

基于社交电商模型下的管理学科实践教学应用

吴爱萍, 刘海粟

广东理工学院经济管理学院, 广东 肇庆

收稿日期: 2023年5月25日; 录用日期: 2023年7月19日; 发布日期: 2023年7月27日

摘要

管理学科涉及面广、实践性强, 相关学科课程一般以理论、案例、项目游戏、课堂讨论、论文等形式开展教学活动, 导致管理学科中的各课程相互独立, 学生在学完各课程之后, 他们对于知识的理解零散和虚无, 这就无法达到高校人才培养目标, 也无法满足社会经济发展对高素质、应用型、创新创业型人才的需要。在新经济背景下, 管理学科实践改革正面临着前所未有的挑战, 而多元化和实用性的实践项目已经成为高校教育教学实践的转型发展方向; 加强应用型人才培养方案, 建立校企合作机制, 促进学生互联网创新创业思维。文章研究社交电商模式下管理学科相关课程的实践教学应用, 通过将课程内容、项目与社会实践相结合, 建设一种产教融合与产学研用协同育人的实践教学模式。实践证明, 基于社交电商模型下的管理学科实践教学应用对于培养有创新性、实践性、创业性、综合性人才具有显著的作用; 并且对于解决一直以来大学生就业难创业更难的困境也具有重要的意义。

关键词

管理学科, 课程改革, 社交电商, 分享经济

Practical Teaching Application of Management Discipline Based on Social E-Commerce Model

Aiping Wu, Haisu Liu

School of Economics and Management, Guangdong Technology College, Zhaoqing Guangdong

Received: May 25th, 2023; accepted: Jul. 19th, 2023; published: Jul. 27th, 2023

Abstract

Management discipline is extensive and practical, and teaching activities are usually carried out in

the form of theory, cases, project games, classroom discussions and essays, which leads to the independence of each course in management discipline and students' fragmented and vain understanding of knowledge after learning each course, which cannot reach the goal of talent training in colleges and universities and meet the needs of social and economic development for high quality, application-oriented and innovative and entrepreneurial talents. Under the background of new economy, the practical reform of management discipline is facing unprecedented challenges, and diversified and practical projects have become the transformation and development direction of college education and teaching practice; strengthening the application-oriented talent cultivation program, establishing school-enterprise cooperation mechanism, and promoting students' Internet innovative and entrepreneurial thinking. This chapter studies the practical teaching application of management discipline related courses in social e-commerce mode, combining course content, projects and social practice, and building a practical teaching mode of industry-teaching integration and collaborative education between industry, academia, research and application. It has been proved that the practical teaching application of management subjects based on social e-commerce model is significant for cultivating innovative, practical, entrepreneurial and comprehensive talents; it is also significant for solving the dilemma that it has been difficult for college students to find employment and start business.

Keywords

Management Discipline, Curriculum Reform, Social E-Commerce, Sharing Economy

Copyright © 2023 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. 研究背景

早在 2015 年 10 月 17 日京东与腾讯共同宣布推出“京腾计划”，双方各自将自身最强资源和产品打造成名为“品商”的创新模式生意平台。腾讯公司董事会主席兼 CEO 马化腾表示，此次京东和腾讯的合作是中国第一次尝试做“社交 + 电商”。除此之外，他表示，腾讯下一步不仅要打通电商和社交两大平台的通道，还要加上大量传统商家的专业数据进行深度共享，其目的是减少广告，以精准满足客户需求 [1]。此次，“京腾计划”的核心内容则是打造“社交电商”，由于新经济、新媒体产生了新兴消费群体，以及此群体用户需求、购买行为、社交方式都在不断变化，均呈现出个性化、碎片化、社交化的趋势，每个品牌都渴望在新兴消费群体中树立良好的品牌形象，从而建立独具特色的商业场景，能够在社交生态中触达目标消费者，以重塑品牌，更能抓住互联网+大潮，因此，京腾计划应时而生。

京腾计划中的品商创新模式生意平台为品牌商家提供包括“精准画像”、“多维场景”以及“品质体验”等在内的整体营销解决方案。其中，精准画像，即基于腾讯的社交行为数据和京东用户的购物行为数据，为品牌商提供精确的目标消费人群。京东拥有完美的电商物流等基础设施支持，开放的经营理念；而腾讯覆盖了中国 90% 的互联网用户优势，通过借助庞大的用户流量，辅以京东传统的电商买卖关系注入更多的社交化元素，吸引一批消费者，形成自己核心消费群体，实现从“人找货”转变到“人带人”的运营模式。因此，本次合作通过社交平台、电商平台等实现多方盈利，其中，社交电商则是通过利用人跟人的信任关系，降低双方交易的破冰成本。现如今，像京东、天猫、淘宝这些渠道成本至少要占比 30%~40% 才有一定优势，但社交电商则不同，可能仅需付出 20% 的分佣比例。所以，社交电商崛起的关键要素在于抓住社会生产成本的迁移，再基于微信社交关系的链接，平台可挖掘一大批沉默的、低

成本的、线下的闲散劳动力, 然后让他们为消费者提供线上销售、推荐、服务的过程。促使京腾推出的社交电商的合作逻辑, 即先是在一个核心圈层里完成试用体验, 勾起第一次购买欲望, 进而形成口碑的沉淀, 再产生二次裂变以及不断外延。通过社交平台, 用户之间分享传播, 形成良好的口碑效应, 从而激发用户们更多的消费需求。

此外, 部分高校至今仍存在教育理念滞后、重理论轻实践的问题, 这些问题导致学生在学校理论学习和实践环节与企业的实际需求脱节, 面对纷繁复杂的实际情况时无从下手。教育部有关负责人指出, 高校需结合专业、强化实践, 彻底解决理论与实践脱节、实践平台短缺等问题, 促进学生全面发展, 提升人力资本素质。并且京东作为国内最知名的互联网企业之一, 它一直注重基层管理人才的提前储备, 近年来联手各高校建立创新型产学研合作人才培养模式, 提高学生实践能力与社会适应能力, 更是结合应用型本科人才培养目标具有地方性、特色性、针对性等特点, 以及应用型本科院校管理学科具有应用性、社会性、实践性强等特征, 联合京腾的社交电商入驻管理学科实践课程将产生更大的现实经济价值和社会价值, 尤其是在培养学生的创新创业能力和社会适应能力方面。总之, 本次京东 + 腾讯 + 高校及校企合作不仅提升了公司竞争力, 而且提升了学生的就业能力, 为社会培养更多实用型、复合型人才, 增加就业力, 从而树立起学生、高校和企业“三方共赢”的新标杆。

2. 文献综述

大学教育是以培养知识、能力和素质全面而协调发展, 面向生产、建设、管理、服务一线的高级应用型人才为目标定位的高等教育[2]。应用型本科教育, 在办学理念、办学思路、办学定位上要体现传统继承性, 独特性和差异性; 在学科专业建设、课程设置、教学过程中体现出探索性、研究性和理论性; 在人才培养、基础研究的结果上体现出高端性、多样性和创新性; 在服务社会、应用研究的成效上体现出有效性、及时性和优势性[3]。应用型本科在人才培养方面应该注重应用性和地方性, 并且本科高校在区域经济上有较大优势, 也应该利用当地的资源优势以在教学中突出自身鲜明的地方特色, 继而培养能够为区域性经济服务的实用性人才[4]。白长虹[5]认为管理学科受传统考试和分数这个惯性影响较大, 使之与实际脱节, 因此需要在教育实践中做更多的探索、试验, 将行之有效的办法逐步转化成管理学科制度中的新成分。巩在武等人[6]认为管理学科包括市场营销、物流管理、电子商务、管理科学与工程、国际贸易、金融工程、会计学等专业; 管理学科本科专业建立特色化的人才培养模式, 人才培养以服务地方经济发展为主, 确立清晰的目标定位; 管理学科需要坚持“开放发展、联合发展”的理念, 形成特色鲜明的办学优势, 打造产学研合作协同育人新模式。实践是将专业理论知识应用到社会实践中, 从实践中证明知识的正确性、是知识的转化过程, 提高分析问题的能力和解决问题的能力; 高校管理学科实践改革是培养学生创新能力与实践能力的重要渠道[7]。实践改革是高校教学改革的核心环节, 高校的主要任务是培养满足区域经济发展需求的高层次、高素质应用技术型人才[8]。近年来, 校企共同打造的高校实践型社团组织, 以互联网思维运营, O2O 模式实践, 为在校学生提供沟通、交流、分享的开放平台, 培养校园储备菁英人才, 打造“在校赚钱”等深度合作模式。坚持实践改革与新模式的深度融合, 打造合规、合时、合识的实践改革路径, 模式规范符合法律, 实践时间合理, 专业理论知识与实践相结合, 可无缝转化。切记认清和回归本质, 新实践模式不是为了赚钱, 当然我们也支持学生的个性化发展, 培养成功的创业者。十四五《规划》提出, 促进新业态新模式发展, 支持社交电商、直播电商、知识分享等健康有序发展[9]。分享经济通过高效利用社会资源, 达到供需双方的有效链接, 提升企业竞争力, 解决产能过剩, 促进产业的未来和国家竞争力的商业新模式, 成为时代最热的议题; 社交电商的意思就是基于社交网络和社交软件, 利用人脉关系网络, 通过人与人的信息交互, 达到一边社交一边分享式购物的电商模式[10]。社交电商的本质是分享经济, 社交电商通过分享经济理念、拉动消费, 推动上游生产企业

的供给侧改革, 带动产业链相关企业共同发展, 促进就业、增加税收, 带动经济发展, 从而推动“双创”、中小企业发展等[11]。

3. 研究设计

基于京腾计划“社交电商”的视野下, 再结合京东 + 腾讯 + 高校的融合契机针对应用型本科管理学科实践教学改革的探索。文中管理学科相关课程包括: 网上创业、网上开店、网络营销、市场营销、创新创业教育、新媒体营销等课程, 以上课程的共性则为实践性较强, 同时又是管理类专业课程。

而课程原有的实践上课模式为:

上机作业: 在闭合的实验室进行模拟演练;

淘宝开店: 主要以二手、淘宝闲鱼、58 同城市场进行开店和营销为主;

案例讲解: 进行案例分析时, 案例较陈旧, 学生无法充分调动其学习动力, 造成教师自问自答;

游戏、情境故事: 此方式对学生人数、课堂时间与教学环境有严格的要求, 较难开展。

传统的实践模式缺乏现实指导价值, 已无法满足新经济、新管理、新零售的需求, 时代的不断变换则要求实践环节要突出社会实践性、价值性以及时效性等特性, 还要紧密关联现代网络经济, 充分满足社会对应用型人才的需求, 高校必须创新管理学科实践。

3.1. 实践改革设计的基本原则

1) 倡导创新、实践、分享与协作等理念融入到实践课程教学中, 以培养学生创新、实践等方面能力的一种全新实践模式。

① 创新性。师生敢于打破常规, 并乐于尝试与改变, 在学习中不断探索未知的知识, 以激发自身创造潜能, 生成更多新颖的创意, 进而提升自身的创新意识、创新思维与创新能力;

② 实践性。由教师指导, 通过借助京东平台, 腾讯社交软件应用进行新媒体新零售活动, 再由学生进行操作的实践作业;

③ 分享性。这是社交电商的核心, 学生以开放、参与的精神, 乐于与他人分享好物, 得到他人和平台的认可, 同时也增强自我认知与自我效能感。

④ 协作性。学生与团队成员之间的协作, 能共同协商、探讨问题和克服困难。

2) 打破传统实验室的界限, 形成跨学科、跨领域的综合性实践平台, 充分发挥互联网企业与应用型本科高校优势, 实现优势互补与资源共享, 建立产学研服务基地。高校管理学科实践项目与真实世界的无缝连接, 是当前学校迫切需要解决的问题, 解决此类问题以激发学生学习兴趣和热情, 实现理论知识与实践应用的结合, 培养学生的创新创业能力与社会实践能力, 甚至是实现团队的盈利。

3) 坚持实践模式的合法性、学生实践时间的合理性、实践作业对专业的补充提升作用, 构建线上线下一体化的创新创业实践平台。初期的社交电商会走很多弯路, 为此应建立正规的渠道, 加入京腾计划, 签定校企合作协议; 指导教师加以引导, 在实践活动中对项目思维、内容、过程与方法进行全程跟进, 强调实践的参与性、尝试性、市场性、多样性、复杂性、实用性等特点, 同时又要以开放、多元、宽容的心态来看待此次的实践项目。认识到要把社交电商项目融入到专业、课程实践项目中有太多的不确定性, 要根据专业与课程的特点、学生的兴趣、校方的态度, 尤其是京东与腾讯平台能够给的支持和资料来衡量实践项目的改革建设方法和目标。不可盲目跟风, 让教学和师生陷入不当的作业之中。

3.2. 实践改革设计的基本思想

构建管理学科教学新结构与新生态, 以实现创新创业教育与高校实践类课程教学在思维、内容、过程与方式等方面的全面融合, 进而实现知识传播、知识创新与知识应用的衔接, 将大学生培养成为兼具

备专业知识又具备一定创新能力与实践能力的综合性人才[12]。创新创业教育是基于高校管理学科实践改革项目与社会化或盈利性创业空间平台建设为中心, 建立校企联合、共享的创业平台, 充分发挥高校、企业优势, 实现优势互补与资源共享; 要与社区、企业、政府等联合, 建立服务于区域经济发展的创业教育平台, 强调产学研一体化的众创服务思想, 构建线上线下一体化创业社区[13]。要求所创设的问题是来源于真实的世界, 是学生迫切想要去解决的, 同时采取一定措施激发学生学习兴趣。实践改革设计的基本思想是实施开放式创新创业教育, 实践教学必须具备问题切身性、时间合理性、多学科综合性、学生学习高投入性、关联性资源充分性、经济性、分享性以及新颖性等八个方面特征[14]。要以开放、多元、宽容的心态来看待学生的成长, 促使实践改革教育教学项目与学生的个人发展创造社会价值。

3.3. 实践改革设计的基本路径

基于社交电商模型下的管理学科实践教学的基本设计路径由创新与实践活动中的创新思维、创新教学平台, “京腾计划”平台, 课程实践创新、大众创业, 开放式创新创业教育构建社交电商, 促进大众创业、拓展网货售卖、培养本地网军、驱动产业转型; 实践教学始终坚持新经济、新思路、新模式的产教融合与产学研用的教学模式, 切实落实校企合作, 促进社交电商、分享经济、直播带货、新零售的实践应用, 如下图 1 所示。

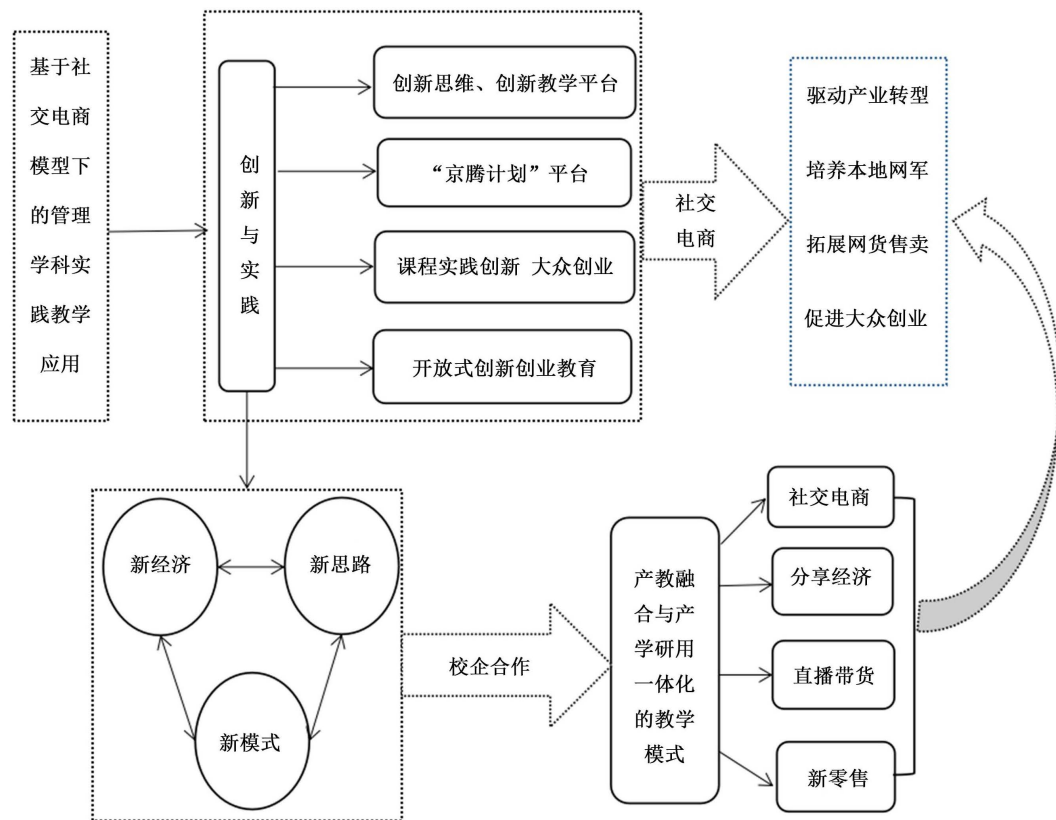


Figure 1. Application ideas of practical teaching of management subject under social e-commerce model
图 1. 社交电商模型下的管理学科实践教学应用思路

管理学科本身及相关课程是综合性交叉学科, 时代更迭, 大胆尝试教学方法、创新与实践显得很有必要。在新经济、新模式下实践项目有了新的思想, 寻找社会多股力量, 实现校企合作、产教融合与产

学研用一体化发展。适时调整人才培养方案, 和行业共建学院、企业自建方案、根据岗位能力需求进行岗位进阶课程的精准学习。解决大学生就业问题, 也解决专业与岗位不对口问题, 通过夯实人才基础, 积极构建“人才驱动电商, 电商驱动产业、产业驱动经济”的发展模式, 实现区域经济转型升级。借助“京腾计划”提供的共享和分享经济信息平台, 通过信息分享使用资源, 从而实现闲置资源的有效利用和资源配置利益最大化。这种经济模式的运行使得人们的生活质量和效率都得以提升, 更加体现了绿色生态、绿色社会的健康发展。分享经济 + 社交电商的新经济、新媒体创新创业模式, 让大学生有了更广阔的视野, 支持个性化人才培养与直播带货、地摊经济的联合发展, 结合管理学科各课程特点进行开放性教育、开放性思维、协同各电商平台和社交软件进行创新创业实践活动。

4. 研究结果

高校管理学科实践教学借助于互联网这艘快艇, 促使创新精神、文化与产业、平台深度融合, 充分利用开放式经济环境和新模式、社交电商、共享经济进行开放式创新创业教育。将“创新、协调、绿色、开放、共享”理念, 融入到教育教学中, 培养有创新思维、创业意识和创业能力的复合型人才。研究结果表明:

4.1. 社交电商模型下的管理学科实践教学有利于深化实践教育改革

高校实践教育高度重视知识的力量, 重视创新的驱动力, 重视人才引进与培训的意义与价值, 高校教育一直紧跟时代的发展步伐, 推动我国教育的长效发展。为了推进实践的创新发展, 也为了向社会输送更多高素质、知识型创新人才, 高校应当立足于新经济时代, 积极引进创新的理念、技术与人才, 突破传统教育的窠臼, 释放实践教育的时代生命力, 持续深化实践教育改革。

4.2. 该实践教学是从学生需求出发, 提升学生的个人发展

社交电商实践教学是根据现实的多元需求, 建设多层次、多样化和多结构的教学方法, 该模式实现了管理学科实践教学向现代化发展、专业化发展和规范化发展指明了方向。高校管理学科的实践教学创新需要从学生的需求与实际出发, 健全相关制度, 力求更好地为学生服务, 突出学生个性化特色教育, 创建学生的个人发展空间。

4.3. 本实践教学满足了人才培养的多元化需求

新经济模式的实践教育拟广泛集中民智民力, 广开言路、广纳贤才, 让更多元的教育管理理念和管理策略得以相互交流、借鉴和优化, 以建设更符合实际需要的管理科学理论体系和实践体系。最后, 社交电商实践教学强化学生的主体性地位, 为学生的自主学习能力训练、创造力培养和个性发展开拓开放性的空间, 让不同诉求的学生都能够在新经济、新模式下得到支持与帮助, 进而满足人才培养的多元化需求。

社交电商模型下的管理学科实践教学是一种全新的创新模式, 这种“创新创业实践项目 + 校企合作 + 分享经济”模式是对传统人才培养方法和教学方式的挑战, 也是对高校、教师、学生传统思维的改革, 高校教育目的不仅是对知识的累积和研究, 更是要解决现实问题及就业问题, 同时利用创新思维现实创业成功产生个人、家庭、社会价值, 最终实现高校的教育价值。

5. 研究结论

信息化技术的迅猛发展为高校实践课程提供了很好的平台, 特别是“微信”“微博”“抖音”“快手”等各种新型媒体的全面融合为大学生创新、创业提供了更为便利的交流学习环境, 也提供了很多创

业商机。因此, 高校要抓住新媒体势力, 拓展创新创业教育新路径, 引导学生积极参与课程实践, 提升实践教学的质量和效果, 最终达到培养应用型人才的目标。文章阐述了高校联合京东直营的社交电商平台, 与腾讯一级战略合作的“京腾计划”搭建管理学科的实践教学模型, 模式的核心是应用社交电商及共享经济现实管理学科及相关课程的实践教学实践活动。高校需创新科产教融合方式, 加强与京东、腾讯等企业的合作, 拓展学科、课程实践教学基地建设, 积极探索校企合作共建、共享、共管的集专业教学、学生实践实习、技术研发和生产等功能于一体的产学研综合实践教学基地。为促进共享经济可持续、高质量发展, 更好地发挥共享经济在高校教育教学实践创新、提升与稳定大学生社会就业等方面的能动性。进行以下结论:

1) 校企深度融合, 紧跟时代, 培养新经济特色人才

对管理学科的教育教学, 人才培养方案, 课程实践重新设计和定位, 使得高校教育适应现代经济发展的需要、企业需求、社会需求。培训学生的创新意识和创新精神, 给在校大学生提供实践平台和创新创业的机会, 突出对学生个性化培养的特点, 解决毕业生就业难、企业招不到人, 招到人用不了的怪圈, 定向培养企业需要的人才。从创新创业训练项目到实践项目, 让更多的创意能走进企业再反作用于大学生创新创业理论教育的发展, 作用于学生创新思维能力和技能的提升, 让高校大学生寻找到大学教育的意义和价值, 从而认识自己肯定自我。

2) 新模式及分享经济的产业发展尚不成熟

社交电商及分享经济作为一种新兴的经济形态, 经营理念、组织方式和盈利模式与传统经济存在很大区别。分享经济在中国从萌芽到发展壮大, 经历的时间很短, 难免存在一些缺陷。分享经济产品与服务在标准化、安全性、质量保障体系、用户数据保护等方面仍存有不足和隐患。分享经济商业模式较为单一, 市场竞争中同质化竞争普遍存在, 这显然不利于分享经济的健康发展, 因此在教学中使用该模式存在一定的风险和不确定性。为减少试错成本, 建立校企(京腾计划 + 高校)长期和稳定的合作关系, 对项目进行全面布局, 提供充分的社会资源和信息技术, 保障学生在学习和使用新模式实践项目时正确面对突发问题, 避免影响、干扰到项目的正常开展, 做到学习、提炼其精华, 并在此提出建设性意见, 成为新时代经济发展的智慧锦囊。

3) 高校创新创业新模式与经济的协同发展

以市场为导向, 政府工作指导方针下的全民创新创业项目, 给市场注入了新的活力。创新是引领发展的第一动力, 是建设现代化经济体系的战略支撑, 也是实现高质量发展的必由路径。从“双创”到创新驱动到互联网+, 突出的是理念的创新和创新思维, 如: 近期火暴的直播带货, 镇长乡长带货, 助力农村经济的发展, 管理学科新模式的创新创业实践项目要紧跟时代步伐, 现实大学生创新创业实践活动与企业经济发展契合, 搭建成果转化平台, 服务于区域经济的发展。

基金项目

本文系广东省教育科学“十三五”规划课题项目“湾区新经济模式下经济管理类专业创新创业实践项目探索与实践”(项目编号: 2020GXJK215); 广东理工学院“质量工程”项目: “传统商超社区经济模式校外实践教学基地”(项目编号: KCJD202203)阶段性成果。

参考文献

- [1] 腾讯与京东推“京腾计划”[J]. 青年记者, 2015(30): 97.
- [2] 郭锦鹏. 以科学发展的视角定位大学教育的发展——兼论新时期高等教育的求实创新[J]. 继续教育研究, 2009(11): 87-90.

-
- [3] 鲁昕在 2011 年全国教育工作会议上的讲话[N]. 中国教育报, 2011-02-28(005).
- [4] 李金成, 陈梦迁. 提高应用型本科高校人才培养能力[J]. 人民论坛, 2021(35): 79-81.
- [5] 白长虹. 管理学科的窘境与制度突破[J]. 南开管理评论, 2022, 25(2): 2+1.
- [6] 巩在武, 于小兵, 程中华. 南京信息工程大学管理学科 30 年发展历程回顾[J]. 阅江学刊, 2021, 13(3): 102-117+132-133.
- [7] 罗兰芳, 王翠红, 王改兰, 廖超林, 雷鸣. 高校实践教学改革与创新人才培养[J]. 教育教学论坛, 2017(15): 119-120.
- [8] 张萍. 地方性普通高校的实践教学改革思路[J]. 纺织教育, 2012, 27(2): 184-186.
- [9] 《“十四五”国家信息化规划》: 支持社交电商、直播电商、知识分享等健康有序发展[EB/OL]. <https://www.jiemian.com/article/6954219.html>, 2021-12-27.
- [10] 杜春梅. 基于分享经济背景下社交电商的发展[J]. 全国流通经济, 2019(20): 18-20.
- [11] 王妍妍, 常健聪. “社交 + 电商”式拼单营销与用户购买意愿——兼论数字化熟人经济的消费模式[J]. 商业经济研究, 2021(12): 84-87.
- [12] 汪琢, 香思敏, 王虹玲. 大学生养成教育对高校培养综合型人才的重要意义[J]. 吉林农业, 2018(19): 127.
- [13] 石定环. 加强产学研合作 促进区域经济创新发展[J]. 中国科技产业, 2010(8): 20-21.
- [14] 张学成. 创新创业教育视域下教学模式改革的探索与实践[J]. 临沂大学学报, 2019, 41(2): 70-78.