

让电子商务案例飞

电子商务渴望案例互动，这是一个越来越无法回避的问题。案例需要被化整为零以便咀嚼，同样又需要化零为整提炼精华。在电子商务教学中，让案例飞就是让理想飞。

文 | 蒯治任

全球学者面向电子商务领域研究历时数十载，始终未能形成自成体系的经典理论实为一大憾事。国内电子商务学科建设在此背景下开展至今实属不易，各种尝试和探索都面向解决“如何让学生充分认识电子商务，紧跟行业应用，跻身专业人士”这个问题而上下求索。自高校大力建设网络化实验环境、引进仿真实验软件后，基于流程化的仿真训练在很大程度上弥补了电子商务课堂讲解的局限性，给专业教学注入了一剂良药。实验对课堂教学的补充在电子商务专业显得尤为重要。

2010年4月，中国网络购物用户规模



突破1亿。在庆祝电子商务行业发展里程碑的同时，专业人才培养的挑战也接踵而至。网购平台全面开放、业务流程极致简化、信息技术愈发多元、运营手段空前复杂，过去为人所津津乐道的流程化仿真开始失效，教学方法革新陷入更大的迷思。

案例何处可寻

没有经典理论支撑，案例分析成为学习电子商务的一条必由之路。纵观国内出版的电子商务案例教材种类数不胜数、更新乐此不疲，超越任何其他学科的数量，这种共识已然形成。然而类似案例教材中却难见精品，滞后、抽象、浅尝辄止的问题一再显现。有人就戏称这些案例为新闻通讯，或是歌功颂德创富奇迹，或是文诤笔伐失败坎坷，缺乏可供分析的数据，缺乏可供学习的细节，全都是基于作者观点的倾向描述和道听途说，可读性很强，但案例研究价值明显不足。真正优质的案例是对案例企业长时间的观察，客观详细地

罗列运营过程中的各种细节，一般是按照时间轴进行历数家珍。案例未必读起来津津有味，但却能留给读者充分思考的空间。因而我们真正需要的不是几页纸的故事，而是一个可供分析的案例数据库。

互动式案例教学工具

案例教学的目的是让学生将知识与应用相关联，以期对知识的领会和掌握。电子商务作为应用学科，大量知识的形成来源于现实应用的归纳，若仅对知识进行死记硬背是毫无意义的。案例教学的基础是案例数据库，除此之外，要让案例在课堂上“飞”起来，互动式教学方法和辅助工具也是必不可少的。多点触摸沙盘应用于电子商务案例教学，即电子商务沙盘，能够让万事齐备。

电子商务沙盘是一种专用于电子商务案例沙盘推演的互动式教学辅助工具，因此它需要具备三个重要特性：一是内置一个电子商务案例数据库，将经典电子商务企业作为案例对象，设置大量案例场景和案例变量，对其进行细致入微的记录；二是设计一套多角色、多环节、互动式的推演流程，帮助学生在沙盘推演过程中对案例进行全方位的剖析，并有效提升专业能力；三是基于一种真十点的多点触摸技术，能够容纳四名以上学生同时同机触摸操作，完成现场互动。

电子商务案例数据库在设计时采用以用户体验为中心，从消费者、专业人士、行业专家的三个维度来分类不同案例对象的不同案例场景和案例变量。用户体验是电子商务运营的核心内容，是电子商务企业有别于其他类型企业的存在方式，也是最易于观察和记录信息。在电子商务领域

内有三种人与企业运营密切相关，即消费者、专业人士和行业专家。消费者是电子商务企业的服务对象，所关心的是能否获取满足消费需求和体验相关的一切产品和服务；专业人士是电子商务企业的运营者，所关心的是如何尽一切可能提升用户体验和消费者满意；行业专家是电子商务企业的决策者，所关心的是怎样做好电子商务企业运营的一切重要决策。不同的案例分析维度、不同的案例对象、不同的案例场景、不同的案例变量，构成了电子商务案例数据库的多元化层次结构。

基于角色的案例互动

电子商务沙盘所提供的案例互动是基于消费者、准专业人士和准行业专家三个角色的，与案例数据库中的三个维度相互呼应。学生按照3-4人的规模分成若干个团队，同时同机操作一个电子商务沙盘，每个沙盘分四个操作界面，其中三个角色操作界面和一个团队操作界面。在角色操作界面中，沙盘根据不同角色显示不同的案例场景和案例变量，并提供图表引擎和数据分析工具；在团队操作界面中，沙盘为团队设计了一系列案例分析主题，每个主题由一组案例分析指引组成，要求团队为每个指引基于三个角色选择正确的案例对象、案例场景和案例变量，错误的选择将被沙盘提示并记录下来，选择正确则进入下一个指引。待团队完成了一个分析主题的所有分析指引之后，就会自动进入案例报告的生成界面，阅读这一主题的案例分析报告，并要求学生进行补充和完善。案例分析报告是检验整个教学效果的重要依据。整个案例互动过程以学生合作学习、角色互动的方式圆满完成。