

# 产教融合校企“双元”育人背景下阶梯式课程的开发路径研究

## ——以中职《电子商务客户服务》为例

李静懿

(广西交通技师学院 广西南宁 530001)

**摘要:**在国务院办公厅发布的《国家职业教育改革实施方案》中,“产教融合”已作为全面推动职业教育发展、统筹推进职业教育综合改革、加强创新型和应用型人才培养的重要指导方针和制度安排。实施方案中明确了推进产教融合校企合作“双元”教育的具体要求,作为一所中等职业学校,迫切需要针对如何立足电商产业的发展,培养电商行业企业所需的实战型人才的问题,探索课程开发路径,这具有十分重要的现实意义。本文根据当前电子商务领域对客户服务企业的要求发展趋势和我校的发展方向,从中职《电子商务客户服务》专业课程入手,研究阶梯式课程教育开展的必要性,研究了阶梯式课程教育的开发路径,以培养出适应产教融合校企“双元”育人所需要的优秀电子商务客户服务技术人才。

**关键词:**产教融合 “双元”育人 电子商务 客户服务

**中图分类号:** G710 **文献标识码:** A

**DOI:** 10.12218/j.issn.2095-4743.2022.48.057

2019年2月,国务院办公厅出台了《国家职业教育改革实施方案》,为我国中等职业教育改革发展提出了要求和方向。规划中,多次提出了对中等职业教育要推进产教融合一体化、校企合作、“双元”培养的办学模式,以促进产业深度的协同育人。近年来,由于中国电商产业的兴起与迅猛成长,中小企业对电商人员的要求也越来越标准化、细分化,但对于中职毕业生而言,对电子商务专业需求量最高的职业仍然是客户服务专业人员。为了适应市场需求,中职院校的电商专业也纷纷开办了客户服务专业课程,但仍然存在一些学生知识水平不能达到客户服务需求的现象。

### 一、产教融合校企“双元”育人的内涵及目标

#### (一)产教融合校企“双元”育人的内涵

产教融合是指企业的生产与学校的教育教学相融合。其主要内涵为学生在校学习阶段,把企业工作人员的各种从业规范和工匠精神、职业素质等纳入专业技能培养的全过程,具体来说:首先实现学科与行业的衔接,第二教学与职业能力的衔接,第三教学与技术的衔接,第四课堂与车间的衔接,第五教员与师傅的衔接,第六教育流程与生产流程的衔接,第七学生行为习惯与职业素质的衔接,第八毕业证书与职业资格证书的衔接。“双元”育人是指参加校企合作的双方,即中职学校与企业,都是培育学生的双主体。

#### (二)产教融合校企“双元”育人的目标

企业应当运用资金、技能、人才、技术、设施和管理等条件支持校企合作,推动人力资源发展。实现产教融合、校企“双元”育人,形成校中有企、企中有校、产教融合的新格局,进而实现数据共享、优势互补相成、共享互利、共同成长,实现校企合作共赢。采取联合共赢的模式,培训企业所需要高素质技术型人才。

### 二、中职《电子商务客户服务》课程面临的问题

#### (一)课程目标定位不全

我校电子商务专业所开设的《电子商务客户服务》课程,它的主要目标是培养在网络平台上提供网店客户服务的客户服务专员,定位依旧不够全面。我们相信学生如果打字速度达到客服要求,同时可以熟练地运用平台所配备对应的沟通程序,处理用户的询问、订单、退换货等问题,就可以胜任这个客户服务的职位。不过,从许多公司的现场招聘会中,发现这些网店服务人才的专业化程度与技能都比较低下,而公司对他们的业务意识、用户开发技巧、顾客交流技能和团队协作能力等职业能力比较看重。这也导致了我们的教学对象与企业实际的需要形成了很大的差异。

#### (二)教学内容相对滞后

随着中国电商的高速发展,新兴的垂直细分市场和互联

网购物平台大量涌现，加上跨境电商的不断崛起，这表明，以垂直市场、服务于特定人群、提供优质服务的电商平台迎来了新的发展机遇。因此，电子商务专业客服的实践内容已与社会要求不相适应，很难适应现实的发展。例如学生的动手能力和实际操作能力跟不上，直接导致学生缺乏解决实际复杂问题的能力，与企业需求严重偏离，造成实际教学任务不确定，效果大打折扣。在实际的教学过程中，我们的《电子商务客户服务》教学内容一方面是以讲授为主，主要依托淘宝网和京东网，内容包括了淘宝网规则、京东网规则、千牛工具的使用等等，容易造成学生的知识和技能架构的单一，而现在的电商企业往往同时上线和接入多种不同渠道的平台，对人才的需求也偏向复合型多技能；另一方面，这种滞后的教学内容也限制了学生未来职业发展的深度，同时也不利于学生向管理岗位的晋升。

### 三、阶梯式课程开发的必要性

#### （一）电子商务客服类岗位源于企业需求

从《电子商务客户服务》课程所存在的问题不难发现，这些问题的根源就在于课程的设计与企业的实际工作岗位存在着脱节，与企业岗位需求和市场需求衔接不紧、精准度不高。唯有对电商客服的岗位做好研究，才能清晰描述具体的职位与要求。所以，应该组织中职学校教师与企业专家一起就有关职业技能与素养进行整体研究分析，重新建立阶梯式课堂知识框架，注重理论知识与生产实际的联系，整合资源。通过对客服类岗位的调研统计和整理，中职学历能够承担的工作岗位（见表1）分成了三个层级，根据不同的层级不同的岗位，构建阶梯式课程，课程的内容都源自企业的实际岗位需求。

表1 电子商务客服类岗位层级表

第一层级：应用层	第二层级：操作层	第三层级：管理层
信息录入员	电话坐席员	网络客服主管
电子商务专员	投诉处理客服	
客服文员	售前客服	客户服务管理主管
	售后客服	

#### （二）阶梯式课程与专业岗位能力需求匹配

阶梯式课程教学深入分析服务人员的职业素质与职业技能，根据他们各个成长时期的特征，有针对性地把课程教学内容转变为技能知识模块，将职业所需要知识植入到实际工作过程中，既要进行具体理论课程内容教学，又要训练他们的职业素质与能力。中职学生的电商客户服务类职业岗位能力包括产品咨询销售、服务与投诉、数据管理与数据分析三个工作领域，电商客服的课程把实际岗位工作划分成具体子项目任务，每一任务均与实际操作、具体的工作相结合，让他们在每一个项目中都能有所获得。引导学生在真实企业环境场景中完成工作内容的学习，老师指导学生边学边干，针对实际工作的学习特点，引导他们相互协作竞争，同时由企业负责人进行指导评价，结合工作开展进行实践教育，让他们具备很好的职业能力和社会适应能力。

#### （三）阶梯式课程形成了多元考核体系

电子商务客服的阶梯式课程，将由课程主导的知识结构评估方法转化为以项目导向的多元评估方法。不但要考查评价学生的专业知识、专业技能等综合内容，同时还要考查学生的语言表达能力、组织能力、情商潜力，以及协作精神等。对主观性因素的综合评价必须合理改变传统评价方法，采取学生自评、同学互评、老师评价、企业岗位负责人评价等多元化评价方法，对学生的学习态度、思考技巧、应用能力以及解决问题的能力等进行综合评价，对学生的学习情况进行客观评价。通过知识培养和技能考核相结合的方法，真正培养学习者的职业基本技能、职业基础技能、后续学习能力、创新能力，从而真实全面体现学习者的职业能力水平。

### 四、阶梯式课程开发路径

（一）产教融合，行业企业调研典型工作任务，阶梯式递进

产教融合阶梯式的课程开发主要坚持以“工作过程为导向”的开发思路，以“工作过程”为导向，以“任务驱动”为目标，使用工学结合，提高学生的动手、动脑技能，充分体现电商专业客服职业技能培养的特点。从实际的岗位中提炼出岗位工作任务，让学生在工作中逐渐地建立自身的能力。

教师通过走进校企合作企业，与企业专家一同召开企业访谈会议，利用调查问卷、访谈等多种渠道对不同类型的客服企业进行调研，并在访谈中，让企业专家讲述自身的企业经历，提炼出在客服岗位上的“典型工作任务”。

(二) 校企合作，将项目真实工作场景转换为“学习领域”课程

开发后的典型工作任务是建立了客服课程的一种雏形，要求教师在实际的企业工作中通过实战训练，从任务对象、工具、物料、设备和资源等方面展开深入的任务提炼，以实现由“典型工作任务”到“行为领域”的验证与转化。典型工作任务来自企业实际的工作任务，而课堂中的学习项目也同样是企业实际的工作项目，在这个转化的过程，同样也需要经过企业专家的论证与补充，从而增加阶梯式课程开发的科学性与可行性。最后，企业按照教学规律、人才发展规律，进行教学情境的创设，从而完成“行为领域”的教育化管理，最后成为该学科专业的“学习领域”。

(三) “双元”育人，形成阶梯式课程体系

企业和学校以专业课程体系赋予的教学特点与作用为逻辑出发点，并基于全程校企合作课程开发路径研究的基石上，形成全面、完备的课程教学资源。通过基本的认知，能够理解概念知识；进而通过简单操作的程序性操作过程建立定向思路，完成简单的事务；了解业务流程后，进入核心阶段的课程任务，根据公司特定情况进行相应的操作工作任务；然后，通过京东网站网店作为媒介，进行综合性的客户服务工作，建立自己的工作体验（图1）。

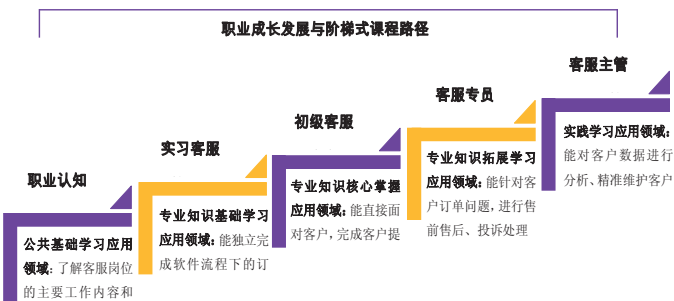


图1 职业成长发展与阶梯式课程路径图

### 五、电子商务客服岗位阶梯式课程教学组织模式

根据课程之间的关联确定教学组织模式，将电子商务专

业班级的客服课程共分成了五大层次：公共基础课—专业基础课—专业技能核心课—专业技能延伸课—社会实践顶岗实习。试行“ $1+\frac{1}{2}+1+\frac{1}{2}$ ”教学组织模式，即“1（第一、二学期基课）+ $\frac{1}{2}$ （第三学期专业核心课）+1（第四、五学期专业技能延伸课）+ $\frac{1}{2}$ （第六学期实践顶岗实习）”。具体的课程设置是：一、二学期在校内进行基础与专业知识课程，掌握基本技能；第三学期走进校企合作的校园客服实训中心，在企业师傅的引导下掌握公司有关规章制度、工作接待流程和规范，受到公司人文陶冶；第四、五学期回归课堂掌握知识和专业技能，考取电子商务师等级证书；第六学期继续进入校园客服实训中心，在企业师傅指导下进行顶岗实习。

### 结语

综上所述，在产教融合校企“双元”育人背景下阶梯式课程的开发，需要在实践中不断摸索总结，不断进步，以期取得良好的教学效果。这个阶段一般都是按照学生的职业发展规律以及行业企业的经营管理原则，使他们在工作中学习，在学习中工作，并在实际的工作情境中逐步形成工作实践经验，从而培育职业文化。真正做到了学科发展与市场需求结合、教学课程内容与职业标准规范需求一致，校企一体，共育人才、共同成长，培养符合当前职业要求的技能型人才。

### 参考文献

[1] 金微, 宋洁. 产教融合模式下电子商务课程实践教学研究[J]. 电子商务, 2019 (05): 90.  
 [2] 刘扬青. 基于产教一体化思想的职业学校电子商务专业建设研究[J]. 科技经济市场, 2021 (07): 87.  
 [3] 王黎明, 刘文学, 李焱. 电子商务专业产教融合阶梯式课程的开发与实施[J]. 现代营销(经营版), 2020 (03): 212.  
 [4] 黄晨. 产教融合模式下的高职电子商务课程教学改革研究——以 Photoshop 课程为例[J]. 现代职业教育, 2017 (31): 45.  
 [5] 刘立基, 杨莹. 基于产教融合发展下课改的研究与探索——以电子商务学科《网店客服》教学为例[J]. 成都工贸职业技术学院学报, 2019 (04): 78.