

A Proposal for the Teaching Reform of the Integrated Course of *Mobile E-commerce* Taking “WeChat Marketing” as an Example

Ming Luo

Huizhou Technician Institute, Huizhou, Guangdong, 516003, China

Abstract

Mobile E-commerce is an extension course of e-commerce professional ability training. Learning mobile e-commerce courses will help to understand the business models, market trends and opportunities in this emerging field to prepare for future career development. The necessity of mobile e-commerce courses is to help individuals and enterprises understand and grasp the opportunities and challenges in the field of mobile e-commerce, improve personal competitiveness, adapt to market demand, create business opportunities, and cultivate practical ability, which is an important learning field. The necessity of mobile e-commerce courses lies in helping individuals and businesses understand and grasp the opportunities and challenges in the field of mobile e-commerce, enhance personal competitiveness, adapt to market demand, create business opportunities, and cultivate practical abilities. It is an important learning area of great significance. The paper has made some reflections on mobilizing students' interest in learning through the implementation of the integrated course *Mobile E-commerce*.

Keywords

study; enthusiasm; integrated curriculum

《移动电子商务》一体化课程教学改革的设想以“微信营销”为例

罗明

惠州市技师学院, 中国·广东惠州 516003

摘要

《移动电子商务》是电子商务专业的职业能力培养扩展课程。学习移动电子商务课程将有助于了解这一新兴领域的商业模式、市场趋势和机会,为未来的职业发展做好准备。移动电子商务课程的必要性在于帮助个人和企业了解和把握移动电子商务领域的机遇和挑战,提升个人竞争力,适应市场需求,创造商业机会,并培养实践能力,是一个具有重要意义的学习领域。论文通过《移动电子商务》一体化课程的实施来调动学生学习兴趣方面做了一些思考。

关键词

学习; 积极性; 一体化课程

1 引言

就技工院校电子商务专业《移动电子商务》这门课程看,学生普遍不爱学习、不愿学习,这样就既不利于他们掌握专业知识,也不利于教师的教学开展,因此,笔者认为教学方式的改变势在必行,论文正是通过《移动电子商务》一体化课程的实施来调动学生学习的积极性。为此,结合自己的教学实践,笔者在如何开展《移动电子商务》一体化课程方面进行了一些思考^[1]。

【作者简介】罗明(1983-),男,中国广东惠州人,本科,讲师,从事物流管理专业教学研究。

2 认识课程性质

开展一体化课程之前,对课程性质的认识首先要到位,《移动电子商务》是电子商务专业的专业知识课程,也是电子商务专业的职业能力培养扩展课程之一。一直以来,该课程讲授的内容知识性强、操作性弱,所以院校培养的相关人才并不能满足企业的实际需求,其实结合一门理论与应用交叉的课程,它本身要求在课堂教学过程中不仅要向学生讲授理论知识,而且还要提高学生对移动电商的应用能力,尤其在4G时代给电子商务带来的新的变化和契机的当下,让学生能与时俱进地将电商专业知识运用到移动商务活动中,虽然教师授课会借助案例教学,但案例教学本身侧重理论分析,学生仍然无法真正去体验《移动电子商务》各个知识点

的应用,事实上,学生也早已对“满堂灌”厌烦了。

3 课程改革方向

3.1 转变教育观念

教育观念会影响其教育态度、教育方向和教育策略,从而影响自己的教育行为,最终转化为对学生发展的影响。认真学习《技工院校一体化课程教学改革试点工作方案》,树立起一体化课程改革信心,坚持以学生为中心,坚持做与学结合的教学思路,坚持以学生的发展为本,既要使学生全面发展,又要关注学生的个体差异。不仅要关注学生现实中的发展,还要为学生的终身学习奠定基础。

3.2 优化课堂教学

课程改革的核心环节是课程实施,其基本途径是课堂教学,它决定着课程改革的成败。参照一体化6步法进行课堂教学,教学中以学生为中心,引导学生在学习过程中学会探究问题、思考问题和解决问题。为学生进行探究性学习创造条件。积极编写《移动电子商务》一体化教材、工作页、PPT课件等^[1]。

3.3 吃透课本

认真研究课标,按教学大纲,按《移动商务》课标认真吃透教学内容,合理分配,及时更新课外信息及更新教材知识。

4 以《移动电子商务》课程中“微信营销”为一体化课改案例

开展一体化课程教学改革以国家职业标准为依据,以综合职业能力培养为目标,以典型工作任务为载体,以学生为中心,根据典型工作任务和工作过程顺序及学生自主学习的要求进行教学设计并安排教学活动,实际就是能力培养与工作岗位对接合一。因此,在教学过程中,老师把教学内容巧妙地贯穿在每个任务之中,学生在教师指导下来完成一个个具体的任务。下面以《移动电子商务》课程的“微信营销”为例:

结合教学目标,通过让学生完成各个工作任务来学习有关微信营销的知识,掌握微信营销的基本技能。全班分为8个组,每组6个人,以小组为单位完成任务。制定工作页,在工作页上把整个任务分为咨询、计划、决策、实施、检查、成果展示、评价、分享反馈八个步骤,让学生完成,具体如下。

4.1 学习目标

- 了解微信营销、微信开放平台、微信公众号平台的概念。
- 了解微信互动营销的概念。
- 掌握订阅号申请、菜单显示、认证的相关知识。
- 掌握微信支付功能开通、功能特点的相关知识。
- 理解朋友圈营销,朋友圈有哪些优势。
- 理解订阅号营销,订阅号有哪些优势。
- 掌握微信O2O模式的特点及作用。

4.2 技能目标

掌握如何运用微信朋友圈、订阅号进行营销,微信朋友圈、订阅号营销的一般步骤:

- 掌握微信互动营销的基本原则。
- 掌握朋友圈、订阅号自定义菜单设置的办法。
- 掌握商家开通微信支付功能的方法。
- 掌握如何在公众号搭建O2O模式以及日常运营的办法。
- 如何挖掘粉丝,吸引粉丝。

4.3 职业素养目标

①通过对教学内容的引导,熟悉微信订阅号、朋友圈的运营。

②通过分组练习,使学生学会互帮互助、共同进步。

③培养学生自我激励、自我展示、勇于尝试的精神,体会成功的快乐。

4.4 情景导入

移动互联网已经进入了移动电商的时代。截至2016年12月,中国手机网民规模达6.95亿,较2015年底增加7550万人。网民中使用手机上网人群的占比由2015年的90.1%提升至95.1%,提升5个百分点,网民手机上网比例在高基数基础上进一步攀升。在2016年11月份,全网移动端销售额占比为82%,网购全面移动化。

张坤是一名刚刚中技毕业的电子商务专业学生。目前,他利用学过的电商知识,在手机淘宝上卖T恤,经过一年多的努力,现在有八千多块的积蓄。近来看到微信特别流行,很多商家都在利用微信做产品销售及宣传推广,因此思来想去,他决定撸起袖子,计划推出微信营销,于是开始了解微信有哪些主要功能,有哪些微信营销平台,微信营销的商业价值体现在哪里?微信订阅号、朋友圈应该如何操作,有什么技巧,以及如何运营,如何吸引微信粉丝呢?张坤计划一个星期了解微信营销知识,掌握其运行套路,然后用两个星期创建微信朋友圈包括朋友圈的申请、装修,进行图片、视频拍摄、上架、展示,商品图文、文本编辑、朋友圈宣传等^[1]。

4.5 分析任务

目前,以微信为代表的移动互联网工具大大降低销售成本,因此,为了提升营销效率,结合实际,通过创建微信朋友圈、订阅号来推广商品。

创建朋友圈、订阅号。

微信朋友圈、订阅号推广目的:①挖掘微信粉丝、提升销售量;②为了给买家就所销售的产品有一个清晰的了解,能提供便捷,能简捷快速地找到需要的产品。

朋友圈、订阅号的运营管理。

资讯:

①学习资料:移动电子商务、微信营销方法、朋友圈、公众平台(教材)。查阅别人同类型的朋友圈、订阅号的商品风格是如何的,列举自己对应产品的展示风格,如表1、表2所示。

表1 朋友圈商品风格

序号	微信朋友圈	首页截图	主打产品 (截图)	哪些可以借鉴 (配色、布局)
1				
2				
3				
4				

表2 订阅号商品风格

序号	订阅号	首页截图	主打产品 (截图)	哪些可以借鉴 (配色、布局)
1				
2				
3				
4				

②根据上述资讯，讨论自己的平台建设：
朋友圈、订阅号所需要的装修模块。
设计朋友圈、订阅号的装修风格。
商品图文、文本编辑，图片、视频拍摄。
商品上架，展示。
如何扩大朋友圈、订阅号的宣传。
如何挖掘、吸引更多微信粉丝。

4.6 计划

根据自己收集的资料，请填写表3创建自己的朋友圈、订阅号计划方案，以便下一个环节进行讨论。

表3 创建自己的朋友圈、订阅号计划方案 计划人：

项目	内容
申请朋友圈、订阅号	
确定平台的装修风格和商品布局	
画布局草图和配色方案，配上所需图片大小尺寸	
商品图文、文本编辑，图片、视频拍摄	
商品上架，展示	
扩大朋友圈、订阅号的宣传	

4.7 决策

小组成员讨论各个计划，最终选择一个要实施的方案，然后进行分工，并制定好各环节实施时间，按时完成(表4)。

4.8 实施

按照计划，申请朋友圈、订阅号，进行平台的装修和商品布局、进行商品图文、文本编辑，图片、视频拍摄，进行朋友圈、订阅号推广等各个环节实施，并记录过程(表5)。

4.9 检查

根据本任务的学习目标，小组按照表6任务检查表来检查实施任务完成情况，对于不足的地方继续完善。

表4 小组创建自己的朋友圈、订阅号实施方案

角色	内容
组长	
朋友圈、订阅号创建	
素材查找	
图片编辑	
图片上传	
朋友圈、订阅号装修操作	
朋友圈、订阅号策划文案	
PPT汇报者	
督导者	

表5 小组分工表

角色	负责人	所需时间	实施过程是否顺利，如何解决发现的问题
组长			
朋友圈、订阅号创建			
素材查找			
图片编辑			
图片上传			
朋友圈、订阅号装修操作			
朋友圈、订阅号策划文案			
PPT汇报者			
督导者			

表6 任务检查表

项目	是或否
1. 朋友圈、订阅号是否已经创建并装修好?	
2. 商品如何在朋友圈、订阅号上架布局?	
3. 朋友圈、订阅号是否正常运行?	
4. 图片设计是否合理、商品信息是否正确?	
5. 产品搭配与产品价格是否正确?	
6. 其他	
7. 是否存在其他问题	

4.10 成果展示

请各小组把创建朋友圈、订阅号完成情况写在大白纸上，并在班上汇报自己的工作成果。

4.11 评价

各组进行点评和对其他组点评，聆听老师评价完成表7评价表。

4.12 分享反馈

各小组和老师一起进行任务分享，分享收获、感想、疑惑、感动等。

表7 小组评价表

	评价点(分值)	自我评价	小组评价	教师评价
日常学习(10分)	工作纪律(5分)			
	学生工作页完成质量(5分)			
职业素质(10分)	主动钻研专业技能(5分)			
	细节关注能力(5分)			
本项目专业技能(50分)	时间控制(5分)			
	信息收集和筛选(5分)			
	掌握如何根据消费群体进行定位(10分)			
	如何选择适合自己的分销渠道(10分)			
	如何选择适合自己店铺风格的产品(10分)			
	工作中发现问题、解决问题的能力(10分)			
社会能力(25分)	规划组织能力(5分)			
	表达演讲能力(10分)			
	团队合作能力(10分)			
创新能力(5分)	技能创新,方法创新等(5分)			
	本任务学习成绩			

存在问题:

5 结语

《移动电子商务》是一门理论与应用交叉的课程,它不仅要在课堂教学过程中向学生讲授基本知识,而且还要提高学生对《移动电子商务》的应用能力,因此仍然采用过去“满堂灌”的教学方式,对于文化基础普遍薄弱,而且在心理上对学习存在排斥的技工院校学生来说,那绝对是枯燥乏味的。因此,在教学上怎样来引起学生学习的兴趣和情感共鸣,以致获得最佳的教学效果,这正是我们广大一线教师要

深思的。

参考文献

- [1] 徐玉岩.高职国际贸易专业《电子商务网页设计与制作》课程教学思考[J].中外企业家,2015(9Z):1.
- [2] 袁鑫.基于职业能力培养的《电子商务网页美工》课程教学改革研究[J].教育教学论坛,2014(25):38-39.
- [3] 高慧娟.高等职业院校电子商务专业《网页设计》课程教学改革研究[J].电脑知识与技术:学术版,2015(3):3.