

移动互联网 + 中职电子商务课堂教学

文/罗定市中等职业技术学校 陈星卫

在我国移动互联网这个概念从2010年开始,已经走向了百姓生活,如今,移动互联网发展进入了全民时代。在教育领域中,“互联网+教育”正悄悄向“移动互联网+教育”发展,已成为不可逆转的趋势。而电子商务也悄然向移动电子商务发展。在此背景下,中职电子商务课堂教学必须更新教育理念,创新教学模式,主动适应移动互联网时代发展要求,才能培养出适应社会需要的人才。本文将从“移动互联网+”发展背景下,对中职电子商务课堂教学的创新发展进行讨论。

一、当前移动互联网发展状况

1. 我国移动互联网发展进入全民时代

移动互联网,就是将移动通信和互联网二者结合起来,成为一体,是以互联网的技术、平台、商业模式和应用与移动通信技术结合并实践的活动的总称。在我国互联网的发展过程中,PC互联网已日趋饱和,移动互联网却呈现井喷式发展。数据显示,截至2015年12月,我国网民规模达6.88亿;互联网普及率为50.3%,较2014年底提升了2.4个百分点。我国手机网民规模达6.20亿,较2014年底增加6303万人,网民中使用手机上网人群的占比提升至90.1%,伴随着移动终端价格的下降及WIFI的广泛铺设,移动网民呈现爆发趋势,而手机依然是拉动网民规模增长的首要设备。

2. 移动电子商务成为常态

移动电子商务是应用移动终端设备,通过移动互联网进行的电子商务活动。数据显示,2016年天猫双11,一天时间总成交额创下了1207亿元,这比去年增长了32%,也是8年来成交额首次突破1000亿大关,其中移动端成交占82%,实现销售988亿元,同比提升13.2%。同时,多项数据刷新纪录,交易额突破100亿仅用了6分钟58秒。现今用手机参加双11成为了常态,前10分钟里,支付宝的移动支付笔数占比达92%,支付方式已经基本完成了从PC端到移动端的迁移。

3. 移动互联网的使用现状

统计数据显示,截至2015年12月,网民中具备中等教育程度的群体规模最大,初中、高中/中专/技校学历的网民占比分别为37.4%、29.2%。与2014年底相比,小学及以下学历人群占比提升了2.6个百分点,中国网民继续向低学历人群扩散。青少年使用互联网主要应用在信息获取、交流沟通、网络娱乐、商务交易方面,其中,交流沟通、网络娱乐这两方面的

应用在青少年网民群体中最为突出。数据显示,在交流沟通中的即时通信类应用,中学生网民使用率达93.6%,高出网民总体水平2.9%;网络娱乐类应用一直是青少年网民群体最主要的互联网应用,青少年网民使用网络音乐、网络游戏、网络视频以及网络文学的比例均高于网民总体水平,其中,中学生的网络游戏使用率最高,占比达到70%,较网民总体水平高出13.1个百分点,差异最为明显。而在商务交易类应用中,由于中学生的年龄偏小,购买力低,网络购物等方面均比网民总体水平低。

二、中职电子商务课堂教学现状

1. 电子商务专业学生普遍存在的问题

(1) 学业总体水平较低

中职实行春、秋季招生后,在他们中超过半数是没经过中考直接进入中职学校,还有相当比例的学生是由于中考落榜才不得已进入中职学校就读。

(2) 学习目标不明确,学习缺乏毅力

选择读计算机专业的学生普遍存在着无学习目标,刚开始较好,但没坚持的毅力,“懒”已成了他们的标签。

(3) 家庭环境较差

粤西山区,他们大部分来自农村,他们的家庭要么经济比较困难、生活比较艰辛,要么家庭矛盾尖锐、甚至家庭破裂,大部分是留守少年;大多家长对孩子到中职学校不抱很高要求,只要孩子不出大问题,能找份工作就可以。

2. 电子商务课堂教学存在的问题

目前,中职电子商务教学中遇到的最大问题是学生厌学情绪严重,很难激发学生的学习兴趣 and 主动性。在中职电子商务教学改革的过程中,我们曾经尝试让学生通过电子商务平台如淘宝网、京东商城等,进行网上购物和尝试开店自主创业,以此激发学生学习电子商务的兴趣,但是由于我校是粤西山区的一所中职校,大部分学生来自农村,绝大多数学生没有商务活动的实践经验,并且学生年龄小、知识层面窄,开网店基本不符合条件;学生在刚刚接触网上购物时都非常感兴趣,但由于学生是消费者,购买力有限,很多东西都只能停留在看的份,一两个月后,兴趣基本消失。我们也尝试使用德意通电子商务模拟系统进行学习,几个项目下来,学生觉得每个项目都是在重复注册信息,没有新意,厌烦了这种模拟学习。大部分同学