阶梯度层层递进、环环相扣，基础层保障入门、技能层强化专项、综合层提升能力和创新层赋能发展，解决原有课程梯度混乱、内容脱节、适配性不足的问题，实现学生能力的循序渐进提升，精准适配数字化时代网店美工岗位的复合型能力需求[6]。

### 2.2. 创新数字化教学方法

立足教育数字化发展趋势，打破传统单一教学模式，构建“线上预习 + 线下实操 +AI 辅助 + 项目驱动”的混合式数字化教学模式，此模式既适配高职学生学习特点，也能提升课堂教学实效性。课前依托学习通、雨课堂等智慧教学平台，上传课程视频，发布预习任务，引导学生自主完成基础知识点预习，明确学习重难点，实现个性化自主学习。

课中摒弃“教师单向演示”的模式，采用分层教学、项目教学以及案例教学相结合的方式[7]。在 AIGC 工具教学层面，可引入 Midjourney、即梦 AI、可灵 AI 等主流智能设计工具，区分不同工具的适用场景：Midjourney 擅长产品场景图生成；即梦 AI 适配国内电商产品海报、详情页素材快速生成。在教学活动上主要涉及两个方面：活动一为 AI 辅助产品场景生成，学生输入产品描述、风格关键词，生成多版产品背景素材，再由学生完成后期精修，实现“AI 生成－人工优化”协同创作；活动二为 AIGC 头脑风暴，借助 AI 快速输出多套海报创意草图，学生进行筛选、修改与商业化调整。同时创设企业真实工作场景，以真实店铺美工项目为载体，引导学生小组协作完成设计任务，按照“项目下达－需求调研分析－方案构思初稿－多轮迭代修改－企业导师评价－项目成果输出”完整流程开展小组任务。教师针对性答疑指导，强化学生实操能力与团队协作能力。小组内部划分需求分析、视觉设计、素材处理、效果复盘岗位角色，模拟企业美工团队真实工作流程，教师共同跟进每个阶段任务节点，而不是只考核最终作品。

课后搭建线上交流平台，推送拓展性数字化学习资源，布置分层课后实训任务，依托平台完成作业批改、学情分析以及个性化辅导，精准掌握学生学习情况。同时引入多元化评价体系，改变传统“唯作品、唯分数”的评价模式，将线上学习表现、实操过程、项目完成质量、设计创新度以及商业适配性纳入评价范围，实现过程性评价与终结性评价结合，全面提升教学效果[8]。

### 2.3. 完善立体化数字资源体系

针对教材滞后、资源匮乏的问题，可构建“动态教材 + 数字资源 + 实训平台”的立体化教学资源体系。首先，优化教材内容，结合行业数字化发展趋势与岗位新标准，结合现有教材，新增 AIGC 美工设计、新媒体视觉物料制作和数字化视觉营销等前沿内容，删减过时老旧知识点，融入企业真实项目案例、实操流程与行业标准，打造适配数字时代的新型校本教材。

其次，搭建专属数字化教学资源库，系统整理制作微课视频、实操教程、案例素材、课件题库、优秀学生作品、行业前沿设计方案等资源，按照课程梯度模块分类归档，实现资源实时更新、线上共享，方便学生随时随地开展自主学习、复盘实操。

最后，依托校企合作搭建虚拟实训平台与真实项目实训基地，引入企业数字化美工实训项目，让学生在仿真、真实的数字化工作场景中开展实操训练，弥补课堂实训的局限性，实现教学资源与行业岗位需求的精准对接。

### 2.4. 打造复合型师资队伍

针对复合型师资短缺问题，可通过“内培外引、校企共育、双向赋能”的方式，打造适配数字化教学

的双师型复合型师资队伍[9]。一方面，强化校内教师数字化能力培养，定期组织教师参与电商数字化设计、AIGC 美工工具应用或智慧教学平台使用等专项培训，鼓励教师深入企业顶岗实训，实时掌握行业新技术、新案例、新岗位标准，弥补行业经验短板。同时推动艺术设计教师与电商运营教师跨学科教研交流，组建课程教学团队，实现美学设计、技术操作和运营知识的互补融合。另一方面，积极引入企业行业人才，聘请电商企业资深美工设计师、数字化视觉运营专员担任校外兼职教师，参与课程教学、实训指导、课程设计与资源开发，将企业真实数字化项目、岗位实操技能、行业前沿理念融入课堂教学，弥补校内师资行业实操能力不足的短板。同时建立师资考核激励机制，将数字化教学能力、企业实践成果、教学改革成效纳入教师考核，激发教师参与数字化教学改革的积极性，全面提升师资综合素养。

## 3. 教学改革试点设想与后续研究展望

本文当前主要完成课程改革方案的理论构建，后续将开展小范围班级实证试点研究。选取电商专业一个教学班作为改革试点对象，执行本文提出的三阶渐进式课程体系、数字化混合教学模式；选取平行班作为参照。综合运用量化与质性研究方法采集数据：第一，前后测对比。改革开展前、课程结束后分别实施专业测试，测试内容包含软件实操、设计理论、商业设计思维，对比试点班级与对照班级成绩差异；第二，问卷调查。课程结束面向试点班学生发放调查问卷，调查学生对课程内容、AIGC 教学活动、项目实训、教学资源的满意度，以及自我感知的技能提升程度；第三，深度访谈。抽样选取不同学习层次学生、企业兼职教师开展半结构化深度访谈，挖掘改革实施过程中的现实困难、学生真实学习体验；第四，作品样本分析。收集试点班学生课程作业、综合项目作品，建立作品分析量表，从版式审美、商业适配性、数字化工具合理运用、创新程度多维度对作品进行编码分析。通过问卷统计、成绩对比、访谈文本编码、作品样本分析，综合检验三阶渐进课程体系、AIGC 融合教学模式的实际成效，同时发现改革实践中的现实问题，再反向迭代优化课程方案，进一步提升本研究结论的科学性。

本研究仍存在局限，后续还需要持续跟踪行业 AIGC 工具迭代，不断更新教学案例与实训项目，持续完善立体化数字教学资源库。

## 4. 结语

在行业更迭及教育数字化不断推进的背景下，高职网店美工课程改革是对接电商行业岗位迭代的必然选择。通过梯度化的课程架构实现学生能力循序渐进提升，将 AIGC 美工、新媒体视觉等新技术融入教学全过程，着力培养兼具设计素养、数字工具应用能力与商业思维的技术技能人才。后续将结合教学试点实证数据持续完善课程方案，为高职同类电商视觉课程改革提供实践参考。

## 基金项目

广州东华职业学院校级教科研项目“教育数字化背景下高职网店美工课程教学实践研究”研究成果(项目编号：DH202316)。

## 参考文献

[1] 闫宁. 基于《网店美工》课程的人才项目化教学培养模式研究[J]. 产业创新研究, 2019(8): 84-85.

[2] 邹本杰. 浅谈高职院校项目化教学改革[J]. 科技信息, 2012(20): 233.

[3] 王凤基. 高职数字化教学资源体系建设与应用研究[J]. 中国教育信息化(高教职教), 2010(3): 31-33.

[4] 孟秀华, 周美茹, 庞晓光, 等. 高职“四层次、三阶段”渐进式实践教学体系实践[J]. 职业, 2011(21): 88-89.

[5] 霍一飞. 基于产业需求的职业教育校企合作资源平台建设与应用成效[J]. 中文信息, 2026(8): 305-306.

[6] 唐宇峰, 何俚秋, 曹修全, 等. 基于 DeepSeek 赋能的机械类专业三阶渐进式《科技论文写作》教学改革与实践[J].

宜宾科技, 2025(4): 11-15.

[7] 朱若越. Midjourney 与设计教育的融合机制[J]. 时尚设计与工程, 2026(1): 61-63.

[8] 赵芳谊, 孙然, 张明. 高职院校专业理论课程过程性评价体系的构建[J]. 新教育时代电子杂志(教师版), 2024(5): 84-86.

[9] 宋玲玲, 赵文平. 走向产教融合的职业教育“双师型”教师培养[J]. 职教通讯, 2024(2): 41-49.