

目 录

摘要	I
ABSTRACT	III
第一章 绪论	1
第一节 研究背景及意义	1
一、研究背景	1
二、研究意义	2
第二节 研究内容与方法	3
一、研究内容	3
二、研究方法	3
第三节 技术路线及创新之处	4
一、技术路线图	4
二、创新之处	5
第二章 概念界定、研究现状与理论依据	7
第一节 概念界定	7
一、职业认同	7
二、中职《电子商务物流管理》课程	7
第二节 国内外相关研究	8
一、国外研究现状	8
二、国内研究现状	9
三、研究述评	12

第三节 主要理论依据	13
一、布里克森职业认同理论	13
二、具身认知理论	13
第三章 电商专业中职生职业认同与教学现状调查与分析	15
第一节 电子商务专业学生职业认同现状调查	15
一、问卷编制	15
二、问卷结果分析	16
三、该校电子商务专业学生职业认同现状分析	25
第二节 《电子商务物流管理》教学现状调研	28
一、学生问卷调查	28
二、教师访谈调查	35
第三节 中职《电子商务物流管理》教学问题分析	38
一、课堂教学方式单一	38
二、忽视学生综合能力培养	39
三、未重视职业认同教育	39
第四章 职业认同教育融入中职《电子商务物流管理》教学设计	40
第一节 可行性分析	40
一、契合电子商务专业人才培养目标	40
二、遵循中职学生身心发展规律	40
第二节 教学设计原则	40
一、职业性原则	40
二、具身性原则	41

三、情境性原则	41
四、生成性原则	41
第三节 中职课程教学设计思路	42
一、教学准备分析	42
二、教学活动设计	44
三、教学评价设计	48
第五章 职业认同教育融入中职《电子商务物流管理》教学实践	49
第一节 《电子商务物流管理》教学分析	49
一、教材与内容分析	49
二、学生分析	49
三、教学方法分析	49
第二节 教学目标与重难点	50
一、三维教学目标	50
二、教学重难点	50
第三节 教学实施	51
一、课前阶段	51
二、课中阶段	51
三、课后阶段	60
四、教学反思	60
第六章 职业认同教育融入中职《电子商务物流管理》教学效果评价分析	62
第一节 教学效果评价	62
一、基于教师访谈的教学效果分析	62

二、基于学生调研的教学效果分析.....	64
第二节 教学设计与实施改进建议.....	67
一、创设职业化情境，注重知识生成与落地.....	67
二、提高课堂组织能力，实现有效课堂互动.....	68
三、灵活融入职业认同元素，避免生搬硬套.....	69
第七章 总结与展望.....	70
第一节 研究总结.....	70
第二节 研究展望.....	71
参考文献.....	73
附录.....	78
附录一 电子商务专业学生职业认同调查问卷.....	78
附录二 中职《电子商务物流管理》教学现状调查问卷.....	80
附录三 中职《电子商务物流管理》教学现状教师访谈提纲.....	82
附录四 职业认同教育融入《电子商务物流管理》教学效果教师访谈提纲.....	83
附录五 职业认同教育融入《电子商务物流管理》教学评价调研.....	84
致谢.....	86
贵州师范大学学位论文原创性声明.....	87
贵州师范大学学位论文使用授权书.....	87

摘要

职业教育的快速发展与电商行业的日新月异对中职电子商务人才培养提出了新的要求。现代社会所需要的电商人才不仅需要掌握扎实的专业知识和技能，更需要拥有深厚的职业素养。中等职业学校作为职业教育的重要组成部分，肩负着为电商行业输送高技能、高素质电商人才的责任。职业认同作为职业素养的核心组成部分对中职学生当前学习和未来就业都至关重要。在中职课程教学中结合职业认同教育，能帮助学生更好适应职业生活，为学生未来职业积极发展奠定基础。

研究界定了职业认同、中职课程等相关概念，并对与之紧密联系的职业认同理论、具身认知理论深入剖析，为开展融入职业认同教育的中职《电子商务物流管理》课程教学做好准备。通过以问卷调查和访谈了解电子商务专业学生职业认同情况和中职《电子商务物流管理》课程教学现状，总结当前课程教学存在的问题，包括课堂教学方式单一、忽视学生综合能力培养、未重视职业认同教育等。基于上述教学问题，研究以具身认知理论为教学指导，设计将职业认同教育融入《电子商务物流管理》的具身式教学，以改善当前教学现状。在教学设计与实践中，研究注重职业性教学情境的创设，通过让学生具身于情境中而生成专业知识、技能与素养。在此过程中，灵活融入职业认同教育元素，关注学生综合能力的掌握和运用，实现学生职业认知、职业情感、职业行为等方面的提升。通过收集学生学习效果调查反馈和听课教师评价，得出该教学设计与实践有效帮助中职电子商务专业学生提高了专业能力和职业认同。

研究表明，职业认同教育融入课堂教学能有效提高学生职业认同感，具身式《电子商务物流管理》课堂教学提高了中职生学习兴趣与学习动力。在中职开展融入职业认同教育的具身式教学设计有益于提升学生的专业素养和职业素养。

关键词：职业认同教育；具身式教学；中职电子商务专业；教学设计与实践

ABSTRACT

The rapid development of vocational education and the rapid change of e-commerce industry put forward new requirements for the cultivation of e-commerce talents in secondary vocational schools. The e-commerce talents needed by modern society not only need to master solid professional knowledge and skills, but also need to have profound professional quality. As an important part of vocational education, secondary vocational schools shoulders the responsibility of transporting high-skilled and high-quality e-commerce talents for the e-commerce industry. Career identity, as the core component of professional quality, is crucial to the current study and future employment of secondary vocational students. The combination of professional identity education in secondary vocational course teaching can help students better adapt to professional life and lay a foundation for the positive development of students' future career.

This study defines the concepts of career identity and secondary vocational courses, and makes an in-depth analysis of the closely related professional identity theory and embodied cognitive theory, so as to prepare for the teaching of “E-commerce Logistics Management” in secondary vocational education. Through questionnaire survey and interview to understand the professional identity of e-commerce students and the current situation of “E-commerce Logistics Management” course teaching in secondary vocational schools, the problems existing in the current course teaching are summarized, including the single classroom teaching method, the neglect of students' comprehensive ability training, and the lack of attention to professional identity education. Based on the above teaching problems, this study takes embodied cognition theory as teaching guidance, and designs the embodied teaching of career identity education into the “E-commerce Logistics Management” to improve the current teaching situation. In the teaching design and practice, this study focuses on the creation of professional situations, and generates professional knowledge, skills

and accomplishments by making students embody in the situation. In this process, the career identity education elements are flexibly integrated, and the mastery and application of students' comprehensive ability are focused on, so as to achieve the improvement of students' career cognition, career emotion and career behavior. Through collecting students' learning effect survey feedback and teacher evaluation, it is concluded that the teaching design and practice effectively help secondary vocational students majoring in e-commerce to improve their professional ability and career identity.

The study shows that the integration of career identity education into teaching can effectively improve students' sense of career identity, and the embodied teaching of “E-commerce Logistics Management” can improve students' learning interest and learning motivation. The embodied teaching design integrated into career identity education in secondary vocational education is beneficial to improve students' professional and career accomplishment.

KeyWords : Career Identity Education, Embodied Teaching, E-commerce
Major in Secondary Vocational School, Teaching Design and Practice

第一章 绪论

第一节 研究背景及意义

一、研究背景

（一）时代命题：国家政策助力职业教育高质量发展

中等职业教育是职业教育的基石。2022 年 5 月 1 日起正式实施的《中华人民共和国职业教育法》中明确指出职业教育是与普通教育具有同等重要地位的教育类型，是国民教育体系和人力资源开发的重要组成部分，是培养多样化人才、传承技术技能、促进就业创业的重要途径^[1]。这一观点的阐明是对职业教育地位的重新界定，也为职业教育的发展方向提供基本遵循。在教育部等九部门所印发的《职业教育提质培优行动计划（2020-2023 年）》中强调了中等职业教育的基础性作用^[2]，中等职业教育的办学定位发生了变化，即由过去完全的就业导向教育转向职业基础教育。在此阶段是学生自我意识、个性、才能、兴趣逐渐形成和发展的时期，并且在“职普融通”“职教高考”的推行下中职生拥有更多的选择，如何让学生学有所成、学以致用是中等职业教育所要考虑的重点。

此外，“职业素养”“工匠精神”等概念的提出意味着我国当前职业教育导向从单一的技能型人才培养转向了高素质的技术技能型人才的培养。将工匠卓越的职业素养和职业态度贯穿技能型人才培养全过程是提高职业教育质量的关键。《关于深化现代职业教育体系建设改革的意见》中点明要切实提高职业教育的质量、适应性和吸引力，培养更多高素质技术技能人才、能工巧匠、大国工匠^[3]，“德技并修”已成为现代职业教育培养人才的标准。

（二）社会需求：企业用人难题与用人需求的转变

据教育部等部门印发的《制造业人才发展规划指南》，2020 年我国重点领域技能型人才缺口超过 1900 万，预测到 2025 年将接近 3000 万，缺口率高达 48%^[4]。在技能型社会视域下，职业教育是弥合技能型人才缺口的有效途径，但现实却是职业教育所培养的人才难以满足企业的需求。当下传统的职业教育教学模式相较于行业发展和变迁具有滞后性，人才培养和社会岗位的需求脱轨，从而出现企业“用工难”，毕业生“就业难”的情况。企业所需的具有创造性思维和创新能力的技术人才严重不足，人才供需结构性矛盾突出，导致很多中小型企业创新型技术人员空白。

此外，现代企业对员工的职业素养重视程度不断提高，然而我国职业教育人才培养

成效一直不甚理想，主要表现为受教育者的知识结构和实操能力与企业用人要求差距较大、职业通用能力欠缺、职业素养不足等^[5]。此外，数据显示 2016 届职校毕业三年内的行业转换率高达 51%^[6]，这意味着对于企业来说，每有个职校毕业生进入企业进行入职培训就有一半的可能会离开企业，这不仅没有有效补充企业的用人空白，还浪费了企业的培训资源。对于企业而言，用人的稳定性成为了选择人才的关键，而毕业生是否愿意长久地从事某一岗位最重要的就是对所从事组织以及岗位是否有认同感，即组织认同程度和职业认同程度^[7]。相较于组织认同程度，职业认同是学生在进入企业前就应具备的素养，也是学生在校期间应被重点关注的教育方向。

（三）专业困境：电子商务的迅速发展与专业人才的不足

自 2000 年以来，全国已有一千多所职业院校经教育部批准设立电子商务专业，因此电子商务专业的招生数量迅速增多。根据中华人民共和国教育部 2022 年 12 月发布的数据，全国专科生中，电子商务专业所属的财经商贸大类学生总数达 69.87 万，占 19 个专业大类学生总数的 17.54%。尽管如此，电子商务市场人才缺口仍然很大，为满足社会需求，《“十四五”电子商务发展规划》提出，现阶段我国电子商务的主要任务中，梯度发展电子商务人才市场是一项重要任务^[8]。电子商务行业迅速发展的现状要求学生正确认知并适应电子商务专业，明确自身未来发展是成为电商行业的社会紧缺型人才。

然而以往的研究表明，职业院校财经商贸大类的学生的职业认同程度并不高，从专业选择到在专业学习的过程中都难以产生专业与职业认同^[9]，由此导致学生厌学、专业学习动力不足。而大部分职业院校的电商专业并未意识到职业认同对于学生发展的重要作用，未将对学生的职业认同教育视为首要任务之一。被忽视的职业认同教育导致电子商务专业人才培养质量不佳，无法满足企业的用人需求，提升电子商务专业中职学生的职业认同成为亟待解决的问题。

二、研究意义

第一，将职业认同教育融入中职课堂，促进中职生职业认同。本研究使用定量加定性的研究方法，通过深入分析，在保证较高的信度和效度的情况下，探究中职生职业认同现状以及存在问题，为提高中职生职业认同提供相应的策略建议。从日常课堂教学为着手点，进行教学设计与实践，探寻促进学生职业认同的有效途径，进而优化课堂教学模式，实现知情意行相结合的课堂教学。

第二，根据理论进行教学设计，提升《电子商务物流管理》课程教学质量。促进教育者的教学反思，改进教学环节，从而提高教学质量。为中职学校未来开展该门课程的

教学提供教学设计和课例上的参考，对教育工作者捕捉该门课程相关的教学事件和信息有一定程度的启示作用。

第三，有利于提高中职生职业素养，提高中职学校教学质量。以前期理论研究为基础，对中职生职业认同教育以及课堂教学进行深入分析，消除职业素养教育与专业知识教育之间的隔阂。有利于从多个不同视角、不同层次出发来总结经验，推广经验，对于提高中职教学水平，促进中职学生职业认同，缓解严峻的中职学生对口就业形势具有现实意义。

第二节 研究内容与方法

一、研究内容

通过整理国内外职业认同相关理论及文献资料，分析当下职业认同教育现状，结合中等职业教教育课程性质及对学习者的分析，通过对实践学校学生职业认同现状和课堂教学现状的调查，在课程中融入职业认同教育，以具身认知理论为课堂设计理论引导，从而进行教学设计与实践，提高学生的职业认同程度。主要研究内容有：

第一，调查某中等职业学校电商专业学生职业认同现状，分析学生职业认同现状存在的问题，探究如何在课堂教学过程中融入职业认同教育。

第二，以《电子商务物流管理》课程为例，调查该中职学校该门课程的教学现状。分析现状与问题后，以具身认知理论为引导进行融入职业认同教育的该门课程教学设计与实践，并在后续进行教学效果检验。

二、研究方法

（一）文献分析法

在论文的撰写过程中，主要通过中国知网、web of science 数据库、维普、万方、超星图书馆等学术期刊、学位论文数据库中查找职业认同教育、具身认知理论、教学设计与教学实践、中职课程教学设计方法相关的文献期刊及图书馆中的书籍，进行相关资料的收集、整理、分析和总结评价，完成理论研究的综述。

（二）访谈法

通过设计中职《电子商务物流管理》教学现状访谈提纲对贵州某中职学校两位课程教师进行访谈。经过访谈了解该课程教学现状，整理归纳教师访谈内容，分析教学中存在的问题，为后续开展教学设计奠定基础。在教学实践后，邀请两位听课教师进行访谈，了解听课教师对该教学模式课堂教学效果的反馈。

（三）问卷调查法

首先，设计财经商贸专业学生职业认同现状调查问卷，向贵州某中职学校电子商务专业一至三年级，总计 171 位学生发放问卷，通过有效问卷的筛选与分析，了解该校电商专业学生职业认同现状。其次，对电子商务二年级的两个班级 77 位学生发放《电子商务物流管理》课程教学现状调查问卷，通过对该问卷数据分析，了解该门课程教学现状与问题，针对调研出的教学问题为后续教学所设计指明方向。最后，对进行教学实践的电子商务二年级 2 班的 33 位学生发放融入职业认同教育的《电子商务物流管理》具身式教学教学效果调查问卷，了解学生对该教学模式的反馈，为后续改进提供建议。

（四）行动研究法

通过在某中职学校电子商务专业班级内进行学生职业认同情况观察、《电子商务物流管理》教学现场观察，收集记录相关现状与信息。通过现场观察与调研数据进行教学设计并在班级内进行教学实践，依据教学程序开展融入职业认同教育的中职《电子商务物流管理》的教学活动。后续对教学实践效果进行反馈信息搜集与反思。

第三节 技术路线及创新之处

一、技术路线图

根据本文的研究思路，绘制技术路线图如下：

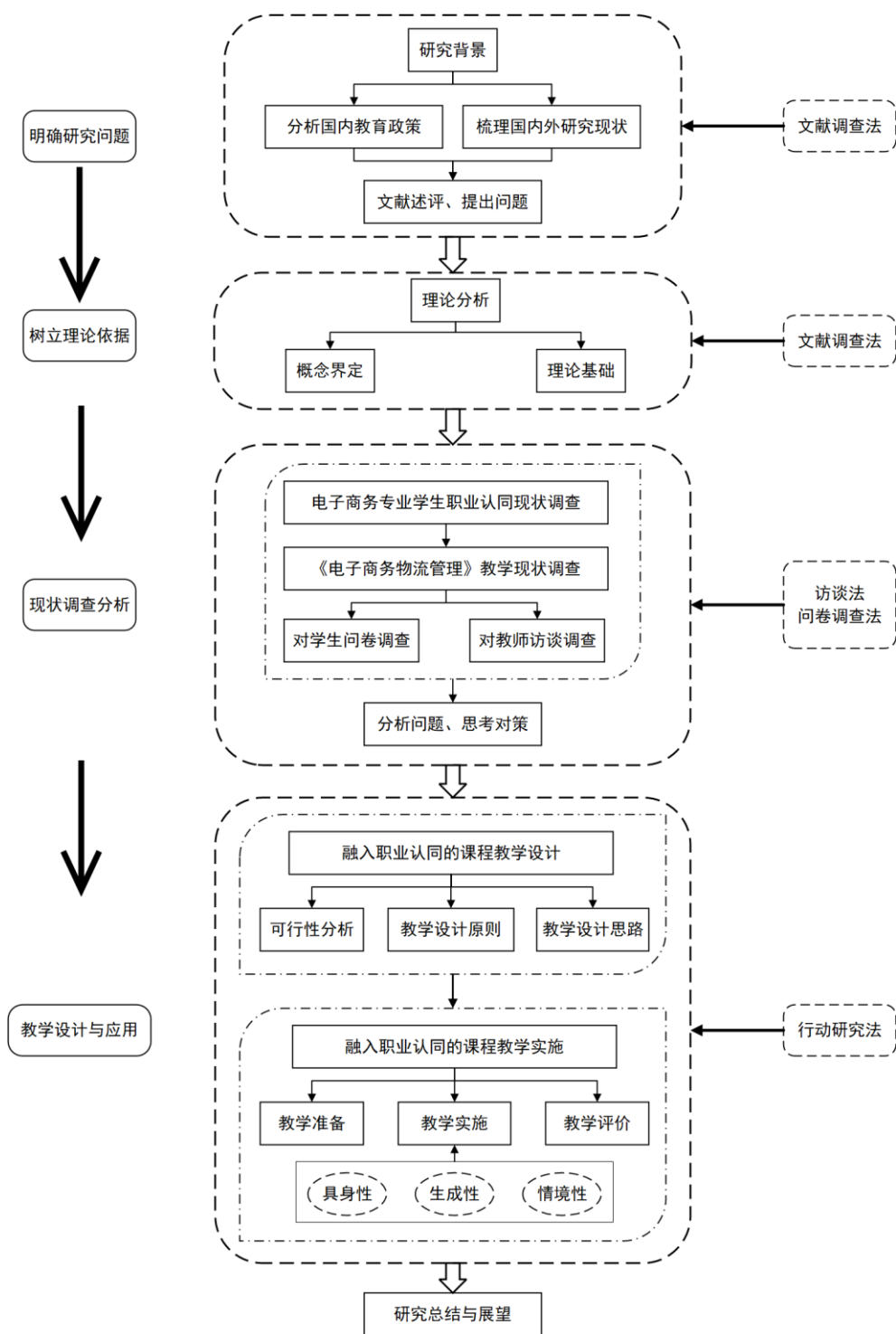


图 1-3-1 技术路线图

二、创新之处

(一) 研究内容新：将职业认同教育和中职课堂教学相结合

当前，无论是用人企业还是职业院校都对学生的职业素养越来越重视，研究如何提升职校学生的职业素养意义重大。职业认同作为职业素养的关键构成之一，对其进行的研究还有所不足，尤其是在中职教育领域数量不多，且大多偏宏观，难以真正实施。本

文将职业认同教育与课堂教学相结合，以期将职业认同与专业相结合，真正实现职业认同教育的落地，帮助学生构建良性职业生涯规划，在研究视角方面具有一定的创新之处。

（二）研究视角新：将具身认知理论作为中职课堂教学设计的理论指导

新时代的职业教育要求创新教学模式与方法，大力发展职业教育。具身认知理论在中职专业课教学中的应用比较少。本文以具身认知理论为中职《电子商务物流管理》课程教学的理论指导进行教学设计，结合具身认知理论的具身性、生成性、情境性三大特点，根据学生特点和课程特点设计具身式的课堂，并进行教学实践，具有研究理论上的创新之处。

第二章 概念界定、研究现状与理论依据

第一节 概念界定

一、职业认同

职业认同（Career Identity）也称为职业同一性，这一概念最早缘埃里克森（Erikson）的人格发展理论，在这一理论中埃里克森提出了人在青少年时期面临着自我同一性和角色混乱的冲突，这一阶段个人自我意识的确定及自我概念的形成称为“自我同一性”^[10]，而职业认同就由“自我同一性”这一概念发展而来。在埃里克森的自我同一性这一概念的基础上，不同学者对职业认同这一概念进行了辨析和研究，当下对职业认同概念的解释总体可以分为偏重“结果”和偏重“过程”两个倾向。在偏重“结果”的研究中，Holland（1993）强调职业认同是一个相对稳定的状态，是个体在认识自我和职业环境后对自己的职业兴趣、目标、能力等方面清晰而稳定的认识^[11]。持“过程”倾向观点的学者认为职业认同个体在与职业环境互动中对自我的认知过程，是一个动态发展的过程，Meijers, F（1988）认为职业认同是心理发展过程中逐渐构建和成熟的概念，个体使用这个概念来将自己的兴趣、能力和价值观与可接受的职业目标联系在一起，同时这个概念也会随着不断的社会学习过程而发生改变^[12]。不论是哪一倾向，业内学者对职业认同这一概念的核心都强调职业认同是个体在职业世界中逐步成长而建立的关于职业的自我概念与定位。

二、中职《电子商务物流管理》课程

《电子商务物流管理》是中职电子商务专业的必修课程，电子商务专业和物流管理专业的交叉性课程，涉及两个专业的相关知识技能。该课程在二年级开设，要求学生有一定的专业知识基础，也为后续专业学习奠定基础。中职《电子商务物流管理》课程是一门集理论性、实践性、创新性于一体的专业课程，旨在培养学生掌握电子商务环境下物流管理理论、方法与技能，提升电商物流专业知识与实践技能。该课程紧密结合电子商务和物流管理两大领域，通过分析电子商务对物流管理的影响以及在电商环境下物流的运作，使学生了解电子商务物流管理的特点、规律和发展趋势。课程的核心内容包括电子商务与物流管理、电子商务采购管理、电子商务仓储管理、电子商务运输与配送管理、电子商务物流信息管理、电子商务与第三方物流、电子商务与供应链管理、电子商务物流成本管理、跨境电商物流管理等。通过系统的学习，学生可以全面了解电子商务物流管理的各个方面，掌握电子商务物流管理的核心知识和技能。该课程的目标

是培养出既具备电子商务物流管理理论知识，又具备实际操作能力的高素质人才。

第二节 国内外相关研究

一、国外研究现状

（一）职业认同的维度与形成

在职业认同维度的相关研究方面，根据不同的理论将职业认同的分析维度的划分也各有不同，根据维度数量进行分类主要有以下观点。在职业认同单维论中比较典型的是 Blau（1988）的观点，他在职业承诺的探索中，认为职业认同是对职业的态度，即对是否从事该职业的情感与意愿^[13]。持职业认同二维论的学者以 London（1983）为代表，London 持职业动机观点，认为职业动机包括工作动机和管理动机，职业认同作为关键因素之一包括工作卷入和晋升的愿望两个部分^[14]。在职业认同多维度相关研究中，Brickson（2000）从个体与群体互动的角度出发，将职业认同分为个人因素、集体因素和相互作用因素三维度模型，每个因素又分为认知、情感、行为和社会四个方面^[15]。

在职业认同形成的研究中，较为权威的是 Marcia（1980）的观点，她提出职业认同形成过程中存在四种身份状态，即身份达成（高探索高承诺）、身份延缓（高探索低承诺）、身份早闭（低探索高承诺）、身份混乱（低探索低承诺）。这四种身份状态以探索与承诺作为维度，探索引导个体在权衡所有可能的选择后选择一个有意义的身份，而一旦一个人与任何特定类型的身份联系起来，那么就实现了对这一身份的承诺^[16]。在 Marcia 观点的基础上，Stephen et al.（1992）增加了反思（reconsideration）维度，他认为有些人处于不断探索和承诺的循环中，在进行探索并达成承诺后可能又会产生新的想法而投入新一轮次的探索，形成“职业探索—职业承诺—反思”的迭代循环^[17]。Stephen 的观点更为符合 VUCA（Volatile、Uncertain、Complex、Ambiguous）时代，职业的无边界性和易变性让反思成为职业认同发展过程中的重要环节^[18]。

（二）职业认同对青少年的影响及教育现状

在职业认同对青年学生的影响与作用方面。Porfeli,E.J（2011）将青年学生作为调查样本，通过调研分析参与者的职业认同状态、幸福水平和对职业未来的感受之间的关系，发现已经建立职业认知与认同的学生表现出更高的幸福感并且拥有更积极的职业效能感^[19]。Lyda Lannegrand-Willems（2016）对法国学生进行调研，数据显示在职业认同的六个状态中，已经获得自我职业身份认同的学生具有积极的心理适应能力，而职业低探索低承诺的扩散性状态的学生心理适应力表现并不佳，处于延缓状态的学生则更容易陷

入自我怀疑，抑制职业承诺的产生^[20]。Monica Waichun Choy（2022）发现高职学生的自我认知与职业情感对其学业和未来的长期决策有很大关联，对自身定位清晰且存在较深职业情感的高职生在学业和职业生涯规划中都更具优势^[21]。

在职业认同教育研究与应用方面。Savickas M. L（2002）的职业构建理论指明在教学过程中教师要帮助学生建立明确的职业身份，重视学习环境对学生的影响，通过促进学生职业认同为其职业发展提供方向^[22]。De Bruijn E（2011）发现学生是否能形成正向的职业认知与认同，学生感受到的职业情境是关键，因此学校组织企业见习、校企合作等活动可以帮助学生感受职业情境进而巩固学生职业认知与认同^[23]。Anne-Kathrin Kleine（2021）认为在职业认同教育过程中要重视学生自身的主观因素，如学生对所学专业的兴趣、自身的能力、职业障碍感知程度、自我效能感、职业探索意愿等^[24]。

（三）具身式教学及其应用

在教学设计部分，本文运用了具身认知理论作为理论指导。具身认知(Embodied Cognition)是第二代认知科学的核心概念，该理论的提出是对传统认知主义身心二元论的一场批判。哲学家胡塞尔在《哲学作为严格的科学》中提出意义这一事项是发生于主体和外部世界相互对话的活动和过程，并非单纯来自于外部世界或主观臆想与自我经验的统整^[25]，梅洛·庞蒂更是直接指出身体是我们拥有一个世界的一般方式^[26]。ESTHER THELEN（2001）指出认知源于身体与周围环境的相互作用，而心智的发展依赖于身体所感知到的各种经验，这些经验的来源是具有独特直觉和运动能力的身体，这些能力共同构成了一个包含记忆、情绪、语言和生命的其他方面在内的有机体^[27]。

在当代具身式教学研究与实践方面，Sofia Jusslin（2022）汇总并回顾了1990年到2020年间具身认知理论在语言教育中的研究与实践，发现该类研究正在迅速发展，该类研究都认为在语言教学中运用具身认知能促进学生对语言学习的理解，并能提高了学习者对语言学习的情感和动机^[28]。Robyn M. Gillies（2020）在科学教学过程中采用5E教学模式，强调教师在教学过程中不仅要采用视频等方式来创造具身环境，还要运用教师自身的具身，即在教学过程中使用身体、手势等来加强对学生的引导，并可以采用角色扮演等方式来创造更好的教学情境^[29]。

二、国内研究现状

（一）职校学生职业认同现状及其教育相关研究

我国学者对职校学生职业认同进行的研究多集中于学习师范、医护等专业的学生群体，研究对象较为集中，多采用问卷调查的形式进行量化分析。在师范专业学生的调查

中，李洪琴（2023）对学前教育专业的职校学生发放了 1145 份问卷调查专业学生职业认同现状，调查发现该专业的职校生职业认同整体中上，但职业意志不坚定，学生在遇到职业障碍时很容易产生职业怀疑和摇摆^[30]。章飞等（2020）在对师范生职业认同的研究中发现学生职业动机不明确且自我专业意识薄弱，从事职业的内源性动力不足^[31]。王晓莉（2015）则在对护理专业的高职学生的调研中发现该专业的职校生职业认同水平仅并不尽如人意，有 78.9% 的学生进入该专业学习并不是因为喜欢，在后续的学习过程中也难以加深职业情感^[32]。此外，也有学者对多个专业的职校学生进行了综合性调查，如安荣、胡道圣（2015）对天津的 600 多位职校学生发放问卷进行职业认同调研，结果显示学生职业情感维度得分最低，总体而言职校学生虽然对要从事的职业有所了解，但在情感上没有较好的接受^[33]。

从更长远的职校生就业情况来了解学生职业认同现状。胡峤等（2022）调研发现吉安市 2021 年中高职毕业生对口就业率为 55.23%^[34]；韩一武（2020）对旅游管理专业的职校生就业情况调查中显示该专业学生的对口就业率仅有 51.3%^[35]。除了低对口就业率，大量职校学生出现频繁换工作的现象，学者赵敏（2021）就会计专业职校生的就业现状发现学生就业质量参差不齐，对口率低且换工作频率很高^[36]。

在职业教育领域的职业认同教育相关研究。熊婷（2019）以中职生为研究对象从职业认知、职业情感、投入行为、职业生涯规划四个维度对上海两所不同专业领域的中等职业学校学生的职业认同状况展开调查发现问题后，分别从学生、学校、家庭、社会四个方面提出了相应的措施^[37]。常琪（2020）对学前教育专业中职生的职业认同现状进行了调研发现学前教育专业中职生的整体职业认同水平居中，但仍然存在对职业了解不充分、自我职业能力评价低等问题，基于此针对性地提出诸如完善教学条件，充分职业准备；调整课程设置，增加实践机会；加强教学监督，提高教师素养；加大学习投入，正视幼教行业等对策和建议^[38]。余伦（2022）以顶岗实习为切入点，从多元视角出发，围绕如何提升中职学生职业认同相关问题进行深度访谈后构建出了“双联三师四环”的职业认同教育模式^[39]。张雪回（2022）探讨了职业认同教育对中职学生的重要性并在中职《旅游业务》课程中进行结合职业认同教育的教学设计与实践^[40]。

（二）电子商务专业相关课程教学设计与应用研究

在电子商务专业课程教学现状方面。郎宇等（2019）发现在电子商务专业课程中由于缺乏科学统一的教学内容与教学标准教材内容滞后，且学校所配备的软硬件无法为学生构建良好的学习环境，整体教学效果并不佳^[41]。王微微等（2020）以电子商务法课程

为研究对象，发现该门课程采用的是以教师讲授为主的传统教学模式，尽管教师为了上好每一次课而精心准备，但仍然存在学生不认真学习、学生觉得课程难学、互动效果不理想、总成绩低等情况^[42]。田志清（2023）则认为当前电子商务课程整体上存在课程内容松散、偏重理论知识传授、课堂教学方式单一、缺乏师生互动、课程体系不完善、教学效果欠佳等情况^[43]。杨敏红（2018）对中职的电子商务专业教学现状进行分析后认为当前专业课程教学存在教学目标定位模糊、课程设置不科学、教学模式落后且缺乏实践性等^[44]。

在电子商务专业课程教学设计与应用方面。张波等（2021）将课程思政融入电子商务课程，在综合电子商务课程特点、德育内涵后，在不同的章节进行教学内容和方法的设计，构建“知识传授-价值引领”协同育人模式^[45]。刘丽霞（2021）基于新商科背景对相关专业的实践教学提出，以商业六要素为基础设计实践教学六场景，通过开展一体化实践教学来提高学生的基础、核心、综合能力^[46]。刘会丽（2020）以“项目主导、专创融合”为导向，对《网络营销与策划》课程的教学内容、教学方法、教学手段、教学团队、教学组织、教学评价六个方面进行了设计，在进行教学实践后发现该教学模式有效提升了学生的专业课程技能、专业创新创业能力^[47]。

在职业认同与电子商务课程教学方面，极少的文献提及在电子商务专业课程教学中融入职业认同，而将职业认同融入课程设计并进行实践的文献资料更是寥寥。仅有少量文献将电子商务专业课程教学和专业认同相结合，如孙翠平（2021）发现在电子商务概论课程的教学中融入所种不同的思政元素能帮助学生提高对专业的认同程度^[48]。因此，本文将从中职学校的角度进行融入职业认同的《电子商务物流管理》课程教学设计与实践研究，具有很大的发展前景。

（三）具身式教学设计与应用相关研究

具身认知理论在职业教育中的探索与实践。贾丽娜等（2016）基于身体参与的多通道整合视角进行了具身教学的设计，深度分析了学生、教师、教学环境三个具身教学的基本要素，总结出具身教学设计的六大步骤^[49]。龚雯等（2018）将具身认知理论融于职业教育的课程学习情境设计中，在具身认知身心合一的基本立场下，职业教育的学习情境的构成要素更丰富，承担对学习内容的支持功能更多，学习情境的创设和动手实践环节的设计将有助于职校学生建立职业愿景^[50]。马欣悦（2018）提出具身化的课堂要利用职业教育本身的优势，将课堂扎根于现有环境并在此基础上构建具有真实感且对学生而言具有可操作性的场景，通过师生之间语言和思维上的互动来生成知识^[51]。马晓羽等

（2018）认为在具身认知理论引导下的课堂教学要重视环境的建设，包括物理环境和文化环境，作为教师不能仅仅把环境局限于课堂，要创造良好的教学氛围以文化环境感染学生进入状态，在实操等环节可以采用现代信息技术来辅助物理环境，实现学生的全情投入^[52]。宋岭等（2019）对于具身化课堂的构建提出要把身体、环境、过程、内容“还给”学生，重视学生的亲身体验于感受，在教学准备、实施、结果全过程都要重视学生与其他教学要素之间的互动性进入让学生生成知识与技能^[53]。

三、研究述评

本研究针对职业认同及其教育、电子商务专业课程教学设计以及具身式教学设计与应用，进行了大量的文献阅读与整理，旨在梳理、整合已有的研究成果，发现关于职业认同与教学设计的研究，目前在学术上虽已有一定的成果，但在以下内容中还需要进行深入研究：

第一，需要扩大职业认同教育的研究群体。首先，针对职业教育的研究，职业认同与教学设计的文献都较多地集中在普通高校或高职，对于中职生的相关研究较少，且研究并未突出“中等职业院校学生”这一特殊群体与其他普通院校学生职业认同的特点所在。其次，目前有关职业认同的研究虽层出不穷，但研究对象多关注于在职教师、医护人员以及师范专业、护士专业、旅游专业等特定专业的在校学生，并未关注到电子商务专业学生，特别是电子商务专业的中职生。

第二，需要重视职业认同教育在教学中的应用。首先，关于中职学生职业认同的研究范围多数集中在影响因素、现状调查、构成要素以及测量等方面，研究结果是较为单一的，得出对策过于宏观；其次，关于电子商务专业课程教学的研究文献主要是教学现状的调查，较多的研究集中在教学模式与方法上，虽已有学者开始研究课程思政、职业素养等融入教学设计，但很少有具体到将职业认同教育融入课程教学。

第三，关于职业认同理论与教育教学相结合的文献研究较为匮乏。首先，大多数研究只是简单地进行理论介绍，提出相关的实施建议，实践研究方面略显逊色，以职业认同为切入点对电子商务专业教学的针对性研究尚不多见，以《电子商务物流管理》进行具体设计的文献更是少有。其次，较少有将具身认知理论运用在中职课堂教学中，并且与职业认同教育相结合的具身式课堂教学设计更是几近于无。

本研究根据之前的研究成果，进行梳理汇整，结合中等职业院校学生特点和专业特点，深入研究电子商务专业学生的职业认同现状，针对其现存问题采用设计具身式的课堂教学设计，以期提升学生职业认同，完善个人职业发展路径，为中等职业院校的发展

提出建设性的建议。因此，选取题目为融入职业认同教育的中职《电子商务物流管理》教学设计与应用是极具潜力与价值的，希望对以后相关教学的研究提供一个好的参考。

第三节 主要理论依据

一、布里克森职业认同理论

布里克森（Brickson）提出的认同三因素模式，在职业认同领域具有深远的影响。该理论将认同解构为个人、集体和相互作用三个维度，每个维度又细分为认知、情感、行为和社会四个方面，为理解和分析职业认同提供了多维度的视角^[15]。在个人因素方面，职业认同表现为个体对自我概念的深刻感知，这种感知使得个体能够区分并展现出独特性。即便不与团队共处，个体也能维持积极的情感状态。在行为层面，个体基于自身兴趣和追求积极人格特质而行动。此外，个体对自我与他人的关系有着敏锐的洞察力，甚至能够体验到一种去人格化的自我认知。集体因素则强调个体作为群体成员的身份认同。在认知上，个体能够感知到自己在群体中的位置和角色。情感方面，个体在处理情感时倾向于考虑群体的最大利益和最小伤害。行为上，个体根据在群体中的自我兴趣来行动和发展。同时，通过与他人的频繁沟通，个体努力获得群体的认可。相互作用因素则涉及到个体与他人的交往过程。在认知上，个体在交往中体验到自尊，与他人建立角色联系。情感上，个体展现出积极的自尊和信任，能够与他人和谐相处。行为上，个体在行动时会考虑到他人的利益。此外，通过与他人的频繁沟通，个体维持着与群体的紧密联系。布里克森职业认同理论不仅揭示了职业认同的多个层面，还强调了个人、集体和相互作用之间的动态关系。在本研究中，由于研究对象是中职学生，研究主体是进行融入职业认同教育的教学设计，因此主要从个人因素出发，对学生的职业认知、情感和行为三个维度考虑进行教学设计。

二、具身认知理论

具身认知(Embodied Cognition)理论的中心含义指身体在认知过程中发挥着关键作用，认知是通过身体的体验及其活动方式而形成的^[54]。具身认知是第二代认知科学(second generation cognitive science)的核心概念，源于 20 世纪 80 年代的哲学、心理学、人机交互、认知科学和神经科学等多个学科领域^[55]。第二代认知科学这一提法自认知语言学家拉考夫(G. Lakoff)和约翰森(M. Johnson)在他们的名著《肉身的哲学:具身心智及其对西方思想的挑战》中首次出现^[56]。目前的主流认知心理学是上世纪五六十年代一场认知革命后的产物，因此，第二代认知科学某种意义上则是对前次革命成果“认知心理学”

的第二次革命^[57]。具身认知理论认为认知是情景化的且受时间影响，即处于不同时期内的认知性质不同，认知是在环境中实现信息的获取与存储，而认知环境无处不在。认知的目的是为了促进个体行为的生成，与此同时个体行为也是生成认知的外在基础^[58]。具身认知的中心原则认为心智是身体的心智，认知是身体的认知，而身体是认识的主体。具身认知引导下的教学观倡导身心一体，认为身体是认知与思维的主体，身体及其活动方式影响着认知，塑造着思维、判断、态度和情绪，同时认知和情绪等心智过程也影响着身体^[59]。在本研究中，以具身认知理论为引导，重视学生在教学中的具身性，以让学生感知教学情境，通过设计并让学生参与角色扮演、模拟实操等教学活动的形式生成专业知识与技能，实现职业认同的提升。

第三章 电商专业中职生职业认同与教学现状调查与分析

本研究调研部分在贵州省某中等职业院校开展，调研内容主要分为两个方面：第一方面是了解该校电子商务专业学生职业认同现状；第二方面是选取该专业典型课程《电子商务物流管理》，调研该课程教学现状，分析该门课程在教学过程中存在的问题以及职业认同教育融入情况。调研过程中采用量化研究和质性研究相结合的调研方法，以保证全面收集和分析学生和教师在调研中的反馈。

第一节 电子商务专业学生职业认同现状调查

在电商专业学生职业认同调研中，本研究以贵州省某中等职业学校电子商务专业学生为调查对象，调研目的是充分了解并分析该校电子商务专业中职生职业认同现状。为实现调研目的，主要采用问卷调查调研方法，通过整理调查问卷结果对该专业学生职业认同现状进行分析。

一、问卷编制

通过上述对于职业认同相关的国内外文献梳理与汇总，当前已有大量有关于职业认同的问卷以及量表，这些问卷以及量表在一定的理论支持下为职业认同研究的发展提供了广泛的借鉴价值。但由于本研究研究对象较为特殊，与当前已有研究成果中的调查问卷所调查的内容匹配度不高，若采用相关问卷可能造成研究结果的偏差与谬误。在此情况下，本研究所采用的针对中职电子商务专业学生职业认同调查问卷是笔者在前人研究成果的汇总与梳理的基础之上，并通过借鉴他人的量表及框架后，在相关专家人员的查阅与帮助下自行编制而成。

（一）问卷设计思路

在针对中职电子商务专业学生职业认同问卷的设计中，本研究主要以国外学者 Brickson 提出的职业认同多维论为设计思路，Brickson 将职业认同分为职业认知、职业情感、职业行为和社会互动四个方面。由于本研究的研究对象是住校学生且中职生为未成年学生，在社会经历上有所不足。此外，本研究主要从学校与教学这一角度出发，所以在经过与专家讨论及衡量后舍去了社会这一测量维度。因此，在问卷的设计中，关于学生职业认同的量表包含了职业认知、职业情感和职业行为三个维度。

（二）问卷内容

本调查问卷除指导语以及结束语之外，调研题目包括三个部分，总计 21 道题。

第一部分为基本信息。主要是人口统计学变量，旨在了解电商专业中职学生的基本

情况，包括学生的性别、年级、家庭成员与电子商务专业的相关性、专业志愿选择以及在校期间学习成绩情况，共 5 个题目。

第二部分为电商专业中职学生职业认同情况量表。该部分是本问卷主体部分，旨在了解中职学校学生对电子商务专业以及该专业所对应职业的认同情况，共有 15 个题项。三个维度的题目具体分布：职业认知（6-8）、职业情感（9-13）、职业行为（14-20）。

第三部分为开放式问答题。该部分仅有一道问答题，为选做题项。该题目旨在了解部分学生在未来从事电商工作的职业规划以及了解部分学生不愿从事电商相关工作的理由，为后续深入研究奠定基础。

本次问卷第二部分采用李克特五级量表（Likert-type Five Point Scale），问卷采用正向计分，每题叙述包括“非常不符合”、“不符合”、“不确定”、“符合”、“非常符合”五个选项，分值为正向计分，分别为 1-5 分，分值越高代表学生职业认同度越高。

（三）调查对象选择

本次调查选取贵州省某中职学校电子商务专业的学生为主要调查对象，调查群体涉及电子商务专业一年级至三年级，其中二年级和三年级有两个电子商务班级，一年级有一个班级，总计对五个班级的学生开展调研。笔者在五个班级发放纸质问卷邀请学生填写，总计发放 171 份问卷，收回 171 份问卷，在对问卷进行归类与整理后剔除无效问卷，共收回 165 份有效问卷，有效回收率 96.49%。

二、问卷结果分析

（一）基本信息分析

问卷第一至第五题是为了解中职电商专业学生的基本信息，从学生的性别、年级、家庭成员与电子商务专业的相关性、专业志愿选择、在校期间学习成绩情况五个方面进行了了解，调查结果如表 3-1-1 所示：

表 3-1-1 调查学生基本信息（N=165）

题目	选项	人数	比例	备注
性别	男	57	34.55%	
	女	108	65.45%	
年级	一年级	40	24.24%	
	二年级	74	44.85%	
	三年级	51	30.91%	
家庭成员是否从事电子商务相关工作	是	31	18.79%	
	否	105	63.64%	
	不清楚	29	17.58%	
专业志愿选择	自主选择	57	34.55%	

	家长选择	47	28.48%	学生填写： 网络查询； 网上咨询； 选和朋友一样的 专业； 随便选的。
	他人建议	43	26.06%	
	调剂等被动选择	14	8.48%	
	其他	4	2.42%	
	较好	26	15.76%	
成绩在班级中属于	中等	125	75.76%	
	较差	14	8.48%	

根据调查信息可得，该校电子商务专业女生人数更多，占总人数的 65.45%，约为三分之二。该比例与当前电子商务专业学生总体性别分布相一致，且由于该中职院校开设工科类专业偏多，校内男生人数更多，该校电子商务专业男女性别比例相较于其他院校已属于男生较多。

在年级分布中，该校电子商务专业一年级开设了一个班级，占比人数较少，约为四分之一，但该班级的人数规模是最大的。而二三年级分别开设了两个班级，其中二年级学生招生更多，占比 43.6%，三年级则占比 32.1%。

第三问是为了解该校电子商务专业学生是否有家庭成员从事电子商务相关的工作，以此了解家庭成员的工作是否对学生的专业选择有一定影响。在学生的反馈中发现，仅有 18.7% 的学生家长从事相关工作，在总体占比中并不高，超过 60% 的学生家长没有从事电商相关工作，这与该专业学生多来自于农村，较多学生的父母在家务农且不善于操作电子设备有一定关系。而 17.5% 的学生选择不清楚是否有家庭成员从事相关工作，原因可能在于电子商务涵盖过于广泛，学生难以界定家人从事的工作是否与其有关。

专业志愿选择这一问题了解学生进入专业学习的关键，也是后续分析电商专业学生职业认同的重要依据。自主选择进入电子商务专业的学生占比为 34%，仅有三成。而受到父母和他人影响选择专业的占比高达 55%，这一数据说明该校电子商务专业学生在专业选择上自主性不强，主要依赖于长辈的建议，这也与学生选择专业时年纪较小，心智发展还不成熟有关系。接近 8.5% 的学生进入电子商务这个专业是不得已的选择。有 4 位学生选择了其他选项并填写了选择进入电子商务专业学习的原因，其中两位学生是通过网络查询与咨询的方式来获取专业信息进而选择电子商务，其余两位学生分别是因为跟随朋友的选择、随意选择的原因进入这一专业，学生填写的理由一定程度的反应了学生在选择专业时的从众心理和随意的态度。

在电商专业学生学习成绩情况的数据中发现超过 75%的学生认为自己成绩中等，15%的学生对自己的成绩较为自信，而 8%的学生表达了自己在该专业的学习上成绩的不理想。

（二）电商专业中职学生职业认同情况分析

问卷第二部分聚焦于了解学生职业认同各维度的情况，该部分以李克特五级量表的形式测量电商专业中职学生在职业认知、职业情感、职业行为三个当面的程度，以科学全面地对该专业学生职业认同的整体形式进行分析。

1.职业认知维度

职业认知是学生对职业的感知，职业认知维度旨在分析中职学校学生对于自己所学的电子商务专业所对应职业的了解情况。围绕职业本身，本维度主要包括三个问题即学生对电子商务这一专业的了解程度、学生对电子商务专业未来可以从事的岗位和工作内容的了解情况、学生对电子商务这一行业的当下发展形势和未来发展前景的了解程度，调查结果如表 3-1-2 所示：

表 3-1-2 学生职业认知情况 (N=165)

问题	选项	人数	百分比
我了解电子商务专业	非常不符合	0	0.00%
	不符合	5	3.03%
	不确定	25	15.15%
	符合	109	66.06%
	非常符合	26	15.76%
我了解电子商务专业的就业岗位与工作内容	非常不符合	4	2.42%
	不符合	26	15.76%
	不确定	57	34.55%
	符合	66	40.00%
	非常符合	12	7.27%
我了解电子商务行业现状与发展前景	非常不符合	3	1.82%
	不符合	23	13.94%
	不确定	34	20.61%
	符合	95	57.58%
	非常符合	10	6.06%

在职业认知这一维度三个问题的学生反馈信息中可以发现，整体而言，学生对电子商务这一专业、未来职业以及电商这一行业的认知较为清晰。在对电子商务这一专业的认知程度中，并没有学生选择非常不符合，代表学生对所学专业都有一定认识，仅有 3%的学生对所学专业认知不太清晰。超过 80%的学生认为自己对电子商务专业都较为了解，其中 15%的学生对专业了解程度较深。

在学生对电子商务专业未来的就业岗位和工作内容了解程度这道题的反馈中发现，学生对在这方面的认识还有所欠缺，选择“符合”以及“非常符合”的学生不超半数，仅在 47%左右。有 34%以上的学生选择“不确定”，代表学生对未来就业方向存在一定的迷茫，而 18%的学生对电商专业就业相关信息还未形成清晰的认知。通过数据分析发现选择“非常不符合”“不符合”“不确定”这类选项的学生大多为一年级学生，一年级学生由于刚入学，距离就业还有两年的时间，还未思考就业这一方面问题，因此存在这一方面认知不足的问题。

在分析学生对电子商务行业发展现状与前景的了解程度中，大部分学生对电子商务行业发展有一定了解，占比人数超过了 63%。有 15%的学生反馈对电子商务行业的了解不足，在这部分人群中大部分都是一年级学生，对电子商务了解还未深入。而有 20%左右的学生表示不确定自己是否了解电商行业的现状和发展，可能在这部分学生的眼中对电子商务行业的发展有一定概念但并不清晰。

2.职业情感维度

职业情感是学生在专业学习过程中产生的对所学专业以及专业职业的情感，包括兴趣、满意程度等。职业情感维度旨在了解电子商务专业学校学生对于所学专业所对应职业的兴趣、满意程度、自我效能感、未来意愿等方面，学生反馈结果如表 3-1-3 所示：

表 3-1-3 学生职业情感情况 (N=165)

问题	选项	人数	百分比
我有兴趣学习电子商务专业	非常不符合	6	3.64%
	不符合	27	16.36%
	不确定	20	12.12%
	符合	78	47.27%
	非常符合	34	20.61%
我很满意在电子商务专业的学习	非常不符合	12	7.27%
	不符合	21	12.73%
	不确定	32	19.39%
	符合	91	55.15%
	非常符合	9	5.45%
我对后续在该专业的学习和就业充满信心	非常不符合	12	7.27%
	不符合	29	17.58%
	不确定	32	19.39%
	符合	81	49.09%
	非常符合	11	6.67%
如果升学，我会选择相同或相似的专业	非常不符合	2	1.21%
	不符合	24	14.55%
	不确定	42	25.45%

如果就业，我会选择电商行业相关岗位	符合	80	48.48%
	非常符合	17	10.30%
	非常不符合	11	6.67%
	不符合	16	9.70%
	不确定	48	29.09%
	符合	68	41.21%
	非常符合	22	13.33%

兴趣是学生展开学习的重要动力，也是学生在专业学习和未来职业选择的关键情感因素之一。该校电子商务专业学生有 67%以上对学习这一专业是有兴趣的，其中超过 20%的学生充满学习的兴趣。但也有 20%的学生在专业学习的过程中存在兴趣不足的情况，12%的学生处于中立态度，对于在该专业学习不感兴趣但也不厌恶。

在对该校电子商务专业人才培养学生满意度调查中，有 60%以上的学生对在电子商务专业的学习很满意，对该校的人才培养表示了充分的肯定。持“不确定”态度的学生占 20%，持中立态度的学生可能对在该专业的学习并无太多感受，属于根据学校安排开展学习活动，认为学校的人才培养以及自身所感知的过程无功无过。同时，也有 20%的学生在一定程度上表示了在该专业学习的不满，这部分学生不满的愿意值得进一步挖掘。

自我效能感是学生能积极开展专业学习和规划未来就业的重要影响因素，较高的自我效能感可以促进学生的专业投入意愿。在该校电商专业学生对后续学习和就业的信心调研中，半数以上学生表示对后续学习和就业有信心，有 6%左右的学生充满信心。接近四分之一的学生对后续学习和就业态度并不乐观，这部分学生更多焦点可能集中于未来的就业问题，认为在严峻的就业形势下该专业就业存在一定困难。在这道题中依旧有 19%左右的学生选择了“不确定”，这部分学生对自己后续的学习和就业持有保守意见，可能存在怀疑的态度。

在学生升学意愿中，超过 58%的学生更倾向于对口升学，由于在中职期间已经学习了三年的电子商务，所以大部分学生可能认为如果升学，选择相同或相似专业会更容易上手，更有优势。四分之一的学生对未来是否选择对口升学还不清晰，也可能这部分学生并未有升学的计划，所以没有考虑相关内容。15%的学生倾向于在后续学习中选择除电商外的其他专业，可能在当前学习中认为电子商务这一专业与自己的匹配度不高或对该专业学习存在某些不满，所以更倾向选择其他专业，试图寻找一条更适合自己的发展的道路。

该校电子商务专业学学生对口就业意愿程度与对口升学意愿趋近一致。超过 54%的

学生更倾向于从事电商相关工作，希望可以学以致用。接近 30%的学生对自己未来的就业岗位还不明朗，可能会根据就业形势再做考量。对从事电商相关工作意愿程度较低的学生占约 16%，原因可能个人兴趣或能力、电商行业就业形势等等，导致这部分学生更倾向于选择其他行业和岗位。

3.职业行为维度

在本次调查中，职业行为集中于学生在校内对所学专业以及专业想对应职业的探索行为，包括课上课后的学习等等。职业行为维度旨在了解电子商务专业的中职学生投入在专业学习以及职业探索上的时间与精力。分别从知识学习、技能掌握、课堂参与、课后提升、课外活动、职业规划等几个方面进行考察，调查结果如图 3-1-4 所示：

表 3-1-4 学生职业行为情况 (N=165)

问题	选项	人数	百分比
我认真学习并掌握电子商务专业知识	非常不符合	1	0.61%
	不符合	7	4.24%
	不确定	17	10.30%
	符合	115	69.70%
	非常符合	25	15.15%
我认真学习并掌握电子商务专业技能	非常不符合	4	2.42%
	不符合	16	9.70%
	不确定	23	13.94%
	符合	98	59.39%
	非常符合	24	14.55%
我在课上善于思考并乐于参与互动	非常不符合	5	3.03%
	不符合	19	11.52%
	不确定	6	3.64%
	符合	99	60.00%
	非常符合	36	21.82%
我在课后主动学习更多专业知识与技能提升自我	非常不符合	18	10.91%
	不符合	37	22.42%
	不确定	31	18.79%
	符合	62	37.58%
	非常符合	17	10.30%
我积极参加专业相关活动（如技能大赛、就业指导讲座等）	非常不符合	11	6.67%
	不符合	15	9.09%
	不确定	14	8.48%
	符合	93	56.36%
	非常符合	32	19.39%
我会通过网络等媒介关注电商行业的发展和就业信息	非常不符合	19	11.52%
	不符合	42	25.45%
	不确定	32	19.39%

我尝试确定职业愿景并规划未来职业发展	符合	64	38.79%
	非常符合	8	4.85%
	非常不符合	11	6.67%
	不符合	53	32.12%
	不确定	39	23.64%
	符合	56	33.94%
	非常符合	6	3.64%

掌握专业知识是在专业学习的基本要求，该校电子商务专业的学生绝大部分都认真学习并掌握了电商专业知识，占比接近 85%。其中包含 15%以上的学生认为自己在专业知识的学习中非常认真并较好掌握了知识。大部分学生在电子商务专业知识的学习上不存在困难，可以较好掌握知识。有 10%左右的学生在专业知识的学习上不是很有自信，态度较为模棱两可。接近 5%的学生在专业知识学习中存在一定困难。

相较于知识的掌握，该校电商专业学生在技能掌握上稍逊一筹。有接近 74%学生反馈认真学习并掌握了电子商务专业相关技能，其中对自己技能掌握程度非常有信心选择“非常符合”的学生占比超过 14%。剩余的 26%左右的学生在专业技能的掌握上存在信心不足或学习困难的问题，其中有 12%的学生认为自己不能较好掌握专业技能。

在课堂思考和课堂互动参与程度这一问题中，超过 80%的学生表示会积极参与课堂学习，在课堂中善于思考并乐于参与课堂互动，其中参与课堂程度较深的学生超过 20%。这些数据表明该校电子商务专业课堂对于学生来说是有吸引力的，学生愿意参与其中学习专业知识与技能。然而，也有接近 15%的学生课堂参与度不高，这部分选择“不符合”以及“非常不符合”的学生在学习兴趣和满意度调查中反馈程度都不高，学生在职业情感不足的情况下在课堂投入也有所倦怠。

该校电子商务专业学生在课后的专业及职业探索程度不高，仅有 47%左右的学生表示会在课后主动学习更多的专业知识与技能。半数以上学生在课后探索上主动性不强，可能认为课上的知识已经满足自我所需。有 33%的学生选择了“不符合”或“非常不符合”，在课后并没有对专业知识和技能自我提升的需求与行为，更倾向于被动接受而非主动探寻。

在电子商务专业相关活动参与程度调查中，学生参与活动的意愿和行为程度较高。选择“非常符合”和“符合”的学生超过 75%，大部分学生认可如技能大赛、就业指导讲座等活动的价值，并乐于参与其中。超过 15%的学生对于参与此类活动意愿不高，这部分学生中大部分学生在职业情感维度得分较低，因此在活动参与方面也并不积极。

该校电商专业学生在电商行业关注度上不高，只有少部分学生会主动了解并关注电

商行业发展和就业信息，占比为 43%左右，还不到一半。接近 37%的学生选择“不符合”或者“非常不符合”，在信息网络发达的当下，却超过三分之一的学生不愿主动了解行业信息，这部分不关注行业和就业信息的学生中，一年级学生占比较多，但是也有面临毕业的三年级学生，这一问题值得深思。

明确职业愿景，尝试职业生涯规划是学生开启职业生活的积极探索，也是学生具有较高程度职业认同的表现之一。在这道题的反馈中发现，该专业学生在这一方面有所不足，有过此类行为的学生占比仅有 37%，大多为三年级学生。有 38%的学生表示未曾确定自己的职业目标或未曾尝试过进行职业规划。此外还有 23%的学生不确定自己是否进行过职业规划类行为。总体而言，学生还未形成职业规划意识，多为三年级学生面临就业压力考虑并尝试过类似行为。

（三）对学生未来职业想法的质性探索

在本调查问卷的第三部分，设计了一道开放性问答题，题目为：你是否愿意在未来从事电子商务专业相关的工作？如果愿意，请简单说说你未来的职业规划。如果不愿意，请说说不愿意的理由。该题为选做题，学生可自愿选择是否填写该题。在通过整理分析后，165 份问卷中有 29 份问卷对该题做出了有效回答。29 份问卷中，有 19 份问卷回答表示愿意从事电商相关工作，6 份问卷回答表示不愿意从事相关工作，4 份问卷回答表示中立态度。在对学生的回答进行归类汇总，研究采用扎根理论对学生关于此题的回复进行质性分析。

1.愿意从事电商工作

通过对 19 份回答愿意从事电商相关工作的学生问卷进行整理，分析学生对自身未来职业发展规划的回答。采用质性研究对学生回答内容进行逐句分析，提取关键词，以此进行归类编码，编码为行业发展、地方政策、薪资收入、家人影响、朋友影响、专业坚定、专业兴趣、就业信心、职业目标、职业规划 10 个子范畴。在此基础上，探寻 10 个子范畴之间的内在联系，对学生回答的进一步整理、分析、归类，赋予类属，得出 4 个更高的主范畴，包括行业环境、他人影响、自我信念和职业愿景，如表 3-1-5 所示：

表 3-1-5 学生愿意从事电商工作理由分析

主范畴	子范畴	词频	代表语句
行业环境	行业发展	4	现在电子商务行业发展很好，好找工作。
	地方政策	2	做农村电商有补贴，所以想试试。

他人影响	薪资收入	8	抖音直播卖货很挣钱，想试试做抖音主播。
	家庭影响	3	我姐姐在开淘宝店，我毕业后准备和她一起做。
	朋友影响	4	准备毕业后和朋友一起做短视频方面的自媒体。
自我信念	专业坚定	7	已经选择了在电子商务专业学习，毕业后肯定就往这个方向走。
	专业兴趣	4	电子商务很有意思，所以对电子商务相关所有工作都感兴趣。
	就业自信	3	电商方面的自己创业或者找工作都门槛低，先试试创业，不行就找工作。
职业愿景	职业目标	12	做小红书，希望以后成为小红书的百万达人。
	职业规划	6	计划在毕业后三年内组建成自己的抖音团队。

本题要求学生对自己的未来职业规划进行一个简单的描述，部分学生在回答问题时还涉及了为何选择从事电商相关职业的原因，因此通过扎根分析也得出了行业相关的范畴。根据编码整理出的结果发现，电商行业的发展以及该行业的收入水平是学生选择相关职业的重要原因，尤其薪资收入方面学生非常关注。也有部分学生选择从事相关工作是受身边的亲朋好友影响，中职学生处于身心未成熟状态，容易出现从众行为。自我信念是学生选择职业自主性的体现，但有部分学生选择电商相关职业是一种“来都来了”的心态，即既然已经学习了这一专业那就业就继续往这个专业方向走。在就业方向方面，该校电商专业学生就业岗位更集中于自媒体和开设网店两类，学生对电商行业的就业范围认知存在一定局限性，仍囿于对电子商务的传统认知。总体而言，这部分愿意从事电子商务相关行业的学生具有初步想法，有考虑行业发展、个人兴趣等多方面的因素。

2.不愿从事电商工作

在6份表示不愿意从事电商相关工作的问卷中，虽然大部分学生都列出了多条理由，但由于文本资料不多，所以并未形成规模。因此，通过对学生回复的理由进采用话语分析后，将理由整理归纳为以下几个方面，如表 3-1-6：

表 3-1-6 学生不愿意从事电商工作理由分析

方面	代表性语句
专业兴趣不足	不喜欢这个专业，所以不做电商。
个人性格不匹配	我是社恐，电商和别人交流的多，不想去做。
工作岗位选择少	这个专业毕业了在贵州就没有好一点的工作岗位。
薪资收入低	毕业了只能做客服之类的工作，工资很低。

在 6 份收集的否认回答中，学生的不愿意从事电商相关工作的原因主要包括专业兴趣不足、个人性格不匹配、工作岗位选择少、薪资收入低这四个方面。其中，被提及最多的是薪资收入低这一方面，6 份回答中有一半提出了这一理由。这也说明了该专业学生在就业时非常重视薪资收入这一方面，其就业观存在一定的功利性。但同时，从部分学生的回答中也可以发现，学生对电商专业的职业认知仍存在不足，如认为电商相关工作都需要社交、毕业了只能做客服等等观点。这些观点都表露出了学生对电商专业未来的就业岗位群并没有全面的认识，其就业思维存在刻板影响，而这也很大程度上影响了学生进行未来的职业选择。

3.对未来工作持中立态度

在总计 29 位回答这一开放式问题的学生中，有 4 位学生并没有被问题中的“是否”所局限，但回答却都具有有一致性。其中有一位学生更是以大段文字表述了自己的就业观点：“未来要不要从事电子商务相关的工作不是我自己能决定的。首先要看有没有合适的工作，在有合适的工作下我应该会去尝试，毕竟都学了这个专业，也不算白学。但是如果我毕业后找不到和电商相关的工作或者是有更好的，和电商没有关系的工作，那我肯定会选择其他。中职毕业文凭不够，没有多少选择，能找到一份工作就很好了，而且工资也很重要，还是哪里给钱多就去哪里吧。最好还是去读个大专，文凭先上去了，读完后找工作再说了。”

其余三位学生表述的观点与这位同学相似，都认为在未来工作选择方面更重要的是有什么工作可以做而不是自己想做什么工作。这类学生认识到了当前严峻的就业形势，也认识到了自身在就业市场可能存在竞争力不足的情况。这类学生具有较为理性的就业观，他们对电商相关的工作并不排斥，但由于未来就业的不确定性而难以当前断言是否会从事相关工作。

三、该校电子商务专业学生职业认同现状分析

（一）职业认知不全面

职业认知是学生展开职业探索的基础，正确的职业认知能促进学生养成积极的职业观，形成其职业生涯的良性发展。在该部分的问卷设计中，包含了学生对专业的认知、学生对工作岗位的认知、学生对行业发展的认知三个方面，但从电子商务专业学生职业认知维度调研结果可以发现，学生在三个方面的认知程度并不均衡。在专业认知方面，因为身处在这一专业学习，所以绝大部分学生都认识到了电子商务是一个怎样的专业，对于专业学习什么等这一类问题都有一定认知。但在对电子商务工作岗位与内容的认知

方面，从数据就可以直观发现仅有一半左右的学生能自信地说知道毕业后能做什么工作，工作内容是什么。虽然这与部分学生接触该专业不久有一定关系，但是二年级和三年级学生的数据也并不理想。此外，虽然有近半的学生选择了对电商工作岗位和内容有所认知，但其是否真的认知，认知程度如何还有待商榷。根据开放式问答题中的学生作答，仍能发现学生对电商工作岗位的认识并不全面，部分学生是“自以为的了解”而非真正的了解。在行业发展方面该校电子商务专业学生也存在部分学生认知不清晰，并没有关注电商相关的行业现状和发展。此外，在工作岗位认知和行业认知中，都有较多的学生选择了“不确定”这一选项，代表学生对自己的认知程度有所怀疑，也认识到了自己存在认知不清晰的情况。

问卷结果显示该校电子商务专业学生存在较为明显的职业认知不全面问题。虽然已经在该专业进行了相关专业知识和技能，但对电商行业、专业以及专业未来的就业方面仍旧存在传统的刻板印象。学生对职业的不清晰认知甚至错误认知将直接导致学生难以对相关职业产生情感，投入职业行为，最为直接的表现就是学生在课堂学习中的不投入。此外，职业认知不仅是对职业的认知，更是对自己的认知，是通过将自己与某些岗位群、某一工作建立联系来实现职业承诺的。但从问卷数据中不难发现，部分学生不仅对电商职业认知不明确，对自我的认知也并不清晰，难以将自己和某一职业联系起来，更别说是建立职业承诺了。因此，帮助电子商务专业中职学生认识全面的电子商务专业、就业以及行业，建立正确的职业认知迫在眉睫。

（二）职业情感不深厚

职业情感是激发职业探索的源泉，也是推动学生建立职业承诺的动力。在学生对所学专业和未来就业持有积极情感时会更愿意投入相关职业，希望能在未来工作中学以致用，实现自我价值。通过衡量电子商务专业学生对所学专业和未来职业是否存在兴趣、满意度与自我效能感如何、未来愿景等方面的反馈数据发现该校学生有五分之一左右的学生并没有对电子商务产生职业情感，而在剩余五分之四的学生之中，近乎一半的学生职业情感也并不深厚。

该校电子商务专业学生在专业选择方面自主程度并不高，这也导致了部分学生是在几乎对专业没有了解的情况下开始了学习。而在学生进入专业之初没有对专业有一定认识，即未做好心理准备时，很容易在学习时对学习内容感到不适应或者理解困难等现象。学生对所学专业兴趣不足时，将缺失学习动力，在满意度、效能感等方面就会出现负面态度，或存在一种不在乎、无所谓的状态，这就是职业情感不足的典型表现。在这种

无所谓的状态下，学生很容易在调查中选择“不确定”这类中立选项，在职业情感这一维度中，每个问题都有 10%以上的学生选择“不确定”，甚至在就业意向这道题中有接近三分之一的学生选择了“不确定”。有较大一部分学生对自己的未来并没有制定相关的计划或者目标，电子商务对于这些学生而言仅仅只是当前学习的专业而已，不涉及更多的内容。相较于对电子商务这一专业和未来就业的负面情感，这种对专业持冷漠的态度更是职业情感缺失的体现。在“为学而学”的学习心态影响下，学生在职业探索中将会存在主动性不足的问题。因此，探索如何提高学生对专业和职业的兴趣，促进其自发地开展职业探索行为，并帮助学生在职业探索中获得成功，提高职业自我效能感，是提高电商专业学生职业认同是必要举措。

（三）职业行为不主动

如上文所述，职业认知、职业情感、职业行为三者之间是紧密相连，彼此促进的关系。职业行为是学生真正付诸于行动，进行职业探索的过程，而在这一过程中，学生也会对职业认识更全面，并对职业产生更深厚的感情。在职业行为这一维度的七道问题中，主要可以分为两类，一类是作为学生的基础义务与责任，包括掌握知识、掌握技能、积极参与课堂；第二类是学生对职业更深入的探索行为，包括课后的自我提升、参与课外活动、关注行业动态以及进行职业规划。在第一类问题中，绝大部分学生是会积极投入探索的，在问卷中选择“符合”以及“非常符合”的占比都在 70%以上，甚至两道题选项占比超过了 80%。但在这些作为学生的基本任务中，仍旧有极少部分的学生不愿意或者没能力展开探索行为。在后四道问题中，更为注重学生在职业探索中的主动性，即在学校必须完成的学习任务之外，学生是否会在其他空余时间开展职业行为。但调查数据却表明，该校电子商务专业的学生在此方面表现不佳。除去参加职业相关活动外的三道题，持肯定态度的学生都没有超过半数。在最后一道题“我尝试确定职业愿景并规划未来职业发展”中，选择否定和模糊态度的学生占比高达 60%以上。虽然存在选择否定态度的学生有部分为一年级学生，还未有相关意识，但在刨除选择此类选项的一年级学生后，二三年级的学生仍有 68 人，占到二三年级学生总数的 54%。

在对该中职院校电商专业学生的职业行为维度数据分析后，不难发现在职业行为的践行过程中学生能按照学校的要求、人才培养的方案进行知识、技能等方面的学习，获得自身各方面的成长。但此类职业行为是被动的、是在约束之下的，一旦处于学校要求之外，学生职业行为的发生概率就明显下降。部分学生在职业行为实践中缺乏自我能动性，没有产生对职业探索的欲望并付诸行动。这也与前文分析出的学生在职业情感方面

的薄弱有所关系。因此，促生学生产生探索职业的意愿，并引导学生将意愿转化为实践行为是学生职业认同教育中的重要目标之一。

第二节 《电子商务物流管理》教学现状调研

在对该中职院校电子商务专业学生进行职业认同调研并分析其职业认同现状后，探索如何提高学生的职业认同是关键。在调研结果中可以发现，大多数学生能较好投入课堂学习并参与课堂互动，而课堂学习也恰恰是中职学生的主要任务。学生在课堂中收获的不仅仅只有知识和技能，还应包括素养，职业认同是素养的重要组成部分。因此，本文尝试以课堂教学为开展角度，通过以学生愿意投入的职业行为——课堂教学来丰富学生的职业认知、提高学生的职业情感、促进学生的职业行为。通过课堂教学来培养学生养成职业认同感，让学生在日常的潜移默化学习中产生职业兴趣，通过职业兴趣让学生愿意主动地进行职业探索。

综合职业认同研究调研的结果，本次教学对象选择为电子商务专业二年级学生，因为二年级学生对专业和未来职业等都已有一定认识。且二年级学生是三个年级中选择中立态度综合占比最高的年级，代表该校电商专业的二年级学生在职业认同上存在迷茫。通过对电子商务专业二年级学生课程进行分析比较，本研究选取了《电子商务物流管理》这一课程作为着手点，尝试探索如何将职业认同教育融入该门课程，让学生在掌握知识技能的同时提高职业认同。

一、学生问卷调查

（一）问卷编制

了解当前《电子商务物流管理》教学在中职电子商务专业的开展情况，问卷由单选题、多选题两种题型总计 20 道题目构成，用以分析当前该门课程教学现状与问题。问卷包括 16 道单选题，单选题分为 5 个维度：课程学习整体情况（1-2）、课程学习兴趣与追求（3-6）、课前、课中、课后学习行为（7-10）、课程价值与意义（11-12）、教学评价（13-16）。问卷中 4 道多选题以两两一组的形式对比教师采用的和学生希望的教学方式（17-18）以及教学评价（19-20）的区别。

本次调研对象为贵州某中职院校电子商务专业二年级两个班级的学生，总计人数 77 人。发放问卷 77 份，收回问卷筛选剔除无效问卷后，总计 73 份有效问卷，问卷有效率 94.8%。

（二）问卷结果分析

1.学生课程学习整体情况

这一维度包含两个问题，分别了解学生在《电子商务物流管理》课程种专业知识和专业技能的掌握情况。由表中数据可以发现，在课程专业知识和专业技能上处于基本能掌握及以上，即选择“一般”及以上选项的学生占比都在 80%左右。但选择“非常了解”“较了解”这两个选项的学生并不多，在专业知识了解中占比 38%，专业技能掌握中占比 27%。更多的学生选择“一般”选项，代表学生虽然基本掌握了课程知识与技能，但并不扎实，在学习掌握度上并没有完全的自信。调查结果如表 3-2-1 所示：

表 3-2-1 课程教学整体情况（N=73）

问题	选项	人数	百分比
你对《电子商务物流管理》课程的专业知识了解程度如何？	非常了解	10	13.70%
	较了解	18	24.66%
	一般	32	43.84%
	较不了解	12	16.44%
	非常不了解	1	1.37%
你对《电子商务物流管理》课程的专业技能掌握程度如何？	非常熟练	6	8.22%
	较熟练	14	19.18%
	一般	38	52.05%
	较不熟练	11	15.07%
	非常不熟练	4	5.48%

2.学生课程学习兴趣与追求

在电商专业二年级学生课程学习兴趣与追求维度包含四个问题，分别为了解学生对课程的情趣程度、学生学习课程的主要动力、影响学生学习课程兴趣的主要因素、学生课程学习中追求的学习目标。学生对《电子商务物流管理》这门课程的总体兴趣程度并不高，选择“非常感兴趣”和“较感兴趣”的学生仅占比 40%，处于中等偏下的水平。有 27%左右的学生明确表达了对该门课程的不感兴趣。这也与下题中学生学习《电子商务物流管理》课程的动力调研结果相匹配，超过 50%的学生是因为学校要求而学习的，属于被动接受。仅有 13%的学生学习该门课程的主要动力是个人对课程的兴趣。而超过 31%的学生学习《电子商务物流管理》主要是为了课程相关知识与技能可以指导生活和未来工作、升学，重视该门课程的未来价值。在课程兴趣影响因素方面，学生对课程的个人感受与需求是学生产生课程兴趣的主要因素，占比接近 48%，代表学生的主观因素对课程学习有较大影响。教师在学生学习《电子商务物流管理》课程中影响作用总体占比在 35%左右，其中教师的教学能力相较于教师的人格魅力在影响学生课程学习兴趣方

面更重要。学习内容占比较少，在 13%左右，但也证明了有部分学生重视课程内容本身，学习内容本身的质量也会影响学生的学习兴趣。在学生学习《电子商务物流管理》课程追求的学习目标上，学生对知识和对技能的掌握是主要的学习目标，两者占比皆在 30%左右。相较于知识与技能，学生在素养追求方面并不重视，仅有 12%的学生希望能在课程学习中提升自己的职业素养。对行业发展情况的了解也是学生的重要学习目标之一，有接近 22%的学生希望能获得相关知识，教师在教学中应该更加重视学生在这方面的需求。调研结果如表 3-2-2 所示：

表 3-2-2 学生课程学习兴趣与追求情况（N=73）

问题	选项	人数	百分比
你对《电子商务物流管理》课程的学习兴趣程度如何？	非常感兴趣	4	5.48%
	较感兴趣	25	34.25%
	一般	24	32.88%
	较不感兴趣	14	19.18%
	非常不感兴趣	6	8.22%
你在学习《电子商务物流管理》课程时的最主要的动力是？	学校要求	39	53.42%
	个人兴趣	10	13.70%
	在生活实际中运用	9	12.33%
	帮助未来就业或升学	14	19.18%
	其他	1	1.37%
以下哪个因素对你在《电子商务物流管理》课程的学习兴趣影响最大？	个人感受与需求	35	47.95%
	教师人格魅力	9	12.33%
	教师教学形式与方法	17	23.29%
	学习内容	10	13.70%
	其他	2	2.74%
在学习《电子商务物流管理》课程时，你最想达到的学习目标是？	了解专业知识	21	28.77%
	掌握专业技能	23	31.51%
	提高职业素养	9	12.33%
	了解行业发展	16	21.92%
	其他	4	5.48%

3.学生课前、课中、课后学习行为

这一部分包含 4 道问题，主要调研学生在《电子商务物流管理》课程学习时课前、课中、课后三个阶段的学习情况，用以分析学生在课程中的学习投入度。首先，在课前阶段，主要了解学生是否会进行课程内容的提前预习。调研结果显示学生对《电子商务物流管理》课程的预习情况并不理想，选择“经常”和“总是”的占比只有 20%，而“极少”和“从不”预习的学生占比却超过了 40%。大多数学生在课前阶段并不愿意花费精力进行教学内容的预习行为。其次，在课中阶段，主要了解学生的课堂投入和课堂参与

两个方面。在课堂专注度上大部分学生都能在课堂学习中保持一定的专注力，选择“一般”及以上程度选项的学生占比超过了 90%。但仍旧存在 8%左右的学生难以投入课堂学习，当学生投入度较低时就容易产生走神、困乏等状态。在课堂互动中，积极参与互动的学生占比在 30%左右，但互动参与度较低学生占比却更高，超过了 40%。总体数据而言，学生在《电子商务物流管理》课堂学习中并没有实现较好的师生互动、生生互动，整体参与程度较低。最后，在课后阶段，主要了解学生的课后复习情况。仅有 15% 的学生会“总是”或者“经常”复习课程内容，超过半数的学生“极少”“从不”复习，30%的学生“偶尔”复习。从数据中不难发现，大部分学生还没有形成对课程内容的复习意识，对课程内容的学习是下课即结束。综合课前、课中、课后三个阶段的学生课堂行为表现数据，学生在《电子商务物流管理》课程的学习中主动学习意识偏弱，学习投入度不高。问卷反馈结果如表 3-2-3 所示：

表 3-2-3 学生课前、课中、课后学习行为情况（N=73）

问题	选项	人数	百分比
你在学习《电子商务物流管理》课程内容 前会提前预习吗？	总是	2	2.74%
	经常	13	17.81%
	偶尔	26	35.62%
	极少	23	31.51%
	从不	9	12.33%
你在学习《电子商务物流管理》课程时专 注程度如何？	非常专注	9	12.33%
	较专注	22	30.14%
	一般	36	49.32%
	较不专注	5	6.85%
	非常不专注	1	1.37%
你在学习《电子商务物流管理》课程中会 积极参与课堂互动吗？	总是	7	9.59%
	经常	16	21.92%
	偶尔	20	27.40%
	极少	21	28.77%
	从不	9	12.33%
你在课后会主动学习更多《电子商务物流 管理》相关的知识与技能吗？	总是	2	2.74%
	经常	9	12.33%
	偶尔	22	30.14%
	极少	29	39.73%
	从不	11	15.07%

4.课程价值与意义

课程长远价值与意义是为了解学生对当前学习《电子商务物流管理》这一课程对自身未来发展作用的想法，包含对专业认识的帮助和对未来就业的帮助两个问题。被调研

学生中有 43%的学生选择了“一般”，由此可以发现，有较多部分学生并没有考虑过该门课程的学习与专业之间的关系，并未对此产生太多感受。认为学习《电子商务物流管理》课程有帮助到加深专业认识的学生占比仅有 26%，认为没有帮助的学生占比在 30%，从数据中得出学生对该门课程在他们整个专业学习与探索中产生的作用并不太认可，大部分学生认为课程只是课程，并未上升至专业层面。在就业或升学帮助方面，有 42%的学生认为非常或者较有帮助，这表明了相较之难以捉摸的专业认知，学生更在意课程内容对未来生活的实际价值，即能真正帮助到自己，而这门课程对于大部分学生而言是有一定价值的。调研结果如表 3-2-4：

表 3-2-4 学生对课程价值与意义看法（N=73）

问题	选项	人数	百分比
你认为学习《电子商务物流管理》对你更全面深入认识专业是否有帮助？	非常有帮助	3	4.11%
	较有帮助	16	21.92%
	一般	32	43.84%
	较没有帮助	14	19.18%
	非常没有帮助	8	10.96%
你认为学习《电子商务物流管理》对你未来就业或升学是否有帮助？	非常有帮助	7	9.59%
	较有帮助	24	32.88%
	一般	29	39.73%
	较没有帮助	10	13.70%
	非常没有帮助	3	4.11%

5. 学生教学评价

这一部分的 4 道问题是为了解学生对教师教学的反馈，分别从教学整体评价、教学多元化两个角度来分析学生对教师教学的看法。在学生《电子商务物流管理》教师的授课情况评价中，接近 48%的学生对教师教学满意度选择了“高”“较高”，45%的学生选择“一般”，即有超过 90%的学生对教师教学是基本满意的，对教师授课过程持肯定态度。教学多元化方面，主要了解学生认为教师在教学过程中是否能将课程知识与生活实际、行业动态、学生就业发展等方面相联系，加以提高教学质量。在教学与生活实际相联系一题中，认为教师经常或者总是将课程内容与生活相联系的学生占比 19%，选择偶尔将知识与生活相联系的学生占比 38%，数据表明学生认为教师虽然能将教材内容与学生生活实际相联系，但是频率不高。在教师会在教学中分享行业动态这一题中，有 26%学生认为教师在课堂中会较高频率地介绍行业发展，但也有 34%的学生认为教师分享次数少。出现这一调查结果的原因可能与不同的老师上课风格有关，也可能是教师分享行业资讯时部分学生没有感知到老师在分享。在教师授课时是否会引导学生进行职业选择

与规划的调研数据中，选择“总是”和“经常”的学生占比分别为 2.74%和 13.7%，选择“极少”和“从不”的学生占比总数占比超过 50%。数据证明了教师在《电子商务物流管理》教学中没有充分考虑学生职业认同方面的培养，较少主动引导学生进行职业规划。问卷反馈结果如表 3-2-5 所示：

表 3-2-5 学生教学评价情况（N=73）

问题	选项	人数	百分比
你对《电子商务物流管理》教师的授课情况评价如何？	高	4	5.48%
	较高	31	42.47%
	一般	33	45.21%
	较低	5	6.85%
	低	0	0.00%
教师在教授《电子商务物流管理》知识与技能时会与生活实际相联系吗？	总是	3	4.11%
	经常	11	15.07%
	偶尔	28	38.36%
	极少	25	34.25%
	从不	6	8.22%
教师在教授《电子商务物流管理》知识与技能时会分享行业动态吗？	总是	2	2.74%
	经常	17	23.29%
	偶尔	29	39.73%
	极少	19	26.03%
	从不	6	8.22%
教师在教授《电子商务物流管理》知识与技能时会引导学生进行职业选择与规划吗？	总是	2	2.74%
	经常	10	13.70%
	偶尔	23	31.51%
	极少	29	39.73%
	从不	9	12.33%

6.教学方式与评价方式对比分析

调研问卷中最后一部分为多选题，以两两为一对照组的形式探索学生在《电子商务物流管理》课程学习中的需求。第一组是《电子商务物流管理》课程中教学方式的教师实际采用和学生希望采用的对比，该部分问题包括：“在《电子商务物流管理》教学中，教师常用的教学方式有？”“你希望教师在《电子商务物流管理》教学中采用的教学方式有？”通过整理学生对两道问题的选项，以折线图的形式对比教师和学生两者在教学方式上的区别，如图 3-2-1：

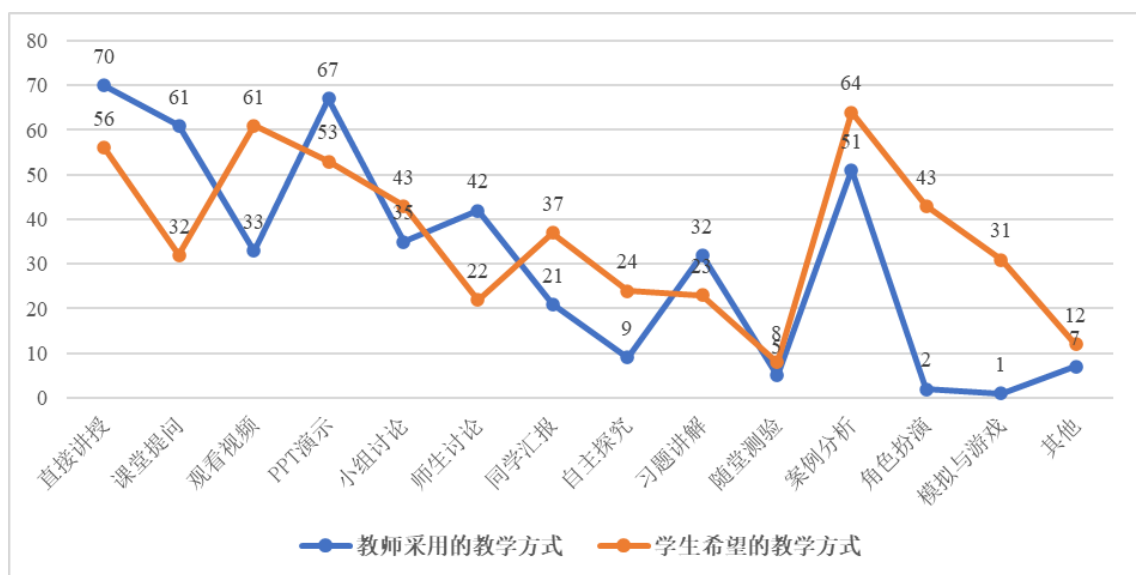


图 3-2-1 教学方式对比

本组题目共列举了 13 种教学方法以及加入了“其他”选项进行补充，总计 14 个选项。学生认为教师在教学中最常用的教学方法排名前五的依次为：直接讲授、PPT 演示、课堂提问、案例分析、师生讨论；学生希望老师在授课时采用的教学方法排名前五依次为：案例分析、观看视频、直接讲授、PPT 演示、小组讨论。从教师采用和学生希望采用的教学方法排名前五中方法中可以发现，传统的教学方法，如直接讲授、PPT 演示等方法教师采用最多的方法，且学生接受度也较高。案例分析法是学生最喜欢的教学方法，教师也有在《电子商务物流管理》课程中多次使用，位列第四，这与学生的学习需求相匹配。有 61 位学生选择了想以观看视频的方式学习课程内容，在学生总数中占比超过了 80%，但实际课程教学中教师使用这一教学方式的频率却不高。而在课堂讨论中，教师更倾向与采取师生讨论的方式，但学生却更喜欢生生之间的小组讨论。

除去排名前五的教学方法外，还有几组数据值得分析。首先，有接近三分之一的学生希望能在《电子商务物流管理》课堂中有自主探究的机会，但老师并没有给予学生足够的自主探究机会。此外，学生对具有趣味性的教学方法充满兴趣，如角色扮演、模拟与游戏这两种教学法，分别有 58% 和 42% 的学生希望采用这种教学形式，但教师非常少采用这两种教学方式，原因可能在于教学方法的实施存在一定难度，或课程内容较难以该种形式展开等等。

第二组对比是《电子商务物流管理》课程中评价方式的教师实际采用和学生希望采用的对比，该部分问题包括：“教师在《电子商务物流管理》学习情况进行检验中常用的评价方式有？”“你希望《电子商务物流管理》教师采用的教学评价方式有？”整理

后以折线图形式展示如图 3-2-2:

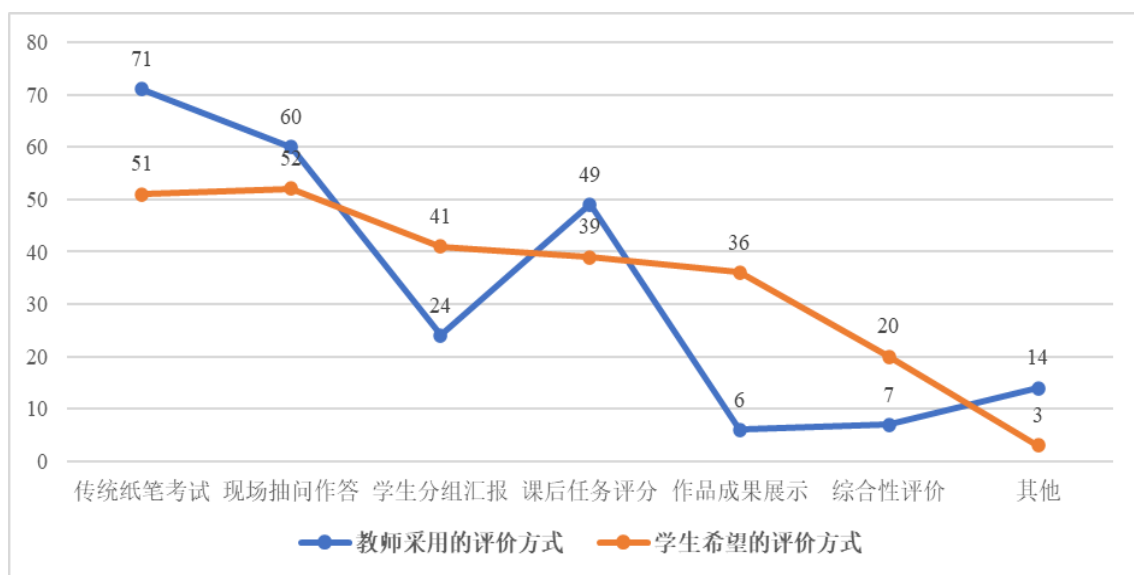


图 3-2-2 评价方式对比

本组题目共列举了 6 种不同的课程评价方式,增加了“其他”项进行补充,总计 7 个选项。学生认为教师在课程评价中最常用的评价方法排名前三的依次为:传统纸笔考试、现场抽问作答、课后任务评分;学生希望老师采用的看课程评价方法排名前三依次为:现场抽问作答、传统执笔考试、学生分组汇报。教师采用和学生希望的课程评价方式一致度较高,传统纸笔考试和现场抽问作答是教师和学生都较为青睐的评价方式。在教师采用中排名第三的课后任务评分也是学生希望采用评价方式中的第四名。从教师评价方式折线上可以发现,教师采用的方法都较为传统单一,而学生希望的课程评价方法则更为多元丰富。教师很少采用的作品成果展示评价有接近 50%的学生希望教师可以采用,代表了学生更喜欢综合化、探索式的任务,并希望以此作为评价方式。

二、教师访谈调查

授课教师是对于《电子商务物流管理》这一课程教学现状的最深入了解者。通过采访贵州某中等职业学校的两位《电子商务物流管理》教师,研究从五个方面——教师的基本信息、所采取的教学策略、教学过程、对职业认同的认识以及职业认同教育在课程中的融入情况,全面了解了当前《电子商务物流管理》的教学现状。以下是整理后的访谈结果表格 3-2-6:

表 3-2-6 教师教学访谈总结

维度	访谈总结
基本信息	题目： 请问您担任《电子商务物流管理》教师多久了？这门课目前的开展情况如何？
	两位教师的课程教龄分别为 3 年、7 年。 《电子商务物流管理》这门课程在二年级开设，是电子商务专业中重要的专业课程。该门课程是电子商务专业和物流专业的交叉型课程，对教师教学要求较高。学习该门课程需要电子商务基础知识为铺垫，学生学习也存在一定难度。
教学策略	题目： 您在《电子商务物流管理》中主要采用哪些教学形式和方法？
	主要以课堂教学的形式开展，主要采用传统的讲授法，以多媒体设备辅助教学。教学过程常用的教学方法包括问答法、讨论法、案例教学法。
教学过程	题目： 您认为学生在《电子商务物流管理》学习过程中存在哪些问题？原因是什么？有何改进措施？
	问题： 1.学生容易在上课过程中走神、睡觉； 2.课堂活跃的学生比较少，并且活跃群体一直都是那几个学生； 3.课程知识掌握不扎实，容易遗忘。 原因： 1.课程容量大，对学生来说可能有些难度； 2.教材中理论知识偏多，学生容易觉得枯燥； 3.学生对学习这门课程没有兴趣，认为是物流专业该学的课； 4.作为教师的自己在教学方面还有所不足。 措施： 1.提取教材中的重难点，详略结合进行教学； 2.采用不同的教学方法来吸引学生的课堂注意力； 3.将课本知识和学生生活联系起来，让学生意识到这门课的重要性； 4.给学生播放教学内容相关的、具有趣味性的视频来提高学生对课程的兴趣； 5.继续提升自己的教学能力。
对职业认同的认识	题目： 请问您了解职业认同吗？能否谈谈您对职业认同的认识？ L 老师：对职业认同有一定认识。认为职业认同是学生在以后愿意从事所学专业的

职业认同 教育融入 情况	工作，并且愿意一直做下去的一种态度。当学生有职业认同的时候，学生学习是会有兴趣的，在学习的时候就会更加认真和主动。不需要教师去额外督促，就会自觉去探索自己以后的职业目标、职业计划，有助于未来工作更加顺利。 Z 老师：对职业认同了解不多。认为职业认同对职业教育中的学生很重要，职业认同能让学生在专业学习的时候会认同和喜欢自己所学的专业。
	题目：请问您了解本校电商专业学生的职业认同情况吗？对此有什么看法？
	两位老师都不太了解电子商务专业学生的职业认同情况。学生在课上、课后都不太会主动和老师说自己对未来的职业目标、职业规划等的想法。从历年毕业后选择就业的电商专业学生就业情况看，只有少部分学生选择从事了电子商务相关的工作。
	题目：您觉得《电子商务物流管理》教学与职业认同有关系吗？在哪些方面有关系？
	L 老师：有强烈关系。职业认同是学生的职业素养之一，其实也是《电子商务物流管理》这门课的教学目标的重要部分。当学生有职业认同感时学习这门课会更加认真，因为他/她知道为什么要学这些知识，这些知识对他/她有多重要。反之《电子商务物流管理》这门课也应该同时提高学生的职业认同程度，让学生更喜欢电商这个专业，更希望以后做相关工作。理想状态就是职业认同和《电子商务物流管理》两者相互促进的关系。 Z 老师：有点关系。有职业认同的学生应该在学习态度会更加端正，但是不是所有在这门课表现好的学生都有职业认同感。
	题目：您认为在《电子商务物流管理》教学中融入职业认同教育是否可行？为什么？
	L 老师：可行，但存在难度。其实每门专业课都应该培养学生的职业认同，但是难的是怎么培养，怎么融入某一门课程。《电子商务物流管理》这门课在教学上已经有一定难度，探索怎么融入职业认同教育是一个大工程。作为专业课老师的我们应该去告诉学生现在行业的就业情况是怎样，引导他们怎么进行职业规划。 Z 老师：可行。现在很多学生都不理解为什么要开这门课，认为还不如多学学怎么做直播。如果可以将职业认同教育融入进去的话，学生会更愿意学这门课，会发现电子商务和物流的密不可分。在学生对这门课感兴趣后会更愿意去做相关的工作。
	题目：您是否尝试过在《电子商务物流管理》教学中融入职业认同教育？ 如果有，请问您是如何融入的？有什么建议？ 如果没有，请问为什么？是否存在什么困难？

	L 老师：有简单尝试过。会在上课的时候结合教学内容和学生分享一些电商物流行业的热点事件，也在给学生讲解知识点时会以贴近学生生活的例子来促进学生理解。总体而言并没有形成一个的体系，更多时候对学生进行职业认同教育是教案之外的，也就是并没有去专门设计怎么在这门课进行职业认同教育。因为教学任务有些繁重，所以没有太多精力去专门设计，也不太清楚应该如何将职业认同教育融入进去。 Z 老师：没尝试过。对职业认同的了解比较少，所以之前没有考虑要怎么去融入职业认同教育。《电子商务物流管理》的教学内容多，如果要融入的话可能会影响教学进度。担心学生可能不太配合，如果尝试的话会影响课堂秩序，增加课堂管理的难度。
--	--

在上述两位《电子商务物流管理》授课教师的访谈总结中可以发现：在课程特点方面，《电子商务物流管理》作为一门交叉了电子商务专业和物流管理专业知识的交叉型课程对于教师教学和学生学习都有一定难度。在教学策略方面，鉴于当前教学环境的限制，教材内大部分理论知识和少部分实践内容还是以课堂教学为主要的教学形式。教学方式上，讲授法占据主导地位，也会问答法、讨论法、案例教学法等来提高教学质量，但实际教学效果却并不太尽如人意。教师在教学策略和方法的运用上更为传统，采用的教学策略并不多元。在教学过程方面，由于《电子商务物流管理》课程理论知识偏多，内容有一定难度，所以学生在学习课程知识时注意力不集中，容易产生困顿，导致专业知识掌握不扎实。教师也发现学生对该门课程存在一定误解，因此学习兴趣不高。在此情况下，教师也意识到了自己在教学方式上可能有所不足，通过采用不同教学方法，播放视频等方式来提起学生的学习兴趣。在对职业认同的认识以及职业认同教育融入课程教学方面，两位教师都肯定了职业认同的重要性以及职业认同教育融入课程教学的必要性。两位授课教师对职业认同及其教育的了解程度并不同，但都认为将职业认同教育融入《电子商务物流管理》能促进学生学习的积极性，但由于教学任务繁重、担心课堂管理等问题，未深入在该门课程中进行融入职业认同教育的教学设计并在课堂中实践。

第三节 中职《电子商务物流管理》教学问题分析

一、课堂教学方式单一

教学方式的重要性在于它直接关联到学生的学习效果、学习兴趣以及教师的教学效果。在向学生调研《电子商务物流管理》课程教师常用的教学方式中，直接讲授、PPT

演示、课堂提问等传统教学方式位列前三。对两位教师的访谈中，两位教师也表示主要采用传统的讲授法，通过多媒体设备辅助教学，有时会采用案例教学法，课堂问答法等，这与学生调研结果一致。而在学生希望采用的教学方法调研结果中可以发现，学生希望采用的教学方法和教师当前采用的教学方法并不匹配，学生更期待有趣的教学形式，达成寓教于乐的学习状态，如角色扮演、模拟与游戏等等。当前教师采用的较为单一、僵化的教学方式固化的学生的学习思维，也在一定程度上影响学生的学习兴趣，降低了学生的学习动力。

二、忽视学生综合能力培养

通过对教师的访谈和课堂教学的观察发现，教师在教学过程中没有充分尊重学生的主体地位。中职学生思维活跃，愿意动手去做，但在《电子商务物流管理》这门课程的教学过程中，教师却没能很好地利用学生的这一特点来提高教学质量，反而由于忽视了这一特点使得课程枯燥，学生学之无味。教师一般根据教材内容的顺序教授知识，而学生则较为被动地接受知识，教师没有为学生提供自主探索与运用知识与技能的空间与机会。教师与学生的课堂互动多为课堂知识点问答，教师少有自主设计问题情境来锻炼学生。在此教学形式下，学生能习得的仅有书本里的理论内容，且容易造成“课上学，课后忘”的状态。教师没有为学生创造运用与迁移课堂知识的机会，未考虑到学生综合能力的培养，造成了学生不知为何而学，不明白学习价值的现状。

三、未重视职业认同教育

在对学生的教学调研和教师的访谈分析中都可以发现，教师并没有充分注重学生职业认同方面的教育。课程教学主要还是以专业知识和专业技能为主，忽视职业素养方面的熏陶。职业素养是学生专业知识与技能的体现，职业认同作为职业素养的核心组成部分关乎学生未来的职业发展。然而，当前《电子商务物流管理》教学中过于注重理论知识传授和技能训练，导致学生的职业认同感薄弱，难以真正理解和热爱所学专业。这不仅影响学生在校期间的学习积极性和效果，更对其未来的职业选择和长远发展构成阻碍。调研中学生对于行业知识和就业信息的求知欲望较高，虽然也有教师尝试在教学中进行职业认同教育满足学生这方面的求知欲，但却由于存在困难而未能实施。职业认同教育对于培养学生的职业责任感、使命感以及归属感至关重要。缺乏这一教育环节，学生可能难以深入理解电子商务物流行业的内涵与价值，难以形成对职业的热爱和忠诚。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/876224031005011055>