

专创融合视角下应用型高校“电子商务”课程教学改革研究

石爱玲, 王芳, 巩乾雯

齐鲁理工学院商学院, 山东 济南

收稿日期: 2025年10月9日; 录用日期: 2025年11月6日; 发布日期: 2025年11月17日

摘要

“电子商务”作为商科专业的必修课, 其知识体系不仅蕴含着深厚的理论基础, 还紧密关联着创新创业的实践应用, 是推进专业课程改革与创新创业实践的理想载体。文章以应用型高校“电子商务”课程为研究对象, 针对传统教学中课程内容滞后于行业发展、教学方法固化单一、实践环节与产业需求脱节等核心问题, 以提升学生专业素养、实践能力与创新创业能力为目标, 从专创融合、创新驱动视角探索教学改革路径。改革围绕课程内容优化重构、教学方法创新、评价体系完善三大维度展开, 最终构建出以电商项目策划为主线、理论与应用分层递进、课堂讲授-内化吸收-课堂讨论联动的“一线两段三环节”教学新模式。该系列改革措施不仅有效拓展了专业知识的深度与广度, 更通过实战化教学设计激活学生创新思维、提升实践操作能力, 为数字经济背景下“电子商务”课程教学质量升级及高素质应用型商科人才培养提供了扎实支撑。

关键词

专创融合, 电子商务, 教学模式, 教学改革

Research on the Reform of “E-Commerce” Course Teaching in Application-Oriented Universities from the Perspective of Specialty-Innovation Integration

Ailing Shi, Fang Wang, Qianwen Gong

Business School, Qilu Institute of Technology, Jinan Shandong

Received: October 9, 2025; accepted: November 6, 2025; published: November 17, 2025

Abstract

As a compulsory course for business majors, “E-Commerce” boasts a knowledge system that is not only grounded in profound theoretical foundations but also closely linked to practical innovation and entrepreneurship applications, making it an ideal vehicle for promoting the reform of specialized curricula and entrepreneurial practice. This paper focuses on the “E-Commerce” course in application-oriented universities. Addressing core issues in traditional teaching methods—such as course content lagging behind industry developments, rigid and singular teaching methodologies, and a disconnect between practical components and industry needs—the study aims to enhance students’ professional literacy, practical skills, and innovation and entrepreneurship capabilities. From the perspectives of Specialty-Innovation Integration and innovation-driven development, it explores pathways for teaching reform. The reform is structured around three key dimensions: optimizing and restructuring course content, innovating teaching methods, and refining the evaluation system. Ultimately, a new teaching model is constructed, characterized by a “One Main Thread, Two Tiers, Three Phases” framework. This model uses e-commerce project planning as its main thread, features a tiered progression from theory to application, and integrates interactive phases of classroom instruction, internalization/absorption, and group discussion. These reform measures have not only effectively expanded the depth and breadth of professional knowledge but have also, through hands-on instructional design, activated students’ innovative thinking and enhanced their practical operational abilities. This provides solid support for upgrading the teaching quality of the “E-Commerce” course and cultivating high-quality, application-oriented business talents in the context of the digital economy.

Keywords

Specialty-Innovation Integration, E-Commerce, Teaching Model, Teaching Reform

Copyright © 2025 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

随着互联网技术的飞速迭代与数字经济的蓬勃兴起，二者形成的叠加效应推动消费者购物习惯向线上大规模迁移，直接促使电子商务领域对人才的需求呈现数量扩容与质量升级的双重特征。当前市场迫切需要具备创新思维、数字化运营能力及跨领域协作技能的应用型人才。“电子商务”课程作为系统研究电子商务活动规律、商业模式与技术应用的核心载体，不仅为商科人才培养提供市场运营、平台管理、数字化营销等关键领域的理论支撑，更通过实践导向的知识体系，为专业人才匹配行业需求奠定基础，其在人才供给中的核心作用愈发凸显。与此同时，国家对创新创业教育的高度重视为行业人才培养注入强劲动力。《国务院关于推动创新创业高质量发展打造“双创”升级版的意见》(国发〔2018〕32号)等一系列政策文件的出台，不仅构建了商科专业与创新创业教育深度融合的良好政策环境，更从资源保障、课程建设等层面提供了有力支持。作为典型的交叉学科，“电子商务”涵盖管理学、经济学、信息技术、法学等多个领域知识，其课程目标既要求学生掌握扎实的专业功底，更强调培育创新创业精神与实践应用能力。

当前学界围绕“电子商务”课程教学改革已形成多维度研究体系。潘菲菲等学者提出以学习成果为反向设计课程目标，构建“知识-能力-素质”三维目标体系，通过混合式教学、项目驱动等手段提升

学生实践能力[1]。胡治芳证实混合式教学可显著提升学习效果,且 BOPPPS 模型能优化教学流程[2];赵红等强调通过模块化内容重构、案例资源池建设对接行业动态[3]。何奕等通过设计分层实训项目,强化学生实操能力[4]。但在“专创融合”与课程目标、内容、评价的系统性整合,以及应用型高校特色适配性上存在理论缺口,为本研究提供了探索空间。

本研究以应用型高校“电子商务”课程为研究对象,针对传统教学中课程内容滞后于行业发展、教学方法固化单一、实践环节与产业需求脱节、评价体系缺乏综合性等核心问题,以提升学生专业素养、实践能力与创新创业能力为目标,从专创融合视角系统探索教学改革路径。研究首先梳理课程教学现存问题,明确改革方向与目标;其次围绕课程内容优化重构,按“理论基础-商业模式-支持服务-项目策划”逻辑主线搭建模块化知识体系,融入电商行业前沿动态与创新案例;再次创新构建“一线两段三环节”教学模式,以电商项目策划为主线,实现理论与应用分层递进、课堂讲授-内化吸收-课堂讨论联动;最后打造“参与度-系列过程评价-期末考试”三维协同考评体系,完善专创融合导向的课程评价机制。通过这一系列改革措施,旨在解决传统教学中理论与实践割裂、能力培养片面、评价反馈不足等问题,为数字经济背景下“电子商务”课程教学质量升级及高素质应用型商科人才培养提供扎实支撑与实践参考。

2. “电子商务”课程教学改革拟解决的问题

“电子商务”作为一门交叉课程,融合了计算机与网络通信技术、金融学、管理学、市场营销学、法学等多学科知识,兼具学科综合性、文理渗透性与理论实践结合性特征。作为商科专业的必修课,该课程紧密对接新时代信息技术发展特点及电子商务应用场景,系统介绍电子商务技术与商务运营涉及的基础理论、知识及技能[5]。但其课程内容广泛,涵盖电子商务模式、电子支付、网络营销、物流管理、电子商务技术、电子商务法律法规等多个方面,在实际教学中面临诸多挑战。

2.1. 教学内容重理论轻实践且更新滞后

当前“电子商务”课程教学内容存在重理论轻实践倾向,且内容更新滞后于行业发展,首先,理论占比过高,实践导向不足:课程内容仍以电子商务基础理论为核心,对行业前沿动态、技术创新成果的探讨仅停留在表面,既未系统融入电子商务领域的最新研究成果与技术应用方法,也缺乏对实际业务场景的深度剖析。这直接导致学生难以接触行业真实运作逻辑,不仅限制视野拓展与创新思维培养,更使实践能力提升失去有效支撑。其次,内容更新滞后,与产业需求脱节。随着大数据、云计算、人工智能、区块链等数字技术的快速迭代,企业电子商务运营模式与营销手段已发生根本性变革。但课程内容未能同步跟进这一变化,仍局限于传统电商理论框架,导致教学内容与企业实际应用严重脱节,无法为学生未来参与实践提供有效指导[6]。最后,案例时效性差,缺乏时代代表性。课程选用的案例仍以淘宝早期发展等传统案例为主,未能纳入直播电商助农、跨境电商综合试验区建设、社区团购模式创新、工业电商供应链协同等体现中国数字经济特色的新兴实践内容[7]。案例的滞后性进一步加剧理论与实践的割裂,使学生难以理解当前电子商务的真实业态与发展趋势,影响新知识掌握与视野拓展。

2.2. 课程教学方法单一

“电子商务”课程知识点体系庞大、逻辑复杂,既包含电商基础框架、交易流程等理论内容,又涉及数据分析、平台运营等实操要点,需要学生投入大量时间梳理逻辑、深化理解才能有效掌握。但当前教学实施中,方法固化与实践薄弱问题突出[8]。一方面,课堂模式固化,学习兴趣难以激发。教师未能充分利用动态演示视频、行业数据可视化图表等多媒体资源,以及在线案例库、互动教学平台等网络工具优化教学过程,仍以教师单向讲授为主要模式。课堂中缺乏针对复杂知识点的互动研讨、小组辩论或

情景模拟环节,学生多处于被动接收知识的状态,既难以深入理解知识点间的关联逻辑,又因缺乏参与感导致学习兴趣薄弱,难以主动投入精力攻克知识难点。另一方面,实验教学薄弱,实践能力培养缺位。课程配套的实验教学环节设置不足,且实验条件存在明显局限。部分院校缺乏专业的电商模拟实训平台,或实验设备更新滞后,无法模拟当前主流电商平台的操作场景与业务逻辑。这使得学生难以获得将理论知识转化为实际操作的机会,既无法通过实践验证理论认知、深化理解,也难以在实操中积累解决实际问题的经验,最终导致实践能力与创新思维培养陷入“纸上谈兵”的困境,无法满足行业对应用型人才的需求。

2.3. 课程评价体系缺乏反馈指导

当前“电子商务”课程的考核方式存在明显局限性,仍以期末闭卷考试为核心评价手段。这种模式重点聚焦学生对基础理论知识的记忆与掌握程度,无法全面评估学生学习成果与综合能力[9]。首先,忽视过程性评价,难以反映学习动态。考核体系未将学生在课程学习过程中的表现纳入评价范畴,如课堂参与度、课后作业完成质量、阶段性项目推进情况等,无法客观记录学生在学习周期内的进步轨迹与薄弱环节,仅以单次期末考试成绩定优劣,评价结果缺乏完整性与动态性。其次,考核维度单一,能力评估存在盲区。该模式未能构建多维度评价体系,完全忽视对学生实践能力、创新思维及实际问题解决能力的检验,导致评价结果无法匹配行业对电商人才的综合能力需求。最后,反馈机制缺失,难以指导学习改进。期末闭卷考试的反馈多仅体现分数或简单评语,不仅反馈周期长、时效性差,且缺乏针对学生知识漏洞、能力短板的建设性改进建议。这使得学生无法及时、清晰地识别自身学习问题,难以制定针对性改进方案,最终影响学习效果持续提升,也无法为后续课程学习奠定良好基础。

3. “电子商务”课程改革思路

“电子商务”课程紧密衔接行业产业发展,注重实践应用属性。课程团队在聚焦知识传授、能力培养与素养提升的基础上,尤其强调根据行业动态调整教学内容,以培养符合新兴行业要求的创新思维、专业技能与实践能力。因此,在当前教育改革背景下,课程组围绕批判性思维、问题解决、创新创造等高阶能力培养,对课程进行全面重构与优化。

基于专创融合需求,课程改革采用线上线下混合教学方式,依托教学资源平台建设,构建理论与实践相结合的模块化教学内容,突出创新素养的核心地位,注重培养学生的批判性思维、问题解决能力与创新能力;同时将政治认同、家国情怀、职业素养、法治意识、创新精神、生态理念等思政元素融入课程内容,创新构建教学模式,实现教学内容、方法、手段的深度融合与师生协同互动,提升教学效果;改进单一评价体系,通过小组实践项目、案例分析等方式强化学生应用能力,关注学生学习过程与成果,建立多元考核评价方式,激励学生主动学习,形成持续改进的学习机制。

4. “电子商务”课程专创融合改革举措

4.1. 重构优化课程知识内容

遵循强化理论应用、贴合行业趋势的基本原则,以提升理论知识的实践转化能力为核心,通过融合行业前沿进展、扩建特色教学资源、丰富教学案例,重构具有高阶性、创新性与挑战度的课程内容[10]。首先,梳理逻辑主线,重构内容框架。按照“理论基础-商业模式-支持服务-项目策划”的逻辑主线,对教学内容进行重构,系统呈现完整的电子商务业务链条,帮助学生构建清晰的知识体系(见表1)。其次,线上线下联动,补充项目资源。依托MOOC平台搭建项目化教学资源库,整合行业标准文档、企业真实案例、实操演示视频等资源,课前发布项目预习内容,课中聚焦项目实操指导,课后通过线上平台跟进

项目进度与问题答疑，实现教学资源的全程覆盖。最后，打通场景边界，衔接教学与实战。课内开展项目小组研讨、方案设计，引导学生将理论知识应用于具体项目；课外依托三创工作室、实训平台等，组织学生参加全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛等学科竞赛，暑期开展农村电商调研、红色旅游电商推广等实践项目，实现项目教学与行业实战的无缝衔接。

Table 1. Knowledge modules of the “E-Commerce” course
表 1. “电子商务”课程知识模块

知识模块	教学内容	主要知识点
基础理论模块	认识电子商务	电子商务的基本概念、产生与发展历程、整体框架、外部环境
	网络经济理论	网络经济定义与特征、数字产品的属性、网络经济市场规律、市场结构
商业模式模块	商业模式	商业模式定义、商业模式画布、商业模式创新路径
	基本电子商务模式	B2B、B2C、C2C 电子商务的交易流程、盈利模式、典型案例
	新兴电子商务模式	跨境电子商务、直播电商、社交电商
支持服务模块	电子商务技术体系	计算机网络技术、Web 技术、数据库技术、EDI 技术、新兴技术
	网络营销	网络营销定义与理论、营销策略、营销效果评估
	电子商务支付工具	电子货币、电子支付系统、支付风险控制
	电子商务物流管理	物流定义与电商物流特点、物流模式、现代物流技术
	电子商务法律法规	电子商务法概述、电子商务中的法律问题、电子商务争议的解决
项目策划模块	电子商务项目分析与策划	项目创意生成、商业模式策划、网站/平台策划、运营管理策划、财务策划、风险管理策划
	电子商务项目商业计划书	商业计划书结构、撰写要点、常见误区、优秀案例拆解

4.2. 构建“一线两段三环节”的教学模式

4.2.1. 主线贯穿：以电商项目策划为核心纽带

将“电子商务项目策划”作为贯穿全课程的主线，按教学进度将其拆解为若干任务模块，嵌入各教学阶段。课前围绕任务模块布置案例预习，引导学生自主收集资料；课中结合模块知识分析任务难点，组织小组讨论方案；课后以小组为单位完成任务模块，课程结束时整合为完整商业计划书，实现知识学习到实践应用的全程联动。

4.2.2. 两段分层：理论教学与应用教学递进衔接

遵循“认知－理解－应用－实践”规律，将教学过程分为理论教学与应用教学两个阶段，实现从低阶思维到高阶思维的提升。理论教学阶段，按“基础理论→商业模式→支持服务→项目策划”四大一级模块拆解内容，通过教师精讲与思维导图梳理，明确各模块知识逻辑，帮助学生构建系统知识框架；同时挖掘诚信经营、爱国情怀等思政元素，实现知识传授与价值引领的同频共振。应用教学阶段，采用“课前引导案例→课中分析案例→课后讨论案例”的三级案例体系，根据知识点难度采用先例后理或先理后例的教学策略；结合全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛等学科竞赛，指导学生完成真实项目策划，解决模拟软件与现实脱节的问题。

4.2.3. 三环节联动：线上线下融合的对分课堂设计

基于建构主义协作与交流需求,采用“课堂讲授-内化吸收-课堂讨论”三环节对分课堂模式,实现课内课外、线上线下的深度联动。课堂讲授环节,教师以问题情境导入,引出模块知识;利用多媒体课件梳理知识框架,明确学习目标;聚焦重点和难点精讲教学内容;布置作业,预留课外自主学习空间。内化吸收环节,学生自主学习线上资源,小组线上讨论项目任务,教师在线答疑、批改作业并反馈共性问题。课堂讨论环节,针对项目任务进行头脑风暴,形成小组方案并汇报,教师点评方案亮点与不足,结合案例引导学生深化理解,完成知识意义建构。

4.3. 打造多元化课程考核评价体系

基于 OBE 理念与建构主义理论,结合课程教学目标,针对传统考核重结果轻过程、重知识轻能力的弊端,参考胡善凤[11]提出的 PSF 考核模式,构建参与度(Participation)、系列过程评价(Serial process evaluation)、期末考试(Final examination)三维协同考评体系。该体系以学生预期学习成果为核心,实现个体评价与团队评价相结合、教师评价与学生互评相结合、过程考核与结果考核并重、知识考核与能力考核同行,全面反映学生学习态度、知识掌握与能力发展水平,为教学质量持续改进提供依据。

4.3.1. 参与度评价(P): 引导主动学习, 塑造良好学习态度

参与度评价聚焦学生在教学全流程的投入状态,旨在激发学习主动性,培养团队协作意识,权重占课程总评成绩的 20%。其考评内容贯穿课前、课中、课后三个环节,通过多元化指标实现过程化记录。

课前以教学模块为单位,布置电商前沿案例预习任务,要求学生以小组为单位梳理案例核心信息、提出疑问并制作 PPT。教师根据学生预习成果演示的逻辑性、问题针对性及团队分工合理性进行评分,每次演示按表现赋予 3~5 分,鼓励学生主动挖掘案例中的专业知识关联点。课中通过课堂提问、案例讨论等维度考评。课堂提问采用随机点名与抢答结合的方式,学生回答准确且能延伸思考得 3~5 分,基本达标得 1~2 分;在案例讨论中,教师根据学生发言的深度、协作表现进行评分,小组组长同步记录成员贡献度,作为团队合作评分依据。

课后主要通过线上学习平台互动考评,包括是否及时反馈学习疑问、参与小组任务讨论、分享电商行业动态资料等。教师结合平台数据与小组反馈,综合评价学生课后学习的主动性与协作精神。

4.3.2. 系列过程评价(S): 聚焦能力进阶, 实现知识向能力转化

系列过程评价作为形成性考核核心,贯穿课程教学全周期,权重占课程总评成绩的 40%。其设计遵循“认知-理解-应用-实践”的学习规律,针对不同教学模块布置分层任务,兼顾个人能力与团队协作能力考评,具体分为个人任务与团队任务两类。个人任务考评以深化知识理解、培养独立分析能力为目标,包括小论文与实训报告两类任务。小论文要求学生围绕电商前沿热点展开研究,需结合专业理论提出个人见解,教师从内容完整性、论证逻辑性、专业深度、排版规范性四个维度评分;实训报告针对实操环节撰写,记录操作过程、问题发现与改进建议,评分重点关注实操规范性与问题分析的针对性,确保学生将理论知识与实践操作结合。团队任务考评以培养综合实践能力与团队协作精神为目标,包括调查分析报告与商业计划书两类任务。调查分析报告要求小组合作完成电商产业调研,需设计调研方案、收集整理数据并形成结论,教师根据调研方法合理性、数据充分性、分析深度评分,同时小组成员根据任务分工中的贡献度进行互评;商业计划书要求围绕电商创业项目撰写,涵盖市场分析、商业模式设计、运营策略、财务预算等内容,教师从商业逻辑合理性、创新性、可实施性评分,团队成员互评个人在项目策划中的创意贡献与执行表现。

4.3.3. 期末考试(F): 检验知识体系, 考核综合应用能力

期末考试作为终结性考核, 旨在检验学生对课程知识的整体掌握程度与综合应用能力, 权重占课程总成绩的 40%。试卷设计严格匹配课程目标, 避免题型单一与内容随意, 具体分为客观题与主观题两类。客观题聚焦专业知识的认知与理解, 主观题以案例分析题为主, 聚焦知识的综合应用能力。

5. “电子商务”课程教学改革成效

5.1. 教学满意度及效果评价

在教学改革实践过程中, 课程组选取 2021 级贸易经济专业 4 个班级(共计 101 名学生)作为对照组, 采用传统课堂教学模式; 选取 2022 级同专业 4 个班级(共计 88 名学生)作为教学改革组, 实施创新的“一线两段三环节”教学模式。为精准评估该教学模式的应用效果, 课程组针对教改组学生开展专项问卷调查。本次调查共发放问卷 88 份, 最终实现 100%回收与应答, 数据有效性与代表性得到充分保障。

结合调查结果(见图 1)分析, 各维度反馈均呈现积极态势: 在“激发学习动力”维度, 93.2%的学生持赞同态度, 充分证明此次教学改革对提升学生学习积极性具有显著正向作用; 在“培养自主学习能力”层面, 赞同率高达 97.7%, 这一数据强有力地印证了“一线两段三环节”教学模式在培育学生自主学习能力方面成效突出, 能够有效引导学生从“被动接受”向“主动探究”转变; 在“拓展知识维度”方面, 96.6%的学生表示赞同, 表明教学改革打破了传统课堂的知识边界, 为学生搭建了更广阔的学习平台, 助力学生实现知识体系的丰富与拓展; 在“评价体系公平合理”维度, 94.3%的学生认可该评价体系, 体现出其在评价标准、过程与结果上的合理性与公正性, 获得学生群体的广泛信赖。

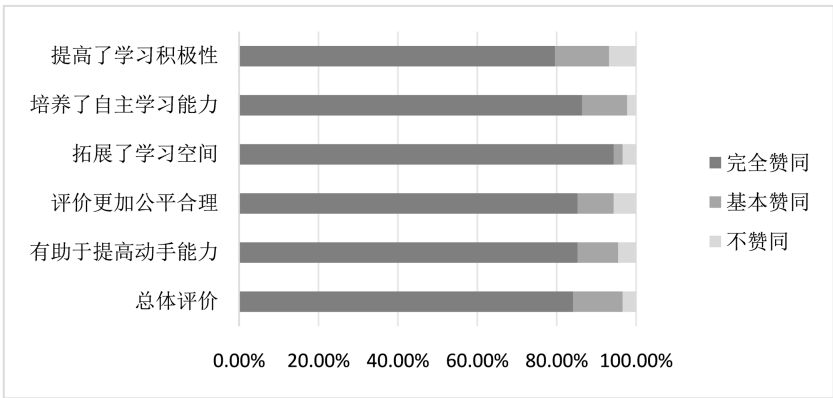


Figure 1. Survey on satisfaction with teaching reform

图 1. 教学改革满意度调查

值得注意的是, 在“增强实践操作技能”维度, 95.5%的学生表示赞同, 但仍有 4.5%的学生持不赞同态度, 这提示该教学模式在提升学生动手能力、实践应用能力方面, 仍存在一定优化空间, 后续需结合学生反馈进一步完善实践教学环节。

从总体评价来看, 96.6%的学生对“一线两段三环节”教学模式表示赞同, 充分说明此次教学改革获得学生的高度认可, 不仅验证了该教学模式的可行性与有效性, 更为后续教学改革的深化推进与大范围推广提供了扎实的数据支撑和实践依据。

5.2. 学生创新实践能力提高

在教学改革实施过程中, 得益于课题组教师的悉心指导, 教改组的贸易经济专业学生荣获全国高校

商业精英挑战赛创新创业竞赛国家级一、二、三等奖各 1 项、获全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛省级二等奖 1 项，表明本次教学改革在提升学生创新创业能力方面取得了显著成效。

6. 讨论与反思

6.1. 改革实践中的核心困难

6.1.1. 教师备课负担加重与跨学科能力挑战

专创融合导向下的课程改革对教师提出了专业、创新、实践的复合型能力要求，直接导致备课工作量显著增加。一方面，教学内容重构需实时追踪电商行业动态，如直播电商运营逻辑、跨境电商政策变化、数字技术在供应链中的应用等，教师需定期整理行业报告、企业案例及竞赛资料，仅案例库更新每周平均耗时超 8 小时；另一方面，“一线两段三环节”教学模式要求设计分层任务与项目，如将电商项目策划拆解为市场调研、商业模式设计等模块，需针对不同学习阶段匹配差异化教学资源，备课复杂度较传统讲授模式提升 3 倍以上。此外，跨学科知识整合对教师能力构成挑战，电子商务课程融合信息技术、法学、管理学等多领域内容，部分教师在讲解电子商务支付安全、电商数据合规等交叉知识点时，因缺乏相关专业背景，需额外投入时间学习前沿技术与法律法规，难以兼顾知识深度与教学效率。

6.1.2. 学生能力差异导致的教学适配难题

应用型高校学生在专业基础、实践能力与创新意识上存在显著个体差异，给改革实施带来适配性挑战。从入学基础来看，部分学生缺乏计算机网络、市场营销等前置知识，在理解电商技术体系、网络营销策略等内容时存在障碍；而少数有网店运营、新媒体实操经验的学生，对基础理论学习兴趣不足，导致课堂参与度分化。在项目实践环节，能力差距进一步凸显：约 30% 的学生能独立完成商业计划书撰写与项目方案设计，而近半数学生需依赖教师指导才能明确任务方向，小组合作中常出现能力强学生承担主要任务、基础薄弱学生参与度低的现象，既影响项目质量，也违背全员提升的改革目标。此外，学生创新思维培养存在瓶颈，多数学生习惯被动接受知识，在项目创意生成、商业模式创新等环节过度依赖模板与案例，难以提出具有可行性的原创方案，如在农村电商项目策划任务中，超 60% 的小组方案仍局限于传统农产品线上销售，缺乏对直播助农、社区团购等新模式的探索。

6.1.3. 实践教学资源与产业需求的衔接缺口

尽管改革通过搭建线上资源库、对接学科竞赛等方式强化实践环节，但仍面临资源不足与产业脱节的问题。一方面，实训平台与行业实际存在差距。部分院校使用的电商模拟软件功能陈旧，仅能模拟传统 B2C、C2C 交易流程，无法还原直播电商数据看板操作、跨境电商通关流程、电商数据分析等真实业务场景，学生在平台上完成的实训任务与企业实际岗位需求匹配度不足 40%。另一方面，校企合作深度有限。虽与地方电商企业建立合作关系，但多数合作仅停留在企业参观、行业讲座等浅层层面，难以引入真实项目与运营数据，如在电商运营实战模块中，学生因缺乏企业真实产品供应链数据，只能通过虚拟数据制定营销方案，无法体验市场波动、库存管理等实际运营压力，导致实践能力培养难以落地。

6.2. 针对性解决策略

6.2.1. 构建教师支持体系，降低备课负担与能力门槛

组建跨学科教学团队。联合信息技术、法学、市场营销等专业教师组建课程组，按知识模块分工备课，信息技术教师负责电商技术体系章节，法学教师参与电商法律法规模块设计，通过团队协作弥补单学科教师知识短板，同时将单教师备课工作量降低 50% 以上。

建立资源共享机制。依托校级教学资源平台，整合行业报告、企业案例、实训课件等素材，形成标

准化资源库,定期联合地方电商协会、头部企业更新内容,如每月新增 1~2 个直播电商、跨境电商等前沿案例,教师可直接调用资源库素材设计教学任务,减少重复劳动。

开展专项能力培训。每学期组织 2~3 次电商行业前沿培训,邀请企业运营专家、竞赛指导教师开展专题讲座,内容涵盖直播电商运营、电商数据分析工具使用等,同时安排教师参与企业顶岗实践,将行业经验转化为教学案例,提升实践教学能力。

6.2.2. 实施分层教学与个性化指导,兼顾学生差异

基于学情的分层任务设计。课前通过线上测试评估学生基础,将学习任务分为基础层、进阶层、创新层,基础薄弱学生从基础任务入手,逐步进阶;能力较强的学生可直接挑战创新任务,如独立撰写商业计划书并参与竞赛,实现因材施教。

建立小组协作管理机制。在项目实践中采用异质分组原则,每组搭配不同基础与能力的学生,明确分工,并引入贡献度互评机制,要求小组成员根据任务参与度、创意贡献等维度评分,评分结果纳入个人考核,倒逼每位学生参与项目,避免搭便车现象。

提供个性化辅导。利用线上教学平台开设“一对一答疑”板块,针对学生在项目实践中遇到的问题提供精准指导;针对创新能力薄弱的学生,通过创意启发工作坊形式,引导其分析优秀电商项目案例,拆解创新点,逐步培养创新思维。

6.2.3. 深化实训平台建设与校企合作,衔接产业需求

升级实训平台与引入真实数据。联合电商企业开发定制化实训模块,新增直播电商模拟系统、跨境电商通关实训模块,同时引入企业脱敏运营数据,让学生基于真实数据制定运营策略,提升实训任务与岗位需求的匹配度。

推进项目式校企合作。与地方电商企业共建电商实战工坊,引入企业真实项目,学生以团队形式承接项目,在企业导师指导下完成市场调研、营销方案设计、效果复盘等全流程工作。企业提供项目数据与资源支持,同时优先录用表现优秀的学生,实现“教学-实践-就业”闭环。

利用竞赛资源补充实践场景。以全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛、中国国际大学生创新创业大赛为载体,将竞赛项目转化为实践教学内容,指导学生以竞赛项目为核心开展实训,通过竞赛评审标准规范项目流程,同时邀请竞赛评委、企业专家担任指导教师,提升项目质量与实战性。

7. 结语

在数字经济快速发展与“双创”教育深化推进的背景下,应用型高校“电子商务”课程的专创融合改革既是应对行业人才需求变化的必然选择,也是提升课程教学质量、培养高阶能力人才的关键路径。通过重构课程知识内容、构建“一线两段三环节”教学模式、打造多元化考核评价体系,课程有效解决了传统教学中理论与实践脱节、方法单一、评价片面的问题,实现了知识传授、能力培养、素养提升的协同推进。未来,需进一步加强与企业的深度合作,引入更多真实业务场景与行业资源,持续优化教学内容与方法,推动“电子商务”课程专创融合改革向更深层次、更高质量发展,为电子商务领域培养更多具备创新思维与实践能力的应用型人才。

基金项目

教育部产学合作协同育人项目(编号:220906424155131);

中国创造学会 2024 年度创新创业创造教育教学研究项目(编号:ZH202464);

齐鲁理工学院 2022 年度校级教学改革研究项目(编号:MKT202207)。

参考文献

- [1] 潘菲菲. OBE 教育理念在“电子商务概论”教学改革中的应用探索[J]. 高教论坛, 2022(2): 29-32.
- [2] 胡治芳. 基于 BOPPPS 教学模式与线上教学平台的混合教学设计——以电子商务概论课程为例[J]. 福建轻纺, 2022(4): 47-50.
- [3] 赵红, 宿恺, 闫妍, 等. 创新成果产出导向的“电子商务概论”课程改革与实践[J]. 教育教学论坛, 2022(36): 90-93.
- [4] 何奕, 李喜媛, 李青青. 项目式学习模式在高职教育教学中的应用研究——以《电子商务概论》课程为例[J]. 产业与科技论坛, 2025, 24(4): 215-217.
- [5] 尹志洪. “电子商务概论”课程思政教学改革实践探索[J]. 武汉商学院学报, 2024, 38(4): 88-92.
- [6] 李云松, 方立宇. 新商科背景下应用型本科院校“电子商务”课程教学改革和实践[J]. 老字号品牌营销, 2024(12): 200-202.
- [7] 吕康银, 宗泉, 阮磊. 思政引领驱动经管专业人才培养模式创新研究[J]. 商业经济, 2025(11): 191-196.
- [8] 何彦霏. 交互式教学: 高校提升教学效果的重要方法[J]. 中国高等教育, 2023(19): 52-55.
- [9] 党跃武, 胡廉洁, 贾舜宸, 等. 大学生实践能力提升路径研究[J]. 中国高等教育, 2024(23): 35-39.
- [10] 边云岗, 樊建锋. 应用型高校“电子商务概论”模块化教学改革与实践[J]. 现代教育科学, 2018(10): 96-101.
- [11] 胡善风, 汪茜, 程静静. 地方应用型本科院校的课程考核改革探索与实践——以德国应用技术大学为例[J]. 国家教育行政学院学报, 2016(1): 88-91.