



人才培养方案

电子商务专业

电子商务专业人才培养方案

一、专业名称与专业代码

电子商务 630801

二、招生对象与学制

招生对象：普通高中毕业生、中等职业学校毕业生

基本学制：三年。

试行学分制，允许学生根据自身实际情况在基本学制基础上，适当延长或缩短修读期限，三年制专科专业学生修读期限为 2-5 年。

三、专业人才培养目标

本专业培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、具有诚实守信、保守商业秘密的职业道德和较强的创新意识，以及可持续发展的能力，掌握电子商务网店运营与推广、视觉设计、客户服务基本专业知识和技能，面向生产企业、流通企业和电子商务企业高素质技术技能人才，能够从事网店日常运营管理、在线商品（服务）推广、店铺视觉设计；海报、商品详情页制作；在线客服接待、物流信息处理等工作，在 5 年内成为电子商务运营和推广、视觉设计、在线客服岗位的专业技术骨干。

四、职业面向

电子商务专业就业面向岗位如表 1 所示。

表 1 电子商务专业就业面向岗位

序号	职业领域	初始岗位	发展岗位	职业岗位升迁 平均时间/年
1	开展网上交易的中小微企业、电子商务平台	网店运营专员	网店运营总监	3-5
		网络营销专员	网络营销经理	3-5
		网站美工	视觉设计师	3-5
		客户服务专员	客户服务经理	3-5
		物流专员	物流服务经理	3-5
2	开展网上信息宣传的中小微企业	网络营销与推广	网络营销经理	3-5

五、专业人才培养规格

（一）素质结构

1. 思想政治素质

具有科学的世界观、人生观和价值观，践行社会主义核心价值观；具有爱国主义精神；具有责任心和社会责任感；具有法律意识。

2. 专业素质

具有从事网店运营、网络营销与推广、视觉设计、客户服务、物流管理等工作所必须的专业知识和技能；具有一定的商业活动经营思维。

3. 文化素质

具有合理的知识结构和一定的知识储备；具有刻苦钻研本专业知识的的精神；具有持续学习和终身学习的能力；具有一定的创新意识、创新精神及创新能力；具有一定的人文和艺术修养；具有良好的人际沟通能力。

4. 身心素质

具有健康的体魄和良好的身体素质；拥有积极的人生态度；具有良好的心理调适能力。

（二）知识结构

1. 公共基础知识

主要掌握政治思想、英语、体育、计算机基础、心理健康、就业创业等知识。

2. 专业基础理论知识

专业基础理论知识包括市场营销实务、电子商务基础、图形图像处理、美工基础、Excel 应用等知识。

3. 专业知识

专业知识要求掌握网店运营实务、网络营销、电商视觉设计、客户关系管理、配送实务、电子商务网站设计与制作、电子商务经营数据分析、企业管理、经济法、财务基础等知识。

（三）专业能力

1. 职业基本能力

- （1）具有良好与人沟通能力和书面表达能力。
- （2）具有对新知识、新技能的持续学习能力。
- （3）具有运用计算机等技术进行商务信息的采集与处理的能力。
- （4）具有商业敏感性和通过互联网解决问题的思维能力。

2. 职业核心能力

- （1）具有电子商务日常交易处理的能力，能够熟练地处理网上单证、对商品进行采购管理。
- （2）使用各种营销工具和新媒体进行商品和服务的营销推广能力。
- （3）具有商品信息采集、图片处理、进行店铺视觉进行设计的能力。
- （4）与客户进行沟通的能力、解决客户投诉和抱怨、洞察客户心理的能力。

(5) 具有订单处理, 对订单进行分拣发货的操作能力。

(四) 职业态度

具有爱岗敬业、吃苦耐劳, 刻苦钻研的精神; 具有分析问题与解决问题的能力 and 不断学习、创新的能力。

六、课程体系

(一) 专业人才培养的课程体系

围绕电子商务专业的培养目标, 根据网店运营、网络营销与推广、视觉设计、客户服务、物流管理工作岗位所需知识和技能, 以市场人才需求为起点, 以职业岗位群职责、工作任务、工作流程分析为依据, 设置专业人才培养的课程体系。学生在校期间可以考取网店运营与推广、电子商务数据分析职业技能等级证书。课程体系结构明细如表 2 所示。

表 2 课程体系结构明细表

课程属性	课程性质		课程名称
公共基础课程	必修课	思想政治教育	思想道德修养与法律基础、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、形势与政策、民族理论与民族政策
		体育健康教育	大学体育、大学生心理健康
		创业就业教育	创业教育、就业指导 (含专业教育、职业生涯规划、创就业教育)
		基础文化教育	大学英语、计算机基础
		军事劳动教育	军事理论、军事技能训练 (含入学教育)、公益劳动 (含志愿服务)
	选修课	人文类	学院确定
		艺术类	
		创新创业类	
		其他	
专业技能课程	必修课	专业基础课	电子商务基础、市场营销实务、图形图像处理、美工基础、Excel 应用
		专业核心课	网店运营实务、电子商务网站设计与制作、网络营销、电商视觉设计、客户关系管理、配送实务
		专业实践课	专业综合实训、工业企业模拟沙盘实训、顶岗实习
	选修课	专业限选课	专业技术创新教育、电子商务网站设计与制作、电子商务经营数据分析、经济法实务、财务基础、企业管理、网上支付与结算、电子商务安全技术、国际贸易实务、消费心理学、电子商务法律法规、市场调查与预测、人力资源管理
		专业任选课	网上创业实务、新媒体营销、跨境电商、AI 平面设计

(二) 人才培养方案的实践教学体系

根据电子商务专业人才培养目标, 按照毕业生应具备的基本素质、知识、能力、职业态度要求, 以工作任务为中心、以实践技能为主线来设置本专业的实践教学内容, 构建实践教学内容与体系如表 3 所示。

表3 实践教学内容与体系

教学内容	实践教学环节	基本教学目的
公共基础课程实践内容	入学教育	思想政治和专业思想教育
	军事技能训练	培养基本军事常识、技能和国防观念
	思想政治理论课实践	培养思想道德素质及理论联系实际、社会调查和沟通能力
	创业就业实践	培养创新意识、创业就业能力
	随堂进行的实验或实验课	培养基本实验技能和实验组织能力
	文体活动、社会实践、创新实践	培养身心素质、文化素养
专业技能课程实践内容	随堂进行的实践或实训课	培养电子商务专业基本实践技能
	专业综合实训	培养电子商务综合运营的实践技能
	课程设计	培养企业经营的基本技能
	认知实习	认知电子商务工作岗位流程、岗位任务
	教学实习	掌握电子商务运营的基本技能
	顶岗实习	培养网店运营、网络营销与推广、视觉设计、客户服务、物流管理岗位工作能力

七、专业核心课程

（一）网店运营实务

本课程主要介绍了通过互联网等信息技术进行 B2C 和 C2C 两种模式下商品和服务销售的方法，通过学习使学生掌握网店装修、网店运营管理、网络营销、客户服务的知识和技能，能够完成网店运营的主要工作。主要教学内容包括：认识网络零售、网货采购、网店设计与建设、网店日常运营管理、网店营销等。

（二）网络营销

本课程主要介绍了企业网络营销职能、网络营销工具的使用、网络营销管理等内容，通过学习使学生掌握网络营销工具的使用知识和技能，从而能够完成企业经营活动中的网站优化、网站推广、网络促销、网络客服等商业活动。主要教学内容包括：认知网络营销、网络营销的工具和方法、搜索引擎营销、许可邮件营销、新媒体营销、网络广告等内容。

（三）配送实务

本课程主要介绍了配送作业管理的基本知识，通过学习使学生掌握物资配送的基本方法和在现代信息技术下，快速集货、拣选、配货、送货的知识和技能，最大限度满足客户多品种、小批量购买的需求。主要教学内容包括：认识配送中心、电子订单处理、备货、补货、拣货、配货、配载、送货作业、流通加工及包装加工操作、货物分类及产品再加工、配送成本管理、物流信息技术等。

（四）电子商务视觉设计

本课主要介绍了商品信息采集、产品图片处理、商品页面编辑、详情页面制作的方法，通过学习使学生掌握图文编辑、视觉设计的知识和技能，能够进行店铺的美工编辑和整体设计。主要教学

内容包括：商品图片的拍摄和处理、商品详情页的制作、店铺整体页面的设计等内容。

（五）客户关系管理

本课程主要介绍了客户关系管理的基本理论，通过本课程的学习，使学生掌握客户识别、客户区分、客户互动、客户关系测评与维护、操作 CRM 系统等知识和技能，从而提高客户关系管理综合应用能力。主要教学内容有：客户关系管理认知、客户挖掘、客户关系保存、CRM 操作等。

（六）电子商务网站设计与制作

本课程主要介绍了网站创建和网页制作基本知识、Dream weaver CC 网页制作集成工具使用的方法等方面的内容，培养学生网页设计的能力，该课程以实例教学的方式传授网页设计理念和制作方法。通过本门课程的教学，培养学生在网站项目方面的策划、设计、制作、调试、维护等能力。主要教学内容包括：美化网页文本、使用超链接、设计网页图像与多媒体、使用表格、设计 CSS+Div 等内容。

八、学分、学时分配比例

理论课程即 A 类和 B 类（含课内实验/实践）16 学时计 1 学分。其中，体育 30 学时计 1 学分，形式与政策 40 学分计 1 学分。实践课程 C 类，按每周计 1 学分（30 学时），包括课程设计、跟岗实习、专业综合实训（毕业设计）、顶岗实习、入学教育和军训等。

学分、学时分配比例如表 4 所示。

表 4 学分、学时分配比例表

类别	必修		选修		理论教学				实践教学				小计	
	学分	比例	学分	比例	学时	比例	学分	比例	学时	比例	学分	比例	学分	比例
公共基础教育	33	24.09%	8	5.84%	500	18.01%	29	21.17%	292	10.52%	12	8.76%	41	29.93%
专业（技能）教育	77.5	56.57%	18.5	13.5%	518	18.66%	31.5	22.99%	1466	52.81%	64.5	47.08%	96	70.07%

九、毕业规定

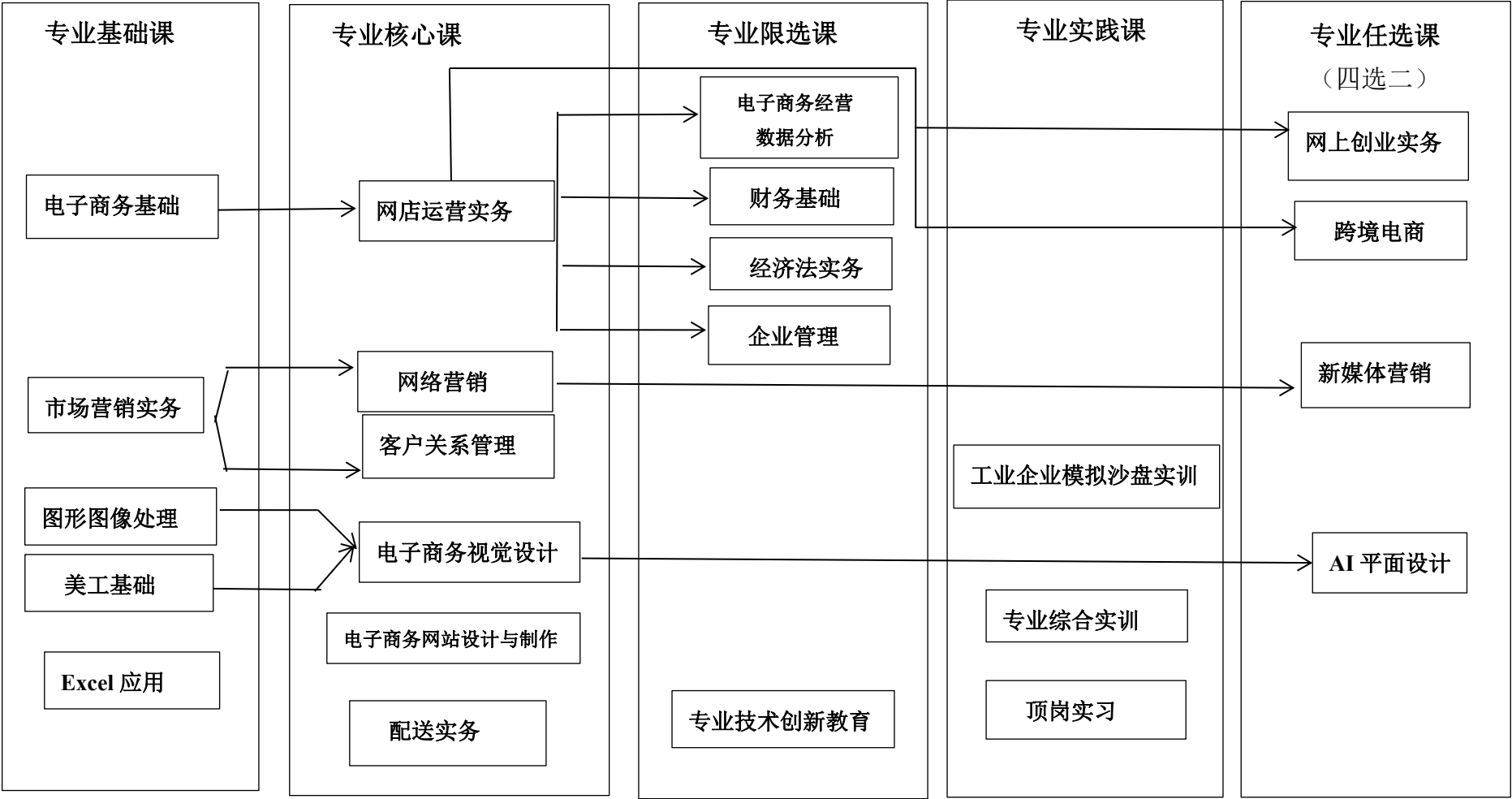
在规定的修读年限内，同时满足以下两个条件，方可毕业：

1. 学生在校期间应修满 137 学分，其中，必修课 110.5 学分，选修课 26.5（含公共基础教育 8 学分）。
2. 学生身体素质测试成绩达到 50 分及以上（因病或残疾学生，凭医院证明向学校提出申请并经审核通过后可准予毕业）。

十、指导性教学计划

电子商务专业指导性教学计划如附表 1 所示。

十一、选课指导（课程配置流程图）



十二、教学保障

（一）师资队伍

师资队伍结构适应专业发展需要和教学需要。专业带头人能够站在电子商务专业领域发展前沿，熟悉行业企业最新技术动态，把握专业技术改革方向；骨干教师能够根据行业企业岗位群的需要开发课程，及时更新教学内容。电子商务专业毕业生能够在相关专业中的就业率达到 98%以上，广受好评。

1. 学历和职称结构合理

具有研究生学历、硕士以上学位的教师占专任教师比例的 90%以上，具有副高级以上职称的专任教师占 50%。

2. 双师比结构合理

目前双师资格教师达 80%。学校鼓励教师到企业挂职锻炼，并获取相关的职业资格证书，逐步提高“双师型”教师的比例。从事实践教学指导工作的教师必须相关岗位的职业资格证书或具备累计 1 年以上的企业工作经历。

3. 专兼比结构合理

教学队伍中，企业兼职教师同专任教师比例应当大于 40%，是行业中的业务及管理骨干，从而保证为学生讲授最新的知识和技能。

学校出台了《外聘教师聘用及管理办法》、《“青蓝工程”实施和管理办法》、《专业负责人和课程负责人选拔与管理办法》、《教师工作量计算及考核办法》等一系列师资队伍建设制度，不断规范教师聘任，促进青年教师快速、健康成长，改善师资队伍水平，确保人才培养方案高质量实施，推动学院教育教学质量进一步提高。

（二）教学设施

教学设施主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、校内实训室和校外实训基地等。

1. 专业教室基本条件

专业教室一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 Wi-Fi 环境，并实施网络安全防护措施；安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2. 专业实训室

为了满足人才培养的需求，本专业结合基于电子商务工作过程，构建“校企结合、优势互补、资源共享、双赢共进”的校内生产性实训基地和校外实训基地，并建立有利于教学与实践相融合的实训管理制度，以保障基于电子商务工作过程的人才培养模式的实施，突出体现专业的职业性、开放性，培养学生的核心能力。通过行业协会、电子商务产业园等平台，紧密联系企业，多渠道与企业合作。

（1）校内实训室

实训室建设是高职学生能力培养最重要的环节,而实践课是培养学生能力的最佳途径。本着“课程教学理实化、实践场所职业化”的原则,专任教师与企业兼职教师共同根据课程实施的需要,设计并建设了理实一体专业实训室,重点加强教学功能设计及企业氛围的建设,使学生在校期间能感受企业文化范围,接受企业操作规范,为学生提供真实的实践环境和模拟的企业氛围。通过实践学习,真正提高学生的技能和实战能力。电子商务专业的实训室目前主要有:产品摄影实训室、电子商务运营实训室、电子商务客户服务实训室等。

①产品摄影实训室

商品采编实训室应配备投影设备、白板、计算机,安装 Photoshop、Dreamweaver、Flash、等软件;网络接入或 Wi-Fi 环境;配备数码相机、相机三脚架、引闪器、反光板、柔光灯、摄影灯架、静物台、拍摄幕布、背景板等摄影器材,满足中小型商品以及人物的拍摄需要;拍摄区要求全遮光环境;配备商品展示柜、相关搭配道具等。实训室图形图像处理、电商视觉设计、电子商务网站设计与制作、AI 平面设计等课程的教学与实训。

②电子商务运营实训室

电子商务运营实训室应配备服务器、投影设备、白板、打印机、提供网络接入或 Wi-Fi 环境。配备的计算机安装 Windows 操作系统、MySQL、.Net 等软件,可以根据需要构筑不同的商业应用场景。实训室支持网店运营实务、网络营销、Excel 应用、电子商务经营数据分析、跨境电商、网上创业实务、新媒体营销等课程的教学与实训。

③电子商务客户服务实训室

电子商务客户服务实训室应配备服务器、投影设备、白板,网络接入或 Wi-Fi 环境,计算机,语音网关、录音服务器、多媒体耳麦、拨号器等呼叫中心实训设备;支持市场营销、客户关系管理等教学与实训。

(2) 校外实训、实习基地

在校外实训基地的建设中,积极寻求与企业开展深层次、紧密型合作,建立稳定的校外实训基地,充分满足本专业所有学生综合实践能力及半年以上顶岗实习的需要,发挥企业在人才培养中的作用,由企业提供场地、办公设备、项目和技术指导人员,企业技术人员与教师共同组织和带领学生完成真实项目,形成校企共建、共管的格局。

校外实训基地的主要功能如下:有利于学生掌握岗位技能,提高实践能力;满足学生半年以上顶岗实习的需要,从而实现学生在基地的顶岗后就业;有利于学校及时了解社会对人才培养的要求,及时发现问题,有针对性地开展教育教学改革。

顶岗实习环节是教学课程体系的重要组成部分,是学生步入职业的开始,应制定适合本地实际与顶岗实习有关的各项管理制度来规范和完善顶岗实习工作。在专、兼职教师的共同指导下,以实际工作项目为主要实习任务,学生通过在企业真实环境中的实践,积累工作经验,使其具备职业素养综合能力,达到“准职业人”的标准,从而完成从学校到企业的过渡。

（三）教学资源

1. 开发基于工作过程的课程教材

教材建设是高等职业教育课程改革的重要组成部分，依据基于工作过程课程开发的原则，要突破学科体系的框架，将职业教育的教学过程与工作过程相融合，在内容选择上，要坚持“四新（新知识、新技术、新工艺、新方法）、三性（实用性、应用性、普适性）”的原则；在编写形式上，要将专业理论知识和技能向企业工程项目的工作任务、工作内在联系和工作过程知识转变，以工作过程所需的知识和技能作为核心，以典型工作任务作为工作过程知识的载体，并按照职业能力发展规律构建教材的知识、技能体系，使之成为理论与实践相结合的一体化工学结合教材。

基于工作过程课程教材的开发，使学生可以在学习情境中进行职业岗位的训练，使其具有从容应对岗位需求的各项能力。

2. 选用优秀的高职高专规划教材

教材是实现人才培养目标的主要载体，是教学的基本依据。选用高质量的教材是培养高质量优秀人才的基本保证。近年来，许多出版社在“教育部高职高专规划教材”和“21 世纪高职高专教材”的组织建设中，出版了一批反映高职高专教育特色的优秀教材、精品教材。在进行教材选用时，应整体研究制定教材选用标准，使在教学中实际应用的教材能明显反映行业特征，并具有时代性、应用性、先进性。

3. 网络资源的利用

为了满足各专业信息网络教学的需要，学校校园网的主干带宽要达到千兆速率传输能力，专业教学场所（校内实训基地）、自主学习场所（图书馆、学生宿舍）达到无线网络全覆盖，确保学生在课程学习中的所有计算机终端设备能够访问校园网的专业课程资源和互联网的专业学习资源。

学校进行了专业优质核心课程的建设，开发了电子教案、电子课件、模拟仿真项目、教学视频、学生自主学习资源、实训项目及指导、理论及实践技能测试题库（自动评分）、案例库等网络教学资源，形成交互式网络课程，带动专业课程的改革，逐步建设成一整套专业教学资源库，全面提高人才培养质量。

（四）质量保证

为确保人才培养方案的顺利实施，学院制定了相应的教学管理制度，建立了完善的教学质量评价与监控体系，进一步加强校企合作，成立了职教集团，建立了相应的校企合作制度。

1. 教学管理制度

①教学运行管理制度

学校制定了《教学工作规范》、《教学管理规程》、《关于教师调课、代课、补课的规定》、《选修课管理办法》、《课程考核管理规定》、《课程考试改革的指导意见》、《学生顶岗实习管理办法》等制度，并在教学运行中严格执行，确保教学工作顺利进行。

②师资队伍建设制度

学校出台了《外聘教师聘用及管理办法》、《青蓝工程”实施和管理办法》、《专业负责人和课程

负责人选拔与管理办法》、《教师工作量计算及考核办法》等一系列师资队伍建设制度，不断规范教师聘任，促进青年教师快速、健康成长，改善师资队伍水平，确保人才培养方案高质量实施，推动学院教育教学质量进一步提高。

③教学基本建设管理制度

学院制定了《专业教学资源库建设管理办法》、《专业教学资源库建设技术规范》、《关于制定各专业教学标准的原则意见》，保障人才培养实施的基础条件。学院成立了教学委员会，制定了《教学委员会章程》，教学委员会在院长领导下开展工作，对学院教学及教学管理工作开展咨询、指导、审议和评价等活动。

④顶岗实习管理制度

学院制定了《学生顶岗实习管理办法》，成立了由院长担任组长，分管教学和分管学生的副院长担任副组长，教务处、就业处和各系主要负责人为成员的顶岗实习组织机构。顶岗实习实行院系两级管理，教务处、就业指导处（校企合作处）负责宏观管理，各系及教研室负责组织实施。各系成立由系主任担任组长的顶岗实习工作小组，负责本系顶岗实习工作的组织实施，确保顶岗实习教学环节顺利进行。

2.教学质量评价与监控体系

①建立院系两级教学督导体系

建立了由学院督导办和系（部）教学督导组组成的院系两级教学督导体系。院级督导在院领导下由学院督导办具体负责对全院教学工作的各个环节进行督导。为了确保督导工作扎实有效进行，督导办还聘请了4名资深的教学专家协同督导办人员进行督导。系（部）教学督导组由系（部）主任或副主任任组长，由3-5名具有较丰富的教学和教学管理经验或经验、有较高的学识水平和较强的责任心的教师担任成员，在学院督导办的指导下，组织开展本系（部）教学质量监控工作，并配合院督导办完成学院教学督导工作。

②建立教学质量评价制度

学院制定了《教师教学工作质量考核实施办法》，每学期通过教师的教学规范、学生评价、听课评价、教育教学研究工作及教学检查扣分等五项内容对任课教师的教学工作进行整体评价。学生评价由教务处在每学期的第13--15周通过教学系组织各班50%以上的学生对教师进行一次全面评价。听课评价包括教师相互听课或说课、督导和领导听课，其中各占听课评价的比例为：督导听课占70%（含专职督导员听课、兼职督导专家听课和领导听课），教师相互听课占30%。

为了进一步明确各级管理工作的职责，发挥学院在教学管理中的宏观调控作用和系部在教学管理中的主体作用，实现全过程、全方位管理，提高教学质量和管理效益。学院制定了《系部教学、科研工作考核办法》，对系部教学科研工作从教学管理、教学状态、教学效果、教学发展和教科研五个方面进行考核评价。

③构建教学质量监控体系

一是建立日常教学检查制度；二是建立期初、期中、期末教学集中检查制度；三是建立各级人

员听课制度；四是建立学生评教制度；五是建立教师教学工作考核制度；六是建立教师教学奖惩制度，对于在教学一线业绩突出的教师给予评优奖励，对于发生教学事故的教师严格按照《教学事故认定及处理办法》处理；七是建立教学质量监控组织，制定了《关于进一步加强教学管理 严格质量监控的意见》，在院长和主管教学副院长领导下，建立了教务处、督导办是教学质量监控的组织管理部门，各系（部）是教学质量监控的实施部门的教学质量监控组织。

④建立教学质量反馈制度

各二级学院每个学期组织召开一次教学情况反馈会，加强与学生之间的交流，了解学生对学院教学工作的意见和建议。各二级学院每个学期组织召开一次学生学习经验交流会，交流学习方法和学习心得体会，在学生中营造良好的学习氛围。

3.校企合作制度

①完善校企合作组织机构

经教育厅批准，由学院牵头成立了“教育集团”。学院充分利用职教集团平台资源，邀请企业参与学院人才培养和专业建设工作，力求学院人才培养和专业设置与企业岗位需求达到无缝对接。为了实现这一目的，学院在各系建立专业建设指导委员会，邀请企业高级技术人员参与进来，为各系专业设置出谋划策。在产教深度融合过程中，学院着力打造“专兼结合、动态组合、校企互通”的专业教学团队，聘请 11 位企业高管和高级技术人员为学院企业兼职教授，并将 11 位教授合理分配到各系和就业指导教研室，参与学院教学、就业创业指导、专业设置、科研项目等工作，为完善学院运行机制助力。

②强化校企合作制度建设

校企合作体制机制建设重点是制度的建立，着力解决校企合作运行规范管理的问题，在各成员之间实行统一领导、责任共担、资源共享、连锁发展，同时还加强了学院内涵建设，达到相互融通共同发展提高的目的。学院以职教集团各理事单位为合作紧密层，共同制定了《校企人员互兼互聘管理办法》、《学生顶岗实习管理办法》、《双师素质教师培养认定办法》、《专业教师企业实践管理办法》等制度，为校企合作育人提供了制度保障。

附录：

一、人才培养路径

（一）人才培养模式设计理念

1. 素质教育理念

培养德、智、体、美、劳全面发展的高素质技能型人才，首先坚持育人为先，德育为先，把立德树人作为根本任务。根据这一原则，本专业培养任务把培养学生的人文素养、职业道德放在首位。通过通识必修课和通识选修课的设置来体现这一理念。

2. 能力培养理念

以能力为本位的教育体系，注重培养学生工作岗位需求的知识和技能。所以在课程设置上加大实践课程的比例，培养学生在专业课程的基础上加强实践能力的训练。

3. 服务区域经济理念

人才培养方案要主动适应地方经济发展的需要，做好市场需求调研及分析工作，使课程设置和教学内容及时跟进经济、社会发展的需求。

（二）人才培养模式设计思路

人才培养模式建立的过程如下：企业调研——岗位技能点分析——确定本专业人才培养目标和培养定位——确定人才培养模式，人才培养模式是为了达到人才培养目标的要求而建立的，人才培养模式是否适用，就要看能否培养出企业需要的人才。人才培养模式中提出的各种手段和方法都需要和实现人才培养目标紧密结合。此外，人才培养模式的建立还要考虑目前地方经济和学校的各种教学资源的实际情况。电子商务学院坚持以培养高素质技术技能型人才为主线，依托校企合作，积极探索“产教融合、校企合作、工学结合”人才培养模式改革，从办学实践出发，依据各专业群的建设基础与特色，经概括、归纳、综合，形成“工学结合、资源共享、各具特色”的学院专业群人才培养模式。

（三）人才培养模式描述

在电子商务学院“工学结合、资源共享、各具特色”的专业群人才培养模式框架下，提出了电子商务专业“工学结合，资源共享，课证融通”的人才培养模式，即以培养高素质技术技能型人才为主线，把“产教融合、校企合作、工学结合”作为人才培养模式改革的重要切入点，通过优化理论教学体系，强化实践教学体系，内化素质教学体系，整合校企资源，推进资源共享。

“工学结合”是指在教学过程中，分析企业对人才的需求，确定工作岗位，并细分工作技能要求，在此基础上确定相应的课程体系，同时课程之间的开设顺序遵循岗位中能力不断提升的逻辑关系，体现岗位发展的需求。在实践课程教学中，进行深度校企合作，通过企业认知、教学实习、顶岗实习、校中厂等多种形式培养学生的实践操作技能。

“资源共享”是指电子商务学院以电子商务专业为核心，以自治区示范校重点专业为契机进行了专业群建设，由于电子商务是涉及市场营销、物流、会计金融等多个领域的专业，涉及面广，所

以在课程资源、实习实训基地、师资配备会和其他专业有所交叉，所以进行“资源共享”能够最大程度上调动各方的力量进行专业建设，提高资源使用效率。

“课证融通”是指鼓励学生在取得毕业证书的同时，还取得相应职业技能等级证书，把和电子商务专业相关的职业技能等级证书如“网店运营与推广”、“电子商务数据分析”等的职业技能标准融入网店运营实务、网络营销、电商经营数据分析等相关专业课程标准当中，在专业课程的模块教学中体现 1+X 证书考核的要求，使得知识和技能的培养符合企业用人的需求，学生获得了 1+X 证书后，折算学分参照学校学分认定与置换管理办法。

目前在“工学结合，资源共享，课证融通”的人才培养模式下，以岗位职业能力要求界定专业的学习领域，遵循“由浅入深，由易到难，循序渐进”的原则，构建包括专业基础课、专业核心课、专业选修课的课程体系，具体做法如下：

1. 第一学期，职业认知和专业认知阶段。以认识职业岗位，进行职业生涯规划设计为引导，开设电子商务基础、市场营销实务、图形图像处理、美工基础、Excel 应用等专业基础课程，使学生开始进入职业认知和专业认知，为后续的专业教育提供基础和保证。

2. 第二、三、四学期，深入理解专业知识、内化职业素养、职业能力训练阶段。开设网店运营实务、网络营销、电子商务网站设计与制作、电子商务视觉设计、客户关系管理、配送实务等专业核心课程，学习电子商务专业核心岗位技能，在课程内融入大量实操内容，培养学生的实践动手能力。开设电子商务经营数据分析、经济法实务、财务基础、企业管理、工业企业模拟沙盘实训等专业限选课程，拓宽学生的知识面，使学生掌握电子商务经营活动必须的其他知识和技能。

3. 第五学期，专业综合能力训练、专业能力提升、深化阶段。通过开设专业综合实训以及网上创业实务、新媒体营销、跨境电商、AI 平面设计等专业任选课程，培养学生对岗位的进一步认知，并通过专业任选课程，根据学生的爱好和兴趣为其选择就业岗位，提供深入的技能培养。

4. 第六学期，综合运用专业知识、技能解决实际问题及顶岗实习阶段，完成顶岗实习任务。

本着自愿参与的原则，鼓励学生在专业课程学习完成之后，参加“网店运营与推广”、“电子商务数据分析”两种 1+X 证书的培训和考证，并依据学校学分认定和转换的规定，通过 1+X 证书考试的同学可以置换《网店运营实务》、《网络营销》、《电子商务经营数据分析》等课程的学分。

二、人才需求与专业改革调研报告

（一）调研背景

近几年，随着互联网的普及国家政策的支持，电子商务在我国工业、农业、商贸流通、交通运输、金融、旅游和城乡消费等各个领域的应用不断得到拓展，应用水平不断提高，正在形成与实体经济深入融合的发展态势。跨境电子商务活动日益频繁，移动电子商务成为发展亮点。大型企业网上采购和销售的比重逐年上升，部分企业的电子商务正在向与研发设计、生产制造和经营管理等业务集成协同的方向发展。

数据显示，2018 年中国电子商务整体交易规模约为 28.4 万亿元，增长 17.8%。随着电子商务行业的逐步完善，预计 2019 年中国电子商务交易规模将超 30 万亿元，同比增长为 16.2%。

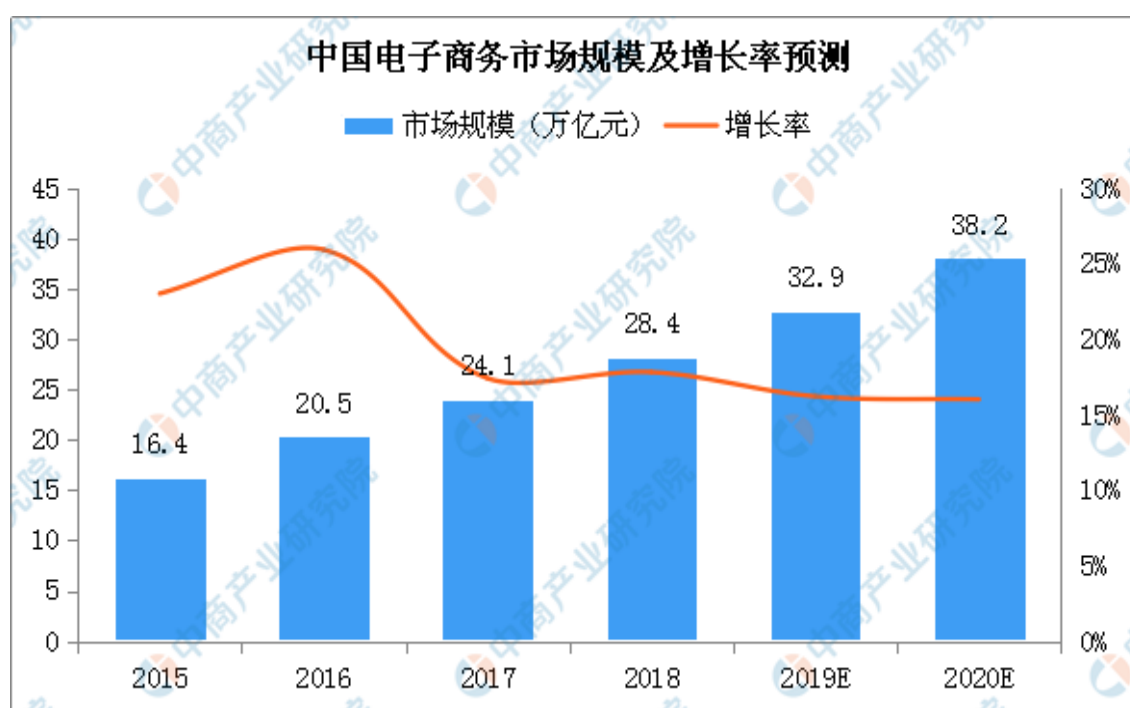


图 1 2015 年-2020 年中国电子商务市场规模及增长率预测

在国家相关政策大力支持下，随着全区信息化工作的不断深入，内电子商务和物流等新兴服务业进入快速发展阶段，随着《某某 2014—2020 年电子商务发展规划》和《某某加快电子商务发展若干政策规定》等文件相继出台，各盟市也相应出台或制定了相应规划，并落实相关政策，自治区特色型区域电子商务得到很好发展，全区电子商务“三核两带”的格局正在形成。在电子商务快速发展的同时，一些配套的服务体系也应运而生，在带动就业、创新模式等方面起到了促进作用。

近两年来，某某企业信息化试点工程成效显著，90%规模以上工业企业不同程度采用了信息技术，这就为开展电子商务打下了良好的基础，其中，钢铁、机械、冶金、煤炭、绒纺、乳业等重点发展行业也都陆续开展了电子商务。如伊利集团已经陆续开发了包括 ERP、库存管理、销售管理等在内的众多系统，现在全国的分公司和经销商的每日生产和销售信息都能在总部看到。

2018 年 1-11 月，某某累计电子商务交易额 2373.93 亿元，同比增长 25.4%，累计网络零售额 295.23 亿元，同比增长 41.05%。



图 2 2018 年 1-11 月某某各市（盟）电子商务交易额占比

2014 年 3 月，某某市成为第二批国家电子商务示范城市之一。金川、金桥、新城等 5 家具有一定规模的电商集聚区，总规模达 20 多万平方米，集聚各类电商企业 600 余家，培育形成了航天云网、中国薯网、华蒙通等一批国内知名电商交易平台，某某地区网店分布如图 1 所示。蒙牛、伊利、食全食美、民族商场等企业电商应用程度日益深化。其中，蒙牛集团 2018 年全球电商数据应用平台正式启动运营。食全食美的“食全食美生鲜配送网上订单系统”、“食全食美 VIP 商城”和“美通商城”三大电子商务营销平台运营良好，电商公共服务平台在线培训课程开设 500 多门，先后举办各类电商培训 150 余场，参与人数达 4500 余人，与十余所高校建立了校企合作。电子商务进农村综合示范工程推进平稳，建成 5 个县级电商公共服务中心和近 300 个村级服务站，为农产品上行提供品牌注册、分拣包装、网站托管等服务，打造了“臻麓源”、“黄河九曲”、“可心可意”等农产品网销品牌。由电子商务间接带动的就业人数已超过 2 万人，覆盖农牧业、商贸流通、旅游服务、文化创意等众多产业，示范效应开始显现。2018 年 7 月，某某市获批国家跨境电子商务综合试验区，白塔航空口岸实现“一机双屏、关检合一”查验模式，通关速度明显加快。

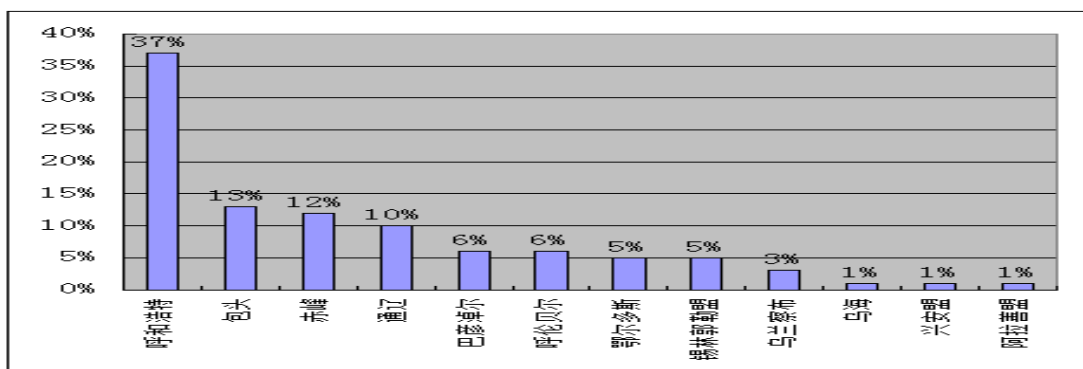


图3 某某网店分布图（数据来源：天猫、淘宝等主要平台）

（二）人才需求分析

在我国电子商务快速发展的大环境下，电子商务人才严重短缺，由于互联网用户正以每年 100% 的速度递增，人才缺口相当惊人，未来 5 年，我国 3100 多万家中小企业将有超过半数企业涉足发展电子商务，电子商务的人才需求更加趋紧。根据社会对行业人才的需求以及专业培养的能力分析，电子商务行业的岗位（群）分布非常广泛，主要有：电子商务运营、网站推广与策划、网站开发人员、网站视觉设计、在线客服、商务数据分析、物流配送等，广泛的岗位群带动了大量的岗位人才需求。数据显示：我国自从 2000 年来，教育部已经批准了 339 所本科高校和 650 多所高职高专设置电子商务专业，每年大约有近 10 万多毕业生，每年培养的电子商务人才，只能满足这个产业半个月的人才需求。

电子商务专业毕业生在进入人才市场时本应抢手，但事实并非如此，近年来电子商务专业应届毕业生就业率并不是很高，电子商务专业应届毕业生就业率远远低于全国大学生就业平均水平，这种状况不容乐观。造成这种局面的根本原因在于高校在电子商务人才的教育和培养方面还存在欠缺，在这种情形下培养出的学生很难符合社会对电子商务人才的需求标准。

从上面的情况看，无论是社会的需求、经济的发展，还是国家的要求都促使我们必须进一步深化专业教学改革，探索电子商务专业高职人才的培养模式，为高职电子商务专业的健康发展提供理论和实践方面的指导。

我院 1999 年就设立了电子商务专业，2003 年开始招收高职生，到 2018 年我们已经为自治区培养了 1900 多名电子商务专业的学生，但反思电子商务专业的培养方案，远远跟不上电商行业快速更新的知识 and 技能，电商新技术、新模式不断涌现，例如社会化电商、跨境电商、网红经济的尝试。学校贴近实践知识结构的师资匮乏，导致给学生讲授的电商知识和技能与企业实践和需求脱节严重。

经过几年的教学实践和教学研讨，我们深刻地认识到：电子商务专业不是一个全新的专业，而是将市场营销、商业、经济管理和现代物流等传统专业利用现代计算机技术和网络技术等现代信息技术进行的综合和改良，属于现代商务技能综合的边缘学科专业，满足了社会对商务复合型技能人才的岗位需求，电子商务就业岗位中，运营人才是非常缺乏的，这一岗位对学生的要求比较高，既

要懂得电商基本知识知识，还要熟知网络营销的各种方法及所经营品类的特点，其次是美工、客服、仓储物流也是用量人量比较大的岗位。

随着企业界认识的深化和大量企业向电子商务的转型，企业必将会逐步减少对传统商务系列专业的岗位需求，而增加对掌握现代商务技能更为全面综合的新型电子商务专业毕业生的岗位需求。可以认为，三年后我院专科层次的电子商务专业的毕业生在自治区各行业的营销、贸易、金融证券、保险、旅游、现代物流、管理、服务等领域将有足够的就业生存空间。

（三）调研情况

1. 调研目的

电子商务专业 2014 年评为自治区重点建设专业，经过自治区示范院校的建设，电子商务专业的建设有了长足的发展，2017 年 8 月，电子商务专业又被列为创新发展行动计划的骨干建设专业，2018 年年底，学校又启动了学分制改革，探索在学分制下的课程体系优化和改革，为了使该专业的培养定位更精准更清晰，更符合电子商务的各岗位需求，进行企业调研，调研的结果作为电子商务专业人才培养方案修订和相关课程改革的主要参考依据。

- （1）通过企业调研明确电子商务专业的岗位分布及岗位分析。
- （2）根据调研数据，以人才市场和职业岗位分析为依据，制定专业核心能力和核心技能。
- （3）根据企业所需技能进行课程体系的制定并确立专业核心课程。

2. 调研的范围与对象

本次企业调研对象主要是在某某市的企业，通过问卷星发布问卷并回收进行统计分析。本次共回收 32 份企业问卷，问卷内容件附件。

（四）企业调研分析

1. 企业的基本情况

本次调研的企业涉及农业产品经营、食品、电商运营、小程序开发、跨境电商、教育培训的企业。如图 4 所示。

第4题：您的公司/企业主营产品/服务是 [单选题]

选项	小计	比例
内蒙地区特色产品（羊绒制品、奶制品、牛肉干、民族服饰等）	3	9.38%
农产品	2	6.25%
电商相关服务（美工、运营、推广、小程序开发等）	7	21.88%
数码电器	3	9.38%
日用百货	0	0%
美妆护肤产品	1	3.13%
服装、鞋帽、箱包	0	0%
生活服务	3	9.38%
写出您的产品和服务 [详细]	13	40.63%
本题有效填写人次	32	

图 4 企业的主营产品和服务

2. 企业对人才的需求基本要求

所调研的企业对人才的需求主要集中在电商运营、技术人才、推广销售、视觉设计、复合人才、客服、数据分析等方面，如图 5 所示。

第5题：当前公司/企业急需的电子商务人才主要是 [多选题]

选项	小计	比例
电商运营	19	59.38%
推广销售	15	46.88%
视觉设计	12	37.5%
物流	2	6.25%
客服	11	34.38%
技术人才	16	50%
跨境电商人才，如英语、国际贸易	4	12.5%
数据分析	10	31.25%
复合型人才	13	40.63%
其他 [详细]	0	0%
本题有效填写人次	32	

图 5 企业对人才的需求岗位

企业对聘用员工的所应具备的基本素质要求有团队合作能力、责任心和敬业度、学习能力、创新能力、与人沟通能力，如图 6 所示。

第8题：您的公司/企业最看重的电商人才应具备的素质排列有 [多选题]

选项	小计	比例
学习能力	25	78.13%
创新能力	25	78.13%
团队合作能力	28	87.5%
与人沟通能力	25	78.13%
专业知识和技能	25	78.13%
责任心和敬业度	28	87.5%
刻苦钻研	16	50%
本题有效填写人次	32	

图 6 企业对人才应具备的素质的要求

企业聘用员工的学历要求主要集中在大专及以上学历，如图 7 所示。

第9题：您的公司/企业对电商人才的学历要求是 [单选题]

选项	小计	比例
中专	0	0%
大专及以上	17	53.13%
本科及以上	5	15.63%
学历不重要，关键看能力	10	31.25%
本题有效填写人次	32	

图 7 企业聘用员工的学历要求

3. 企业对学校人才培养的建议和看法

企业对学校所开设课程的中，认为网络营销、网店运营、新媒体营销、商务数据分析、网店设计设计、客户关系管理等课程最能够培养学生的核心技能，如图 8 所示。

第11题：您认为下面所列出的课程哪些能够满足电商人才核心能力培养的需求 [多选题]

选项	小计	比例
网店运营	23	71.88%
网站视觉设计	18	56.25%
网络营销	25	78.13%
新媒体营销	20	62.5%
商务数据分析与应用	21	65.63%
电商文案写作	14	43.75%
物流配送实务	7	21.88%
客户关系管理	15	46.88%
其他 [详细]	1	3.13%
本题有效填写人次	32	

图 8 企业认为与技能培养相关度高的课程

企业对高职电子商务人才培养的建议主要有，如图 9 所示

- (1) 有加强实践性教学。
- (2) 了解市场人才需求，与企业加强合作。
- (3) 培养学生的综合素质。
- (4) 优化课程体系，给学生讲授符合社会需求的新知识和技能。

第12题：高职院校电子商务人才培养需要改进的方面有 [多选题]

选项	小计	比例
加强实践性教学	30	93.75%
培养学生的综合素质	18	56.25%
提高教师教学能力和实践技能	11	34.38%
了解市场人才需求，与企业加强合作	26	81.25%
学习新的职业教育理念	8	25%
优化课程体系，给学生讲授新的知识和技能	14	43.75%
其他 [详细]	1	3.13%
本题有效填写人次	32	

图 9 企业对高职电子商务人才培养的建议

三、毕业生跟踪调查报告

（一）行业背景分析

近几年，随着互联网的普及国家政策的支持，电子商务在我国工业、农业、商贸流通、交通运输、金融、旅游和城乡消费等各个领域的应用不断得到拓展，应用水平不断提高，正在形成与实体经济深度融合的发展态势。跨境电子商务活动日益频繁，移动电子商务成为发展亮点。大型企业网上采购和销售的比重逐年上升，部分企业的电子商务正在向与研发设计、生产制造和经营管理等业务集成协同的方向发展。

数据显示，2018 年中国电子商务整体交易规模约为 28.4 万亿元，增长 17.8%。随着电子商务行业的逐步完善，预计 2019 年中国电子商务交易规模将超 30 万亿元，同比增长为 16.2%，如图 10 所示。

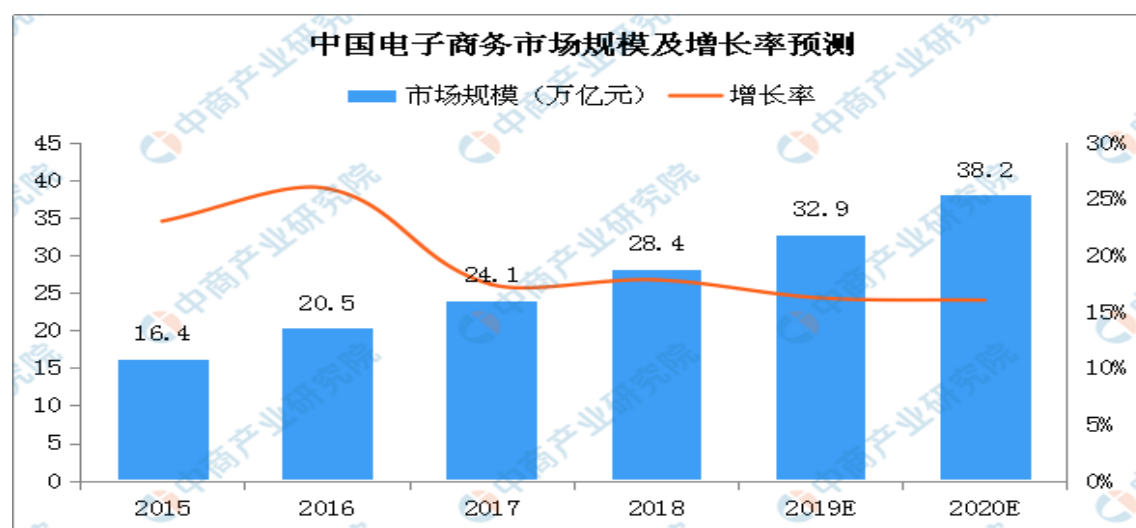


图 10 2015 年-2020 年中国电子商务市场规模及增长率预测

在国家相关政策大力支持下，随着全区信息化工作的不断深入，某某电子商务和物流等新兴服务业进入快速发展阶段，随着《某某 2014—2020 年电子商务发展规划》和《某某加快电子商务发展若干政策规定》等文件相继出台，各盟市也相应出台或制定了相应规划，并落实相关政策，自治区特色型区域电子商务得到很好发展，全区电子商务“三核两带”的格局正在形成。在电子商务快速发展的同时，一些配套的服务体系也应运而生，在带动就业、创新模式等方面起到了促进作用。

近两年来，某某企业信息化试点工程成效显著，90%规模以上工业企业不同程度采用了信息技术，这就为开展电子商务打下了良好的基础，其中，钢铁、机械、冶金、煤炭、绒纺、乳业等重点发展行业也都陆续开展了电子商务。如伊利集团已经陆续开发了包括 ERP、库存管理、销售管理等在内的众多系统，现在全国的分公司和经销商的每日生产和销售信息都能在总部看到。

2018 年 1-11 月，某某累计电子商务交易额 2373.93 亿元，同比增长 25.4%，累计网络零售额 295.23 亿元，同比增长 41.05%，如图 11 所示。



图 11 2018 年 1-11 月某某各市（盟）电子商务交易额占比

2014 年 3 月，某某市成为第二批国家电子商务示范城市之一。金川、金桥、新城等 5 家具有一定规模的电商集聚区，总规模达 20 多万平方米，集聚各类电商企业 600 余家，培育形成了航天云网、中国薯网、华蒙通等一批国内知名电商交易平台，蒙牛、伊利、食全食美、民族商场等企业电商应用程度日益深化。其中，蒙牛集团 2018 年全球电商数据应用平台正式启动运营。食全食美的“食全食美生鲜配送网上订单系统”、“食全食美 VIP 商城”和“美通商城”三大电子商务营销平台运营良好，电商公共服务平台在线培训课程开设 500 多门，先后举办各类电商培训 150 余场，参与人数达 4500 余人，与十余所高校建立了校企合作。电子商务进农村综合示范工程推进平稳，建成 5 个县级电商公共服务中心和近 300 个村级服务站，为农产品上行提供品牌注册、分拣包装、

网站托管等服务，打造了“臻麓源”、“黄河九曲”、“可心可意”等农产品网销品牌。由电子商务间接带动的就业人数已超过 2 万人，覆盖农牧业、商贸流通、旅游服务、文化创意等众多产业，示范效应开始显现。2018 年 7 月，某某市获批国家跨境电子商务综合试验区，白塔航空口岸实现“一机双屏、关检合一”查验模式，通关速度明显加快。

（二）人才需求分析

在我国电子商务快速发展的大环境下，电子商务人才严重短缺，由于互联网用户正以每年 100% 的速度递增，人才缺口相当惊人，预计我国在未来 10 年大约需要 200 万名电子商务专业人才，从社会调查实践来看，绝大多数企业（多为中小企业）已陆续步入电子商务行列，采用传统经济与网络经济相结合的方式生产经营。

随着电子商务的快速发展，电子商务专业毕业生在进入人才市场时本应抢手，但事实并非如此，近年来电子商务专业应届毕业生就业率并不是很高，电子商务专业应届毕业生就业率远远低于全国大学生就业平均水平，这种状况不容乐观。造成这种局面的根本原因在于高校在电子商务人才的教育和培养方面还存在欠缺，在这种情形下培养出的学生很难符合社会对电子商务人才的需求标准。

根据初步计算，自治区 2000 多家大中型企业，如果每个企业需要 5 名左右的电子商务专业人的话，那么每年的总需求量就达 5000 多人。由此可见，我区企业对电子商务人才的潜在需求非常的惊人，这是今后 10 年本地几所高等院校所无法满足的市场需求。电子商务专业的发展潜力巨大。

（三）专业人才定位

经过几年的教学实践和教学研讨，我们深刻地认识到：电子商务专业不是一个全新的专业，而是将市场营销、商业、经济管理和现代物流等传统专业利用现代计算机技术和网络技术现代信息技术进行的综合和改良，属于现代商务技能综合的边缘学科专业，满足了社会对商务复合型技能人才的岗位需求，电子商务就业岗位中，运营人才是非常缺乏的，这一岗位对学生的要求比较高，既要懂得电商基本知识知识，还要熟知网络营销的各种方法及所经营品类的特点，其次是美工、客服、仓储物流也是用量人量比较大的岗位。

随着企业界认识的深化和大量企业向电子商务的转型，企业必将会逐步减少对传统商务系列专业的岗位需求，而增加对掌握现代商务技能更为全面综合的新型电子商务专业毕业生的岗位需求。可以认为，三年后我院专科层次的电子商务专业的毕业生在自治区各行业的营销、贸易、金融证券、保险、旅游、现代物流、管理、服务等领域将有足够的就业生存空间。

（四）毕业生跟踪问卷调查结果分析

为了能够了解学院电子商务专业培养人才的效果及学生走向工作岗位具体的就业情况，特设计毕业生跟踪问卷，并把问卷转发给辅导员，让他们转发在毕业生微信群中让学生填写，针对 2013 级、2014 级、2015 级毕业生进行在线调查，调查内容主要涉及工作单位基本情况、工作岗位及薪酬、工作岗位能力和素质要求、学生对学院各项教学及管理的评价等方面的内容，此次调查共回收 112 份调查问卷，具体结果如下：

1. 工作单位基本情况，如图 12、图 13、图 14、图 15 所示。

第1题：您所在单位的所属行业 [单选题]

选项	小计	比例
传统零售/批发	6	5.36%
电商企业	23	20.54%
咨询服务	5	4.46%
教育培训	4	3.57%
其他类型公司、企业	37	33.04%
行政事业单位	7	6.25%
其他 [详细]	30	26.79%
本题有效填写人次	112	

图 12 单位所属行业

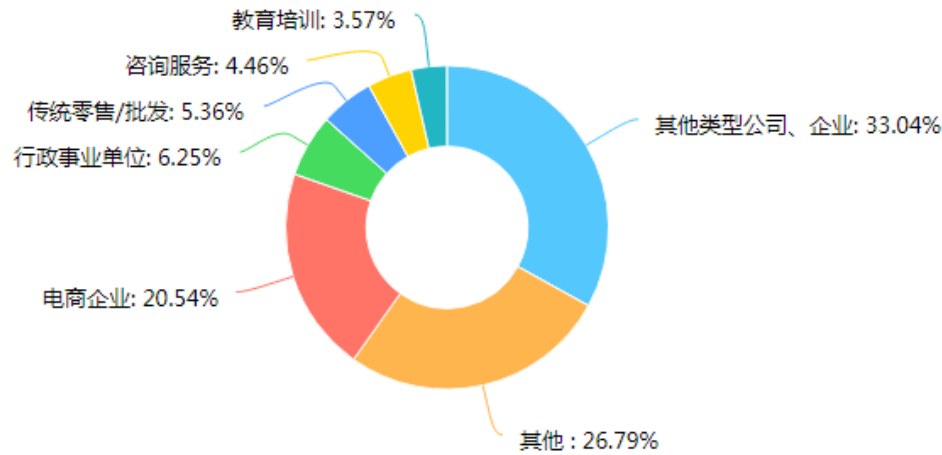


图 13 单位所属行业占比

第6题：您目前所从事的工作与您所学专业 [单选题]

选项	小计	比例
不太对口	41	36.61%
没关系	30	26.79%
比较对口	27	24.11%
完全对口	8	7.14%
联系密切	6	5.36%
本题有效填写人次	112	

图 14 工作与专业对口率

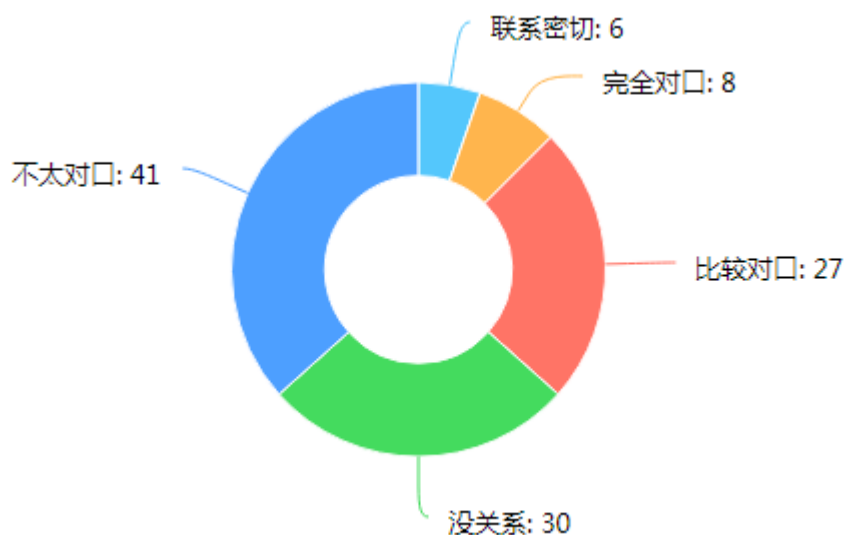


图 15 工作与专业相关程度

从调查结果来看，电子商务专业毕业的学生主要在企业工作，占比 53.58%，但是专业对口率并不高，在电商企业工作的只有 20.54%，毕业生普遍认为所从事的工作和专业不对口，这一比例达到 63.4%。

2. 工作地域和薪酬，如图 16、图 17 所示。

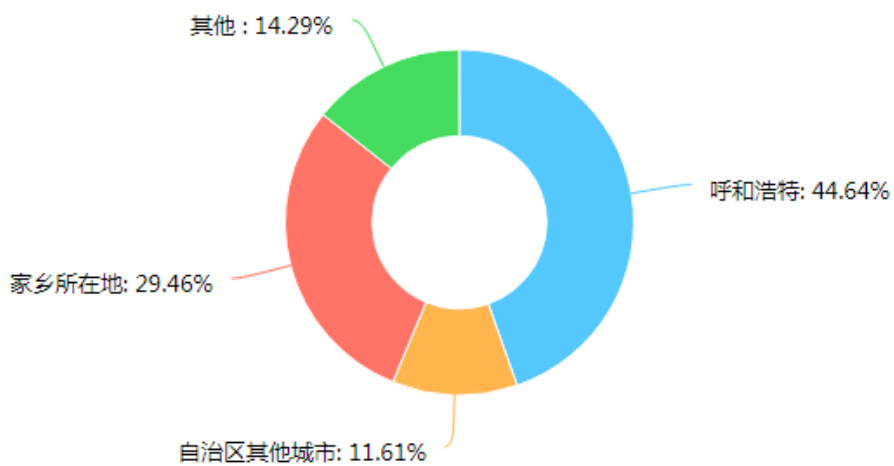


图 16 工作地域

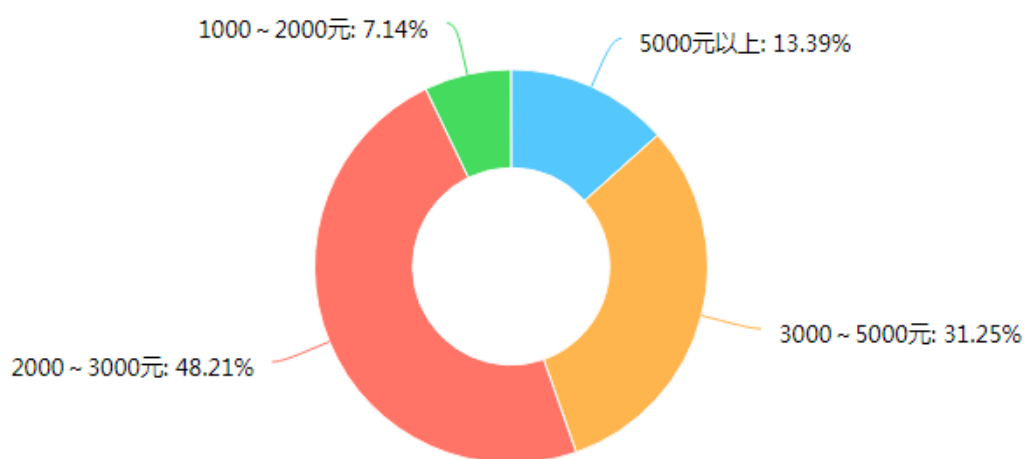


图 17 工作薪酬

我校主要在自治区内招生，从调查结果来看，学生毕业主要在自治区内就业，占比 85.71%，这说明我们培养的学生主要为地方经济服务，工资薪酬主要在 2000-5000 之间。

3. 工作单位的选择，如图 18、图 19 所示。

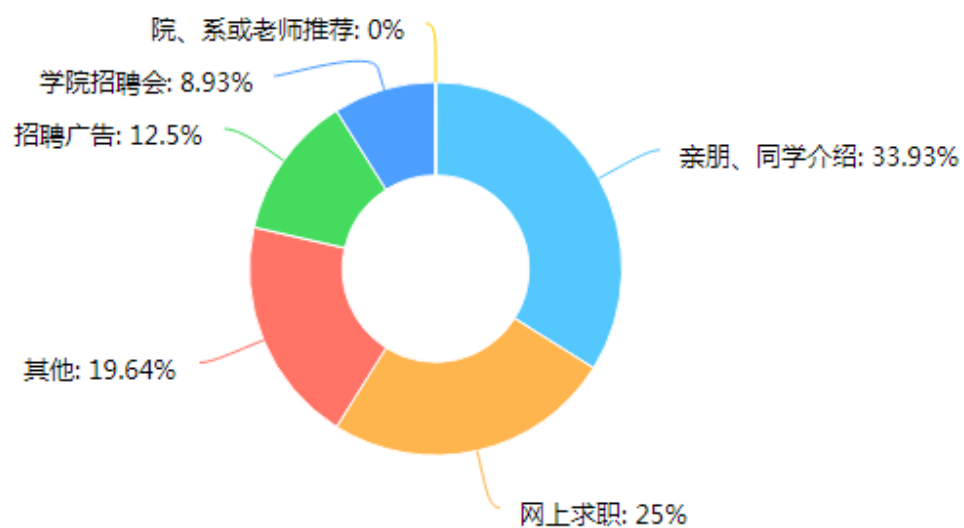


图 18 工作单位获得的途径

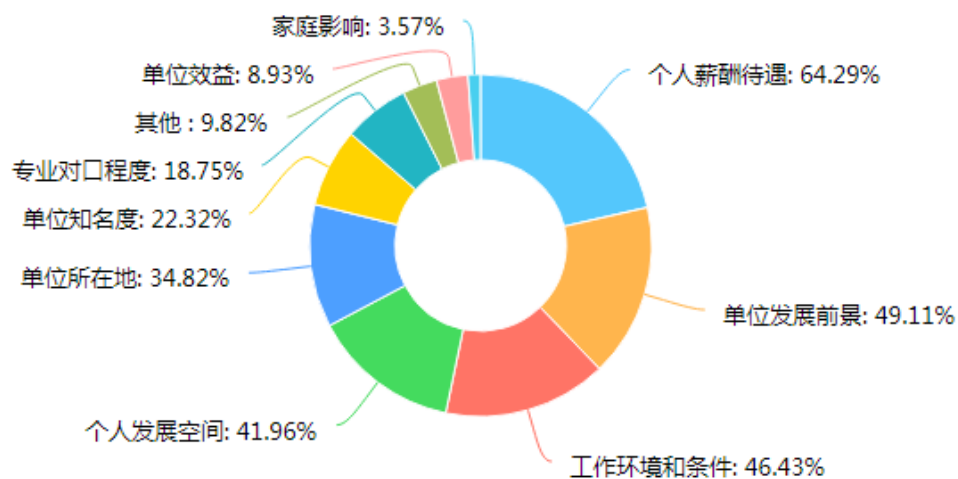


图 19 选择工作单位考虑的因素

从调查结果来看，毕业生工作单位主要是自己通过熟人介绍或者招聘获得，通过学校渠道获得的并不多。在选择就业单位时，考虑的因素排名前三位的是个人薪酬待遇（64.29%）、单位发展前景（49.11%）、工作环境和条件（46.43%）

4. 工作岗位能力和素质的要求，如图 20、图 21 所示。

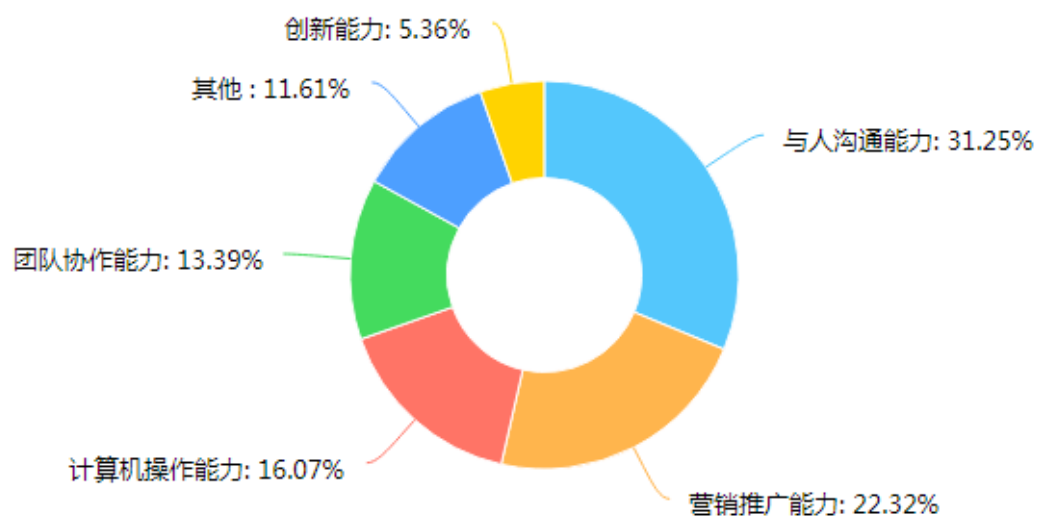


图 20 工作中对能力的要求

第10题：您参加工作后感觉自己哪种能力或素质最欠缺？ [单选题]

选项	小计	比例
人际交往能力	23	20.54%
专业实践能力	18	16.07%
创新能力	14	12.5%
其他	14	12.5%
心理素质	11	9.82%
业务拓展能力	11	9.82%
社会活动能力	10	8.93%
组织管理能力	10	8.93%
协作精神	1	0.89%
本题有效填写人次	112	

图 21 自身缺乏的能力

从调查结果来看，毕业生认为在实际工作中的最重要的能力排名前三位的是：与人沟通能力（31.25%）、营销推广能力（22.32%）、计算机操作能力（16.07%），而毕业生认为自身缺乏的能力排名前三的是人际交往能力、专业实践能力和创新能力，这一结果表明，对学生进行综合素质的培养很重要，特别是学生在校期间不仅应该培养他们的实践动手能力，同时应引导学生多参加各项学生社团活动、专业技能大赛和创新大赛，培养他们的人际交往能力和创新能力。

5. 学生对专业培养情况的评价，如图 22、图 23、图 24 所示

第11题：您认为自己在大学期间所学专业的实践环节 [单选题]

选项	小计	比例
不太充足	45	40.18%
比较充足	42	37.5%
很缺乏	17	15.18%
非常充足	8	7.14%
本题有效填写人次	112	

图 22 所学专业的实践教学情况

第13题：您认为您所学的专业 [单选题]

选项	小计	比例
基本符合市场需求	44	39.29%
符合市场需求	37	33.04%
非常符合市场需求	16	14.29%
不符合市场需求	15	13.39%
本题有效填写人次	112	

图 23 对所学专业的评价

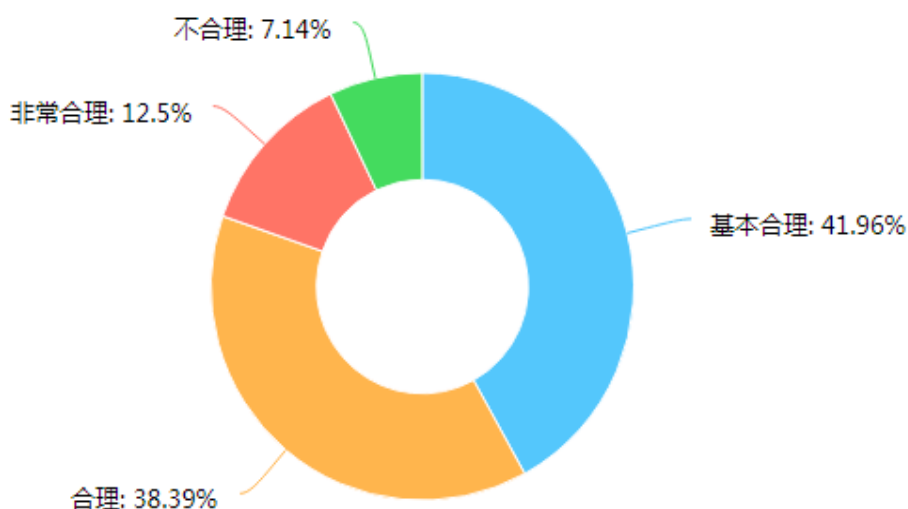


图 24 所学专业开设课程是否合理

在教学方面，毕业生认为应专业实践环节学习方面不足的占比 55.36%，，这表明我们在后续的教学过程中，采用课堂实验、校内课程实训、校内综合实训、校外实习等多种方式，加大实践技能的培养。而对专业培养是否符合市场需求，认为符合的占 72.33%，这说明电子商务人才培养方案基本能够满足人才培养的需求，在人才培养方面起到指导作用。

（五）综合分析及专业发展建议

通过此次网上对毕业生的调研，了解到电子商务专业毕业生目前的基本情况，可以看到，学生在毕业 1-3 年的时间里，在社会中得到了锻炼，认识到社会需求和自身能力的差距及综合能力培养的重要性，同时也看出我们在教学工作中的不足。在以后的工作中，我们可以从以下几方面入手进行改进：

1. 改革教学方法与手段，提高教学质量

在教学方法及教学手段方面，应体现高职教育的特色，推广互动式双向教学，引入启发式、学导式、研讨式、案例教学等教学方法，充分地调动学生的主动性，增强学生的参与意识和竞争意识。对本专业的一些实践性要求高的课程采用完全实验室教学，多种教学手段并用可提高学生的学习兴

趣，增强了课程的知识性、实践性和趣味性，从而达到提高教学质量的目的。针对不同课程特点摸索出一套灵活、多样、适用的教学方法体系，目的是提高学生的职业技能。积极探索高职教育特点的教育质量观与教育质量体系，形成高职人才培养的有效途径，形成高职教育特色。鼓励教师结合学科发展趋势，开设新课、整合现有课程体系，加强教学方法、教学手段的改革。

2. 加强师资队伍建设

“双师型”教师队伍建设是落实新的人才培养模式的关键，是提高电子商务专业教学质量的关键。为了适应人才培养模式改革需要，保证教学质量，必须建立一支专兼结合、结构合理、水平较高的师资队伍。措施如下：

（1）重视校内教师培养，努力建设校内“双师型”教师队伍

对校内教师，树立终生学习、终生受教育的新观念，将学历教育与素质提高有机结合起来。通过安排教师到企业挂职锻炼、到校外实训基地参与实际工作、参加全国高职师资队伍培训、参加全国电子商务专业建设研讨会等形式培养双师型教师。鼓励专业教师报考研究生和电子商务教师资格证。同时经常邀请行业专家到学校进行专业讲座，有助于专业教师了解行业的最新发展情况、及时更新专业知识。计划每年安排 2-3 位教师参加培训或到企业挂职锻炼。

（2）引进行家作为兼职教师

重视利用社会和企业教育资源，积极探索依托产学研合作的企业建立一支兼职教师队伍，使我们的教学实用性更强。

3. 加强校内、外实训基地建设

电子商务作为一种新兴专业，有极强的复合性和实践性。从目前我国的教学情况看，我们偏重在理论上阐述电子商务的实施与运作，而缺少电子商务的运作模拟环境，应该与 IT 界企业共同联合，走教育、科研、实际应用一体化的道路，建设完善的电子商务实验室和实习基地。

实训基地是本专业实施职业技能训练和鉴定的基础保证。要按照实践教学体系和职业技能鉴定实施的需要进行基地建设。

完善校内实验、实训室的设施，本专业除以配合理论教学的实验课外，还有一些重要的实训需加强。电子商务模拟训练是由理论走向社会实践的一项中间演练，为学生提供一个全面了解和训练电子商务运作管理的教学环境。在完成单一课程实验和实训的基础上，电子商务三年级学生中开设跨平台、跨专业综合模拟实训。通过综合实训，使学生对企业的通用性业务流程有真实的体验，进一步提高实践操作技能。

建立校外实训基地。可选择一些电子商务企业作为校外实训基地，学生通过在校外实训基地的实习，可获得参与实际锻炼的机会，从而提高学生的实际工作能力。

4. 重视学生综合能力的培养

大学期间，专业知识和技能的培养固然重要，但提高学生的综合素质也是一项重要的内容，如树立正确的人生观、价值观，吃苦耐劳精神，抗挫折能力，创新能力，人际交往能力，组织协调能力，团队合作精神等，建议开一些选修课或专题讲座，或增加校外短期实习，使学生得到锻炼。