

基于产教融合视角下短视频营销人才培养研究

——以化妆品行业为例

巨铭

上海电子信息职业技术学院

DOI:10.12238/mef.v7i5.7964

[摘要] 随着化妆品行业对短视频运营人才需求激增的趋势,高职院校应顺应产教融合的职业教育改革的发展趋势,有效提升高职院校对化妆品行业短视频运营人才的培养的广度和深度,满足其行业的需求。本文从高职院校和化妆品企业校企合作角度出发,探索在产教融合背景下提升高职院校短视频营销人才培养质量,在化妆品企业建设“大学生实践教学基地”的必要性,思考和研究高职院校短视频人才培养与就业一体化的路径,进而丰富和拓展产教融合对职业教育的影响作用,实现校企双方合作共赢,实现产教融合引领人才培养新模式。

[关键词] 产教融合; 短视频营销; 人才培养

中图分类号: C961 **文献标识码:** A

Research on training of short video marketing talents from the perspective of integration of production and education

—Take the cosmetics industry as an example

Ming Ju

Shanghai Electronic Information Vocational and Technical College

[Abstract] With the surging demand for short video operation talents in the cosmetics industry, higher vocational colleges should conform to the development trend of vocational education reform integrating production and education, effectively improve the breadth and depth of vocational colleges' training of short video operation talents in the cosmetics industry, and meet the needs of the industry. From the perspective of school-enterprise cooperation between higher vocational colleges and cosmetics enterprises, this paper explores the necessity of improving the training quality of short video marketing talents in higher vocational colleges under the background of integration of production and education, constructing "college student practice teaching base" in cosmetics enterprises, and thinking and studying the path of integration of short video talent training and employment in higher vocational colleges. Further enrich and expand the impact of the integration of production and education on vocational education, achieve win-win cooperation between schools and enterprises, and achieve a new model of talent training led by the integration of production and education.

[Key words] integration of production and education; Short video marketing; Personnel training

引言

随着互联网产业的进步和新媒体运营的蓬勃发展,短视频的营销价值逐渐增长,各大企业纷纷将短视频平台纳入产业布局,特别是在化妆品行业,由于短视频视觉效果好,平台用户基数大,与用户互动多的优势让化妆品企业可以更好地接触到目标用户群体,传递品牌信息和产品信息,提升用户的品牌认知度和购买欲望,增加用户的参与感和忠诚度,短视频在化妆品行业

成为了重要的推广渠道,因此化妆品行业对短视频运营人才的需求也在激增。

2017年国务院发布的《关于深化产教融合的若干意见》中提出“深化产教融合是促进教育链、人才链与产业链、创新链有机衔接。”国务院在2019年发布的《国家职业教育改革实施方案》中强调校企“共同研究制定人才培养方案,及时将新技术、新工艺、新规范纳入教学标准和教学内容,强化学生实习实训。”

因此在产教融合的背景之下对高职院校人才培养模式的变革迫在眉睫,高职院校应紧跟产教融合步伐,在化妆品行业短视频运营人才需求的背景之下有效通过校企合作共同育人提升化妆品行业短视频运营人才的培养质量,探索实现高职院校人才培养与就业一体化的新模式和新路径,以此满足社会和企业对化妆品运营人才的需求,真正培养出企业和社会所需的专业性人才。

1 高职院校短视频运营人才培养模式存在问题

1.1 理论教学与实践教学严重脱节

当前大多数院校短视频营销的授课内容还是沿袭以往传统的专业课程体系展开教学,无法根据最新的行业发展趋势进行教学内容更新,忽略了和企业真实工作内容和实际项目的要求,限制学生对该知识模块和技能水平深层次认知。

1.2 教师缺少教学的经验

由于新媒体运营的发展速度较快,从事营销类课程的教师通常缺乏短视频营销的实践经验,无法适应新媒体营销的发展速度,难以向学生传授市场及行业发展最新的知识,对学生提供不了真正有效的指导和帮助,学生也就不能掌握有关的市场最新的动态,不能对市场做出最新的预测,这样培养出的学生难以适应社会的变化要求的,需要教师不断更新其知识和实践技能。

1.3 教学方式和考核手段陈旧

短视频营销的教学方法和手段也是以按照传统的教育模式的教学方式在课堂进行授课,考核评价标准单一,因为短视频营销具有较强的实操性和时效性,以传统的平时成绩+期末成绩作为考核标准,就无法用真实的营销数据来体现学生解决问题的能力,降低了学生的主动学习兴趣,导致学生对理论知识的应用不理想,对实践能力的培养不足,造成未来学生就业率不高。

2 基于化妆品行业校企合作共同育人的策略

2.1 校企合作共建课程

校企合作共建课程可结合企业和化妆品行业对短视频运营人才需求标准出发,联合企业专家共同设计课程,以短视频营销为研究目标,以该企业真实的产品短视频营销项目对校内教学和实训进行全真式的设计与开发,立足企业真实的工作项目需求,将企业真实的新媒体运营项目转化为短视频营销实训项目,调整市场营销课程中的短视频营销模块的教学目标、技能目标和素养目标,驱动整个教学过程,短视频营销教学模块的性质因此转变为校企共建课程实训项目,对学生的职业能力要求提升到了新媒体运营的综合能力上。通过改革传统教学方式,积极与企业及市场建立联系,进行深入合作。学生通过分析环境因素,分析用户画像,设计出风格合适、点击量高的视频作品,并且能在合适的平台上进行发布和推广,用市场来真正衡量和检验学生短视频营销技能水平,

2.1.1 校企课程共建教学内容

教师可邀请企业新媒体运营专家根据企业项目要求共同商讨并制定项目任务书,改革现有的理论化的教学授课体系,依据企业的短视频营销工作全过程、工作岗位要求及岗位职责标准,使得课程教学目标和教学内容与企业的实际相符合。以真实企

业项目为载体,让学生主动参与企业项目的设计过程,培养学生的创新思维和专业技能,将课堂学习和项目实践进行有效融合。通过优化课程教学设计、创新教学方法和完善考核标准体系,能够让教学内容更贴近真实的企业实际运营状况。教师团队人员深入企业对其产品营销过程调查与分析,结合专业人才培养目标和课程标准,利用学校仿真新媒体运营实训室,根据企业的工作项目要求,将短视频营销项目内容分为用户画像分析-平台分析-脚本撰写-短视频拍摄与编辑-短视频发布与推广五个工作模块,每个项目内容都由工作情景、知识准备、技能要求、任务流程、任务操作和技能考核组成。在调研中企业指出学生的视频剪辑技术学习是不可或缺,因此院校可以在通识课程计算机基础及应用课程当中增加关于视频剪辑的基本知识和操作技能,然后通过企业实践的方式继续优化视频剪辑的技术^[1]。

2.1.2 校企共建课程教学方法

摒弃传统课堂授课方式,建立以学生为主体的教学课堂,积极采用信息化教学手段,采用混合式的教学方式,提升学生学习兴趣和学习主动性。将企业的工作项目引入教学实训中,不仅可以让学生身临其境感受到未来职业岗位的真实性从而增加他们的学习积极性,通过“一边学一边做”的模式来掌握每一阶段所需要的知识和技能,发挥“做中学,学中做”理论与实践相结合的教学方法,企业可以通过定期带领学生进入校企共建的实践基地,并且最后的学习成果是可以平台的数据流量来进行反映。以学生为中心的教学模式不仅能够发挥学生的积极能动性和自主创新的精神,并且引导学生在小组合作学习中践行自主探索精神,力图将学生从传统的被动接受教育改为主动参与学习。

2.1.3 校企合作课程共建课程的教学评价体系

根据企业对人才的考核标准来增加或者改善现有的考核机制,实训考核的形式可以是学生小组根据企业制定的一款化妆品产品策划、制作并发布推广一个短视频营销作品。教师和企业专家可通过学生团队提交的视频号,可以观看到制作的视频内容和实时的动态数据、点赞数据和播放量,可以随时了解到团队工作的进展状况,也能及时帮助学生找到作品中存在的问题并加以指导。期末选择表现最佳的团队进行内容创意、视频拍摄剪辑的技巧和发布推广心得进行分享和讲解。小组成员自评打分,小组之间互评打分,企业专家+教师团队进行共同打分,通过360度全方位评分机制对学生作品进行考核。这种通过市场对短视频作品的反馈让学生获得非常直观的学习体会,感受市场对于其作品的检验效果,也让学生在解决问题的同时去理解课程的相关知识点和行业标准。基于校企共同讨论的企业项目操作和岗位任务为导向的课程设计,极大加深了课程实践性和产教融合的紧密性。

2.2 完善教学资源库的建设

校企合作共同开发课程可以丰富拓展当前短视频营销模块的教学资源库,不仅在新型活页式教材开发上可以借助企业专家团队的支持,也可以根据真实工作场景和岗位职责标准不断

优化和提升教学课件、实训工作手册、案例分析以及微课视频的质量、课后练习以及拓展资料,形成较为完善的教学资源库。校企合作对推进精品在线课程的建设也有极大的推动,革新的教学模式和在线学习资源等都能得到较好的呈现。同时,教师也可通过搭建教学研讨群,邀请专家在线辅助教学,学生与企业专家可开展交流讨论,及时解答课程问题,对促进项目作业质量和实操技能水平都有了深入的推荐。

2.3 促进岗课赛证一体化发展

由于企业在人才的招聘上更倾向于那些参加过相关专业技能比赛的学生和获得了职业技能证书。为了更好体现校企共建课程的教学改革育人效果,高职院校可积极引入职业技能比赛项目和职业资格的获取,通过构建基于行业真实情境的岗位典型工作任务的课程体系,把全国职业技能大赛赛项标准和创新创业融入案例和实训教学,把新媒体技术职业技能等级证书(中级)“1+X”证书的培训内容、考核标准融入课程评价,能将工作过程、竞赛标准、证书考核和创新创业等进行有机融合,呈现一体化发展。通过企业专家和教师的共同指导,积极推进学生学习积极性,通过比赛奖励和优秀成果来激发学生的学习兴趣,以真正达到“学以致用,学有所用”^[2]。

2.4 校企合作实践基地培养构想

通过聚焦短视频与新媒体方向,高职院校可与化妆品企业进行产教强强联合,建设高水平新媒体产教融合实训基地。在化妆品企业内建设短视频营销实践教学基地,不仅可以让高职院校学生具体地了解化妆品市场,还可以解决化妆品行业新媒体运营人才缺口等问题。在化妆品企业实践教学基地建设,高职院校能与化妆品企业互利共赢,企业能利用学校科技、人才等资源优势,促进高校与实践教学基地共同发展,鼓励学生对化妆品企业进行调查,了解化妆品产业发展状况和市场发展趋势特点等,增强学生关于化妆品行业的专业知识,通过化妆品企业技术人员的指导,帮助学生全面掌握化妆品市场运营的思路和方法,可以为化妆品企业的新媒体运营发展提供人才保障。通过企业提供的真实项目使短视频营销实训教学与企业短视频岗位标准紧密衔接并深度融合,建成真正高水平和化妆品行业引领的新媒体产教融合型实训基地。通过“校中企、企中校”模式,对接上海东方美谷美丽健康行业的企业需求,打造以行业企业技术进步驱动职业教育人才培养的新媒体教融合高地,为

区域经济发展提供强有力的人才支撑,促进校企合作,发挥校企联合优势^[3]。

2.5 共建教师发展中心

教师的专业技能水平和综合素质直接影响人才培养的成果,而短视频运营产教融合实训基地建设和校企共同育人就让教师在教学中遇到的难题得到有效解决。教师可通过实时在实训基地参与企业的短视频运营实践项目,更好地了解行业发展趋势和前沿知识,通过定期前往企业进行实训实践,响应“双师型”教师建设需求;参与企业实践表现优秀的教师可以获得由企业颁发的短视频运营技能等级证书。教师也可以通过学校横向课题形式参与企业运营创新项目,逐步提升实践能力。企业也可以选取经验丰富,专业技能优秀的人员协同学校老师一同进入导师资源库,校企强强联手打造一支富有先进教育理念的教师团队发展中心,通过与企业共建教师发展机制,在校企师资培训、课程开发、实践教学和项目运营等方面开展深度合作,实现校企双方合作共赢,实现产教融合引领教学新模式。

3 结论

产教融合视域下的化妆品行业短视频运营人才的培养可通过校企协同育人、课程共建的教学改革与实践、教学资源拓展、教师发展中心成立、校企合作实践基地人才培养实施。围绕化妆品行业短视频人才培养开展项目化人才培养,进行实现岗课赛融合,能够极大改善教学与产业需求脱节现象,并提升高职院校学生职业技能和就业竞争力,同时深入推进了专业课程建设与企业校企合作的深度融合,满足用人单位岗位群的需要,能真正实现培养链和人才链的紧密衔接,从而为区域经济发展提供强有力的人才支撑。

[参考文献]

- [1]黄笑.新时期化妆品经营与管理专业教学中校企合作模式的构建[J].创新创业理论与实践,2019(24):131-132.
- [2]冯文雯.校企融合背景下高职院校化妆品经营与管理专业人才培养的探索[J].应用育人管理,2020(28):206-207.
- [3]张革,吴一仙,曾飒,等.化妆品企业“大学生实践教学基地”的建设研究探讨[J].教育教学论坛,2017(15):34-45.

作者简介:

巨铭(1982-),女,汉族,陕西西安人,硕士研究生,讲师,研究方向:国际商务、跨境电子商务。