

妙用“组合法”开展“三教”改革创新，推动中职新电商专业群建设

成果应用和效果证明材料（三）

——校企共建设课程双元育人带动学生发展

执笔人 黄学文

广州市旅游商务职业学校

校企共建设课程双元育人带动学生发展 2020 年

目录

一、校企共同制定工作（授课）计划.....	1
二、任务分解，序列推进.....	7
三、校企联合授课.....	11
四、立足农业电商基础，提高学生技能水平.....	12
五、企业制度化管理.....	13
六、信息交流沟通.....	15
七、项目成果.....	16
（一）团队理念及学生精神状态.....	16
（二）学生运营作品.....	17
（三）成果收益.....	18
（四）优秀毕业生成长案例.....	20

一、校企共同制定工作（授课）计划

针对职业中学学生的年龄、知识、能力以及学习动机的差异性等情况，校企合作企业专家手把手的把知识和技能传授给每位学员，导师带领学生共同解决问题，发挥学生主观能动性，把解决问题作为教学的基本过程，将师傅带徒式的指导法和问题教学法相结合，因材施教。在此过程中，以具体的工作任务为引领，深化教学模式改革，校企合作企业与职业院校共同有针对性的制定工作（授课）计划，制作教学课件和教案、设计教学工作页。

工作（授课）计划表

时间	星期	工作任务	评判标准
第一周 10.17-10.21	一	1. 总结一个产品卖点 2. banner 广告文案	1. 符合 FAB 法则 2. 符合基本特征
	二	1. 设计一个详情页脚本 2. 详情页文案	1. 让不懂产品的人看了就懂 2. 让不想买的人看了想买 3. 让想买的人看了立即购买
	三	对产品进行图片拍摄 (1 组拍-昌宁红茶叶) (2 组拍-老徐蜂了蜂蜜) (3 组拍-云潞咖啡)	1. 产品图片至少 8 张，其中 1 张为产品包装图片 2. 底色：纯色 3. 突出卖点，既要有产品整体图，也要细节图。 4. 多角度展示。用参照物放在产品旁边一起拍摄
	四	将产品主图进行美化(3 张)	1. 单一底色 2. 清晰美观，无拉伸扭曲。 3. 促销信息和品牌信息可以放在图片四个顶角上，不影响和遮挡原图片，无边框。
	五	设计一个产品详情页	1. 产品主题。 2. 引发买家兴趣的产品大图 3. 产品独特一个卖点图文说明 4. 产品功能介绍图表图片文字

第二周 10.24-10.28	一		5. 产品实拍图、细节图。 6. 与其它产品 PK 图片 7. 产品获得的荣誉。 8. 产品品牌介绍或者来源或者历史背景介绍。 9. 产品好评(图文)。 10. 售后保障图文说明。 11. 使用环境或方法
	二		
	三	1. 每组设计一张首页 banner 广告 2. 每组制作一个品牌图	1. 主题明确 2. 重点文字突出 3. 符合阅读习惯(左右上下) 4. 用最短时间激起点击欲望
时间	星期	工作任务	评判标准
第三周 10.31-11.4	一	行业专家导师:张赢 张赢, 国家高级摄影师, 资深设计师, 西北领先的电商视觉服务商素言电商视觉创始人, 广州光合网景科技有限公司高级合伙人, 欧亚学院企业导师, 西安创伴特约导师, 陕西职业技术学院专家评审组成员, 西安黑马会副会长, 曾和多位明星以及知名电商企业有着深度的合作, 将艺术与商业无缝衔接。	内容: 1. 分享电商视觉服务行业的现状 2. 分享商品拍摄与详情页制作的经验 3. 对学生拍摄和制作的详情页、主图、广告图进行指导。 4. 为学生演示商品拍摄技巧, 指导学生拍摄。
	二	1. 将产品上架(类目选择、标题编辑、价格设定、图片上传、物流模板设定) 2. 对店铺进行装修, 将制作好的, LOGO, 广告图, 轮播图上传。	1. 产品类别选择正确 2. 产品名称、简介、标题填写正确 3. 产品主图, 详情页大小调整到合适的 KB, 进行上传。 4. 产品属性填写详细 5. 运费模板设定 6. 首页图片上传到指定位置
	三	1. 对商城售前客服产品常见问题汇总编写 FAQ 2. 制作物流库存表	1. 包含平台、产品质量/功能/支付/物流/售后等所有售前问题对答 2. 包含售前客服工作流程 3. 表格包含: 产品名称/编号/图片/规格/价格/入库数/出库数/剩余数

	四	对商城售后客服产品常见问题及客诉汇总,编写售后 FAQ	1. 包含常见的售后及客诉问题的处理方法。 2. 包含售后客服工作流程
	五	对商品进行包装及发货练习	1. 外箱包装封口紧密结实、内包装有防撞防震保护。 2. 产品本身完好无损放有产品说明卡 单据邮寄地址填写清楚, 单据表面干净无涂改。
第四周 11.7-11.11	一	双十一微店商城客服实训	
	二		
	三		
	四		
	五		
时间	星期	工作任务	评判标准
第五周 11.14-11.18	一	1. 对公众号基本设置 2. 学习运营策划方案	1. 公众号头像、二维码、微信号、介绍、功能设置都符合要求 2. 功能插件有多客服 3. 理解运营策划方案的重点
	二	策划一个新店开业活动 促销方案(11月14日-11月30日)	1. 包含促销目的、目标人群、促销产品、促销方式、行动计划、促销预算 2. 具备可实施性
	三		
	四	1. 活动方案对应的广告图文设计 2. 编辑微信自定义回复内容和关键词回复	1. Banner、详情页、主图有促销信息。 2. 有欢迎语有介绍文字(短)、有转化文字、有交互文字
	五	在学校进行扫码加粉送礼	每组至少加粉 100 人。
时间	星期	工作任务	评判标准
第六周 11.21-11.25	一	依据促销方案编辑一主四副(5条)的微信推送内容(并推送)	1. 有吸引人的标题 2. 排版干净整洁又逻辑 3. 内容文字精炼具备传播性

	二		4. 有指引关注标示 5. 有阅读原文链接 6. 有相对应的图片 7. 有关注二维码
	三	编写问答类软文，进行问答推广-服务发货	1. 有平台账号 2. 有带热点关键词 3. 软文符合目标平台的要求
	四	编写论坛类软文，进行论坛推广-服务发货	1. 有目标用户论坛账号 2. 软文符合精华贴的软文
	五	在问答平台及论坛平台进行推广	在目标平台可以看到推广内容
第七周 11.28-12.2	一	编写 QQ 推广软文使用新的 QQ 进行推广-服务发货	1. QQ 昵称、签名、头像、资料、空间都是商品宣传信息 2. QQ 日志说说原创文案篇/天 3. QQ 相册中有产品宣传图片 4. 加目标用户 QQ 群至少 10 个 5. 拥有自建 QQ 群
	二	1. 注册一个新浪微博并进行装修 2. 写一份新浪微博目标用户分析报告	1. 新浪微博账号 2. 装修包含昵称/头像/简介/个性化域名/相册/联系人/友情链 3. 报告包含目标用户特征(年龄/性别/职业/兴趣/地域....) 4. 报告包含匹配微博特征(减肥瘦身、生活常识、运动保健.....)
	三	编写 2 条新浪微博推广文案进行推广-服务发货	1. 文案符合(注意-兴趣-欲望-行动)逻辑 2. 文案符合(背景-矛盾-问题-解决方案)逻辑
	四	1. 进行数据分析(微信数据、CNZZ 网站数据)	1. 包含微信图文的送达人数、阅读量、转发量、转化率)
	五	2. 周末策划双十二微商城推广活动。	2. 包含商城的 PV、UV、订单数、支付数、客单价、转化率 3. 包含推广内容的阅读量和转化量 4. 总结问题点及改善方法
时间	星期	工作任务	评判标准
第八周 12.5-12.9	一	1. 双十二活动方案确定 2. 依据活动设计对应的文案与图片。	1. 包含活动目的、目标人群、促销产品、活动方式、行动计划、促销预算。 2. 有预热期、热卖期、返场期。 3. 具备可实施性
	二	1. 依据活动编辑热卖活动一主四副推送内容。12.12 推 2. 依据活动内容编辑微信	1. 有吸引人的标题 2. 排版干净整洁又逻辑 3. 内容文字精炼具备传播性 4. 有指引关注标示

		大号转发内容. 12. 12 推 3. 编写问答、论坛、QQ、微博的推广内容立即推	5. 有阅读原文链接 6. 有相对应的图片 7. 有关注二维码 8. 论坛问答类具备引导性
	三	设计百度网盟移动端推广文案与广告页	1. 客观、真实，不要夸大实际或包含虚假信息。 2. 使用有意义的符号、数字、字母、空格符。例如产品型号中必须包含的符号、数字或字母。 3. 避免在创意中使用特殊符号，包括但不限于【】『』○●△▲◎☆★◇◆□■▽▼◎○等。 4. 避免在创意的标题、描述中使用网址或类似网址的形式，如 www.baidu.com 等。 5. 避免在创意中使用含有贬低其他客户或直接与其他客户进行比较的用语。
	四		
	五	广告投放	1. 广告投放时间为 1 周 2. 关键字价格设计合理
第九周 12. 12-12. 16	一	每个人工作进行分工： 1. 问答推广 2. 论坛推广 3. QQ 推广 4. 微博推广(大号转发) 5. 微信推广(大号互推) 6. 百度网盟广告关键字及价格调整 7. 线下地推 8. 客服接待 9. 打包发货	1. 客户问题及时回馈 2. 客户订单及时处理 3. 有新粉丝增加 4. 有新订单产生
	二		
	三		
	四		
	五	进行数据分析，工作小结	1. 包含微信图文的送达人数、阅读量、转发量、转化率) 2. 包含商城的 PV、UV、订单数、支付数、客单价、转化率 3. 包含推广工具中的数据 4. 总结问题点及改善方法
第十周 12. 19-12. 23	一	依据返场活动及圣诞题材编辑一主四副推送内容。	1. 有吸引人的标题 2. 排版干净整洁又逻辑 3. 内容文字精炼具备传播性 4. 有指引关注标示 5. 有阅读原文链接 6. 有相对应的图片 7. 有关注二维码

	二	设计1条粉丝通推广广告文案图片	1. 文案满足粉丝通广告规则 2. 有微博落地页 3. 有微博配图
	三		
	四	持续推广任务分工： 1. 问答推广 2. 论坛推广 3. QQ 推广 4. 微博推广（每天5条） 5. 线下地推 6. 客服接待 7. 打包发货	1. 客户问题及时回馈 2. 客户订单及时处理 3. 有新粉丝增加 4. 有新订单产生
	五	进行数据分析，工作总结	1. 包含微信图文的送达人数、阅读量、转发量、转化率） 2. 包含商城的PV、UV、订单数、支付数、客单价、转化率 3. 包含推广内容的阅读量和转化量 4. 总结问题点及改善方法
时间	星期	工作任务	评判标准
第十一周 12.26-12.30	一	策划一个元旦的微信粉丝福利活动。12.28推送	1. 具有传播性 2. 具有可实行性 3. 参与流程简单 4. 有加粉效果
	二		
	三	依据返场活动编辑一主四副推送内容。	1. 有吸引人的标题 2. 排版干净整洁又逻辑 3. 内容文字精炼具备传播性 4. 有指引关注标示 5. 有阅读原文链接 6. 有相对应的图片 7. 有关注二维码
	四	学生持续进行推广工作分工任务	1. 客户问题及时回馈 2. 客户订单及时处理 3. 有新粉丝增加 4. 有新订单产生
	五	进行数据分析，工作总结	1. 包含微信图文的送达人数、阅读量、转发量、转化率） 2. 包含商城的PV、UV、订单数、支付数、客单价、转化率 3. 包含推广内容的阅读量和转化量 4. 总结问题点及改善方法

二、任务分解，序列推进

以重视成果为出发点，以层层制定和组织实施目标为手段，按照任务实施过程给各项目组发布任务评判标准及案例，并在过程中提供指导及帮助，动员所有学员共同组织实施，有序推进。

◆ 任务分解样例：

1. 今日工作任务

每人编辑一条微信图文推送内容

2. 任务标准

1) 标题（权重 40%）

①图片尺寸主推图 900*500px，副推 200*200px；图片要清晰与标题或主题相关；图片重要信息不能被文字挡住。（10 分）

②标题文字不能超过两行；符合直言式、新知式、提问式、目标导向式、夸大式、如何式、命令式、见证式八种标题之一的要求；要有吸引力。（30 分）

2) 图文内容（权重 60%）

①开头要有引导性语言，不能直接开始就是广告，引导性语言和文章内容要与标题相符，不能写与标题不相关的内容。（10 分）

②文字统一使用宋体小四或 5 号字体，小标题的颜色尽量使用蓝色，棕红色，棕黄色等，如果不是自己原创文章，引用别人的，要标明原作者，或标明来源。（10 分）

③图文排版要整齐统一，字数多的可使用两端对齐，字数少的可使用中间对齐，文字行间距不可太密集，要有层次，图片和文字要搭配合理。（10分）

④文章中的图片大小要压缩，通常不超过 330KB，但不能出现模糊不清的图片和文字。在百度，Google 等搜索找出来的部分原创图片一定要经过处理，加点文字或者轻微修改，以免被告侵权。（10分）

⑤整篇文章要有逻辑性，文章内容一定是承上启下的，篇幅不宜过长，通常控制在 6 屏之内。（10分）

⑥开头要有引导点击蓝字，结尾要有二维码和引导点击阅读原文。（10分）

3. 案例 汤老爸软文推广

爱茶者进

摇曳灯光下，饭后静思中、朋友聊天室、肚子沉思的时候喝一杯汤老爸柑普茶，是一种惬意的心理享受，而喝汤老爸柑普茶，更是一种排毒养颜、健胃活血的生理享受，其抗癌、治病、驱毒散热的功效，加上修身养性的内涵更使人对汤老爸柑普茶有更高的评价。其他柑普茶的文化也同样有着悠久的历史，但现今社会，因大家对更健康的追求，更让汤老爸柑普茶在柑普茶界地位日以巩固，汤老爸柑普也必将随着人类的延续而蔓延其更悠久的香。

柑普茶自古以来就深受我国人民喜爱，柑普茶的历史悠久，所以各种柑普茶品牌层出不穷，但是汤老爸却始终占据柑普茶界霸主的地位，凭借的正是其融合了新会柑清醇的果香味和云南普洱茶醇厚甘香之味，让柑皮与茶叶相互吸收精华，形成了风味独特、口感一绝的柑普茶。当然这远超同行的口味自然是少不了汤老爸对品质追求，汤老爸深知优质的柑果与上

等普洱茶是成就上品柑普茶必不可少的基础,而若想成就汤老爸柑普茶就需要与传统手工技艺的双重结合。从种子到采摘,采摘到成品,成品到口中的一杯茶,多道手工技艺相结合方才成就了汤老爸柑普茶如今的茶界地位。

曾就有一个喝了十几年柑普茶的茶友第一次喝汤老爸柑普茶就情不自禁的流下了眼泪,并说道,从没发现世界上竟有如此好喝的柑普茶,真是枉喝了十几年柑普茶。而事实正是这样,几乎每一位第一次喝汤老爸柑普茶的茶友都有差不多的感受,也正是这样,汤老爸柑普茶方才如此深受茶友们喜爱。

由此我衷心希望有更多人跟我一样能品味到最好的柑普茶,因此写下此文。



2015 年开始,沉寂多年的柑普茶市场一路增长,势头强劲,2016 更是完全进入高速通道,引发业界瞩目,成为明星品类。2015 年柑普茶产销的火爆场面,让更多茶企和商家看到了普洱茶产业在发展进程中的曙光,纷纷加入到新一轮的柑普茶产销阵营中。如果说

2015 年是以润元昌、澜沧古茶、国皓等专业茶企和新会当地传统品牌的格局,那么今年将处于“百花齐放百家争鸣”的新局面,随着更多新生品牌的加入以及新会政府的大力扶持,柑普茶产业即将走向另一个高度和层面。

茶庄经营现状刺激了对新产品的需求,柑普茶行业起势,茶企不断增多,两者一拍即合,迅速打开了柑普茶全国的销售通路,并依然在不断增长扩张中。以润元昌为例,去年可以迅



速铺货柑普茶产品到多年积累的数百家经销渠道，到了 2016 年又依靠柑普茶产品强劲势头带动招商，平均每个月增加十多家新的经销商。即柑普茶的出现满足了传统茶庄的经营需要，茶庄的大力推广速度打开了柑普茶的消费市场。



过去柑普茶很长时间一直停留在一个窄受众、小品类的局面，在产品创新、推广营销等方面的竞争强度较低，而如今柑普茶市场打开了，茶企品牌增多了，消费者的认知提升了，柑普茶行业的竞争在短时间内被提升到了一个新的高度。从原料工艺、口感品质、包装形态到品牌形象口碑等方方面面都获得了提升，从而更好地满足市场，也促进了产业的

发展。

和任何一个热门产业的轨迹类似，正在经历前所未有的高速增长阶段的柑普茶产业，也必然会经历一个从无序到规范，有鱼龙混杂到品牌化的发展之路。和跌跌撞撞的传统普洱茶行业不同的是，柑普茶行业发展建立



在了更高的起点，也更加理性，只见速度与激情，不见疯狂。

4. 学生工作点评

姓名	分数	原因
/	90	二维码扫码失败-2、活动用词不准确-3、无引导阅读原文-5
/	93	部分排版内容逻辑错误-5、二维码不识别-2、
/	91	开头重复多余-2、网上搜索图片未处理带有水印-5、无营销引导-2
/	89	无开头蓝字引导-5、字体排版密集层次感不足-4，二维码不识别-2、
/	90	由于疏忽导致上传的文档部分图文缺失-10
/	95	二维码不识别-2、活动用词不准确-3、
/	93	活动没有描述和导入语-4、文案用词不准确-3、
/	90	紧急上传标题绕口无吸引力-5、图片模糊不清-3、无营销引导-2
/	88	紧急上传标题绕口无吸引力-5、无引导阅读原文-5、无营销引导-2
/	87	紧急上传标题绕口无吸引力-5、无引导阅读原文-5、无二维码-3、
/	88	紧急上传标题绕口无吸引力-5、无引导阅读原文-5、多写作者名字-2
/	88	无开头引导-5、无引导阅读原文-5、无营销引导-2
/	93	无引导阅读原文-5、无营销引导-2
/	92	无引导阅读原文-5、标题简单吸引力不够-3、
/	89	无开头蓝字引导-5、字体排版密集层次感不足-4，无营销引导-2
/	90	无开头蓝字引导-5、无二维码-3、无营销引导-2
/	88	无开头蓝字引导-5、无营销引导-2、无二维码-3、错别字-2
/	88	无开头蓝字引导-5、部分排版内容逻辑错误-5,无营销引导-2

三、校企联合授课

通过企业专家走进来的形式，改变以往的课堂讲述方式，邀请校企合作企业专家走进课堂与职业院校专业教师联合授课，使学校教师与企业师傅实现“零距离”对接。学校专业教师承担系统的专业知识学习、基本的技能训练以及课堂辅导；校企合作企业专家通过师傅带

徒的形式，依据培养方案进行岗位技能训练、项目运营全程指导。这种以“师带徒”的授课形式，保证学生的技能培养，也改变了原来的课程教学方式，同时将创新创业教育与专业教育有机融合。



四、立足农业电商基础，提高学生技能水平

为进一步提高教学质量，促进学生个性发展，及时把握电子商务时代发展潮流，学习新技术，学习新知识，校企合作企业调动电商行业力量，汇集在行业或专业方向方面具有一定影响力或较高知名度的专家力量来校培训、授课，积极发挥传帮带作用，最大限度地发挥人才优势，为学员传授专业知识和业务技能，使实践环节与实际工作衔接更加紧密，缩短理论教学与工作实践距离，使学生具备解决实际问题的能力，拔高学生的技能水平。



五、企业制度化管理

为了提高项目组织的协调性和管理的有效性,项目实施过程中实施企业制度化管理,规范学员行为,为学员在项目运营过程中指引方向;同时,为了正确地诱导员工(学生)的工作动机,调动员工(学生)的积极性和创造性,焕发员工(学生)潜能,表扬先进、激励后进,使他们在实现组织目标的同时实现自身的需要,有效地提高员工(学生)整体素质,增加其满意度,校企合作企业针对创业班所有学员,按团队综合表现评选和个人积分评选的原则,制定评优制度。

◆ 评选项目

荣誉称号	评选周期	评选单位	评选数量	荣誉奖励
杰出之星	两周	个人	3 个	表彰榜
精英团队	两周	团队	1 个	表彰榜
卓越之星	学期	个人	3 个	证书+表彰榜
王者团队	学期	团队	1 个	证书+表彰榜

◆ 评选说明

1. 打分：老师每周根据评分机制为学生打分，记录在教室积分榜；
2. 周评选：两周积分累计；
3. 学期评选：每周积分累计；
4. 个人评选：按照积分高低进行评选；
5. 团队评选：老师根据综合表现进行指定评选。

◆ 评分机制

考评 指标	考评评分细则	评分标准					评分
		优 秀	良 好	合 格	较 差	差	
工作 纪律	迟到：无为优，1次为良好，2次合格，3次为较差，3次以上与旷工为差。	5	3	2	1	0	
	早退：无为优，1次为良好，2次合格，3次为较差，3次以上与旷工为差。	5	3	2	1	0	
	校服着装整齐规范为优，未着装1次为差，其他可根据着装规范程度打分。	5	3	2	1	0	
	工作牌佩戴规范为优，未佩戴1次为差，其他可根据佩戴规范程度打分。	5	3	2	1	0	
	能遵守各项规章制度。无违纪为优，其他可根据违纪情况打分。例：教室吃东西1次为较差，屡教不改为差。	10	7	5	2	0	
工作 态度	能积极服从上级工作安排，单次不服从为较差，多次不服从为差。其他根据服从程度打分。	10	7	5	2	0	
	有协作精神，分工时能配合同事完成工作任务。积极配合为优，单次不配合为较差，多次不配合为差。其他依据配合程度打分。	10	7	5	2	0	

工作能力	单次任务，能在老师安排的规定时间内完成为优，超时 1-10 分钟内为良好，11-20 分钟内为合格，21-30 分钟为较差，30 分钟以下为差。	10	8	6	3	1	
	能正确理解任务，全部符合任务要求为优，90%-99%符合为良好，85%-89%符合为合格，75%-84%符合为较差，75%以下符合为差。	10	8	6	3	1	
	工作中的失误，能及时改正为优，同样失误出现 2 次为较差，屡教不改为差，其他根据失误情况打分。	10	8	6	3	0	
工作结果	按周任务考核，100%完任务为优，95%-99%为良，90%-94%为合格，80%-89%为较差，80%以下为差。	10	8	6	3	1	
	客户无投诉为优，投诉 1 次为良，2 次为合格，3 次为较差，3 次以上与同问题投诉两次以上为差。	10	8	6	3	1	
奖励	工作过程中老师根据学生在工作过程中的杰出表现给予奖励，单次最高奖励 10 分。						
总分							

六、信息交流沟通

为进一步提升团队荣誉感和向心力，实现零距离教学，校企合作企业利用师生与互联网和移动设备的粘合度，搭建扁平化的线上全员沟通平台；前期成立导师授课讨论群、创业班微信群、创业班 QQ 群，之后开发创业项目运营管理平台，将专业教师、企业专家以及学员三者组织起来，搭建三者之间的桥梁，拉近他们之间的距离，加快信息流速率，实现不受时间、地点限制的扁平化、高效化沟通。信息公开、透明，适合大家了解项目现状。

七、项目成果

（一）团队理念及学生精神状态

◆ 第一组：（蜂蜜）

团队名称：国旅神鹰队

团队口号：成功绝不容易，还需加倍努力

团队目标：每个组员都互相帮助，完成以后实战中的任务

团队期望：打造一支积极上进、有凝聚力、充满激情、开拓进取的团队

◆ 第二组（茶叶）

团队名称：国旅启梦队

团队口号：没有最好，只有更好；草根王者，相信自己

团队目标：服务大众，回头率高，好评多多

◆ 第三组（咖啡）

团队名称：MVP

团队口号：六面出击，永争第一

团队目标：全场最佳！

(二) 学生运营作品





(三) 成果收益



2018 年双十二活动第一天成果：

产品名称	销售量(件)	销售金额(元)
柑普茶普装	3	256
小青柑	4	96
河源番薯干	14	80
河源黄金百香果	5	75
黑咖啡	1	35
河源五指毛桃鸡爪	10	35
汇总	37	577

2018 年双十二活动在教师食堂进行了推广，平台上的纯绿色天然的产品得到了大部分老师的喜欢和支持。粉丝数增加了 47 位，销售量 37 件，销售金额 577 元。通过这次推广学生对地推的销售方法有了实践和提高。同时提高了学生对推广的积极性，增加了信心！

提升职业中学学生就业适应能力，拓宽学生视野，促进学生自主发展，一方面要提升职业中学学生的就业适应能力，提高培训、传授技能，变“被动就业”为“主动就业”；另一方面，为职业中学学生提供与企业、高等教育的知名人士直接交流的机会，通过入企参观、实习等方式，拓宽学生视野，促进学生自主发展。以学生成长、成才、成功，创意、创新、创业为主线，搭建学生与创业家的桥梁，更好地帮助他们了解专业、正确认识就业创业，引导、帮助学生成功创业。后续学院还会邀请具有社会责任感的带有学生创业帮扶资源（创业项目、创业资金、创业孵化、创业政策等）的企业家来校，与学生进行交流，激发学生创业热情，帮助学生解决创业中的难题。

（四）优秀毕业生成长案例

在新世纪旅行社实习工作的 1612 班唐丽婷同学，担任电话推销旅游线路期间，刻苦工作，也有退缩的时刻，在班主任刘老师的指导和安抚后，每个遇到困难的学生都给予及时的了解和开导，通过做她的思想工作，她终于能够凭着不屈不挠的工作精神，带病坚守岗位，为公司赢得了大量的客户，每个月的营业额达到几十万到一百万，业务成绩超过了公司的老员工，因此在实习期间已经成为公司的业务能

手；6个月实习结束后，公司马上提拔她为组长，成为组长两个月后，所带的小组成员连续2个月都超过了其他小组，被公司晋升了电商部的客服主管，她成为了整个公司里最年轻的一个主管，才19岁。她现在负责客服和管理公司旗下的其他店铺，她的收入平均每个月超过1万元，有时按照奖金提成可以达到1.3万元。接下来的时间，公司将会安排她带领新人，进行新人的培训，并签新合同，以年薪制给她，相信她的发展空间会更加大。

在保险公司推销车险的1612班的同学有不少出色的表现。通常电话推销都会遇到被拒绝，电话被挂断等，有些学生会因此失去了信心。1612班的吴子豪却做出了非常出色的答卷。与某些个别的垂头丧气的实习员工不一样，他工作成果出色。在实习一个月后，从新兵营马上进入到了老员工的队伍，在电话推销工作中，运用了电商推销的技巧，做到出车险营业部第一名，打电话的通话时长全公司第一名，而得到公司领导的赞赏和奖励。在保险公司实习期间，他的月薪已经达到了7000多元，远远抛离了其他的实习生。

电子商务专业教学组 黄学文

2020年9月