

Exploration of the “Dual-track” Talent Training Model Based on the Integration of Industry and Education—Taking the Major of Online Marketing and Live-streaming E-commerce as an Example

Lifang Cui

Shenzhen City Vocational College, Shenzhen, Guangdong, 518000, China

Abstract

In recent years, the live-streaming e-commerce industry has experienced explosive growth, creating a growing demand for interdisciplinary professionals. Vocational colleges have established specialized programs in online marketing and live-streaming e-commerce, aiming to become key talent development hubs. However, these programs currently face challenges including outdated training models, insufficient resource allocation, and difficulties in implementing practical teaching. To address these issues, this paper proposes a “dual-track” practical teaching model: a professional track at institutions to solidify theoretical knowledge and foundational skills, paired with an industry-aligned vocational track for hands-on project experience. Core measures include collaborative training plans between schools and enterprises, project selection for campus implementation, dual-mentor guidance throughout the process, and team formation through tripartite selection. This approach seamlessly integrates theory with practice, aiming to shorten students’ adaptation period from campus to workplace and bridge the gap between corporate talent needs and academic education. The feasibility and advantages of this model serve as an exemplary demonstration for optimizing practical teaching in similar vocational programs.

Keywords

Online Marketing and Live Streaming E-commerce; Dual-track System; Practical Teaching; Industry-Education Integration

基于产教融合的“双轨制”人才培养模式探索——以网络营销与直播电商专业为例

崔丽芳

深圳城市职业学院, 中国·广东 深圳 518000

摘要

近年来,直播电商行业呈现爆发式增长,行业复合型人才需求缺口日趋明显,高职院校纷纷开设网络营销与直播电商专业,力图成为行业人才培养的重要支点。但目前该专业存在培养模式滞后、资源配置不足、实践教学落实难等诸种问题,基于此,本文提出了“双轨制”实践教学模式,即:以院校侧专业轨夯实理论及基础技能,以企业侧职业轨对接真实项目做全流程实战。具体采用校企共商培养方案、精选项目进校、双导师全程指导、三选组建直播团队等核心举措,真正将理论与实践融为一体,尝试缩短学生校园到职场的适应周期,直接填补企业人才需求与院校教育之间的断层,因而其可行性及优越性对高职院校同类专业的实践教学优化有极好的示范意义。

关键词

网络营销与直播电商;双轨制;实践教学;产教融合

1 引言

近年来,随着互联网普及率提升及数字技术的飞速发展,直播电商作为一种融合了内容传播、社交互动与商品交易的新兴商业模式,迅速打破了传统消费格局,成为电商新

势力。从初期的探索到如今的井喷式发展,直播电商已全面渗透到服装、美妆、食品、家电等各个领域,成为商家占领市场的重要手段。在此背景下,行业对懂运营、悉策划、擅主播的实战型人才,特别是兼具市场分析、供应链管理、客户服务等综合能力的复合型人才需求量激增。职业院校作为技能人才培养的主阵地,设立直播电商相关人才培养专业,正是顺应产业发展趋势、满足市场人才需求的必然选择。

2020年,人力资源社会保障部联合市场监管总局、国

【作者简介】崔丽芳(1973—),女,中国辽宁辽阳人,硕士,高级讲师,从事直播电商运营教学及研究。

家统计局正式向社会发布互联网营销师这个新职业。

2021年,人社部、中央网信办、国家广电总局联合颁布《互联网营销师国家职业技能标准(2021年版)》,随后正式发布通知施行,明确了职业编码、等级、工种与技能要求,为人才培养提供了参照标准。

职业院校的人才培养紧随产业发展及市场需求,教育部2021版职业教育专业目录中,将直播带货相关工种对应专业正式命名为网络营销与直播电商(专科)。截至2026年初,基于掌上高考等平台2026年招考专业目录不完全统计,已有近400所高职院校将该专业设为独立专业,并有部分本科院校将其嵌入市场营销、电子商务等专业的专业方向,足以证明该专业的设置和发展已成必然趋势,因此,如何更快更好地培养该专业人才,也提升到各院校的核心日程。

2 专业人才培养现状

职业院校网络营销与直播电商专业的人才培养,旨在通过系统化、专业化的教育,一方面为行业输送高素质的应用型人才,助力直播电商行业的健康、可持续发展;另一方面,为所培养的学生提供优质的就业机会,搭建校企之间人才输送的快车道。然而,受各方面因素的影响,院校在人才培养特别是实践教学方面或多或少存在着不足:

2.1 人才培养模式尚处于探索阶段

目前,大多数院校的网络营销与直播电商专业仍在沿用传统电子商务或市场营销等相关专业的人才培养模式,未能体现直播电商行业“强实践、高互动、快迭代”的特性。表现在院校在课程设置中理论课程占比过高,实践课程多为模拟实训,又缺乏真实的商业项目的实际支撑,学生因此难以将所学知识直接应用于实际。更多的校企合作模式停留在浅层的参观学习或短期实习,缺乏真正有深度的“产学研”融合,企业参与人才培养方案制定、课程教学、实践指导的积极性和深度都非常有限,培养出来的学生与企业实际岗位需求之间存在明显的能力断层。与此形成极为直接呼应的是,直播电商行业发展迅猛,平台新规则、营销新玩法、新技术新工具日新月异,但院校在教学内容更新、师资队伍知识结构迭代等方面都严重滞后于行业发展速度,因此人才培养与行业前沿实践处于脱节状态。

2.2 资源配置存在不足

网络营销与直播电商专业人才培养,相较于传统专业而言,在资源配置方面也有许多新的需求,现有的资源难以支撑,主要表现在:

2.2.1 师资严重不足

受限于行业发展时间尚短,人才培养周期尚短以及院校师资的传统来源,导致现有的师资队伍无论是教学资源积累还是行业实践经验,都无法满足新型实践教学的要求。

2.2.2 缺乏专业实训设施设备

院校原有的实训资源无法满足新专业的实训需求,而专业直播间建设投入较大,部分院校因资金预算限制,仅能搭建少量基础直播间,无论是时长还是专业性,都无法保证

学生的人均实践操作质量。

2.2.3 商业资源不足

新专业与传统专业的实训需求不同,要开展真实的实践教学,不仅需要真实的商业项目,还需要主流直播平台(如抖音、淘宝、快手等)的授权许可,需要商家数据及后台权限,需要真实的流量推荐,需要丰富的商品资源及供应链支持,这不仅需要权限的获得还需要长期稳定的资金投入,而这都是院校无法提供的。

2.2.4 教学无法与行业变化同步

直播行业的特性决定了其动态更新非常快,专业教材和教学数据库更新远远滞后于市场变化,教学内容无法支撑新形势下的教学目标需求。

2.3 实践教学难以落实

2.3.1 实践教学目标与行业实际需求存在偏差

由于直播电商行业岗位细分十分明显,如主播、运营、场控、选品、策划等诸类岗位对技能的要求各不相同。因不少院校在制定实践教学目标时没有系统、充分地调研企业各岗位的能力结构,致使实践教学内容过于宽泛,缺乏针对性,学生参与实践之后没有真正掌握专业细分领域所必需的核心技能,难以满足企业“即来即用”的用人需求。

2.3.2 存在平台壁垒,教学与实践割裂

平台严格的规则及其封闭性的生态环境,导致院校开展商业项目存在准入壁垒,加剧了教学与实战的差距。头部平台账号的认证审核非常严格,院校即便获得基础认证,因没有商家账号权限,也无法进入选品库与佣金系统等核心系统,更无法获得真实的后台运营数据,学生的实训只能停留在“模拟带货”层面。

2.3.3 教学节奏受限,实训成果难以变现

由于直播电商有“黄金48小时”流量爆发规律,而院校在学期初就已确定教学安排,并按周依次推进课时,故教学周期与平台流量周期存在明显错位,因此学生实训成果难于量化、难于迁移,也极难沉淀为真正的可持续商业价值。

2.3.4 实践教学过程的管理与质量监控难度较大

直播电商实践项目具有十分突出的即时性、互动性及结果不确定性,故而传统的实践教学管理模式都难以实时跟踪学生在动态直播过程中的表现,也难以在实践过程中对问题环节加以干预和指导。更根本的问题在于,直播活动本身有分散性(学生团队分散)和业余性(多在晚间黄金时段进行),因此教师极难对每位学生全程主动、充分地指导,故而实践教学质量监控存在明显盲区,学生实践成果的评价也必然不够完善。

2.3.5 校企合作有待深入,校外实践难落实

虽然有部分院校与企业建立了合作机制,但由于企业出于自身的商业机密保护、运营成本控制以及对实习生的工作效率等方面的考虑,在多数情况下不会向学生开放核心岗位和真实的业务数据。而学生在企业里更多从事的是辅助性岗位,难以接触到重要岗位及关键业务环节,所以这种校内的实践沦为“讲座式”实践,校外的实践沦为“参观式”或“打

杂式”的实践，并不能够达到学生们能力提升的目标。

3 “双轨制”实践教学提出

基于产业迭代加速、岗位能力动态演化，本文所论的双轨制有分工明确、

逻辑严密的两条轨道：一轨为院校侧的“专业轨”，以院校理论基础为支点，以校内仿真直播间、虚拟实训系统为载体，系统、扎实地夯实学生理论功底，培养专业基本技能；另一轨为企业侧的“职业轨”，直接对接头部平台真实项目，按照企业对应岗位的分工安排，由企业导师全程带教学生从事直播带货全流程工作。学生在真实的商业环境中以岗代练，直面市场竞争及用户反馈，因此更易于把握企业运营逻辑、岗位具体要求，院校侧所学的专业技能也直接对接企业需求，由此缩短从校园到职场的适应周期。

“双轨制”实践教学的实施，一方面企业的真实项目进入校园，为学生提供真实训练机会，另一方面，经院校前期培养筛选的优秀学生，在提升学生综合能力的同时，也为企业创造一定的价值，实现校企双赢。

4 “双轨制”实战教学实施要点

“专业轨”为学生夯实了基础，“职业轨”进一步提升了学生的职业技能。为了保证双轨能够良性运行，需要校企合作，做好以下工作：

4.1 院校主动出击，筑巢引凤

作为教育的实施者，职业院校应率先树立与企业合作实施教学的意识，转变教学理念，打破传统教学模式的束缚，在人才培养方案设计、课程设置、师资培养、实训资源配置等方面主动与市场及企业需求保持一致，确保“专业轨”能够为学生打下坚实的理论和技能基础，从而与“职业轨”的实战训练无缝衔接。

4.2 校企共商，制订人才培养方案

以深度产教深度融合的方式打破课堂与市场的隔阂，由此自然、妥帖地让人才供给与产业需求同频共振。“双轨制”实施前即可让学校联合若干行业优质企业成立专业建设委员会，就直播电商产业链各关键岗位的能力进行系统研讨，据此确定人才培养目标，再动态、有层次地修订课程标准及实训项目清单，同时共建共享教学资源库，把“专业轨”实施所需的企业真实案例、运营数据都转化为可直接使用的教学素材；建立双导师协同育人机制，厘清校内教师、企业导师职责边界及衔接节点，又配套构建过程性考核与成果性评价有机结合的学业评价体系，以真实项目的市场指标作为核心评价维度，真正让人才培养紧贴产业前沿。

4.3 精选企业，项目进校

有了前期准备，校方就能有计划、有层次地遴选符合合作教学要求的企业，即先考察其是否有合作意向、成熟体系、稳定场域及带教能力，继而考察其在直播电商领域的实际业绩、数据沉淀能力及导师团队资质，择优选择。

通过以上筛选的企业及商品具有：知名度高，自带流量；认知度高、学生入手快；复购率高、易建立成交信心；商品品类丰富，方便选品、随时调整商品清单等优势，对后续开展“以岗代练”实践教学的可进入性和可持续性是有力的保证。

4.4 校企双导，全程指导

校内导师从事知识建构、方法论教授的工作，企业导师专门从事场景认知与问题解决的指导，方便二者开展联合教研、以真实课题设计教学闭环，在“选品—策划—直播—复盘”全链路中合理嵌入双轨指导节点，由此既保证学生理论学习的系统性，又切实培养其应对市场变化的实战能力，真正做到“学即所用、用即所学”。

4.5 校企生三选，成立直播团队

与传统课程教学不同，参加“双轨制”的学生需要进行筛选，由校方、学生和企业三方协同完成，即：校方与企业前期动员、后期备案，学生自主申报、企业面试。学生以项目团队形式参与，覆盖直播带货全岗位角色。即：

企业发布真实项目的岗位要求，学生进行意向填报，校内导师提出匹配建议，结果同步接入教务系统与企业人才库，既保障人岗适配精度，又为后续实习转正提供数据支撑。

双选结果公示后，企业导师即携真实项目与营销日历进驻课堂，学生团队按岗就位，在校企双师指导下完成直播带货的完整项目工作内容。

针对学生的表现考核，实施“过程即成果”的评价机制，一方面参考院校常规课程管理，校内导师给出校方评价；另一方面，根据平台数据及企业员工考核指标，企业导师给出企方评价。综合双方评价，校方给出学生的学业成绩，企业发放岗位津贴及业绩提成。

5 结语

基于产学研深度融合的“双轨制”实践教学，是职业院校实践教学探索的成功经验与企业人才需求前置相结合而演绎的有效实践教学模式，该模式需要校企高度配合。唯有校企双方真正做到目标一致、责任共担、资源共享、利益共赢，才能让“双轨制”实践教学模式落地生根、开花结果，最终为直播电商行业培养出更多既懂理论又善实践、既守规范又具有创新精神的高素质复合型人才，推动整个行业向更加健康、专业、可持续的方向发展。

参考文献

- [1] 李楠.产教融合视域下高职设计类课程实践教学模式创新——基于校企双轨实践的三阶联动模型构建与实证[J].黄冈职业技术学院学报,2025,27(03):36-40.
- [2] 徐增勇,张俊.高职院校“三维立体、双轨驱动”混合教学模式探索与实践[J].中国教育信息化,2021,(04):54-57.
- [3] 王明瑞.“双高”背景下专业群深度产教融合开展的实践研究[J].黑龙江画报,2025,(24):42-44.