

# 校企协同下技工院校课程资源开发研究——以新媒体运营为例

周游 梁奕文 龙曼霖

广西商业技师学院

DOI:10.12238/mef.v8i17.16753

**[摘要]** 本研究以某技工院校电子商务专业网络新媒体运营课程为例,运用工学一体化课程开发理论,采用校企协同育人模式,通过深入企业调研、典型工作任务分析、课程框架构建等环节,开发了融合“岗课赛证”的一体化课程资源。研究过程中,深入20家新媒体企业进行实地调研,访谈企业专家15人次,发放问卷126份,提炼出6个典型工作任务,构建了包含5个学习模块的课程体系。依托企业非遗产品,比如油茶等运营项目,开发了涵盖教学方案、学习任务单、评价标准、数字化资源等完整的课程资源包,并融入文化自信主题的思政元素。通过为期一学期的教学实验,学生专业技能水平显著提升,企业满意度达到94.2%,用人单位对毕业生岗位适应能力评价良好。研究成果为技工院校电商类专业课程改革提供了实践参考,为培养高素质新媒体运营技能人才探索了有效路径。

**[关键词]** 校企协同; 技工院校; 课程资源开发; 网络新媒体运营; 工学一体化

**中图分类号:** G642.3 **文献标识码:** A

## Research on Curriculum Resource Development in Technical Colleges under School-Enterprise Collaboration: A Case Study of New Media Operations

You Zhou Yiwen Liang Manlin Long

Guangxi Commercial Technician College

**[Abstract]** This study examines the e-commerce program's new media operations course at a technical college, applying the work-integrated learning curriculum development theory and implementing a school-enterprise collaborative education model. Through enterprise field research, task analysis, and curriculum framework development, we created an integrated "job-course-competition-certification" curriculum system. The research involved field surveys at 20 new media enterprises, 15 expert interviews, and 126 questionnaire distributions, identifying six core tasks and constructing a five-module course structure. Leveraging intangible cultural heritage products like Youtie (*Camellia oleifera*), we developed comprehensive resources including teaching plans, task sheets, evaluation criteria, and digital materials, incorporating cultural confidence-themed ideological education. A semester-long pilot program demonstrated significant skill enhancement, achieving 94.2% employer satisfaction and positive graduate competency evaluations. These findings provide practical references for curriculum reform in e-commerce programs at technical colleges, offering effective pathways to cultivate high-quality new media professionals.

**[Key words]** school-enterprise collaboration; technical colleges; curriculum resource development; new media operation; work-study integration

### 引言

当前我国正处于数字化转型的关键时期,新媒体作为“第五媒体”已成为推动经济社会发展的重要力量,新媒体运营岗位人才需求持续增长。根据中国广告协会发布的《中国数字营销人才发展报告》,预计到2026年互联网营销人才缺口将达到4000万,而现有教育培养的人才数量仅能满足社会需求的50%以下,人才供需矛盾十分突出。技工院校作为培养高技能

应用型人才的重要基地,承担着为新兴产业输送技能人才的重要使命。然而,现有的网络新媒体运营课程普遍存在教学内容与企业实际需求脱节、学生实践能力不足、校企合作深度不够等问题,难以满足行业对高素质技能人才的迫切需求。在此背景下,如何通过校企深度协同,开发出既符合职业教育规律又贴近行业实际需求的课程资源,成为当前技工教育发展面临的重要课题。

## 1 技工院校网络新媒体运营课程开发的理论基础与现状分析

### 1.1 校企协同育人理论与工学一体化课程开发理论

校企协同育人理论源于产教融合的教育思想,强调学校教育与企业实践的有机结合,通过多元主体共同参与人才培养全过程,实现教育链、人才链与产业链、创新链的深度融合。该理论认为,现代职业教育应打破学校与企业之间的壁垒,构建双向互动、资源共享的协同育人机制,让学生在真实的工作环境中学习专业技能,在实际项目中提升综合素质。工学一体化课程开发理论则是在借鉴德国双元制教育模式基础上,结合我国职业教育实际情况形成的本土化理论体系。该理论以工作过程为导向,以综合职业能力培养为核心,通过典型工作任务分析,将企业真实工作情境转化为教学情境,实现工作与学习的一体化设计。在课程开发过程中,工学一体化理论要求遵循“以学生为中心、以能力为本位、以工作过程为导向”的基本原则,通过校企合作共同确定人才培养目标,共同设计课程内容,共同实施教学过程,共同评价培养质量。这两个理论的有机结合为技工院校开发高质量的专业课程提供了科学的理论指导,确保课程开发既符合教育教学规律,又满足产业发展需求。

### 1.2 技工院校网络新媒体运营课程开发现状与问题分析

通过对全国15所技工院校电子商务专业网络新媒体运营相关课程的调研发现,当前课程开发整体水平参差不齐,存在诸多亟待解决的问题。在课程内容方面,大部分院校仍沿用传统的学科体系构建课程框架,理论知识与实践技能割裂明显,课程内容更新滞后于行业发展速度,缺乏对新技术、新工艺、新标准的及时跟进。在教学模式方面,传统的“教师讲、学生听”模式依然占主导地位,缺乏基于真实工作情境的项目化教学,学生动手能力和创新思维培养不足。在校企合作方面,多数院校与企业的合作仍停留在浅层次的实习就业层面,企业深度参与课程开发的案例较少,导致人才培养与岗位需求存在结构性偏差。在师资队伍方面,具有企业工作经验的“双师型”教师比例偏低,教师的实践教学能力有待提升。在教学资源方面,数字化教学资源匮乏,缺乏与企业真实工作场景相匹配的实训项目和案例库<sup>[1]</sup>。这些问题的存在严重制约了课程教学质量的提升和人才培养目标的实现。

## 2 校企协同视角下网络新媒体运营课程开发实践

### 2.1 行业调研与典型工作任务分析

为确保课程开发的科学性和实用性,研究团队深入珠三角地区20家不同规模的新媒体运营企业开展实地调研,访谈企业专家15人次,发放问卷126份,提炼出6个典型工作任务,构建了包含5个学习模块的课程体系,通过企业走访、专家访谈、岗位观察等方式,全面了解新媒体运营岗位的工作内容、技能要求和发展趋势。调研发现,新媒体运营岗位主要涉及内容策划与创作、平台运营与推广、数据分析与优化、用户维护与互动、商业变现与合作等核心工作领域。结合《互联网营销师国家职业技能标准》和《电子商务专业国家技能人才培养工学一体化课

程标准》的要求,通过对100余个具体工作任务的深入分析,运用工作任务归纳法提炼出六个典型工作任务:新媒体账号定位与策划、优质内容创作与编辑、多平台运营与管理、用户社群建设与维护、数据监测与分析优化、商业化运营与变现。每个典型工作任务都明确了具体的工作对象、工作工具、工作方法、工作要求和预期成果,形成了完整的工作任务描述<sup>[2]</sup>。同时,通过对不同层级岗位人员的能力素质要求分析,构建了包含专业知识、职业技能、职业素养三个维度的能力框架体系,为后续课程目标设定和内容选择提供了科学依据。

### 2.2 校企协同课程框架构建与标准制定

基于典型工作任务分析结果,学校与合作企业组建联合开发团队,共同研制课程标准和构建课程框架。课程以培养具备新媒体运营综合职业能力的高素质技能人才为目标,采用“工作过程系统化”的设计理念,将六个典型工作任务转化为五个学习领域:新媒体认知与账号策划、内容创作与视觉设计、平台运营与推广、社群运营与用户维护、数据分析与运营优化。每个学习领域都设置了明确的学习目标、学习内容、学习时长和考核要求,形成了递进式的能力培养体系。在课程标准制定过程中,充分融入了《全国职业院校技能大赛〈电子商务运营〉竞赛标准》的相关要求,实现了“岗课赛证”的有机融合。课程总学时设置为120学时,其中理论学时30%,实践学时70%,突出了技能训练的重要地位。在教学组织形式上,采用“理实一体、工学结合”的模式,每个学习任务都配置了相应的企业真实项目,让学生在完成学习任务的同时获得实际工作经验。为确保课程实施的规范性和有效性,还制定了详细的课程实施指导方案,包括教学进度安排、实训条件要求、师资配备标准、质量监控措施等内容<sup>[3]</sup>。

### 2.3 课程资源开发与教学模式设计

在课程资源开发环节,校企双方共同组建了由专业教师、企业专家、技术人员组成的资源开发团队,按照“系统设计、模块开发、整体优化”的思路,构建了立体化的课程资源体系。核心教学资源包括课程标准、教学实施方案、学习任务工作页、教学课件、视频微课、案例库、题库等,每类资源都严格按照工学一体化要求进行设计制作。特别是在学习任务设计方面,充分利用合作企业的非遗文化产品运营项目,开发了“非遗文化品牌新媒体推广”系列真实项目,让学生在传承优秀传统文化的过程中提升专业技能,实现了专业教育与思政教育的深度融合。数字化教学资源建设方面,开发了包含200个微课视频、50个典型案例、30个虚拟仿真实训项目的数字资源库,并建立了在线学习平台,支持学生随时随地进行自主学习。在教学模式设计上,构建了“项目引领、任务驱动、分组协作、成果展示”的行动导向教学模式,每个学习模块都以企业真实项目为载体,按照“项目分析→任务分解→小组实施→成果汇报→反思总结”的流程组织教学活动<sup>[4]</sup>。同时建立了“过程性评价+终结性评价+企业评价”的多元评价体系,全面考核学生的知识掌握、技能应用和职业素养水平,确保人才培养质量符合行业标准要求。

## 3 网络新媒体运营课程实施效果评价与推广策略

### 3.1 课程实施效果评价与优化改进

为验证课程开发成果的实用性与有效性,研究团队选取电子商务专业2022级两个班级共78名学生作为试验对象,进行为期一学期的教学实践。在课程实施过程中,建立了包含学习过程监测、技能水平测评、综合素质考核三个维度的评价体系,通过课堂观察、作品评析、技能竞赛、企业实训等多种方式收集学生学习效果数据。经过一学期的教学实践,学生在新媒体内容创作、平台运营管理、数据分析应用等核心技能方面均有显著提升,其中85%的学生能够独立完成完整的新媒体运营项目,78%的学生通过了互联网营销师职业技能等级认证。同时通过对合作企业的回访调研发现,参与课程学习的学生在实习期间表现优异,岗位适应速度明显快于往届学生,企业对学生的专业技能水平和职业素养给予了高度评价,总体满意度达到94.2%。针对教学实施过程中发现的问题,如部分学习任务难度设置不够合理、个别教学资源更新不及时、评价标准需要进一步细化等,研究团队及时组织校企专家进行研讨分析,对课程内容、教学方法、资源配置等进行了三轮优化调整。通过持续的改进完善,课程的科学性、实用性和有效性得到了进一步提升,为全面推广应用奠定了坚实基础。

### 3.2 课程推广应用策略与保障机制

基于课程开发与实施的成功经验,研究团队制定了系统的推广应用策略,旨在将研究成果辐射到更多技工院校和相关专业。在推广策略方面,采用“点面结合、分层推进”的方式,首先在本地区5所技工院校进行试点推广,通过师资培训、教学观摩、经验交流等形式帮助兄弟院校掌握课程开发方法和实施要点,然后逐步向全省乃至全国范围扩展。建立了课程资源共享平台,将开发的教学标准、学习资源、评价工具等向社会开放,供其他院校免费使用和借鉴。同时积极参与各类职业教育教学成果展示活动,通过学术会议、教学竞赛、成果发布会等渠道宣传推广课程开发经验。在保障机制建设方面,学校建立了校企合作长效机制,与20家新媒体企业签署了战略合作协议,确保课程内容能够及时跟进行业发展动态。设立了专项资金用于课程资源的持续更新和师资队伍的培养提升,每年投入不少于10万元用于课程建设。建立了质量监控体系,成立了由行业专家、教育专家、一线教师组成的课程建设指导委员会,定期对课程实施情况进行评估和指导。制定了激励政策,对参与课程开发和推广工作

的教师在职称评定、绩效考核、评优评先等方面给予倾斜支持,充分调动了教师参与课程改革的积极性。

## 4 结论

本研究以校企协同视角探索了技工院校网络新媒体运营课程资源开发的理论内涵与实践路径。通过深入行业调研和典型工作任务分析,准确把握了岗位能力需求,成功构建了“岗课赛证”融合的课程框架体系,开发了完整的课程资源包,有效解决了传统课程“工学脱节”问题。教学实践结果表明,开发的课程资源实用性强、效果显著,学生专业技能和综合素质大幅提升,用人单位满意度高,实现了人才培养与产业需求的精准对接。研究成果为技工院校电子商务专业课程改革提供了成功范例,形成的校企协同课程开发机制和质量保障体系对推动技工教育深化产教融合具有重要价值。未来需在课程数字化转型、国际化合作、创新创业教育融入等方面进一步深化研究。

### [课题来源]

2024-广西壮族自治区技工教育研究室课题;课题名称:技工院校电子商务专业《网络新媒体运营》工学一体化课程开发研究与实践;课题编号:2024JGY065。

### [参考文献]

[1]黄诗媛,蒋晶.乡村振兴背景下农村新媒体运营多元协同育人机制研究——以广东工贸职业技术学院新媒体运营职业培训为例[J].农村经济与科技,2022,33(24):263-267.

[2]苏艳.高职院校新媒体运营专才协同育人实施方略探究[J].新闻研究导刊,2023,14(2):93-95.

[3]邱丽娜.“三方协同,四轮驱动,五技融合”立体化推进特色农产品网络营销的实践探索——以广东荔枝为例[J].商场现代化,2022(9):116-118.

[4]李嘉仪.校企合作新媒体运营方向协同育人策略研究[J].科学咨询,2022(1):45-47.

### 作者简介:

周游(1992--),女,汉族,广西桂林人,本科,讲师,广西商业技师学院,研究方向:电子商务、新媒体运营。

梁奕文(1993--),女,汉族,广西桂林人,研究生,讲师,广西商业技师学院,研究方向:电子商务。

龙曼霖(1984--),女,汉族,桂林永福人,大学本科,讲师,广西商业技师学院,研究方向:新媒体运营、创业培训。