

课程思政背景下 农业经理人新媒体营销实战技能提升项目研究报告

柯戈 尹冬梅

广东生态工程职业学院, 广东 广州 510520

摘要: 在课程思政背景下, 培养农业经理人不仅要注重其专业技能的提升, 更要强化其思想政治素质, 使其能够在农产品营销活动中遵循正确的价值导向, 让新媒体营销技能既成为农民增收增收的工具, 更是向国人向世界展示我国乡村振兴丰硕成果的先进载体, 从而发挥新媒体营销技能在乡村振兴大业中积极的叠加效应。本文通过“新媒体营销实战技能培训+农产品新媒体营销技术帮扶+《新媒体营销》课程资源配套”相结合的方式, 探索培育农业经理人新媒体营销实战技能的实践路径。

关键词: 课程思政; 农业经理人; 新媒体营销

Report on the Project of Improving the Practical Skills of New Media Marketing for Agricultural Managers under the Background of Ideological and Political Courses

Ke, Ge Yin, Dongmei

Guangdong Eco-Engineering Polytechnic, Guangzhou, Guangdong, 510520, China

Abstract: Under the background of ideological and political education in courses, cultivating agricultural managers should not only focus on improving their professional skills but also strengthen their ideological and political qualities so that they can follow the correct value orientation in agricultural product marketing activities. Let new media marketing skills not only become a tool for farmers to increase production and income but also an advanced carrier to show the fruitful results of China's rural revitalization to the Chinese people and the world, thus exerting a positive superposition effect of new media marketing skills in the great cause of rural revitalization. This paper explores the practical path of cultivating the practical skills of new media marketing for agricultural managers by combining practical skills training of new media marketing + technical assistance of new media marketing for agricultural products + supporting course resources of New Media Marketing.

Keywords: Ideological and political education; Agricultural managers; New media marketing

DOI: 10.62639/sspsstr24.20240103

农业经理人是指农民专业合作社等农业经济合作组织中, 从事农业生产组织、设备作业、技术支持、产品加工与销售等管理服务的人员。农业经理人不但懂农业生产, 更重要的是会经营、善管理, 具有较高的职业素养, 是新型职业农民队伍中的“白领”, 更是乡村振兴中的领军人才。随着图文+短视频+直播等新媒体营销工具的迅速发展和广泛应用, 新媒体营销已成为农业产业发展的重要手段。在课程思政背景下, 培养农业经理人不仅要注重其专业技能的提升, 更要强化其思想政治素质, 使其能够在农产品营销活动中遵循正确的价值导向, 让新媒体营销技能既成为农民增收增收的工具, 更是向国人向世界展示我国乡村振兴丰硕成果的先进载体, 从而发挥新媒体营销技能在乡村振兴大业中积极的叠加效应。

(稿件编号: SSTR-24-3-17003)

作者简介: 柯戈(1983-12), 男, 汉族, 广东茂名人, 广东生态工程职业学院, 副教授职称, 电子商务专业带头人, 本科学历, 硕士学位, 研究方向: 新媒体营销、直播电商运营、大学生创新创业。

尹冬梅(1973-11), 女, 汉族, 江西莲花人, 广东生态工程职业学院, 教授职称, 经济贸易学院院长, 本科学历, 硕士学位, 研究方向: 市场营销。

基金项目: 2021年广东省继续教育质量提升工程项目: “课程思政背景下农业经理人新媒体营销实战技能教学改革研究与实践”(项目编号: JXJYGC2021KY0643)。

广东生态工程职业学院2021年“课程思政”校级示范课程: 《新媒体营销》(项目编号2021kcsz-xj019)。

广东生态工程职业学院服务乡村振兴2022-2023年度开放课题: “高素质农村经纪人电商营销技能培育研究与实践”(项目编号2022-02)。

一、研究思路

经过前期调研, 本课题组确定了通过“新媒体营销实战技能培训+农产品新媒体营销技术帮扶+《新媒体营销》课程资源配套”相结合的方式, 培育农业经理人的新媒体营销实战技能。对照项目研究目标和预期成果, 本项目团队目标明确地构建线上线下相集合的新媒体营销课程教学资源, 在农业经理人新媒体营销实战教学过程中融入课程思政内容。与广东省农业农村厅、广东省林业局等政府部门, 广东省农村电子商务协会, 抖音集团、百果园集团等知名企业联合开展多种形式的“政校行企”农业经理人新媒体营销技能提升项目, 在项目推进过程中不断挖掘、更新课程思政内容, 提升学员对爱国教育、劳动教育、工匠精神、职业道德、职业

精神和职业规范的立体认知,以思政元素助推实战技能提升。

在实战培育过程中,向农业经理人学员强调弘扬社会主义核心价值观的正能量内容。本项目团队主持的校级《新媒体营销》课程思政示范课以弘扬社会主义核心价值观的正能量内容,宣传积极向上的价值观为出发点。确立了以立德树人根本任务的素质目标,深化“课程思政”建设。以爱党、爱国、爱社会主义、爱人民、爱集体为主线,围绕政治认同、家国情怀、文化素养、法治意识、道德修养等重点优化课程思政内容供给,发挥本门课程的育人作用。课程实战平台今日头条和抖音均是注重正能量传播的主流新媒体平台,在实战教学过程中,强调弘扬社会主义核心价值观的正能量内容才能获得平台的流量推荐,引导学生创作积极向上价值观的图文和视频内容。通过提升农业经理人新媒体电商实战技能,帮助农业经理人更好宣传家乡文化,推广家乡农产品,助力农民增收增收,助推乡村振兴的目标实现,进而通过农业经理人学员的短视频、直播和图文作品,向全国向世界传递我国乡村振兴的丰硕成果。

在本项目研究期间,我校于2023年1月获全国乡村振兴产教融合联盟批准立项,共建第一批乡村振兴电商人才培养示范基地暨村村播工程示范校,这为本项目的持续建设提供了强有力的人力、物力和财力支持。

二、实践中发现的问题

在2年研究期内,本项目组发现主要存在以下3方面问题,影响了新媒体技能在农产品营销中的应用。

(一) 农业经理人对新媒体营销投入不足

在本项目开展实践研究的2年时间里,项目团队主要致力通过“集中技能培训班+一对一技术帮扶”的模式提升农业经理人的农产品新媒体营销实战技能。通过授课过程观察,发现大部分农业经理人对知识点和技能点是感兴趣的,对内容是能理解的,但为什么很多农业经理人没有在培训结束后真正将图文、短视频、直播等新媒体技术应用到农产品的营销实践中呢?其中存在2大难点:

一是农业经理人的文化水平参差不齐,不易完成新媒体文案写作和文案表达工作。有的农业经理人是当地本土成长起来的高素质农民,他们有丰富的农产品种养技术,但文化水平偏低,也不擅长产品营销;有的农业经理人是返乡创业的青年大学生,他们普遍接受过大专以上层次的文化教育,有一定的文字表达能力,他们中有一部分人大学时学的就是农产品种养技术,可以将专业所学应用于农业生产实践,但不擅长产品营销,难以把丰富的三农素材高质量转化成营销文案和营销短视频,他们中还有一部分人大学时学的是市场营销和电子商务等营销类专业,具备一定的营销技能,虽然对农产品的种养技术处于初级的学习阶段,但反而更容易拍出有内容有质量的营销短视频,例如“新农人返乡创业成长日记”等三农题材。

二是农业经理人对新媒体营销花费时间认知不足,未能投入充足时间和精力到新媒体内容创作中。在新媒体时代,无论什么产品,要持续宣传自己的产品,就要打造属于自己品牌的自媒体账号,这就需要持续不断的进行内容创作和内容更新,以抖音号为例,若想获得平台持续稳定的流量推荐,那就需要保持日更(每天更新1-2条内容)或者最少2天1更新的频率,并且这些视频内容都要有固定人设,要领域垂直,要有内容有质量,如果由农业经理人亲自出镜拍摄,就会每天都耗费其大量的短视频拍摄和剪辑时间,严重影响正常农业生产和经营工作,乃至不能正常作息影响身体健康。这是很多农业经理人在开始自媒体账号运营前未知的,正式开始账号运营后,面临是否要花费大量时间和精力

的决策时,往往就选择退缩放弃了。

(二) 企业没有专职新媒体营销人员

在为三农企业提供新媒体营销技术帮扶的实践中,发现大部分企业(尤其是县域及以下中小型企业)没有专职新媒体营销人员和团队,这是新媒体营销无法落地转化成生产力的重要原因。新媒体营销是一个需耗费大量时间的持续性过程,仅仅依靠农业经理人自身力量是很难完成短视频内容创作和自媒体账号运营的。那为什么会没有组建新媒体营销团队呢?有2种原因:一是地处县镇乡的三农企业因为地缘原因,不易吸引年轻人回乡就业,或者来了之后也留不住人,在与清远英德市白沙镇一个锦鲤养殖场的经营者交流中得知,他曾组建过一支短视频运营团队,但因为工资收入与大城市相比不具有竞争力、缺乏投流资金内容没有流量、乡村生活枯燥等原因,这支由年轻人组成的团队在半年内陆续离职;二是许多传统线下品牌经营者缺乏对新媒体营销的认知,这种认知不只是营销形式上的认知,他们知道通过短视频+直播的模式可以开拓线上销售渠道,但他们没有认知到需要配套稳定的短视频+直播营销团队,更没有认知到需要通过购买流量增加曝光度才有机会带来所期待的销售增额,这是与线下成熟销售渠道完全不同的营销模式。

(三) 农业经理人培育的可持续性需进一步加强

本项目团队通过新媒体营销实战技能培训为许多农业经理人提供了技术支持,但任何一种技术应用都是一种持续实践不断强化的过程,这就需要为学员提供可持续学习的信息化教学资源。相比自媒体发布那些零散的短视频教学资源,由专业教师团队建设的精品在线开放课程具有兼顾系统性和实用性的特点,可满足农业经理人学员在实际工作中持续进行课程学习,养成新媒体营销实战技能,并强化团队营销能力的要求。但因《新媒体营销》精品在线开放课程宣传力度不足、农业经理人持续学习意愿不强等原因,较少农业经理人学员加入课程班级学习。

三、解决对策

针对项目研究实践中发现的“农业经理人对新媒体营销投入不足”、“企业没有专职新媒体营销人员”、“农业经理人培育的可持续性需进一步加

强”等3点问题,本项目组提出以下解决对策。

(一)应用AI文案写作和数字人技术,解决持续性短视频脚本撰写及短视频内容创作问题

随着抖音集团旗下豆包、百度集团旗下文心一言等AI人工智能工具的广泛应用,AI文案写作功能可根据不同的农产品养殖信息录入指令帮助农业经理人创作短视频脚本,可有效解决农业经理人文化水平参差不齐的问题,可实现短视频脚本批量创作。

人设是让一个自媒体账号区别于其他自媒体账号的重要因素,经营者人设无疑是一个品牌人设打造的首选,但如果每个短视频都要经营者亲自参与,是不现实的。与此同时,AI数字人技术迅猛发展,已由直播数字人发展到短视频数字人,已由初级数字人发展到进阶数字人,技术进步让有固定人设的营销短视频批量生产成为了可能,通过复刻经营者的面部特征和声线,可模拟出跟经营者非常接近的数字人,按照输入的短视频脚本(可通过AI文案写作功能批量生成),批量生成拥有经营者固定人设的短视频内容,可有效解决农业经理人难以投入充足时间精力到新媒体内容创作的痛点问题。从而实现短视频内容日更(每天更新1-2条)或者最少2天1更新的目标,保持短视频账号的持续曝光。

(二)制定“四步走”新媒体营销帮扶战略,解决企业缺乏专职新媒体营销人员的问题

以广东林特产品茶油宣传推广项目为例,本项目制定“四步走”数字化营销赋能直播电商茶油企业帮扶战略,确定3大帮扶目标:

第一步:开拓客户资源

重点对接“广东省茶油产业十大品牌”企业,签约共建直播电商大学生校外实践教学基地,建立稳定客户资源;同时,在广东省内以技术支持方身份,组织开展或参与政府部门和企业组织的各类“农业经理人新媒体营销实战培训项目”,通过增加项目团队曝光度开拓茶油企业获客渠道,帮助茶油企业解决直播电商人才匮乏,直播人才“难育、难引、难留”的痛点。

第二步:为合作企业提供前期“带”运营服务

授人以鱼不如授人以渔,因此本项目团队不直接提供代运营服务,而是选择为合作企业提供前期“带”运营服务,由项目团队有经验的主播带着企业新培育主播开展茶油直播实战,项目团队运营经理指导企业直播运营人员学会应用数字化营销工具分析客群情况和投流思路,为企业构建直播电商营销战略和直播执行方案。

第三步:提供可持续技术支持服务

待企业进入独立运营阶段后,项目团队持续为茶油企业提供“短视频+直播”长期技术支持。包括但不限于:(1)短视频内容、拍摄、剪辑等全方位创作优化建议;(2)直播脚本、文案、主播技巧等全流程方案优化;(3)充分运用学校实践教学条件,将茶油品牌短视频品宣项目融入学校《新媒体营销》《直播电商运营》等课程实训环节,指导学生团队完成茶油品牌品宣短视

频创作,若视频被企业采用(发布于微信视频号、抖音等短视频平台的茶油品牌官方账号),企业给予学生团队奖金激励。

第四步:可复制的数字化营销赋能直播电商增收模式

将数字化营销赋能广东茶油产业直播电商增收模式复制到其他农林牧渔产业,实现助农增收的目标。通过技术帮扶,在当地创造直播电商岗位需求,为回乡就业、创业人员提供高质量的就业岗位,全面对接乡村振兴产业链、教育链、人才链、创新链,为祖国乡村振兴大业贡献力量。

(三)加强《新媒体营销》精品在线开放课程应用,为农业经理人学员持续进行技能学习提供信息化课程资源

构建线上线下相集合的新媒体营销课程教学资源,在农业经理人新媒体营销实战教学过程中提炼并融入课程思政内容。在培育工作进程中,结合乡村振兴人才实际需求,强化培训服务,完善培训环节,创新培训方式,结合我校专业特色和优势及多年涉农人才培养经验,根据乡村产业新型经营主体负责人从事的产业类型和自身需求,按照“分类型、重实训、强服务”原则,采取面授学习+线上学习+考察互访+导师帮扶的“4合1”培育模式,坚持课堂教学、现场考察、交流互访及帮扶指导“四结合”,对农业经理人开展定制化、体验式、孵化型培育。

培训时间结合农时季节适时安排面授学习+线上学习+考察互访+导师帮扶的“4合1”培育模式,授课地点包括校内实训基地和校外实践教学基地,教学组织为方便学员之间互动交流,根据产业类型拟组建“农业休闲+园林绿化”农业经理人新媒体电商技能提升培训班、“种植业+农产品加工”农业经理人新媒体电商技能提升培训班和“水产养殖业”农业经理人新媒体电商技能提升培训班。

四、结束语

新媒体平台是不断更迭的,平台规则也是不断变化的,但做项目的方法是可总结可归纳的,课题组将项目运营过程中遇到的问题和解决思路进行总结归纳,形成了这份《课程思政背景下农业经理人新媒体营销实战技能提升项目研究报告》,为其他社会机构和兄弟院校的农业经理人新媒体营销技能培育项目开展提供真实案例参考。

参考文献:

- [1] 白华艳,尹冬梅.2022.“新媒体营销”课程与思政教育融合的路径研究.[J].华东理工大学学报(社会科学版),2022(02):184-187.
- [2] 肖金梅,卢秋欣.2022.基于线上线下相结合的高职业院校精品课程建设研究[J].教育信息化论坛,2022(12):15-17.
- [3] 薛汝旦.2024.基于BOPPPS模型的新媒体营销线上线下混合式教学实践研究[J].新闻研究导刊,2024(06):144-146.
- [4] 曹彩霞.2024.乡村振兴背景下农业经理人培育模式探索与实践——以广东科贸职业学院农业经理人为例[J].农业与技术,2024(12):174-176.