

电子商务专业校企合作人才培养方案改革研究与实践

董漫漫 张晓岚

(郑州工商学院, 河南 郑州 451400)

摘要:在数字经济时代,互联网与高新技术被广泛应用在商业领域,电子商务企业应运而生,掀起了一股网络购物的热潮,社会对应用型、复合型电子商务人才的需求量不断增加。在此背景下,本文从电商业务知识、敏锐判断能力、创新实践能力入手,阐述社会对电子商务人才的要求,结合合作育人积极性、育人内容、培养方式,分析电商专业校企合作育人的问题,并围绕开展专题调研活动、探索二元育人模式、建立校企工作站点、构建长效合作机制四个维度,探讨电商专业校企合作人才培养方案改革对策。

关键词:电子商务专业;校企合作;人才培养;改革;实践

在新常态下,得益于高速发展的互联网技术,电子商务成为拉动经济增长的重要行业,带动着我国数字经济转型升级和发展,社会对电商人才需求量持续增加。类似于传统产业人才,电子商务人才需要掌握过硬的业务基础知识,更需要具备敏锐的市场判断能力和实践能力。但是,当前电子商务人才培养上,部分高校尚存在一定问题,如教学理念不先进、教学资源不足,导致人才培养落后于时代发展,重新设计和调整人才培养方案势在必行。电子商务企业具备海量项目实战资源和良好工作环境,通过设计和优化校企合作育人方案,学校能够把握社会市场的新需求,明确电子商务人才培养和发展方向,发现当前人才培养的短板,提高人才培养与市场需求的匹配程度。

一、社会对电子商务人才的要求

社会处在永恒变化和发展中,相较于传统商业模式,电子商务越来越受当代大众的欢迎。伴随电商产业的发展,社会急需更多人才力量,对电子商务人才要求也不断提高,主要体现在以下方面:

(一)熟练掌握电商业务知识

区别于传统商业,电子商务涉及广泛的领域,要求从业人员具备扎实的业务知识和较高综合素质。基于参与主体的角度,电子商务包含消费者、平台经营者、平台内经营者等,其核心在于电商平台,而电商平台又包含电子货币交换、供应链管理、网络营销、在线事务处理、电子数据交换、存货管理和自动数据收集系统等,要求从业人员掌握多领域的知识和技能,充分利用技能运营电商平台。除去电商平台运营,电子商务还包含产品金融、服务、营销、售后等方面,从业人员需要掌握上述领域的业务知识,并形成完善的知识和能力结构。

(二)敏锐判断电商发展趋势

电子商务产业与时代发展密切相关,从业人员需要正确把握发展趋势。面对大众多样化的需求,电子商务生成了各种类型的运营模式,如O2O、B2M、C2C、B2C等,再加上各种高新技术的问世,电子商务发展模式越来越个性化。所以,在激烈的社会行业竞争中,电子商务从业人员需要具备判断电商发展趋势的能力,只有站在长远角度看问题,才能充分在行业中发挥自身价值。社会处在动态发展趋势,电子商务运营模式更新速度较快,电子商务从业人员也需要跟上时代发展步伐,只有树立前瞻性发展理念,结合电子商务发展新趋势,主动学习新知识,更新知识结构,提高能力水平,才能在电商行业中站稳脚跟,避免被行业淘汰。

(三)具有创新与实践能力

电子商务的发展速度十分迅猛,在短短二十年间,电子商务从最初交换网上商务信息过渡到全过程电子商务,这离不开互联网技术的高速发展与电商人才的创新能力。目前,国内涌现出大

量电子商务巨头,如阿里巴巴、京东、拼多多等企业,电商企业之间存在激烈的竞争关系。面对生存和发展的挑战,为更好地应对挑战,电子商务企业需要做好创新求发展的工作。所以,在人才招聘环节,电子商务企业往往要求从业人员具备创新意识、创新能力和实践能力,既要能提出创新的想法和意见,又要能将创新想法体现在实践中,做出实践成果,与企业共同发展和进步。

二、电子商务专业校企合作育人遇到的问题

近年来,校企合作育人成为高校提高人才培养质量的重要方向,通过各种培养形式开展校企合作,如“订单”合作模式、教学见习模式、产学研模式、顶岗实习模式、工学交替模式等,但在合作育人层面仍存在问题,尤其是在培养学生专业实践能力上存在不足。

(一)合作育人积极性不高

企业和教师参与合作育人的积极性不高。在电商合作育人过程中,学校与企业需要平衡好利益关系,但企业终极目标往往在于盈利,学校则需要向社会输出合格人才,很难在利益层面达成一致,难以建立起明确的保障运行机制。在经过一段时间的合作育人后,企业发现很难从中获取利益,参与合作育人的积极性逐渐下降,导致校企合作育人计划流产或浮于表面。同时,在合作育人实施层面,教师参与积极性不强。一方面,由于教师长期处在教研和教学岗位,缺乏一定工作经历和经验,难以直接参与电商企业项目研发工作,也就无法向企业经营和发展提供帮助,导致参与积极性不强。另一方面,根据校企合作协议,教师通常会去企业挂职工作,尽管耗费了大量时间,但工作回报率不高,再加上各个工作环节相对烦琐,导致参与积极性下降。

(二)合作育人内容单一

校企展开合作育人的内容较少。当前,在电商专业中,学校通常与企业开展实习或就业方面的合作,较少在开发校本教材、制定人才培养方案、指导学生实训等方面展开合作。同时,尽管有企业会与学校签订合作育人协议,但未能较少协助学校修订培养方案,未能在实用项目课程开发上投入大量精力,对协同实训活动缺乏关注,仅局限于让学生参观企业环境和基本岗位,难以增强学生的获得感。

(三)合作培养方式脱节

校企合作培养方式衔接不足。合作育人与协同育人是校企合作的重点,双方需要统一教学目标与培养方式,实现双赢。但是,在当前电子商务专业中,部分学校与企业培养方式缺乏衔接性,如学校通常强调理论知识教学与校内实训内容,往往采用笔试方式检验学生知识掌握水平,难以评估学生综合素养与实践能力,导致其不能迅速适应电商工作职场。在接受实习生后,企业需要额外耗费大量的人力、物力和财力,重新制定培训计划,校企培养过程和培养内容缺乏衔接性,不利于双方持续合作。

（四）合作育人资源积累不足

校企合作育人资源不充分。在电子商务专业中，学校的合作企业缺乏稳定性，合作的企业经常出现变动，双方难以持续性地建设和积累资源，主要是由于校企缺乏综合性的协同育人平台，不能从整体上开发和利用资源，甚至出现资源浪费和利用率不高的现象。这样的情况下，电子商务专业师生可利用的企业项目资源、实训资源、环境企业有限，难以发挥校企合作育人的优势，不能让学生充分了解企业实战情况和工作需求。

三、电子商务专业校企合作人才培养方案改革与实践策略

基于电子商务专业人才需求，学校有必要理清合作育人过程中的问题，联合企业力量，针对性地调整人才培养方案，推动人才培养改革。

（一）开展专题调研活动，明确协同育人内容

学校应坚持服务社会发展和区域经济发展导向，走进地方电子商务产业和企业，了解人才需求，面向往届毕业生、应届毕业生、在校生、行业协会等主体，征求合作育人反馈意见，并结合办学特点，明确协同育人内容，实现共商人才培养方案、共建专业教学体系、共同参与教学实践、共评人才培养效果。首先，学校应充分尊重电商企业地位，坚持相互尊重、共同磋商、互利共赢的原则，邀请企业方人员制定人才培养方案。企业往往充分把握市场变化，了解人才动向，学校更擅长人才培养，所以，学校可邀请企业人员，动态设计和调整人才培养方案、教学目标、实践教学目标，形成辐射区域和社会电商产业需求的人才培养目标，培养复合型、应用型、全能型电子商务人才。其次，学校应邀请企业重构专业实践教育体系，利用企业洞察市场和拥有实战资源的优势，开发基础类、综合类、创新创业类实践课程，如网店运营与管理、跨境电商、直播电商、网络营销创业等，并联合企业一线人员，设计专业实训任务，采用工学交替、顶岗实习的方式，让学生接触真实实践项目。此外，学校应定期与企业沟通，双方安排教师和企业人员，全程参与评价合作育人项目，共同指导学生参与实践类和创新类项目，并将企业验收标准融入评价体系，着重培养学生知识应用能力与解决问题的能力。

（二）探索二元培养模式，重构专业教学体系

首先，为进一步深化电子商务专业校企合作育人，学校与企业从教学、就业和创业维度出发，展开全方位的合作，构建二元培养与管理模式，全程指导学生专业学习、实习、就业和创业实践，并划分合作权责。学校可主要开展电商专业理论教学工作，企业主要对接理论课对应的项目实操、软件操作、顶岗实习和创业指导等实践任务，双方通过沟通和协商，搭建顶岗实习、技能竞赛和就业畅通平台，并根据双方教学管理内容，采用灵活的学生管理与学分考核制度。其次，学校与企业共同开展招生工作，统一招生规模、审核机制、招生标准和宣传内容，让学生认清自身的二元角色，以职员和学生的身份，在校内学习，在企业实践。此外，学校与企业建立二元教学团队，按照校企双主体育人理念，组建企业导师+校内教师的二元教学管理团队，负责结合企业需求和资源，开发项目教学资源与实训内容，严格把控学生专业知识学习和核心技能训练。最后，校企提供“就业+创业”的二元出口。对于修满校内学分且通过企业考核的学生，学校准许毕业，企业向学生提供合适的岗位，或帮助其确定创业方向，促进学生就业。

（三）建立校企工作站，融合项目教学资源

在校企合作育人过程中，学校应与企业合作，建立一批校内外电子商务实训基地，升级校内实训环境，或专门建立校企工作室，将企业项目资源注入工作室中，让双导师带着学生完成小型项目，

如店铺代运营、电商品牌推广、电商直播服务等基础类网络服务，调动教师参与合作育人的积极性。首先，教师可与企业导师密切沟通，依托实训基地或工作室平台，了解一线电商工作实务，如域名注册、网站建设、天猫服务等，完善自身专业知识体系，提高自身实践指导能力，并向企业导师分享自身教学经验，帮助其提高课堂驾驭能力与教学指导能力，实现双方共同生长和共同提升，为实施双导师项目化教学打下基础。其次，教师可与企业导师合作，从电商专业教学内容与企业微项目出发，开发项目化的专业教学内容，将真实的项目任务与专业教学内容结合，分别负责项目理论教学与实践训练部分，并利用校内外工作室，向学生下发个人或团队类学习项目，激发其电商实训兴趣，使其真正熟悉和掌握电商技能。此外，双导师应持续修订和完善项目教学内容，利用企业真实项目资源，引入社群运营、微信运营、淘宝店铺运营等项目资源，打造规模化、高质量的电商专业教学资源库，并利用这些项目资源，培养学生团队合作、自主学习能力，提高其电商知识和技能水平。

（四）构建长效合作机制，促进人才就业创业

首先，校企双方应建立长效合作机制，通过密切沟通，精准对接双方需求，制定长期合作规划，不断健全相关管理制度，明确各自利益、责任、权利和义务，为合作育人打下基础。学校可与多主体协同，建设校企合作育人平台，利用平台公布校企合作信息、诉求，展示合作育人成果，并结合电商专业学生需求，开发企业资源库、课程资源库、项目成果资源库，实现技术、人才资源共享共用，实现互利共赢。其次，学校和企业应完善人才评价和出口机制，合力挖掘电商毕业生的潜力，发现更多有创新能力的学生，并根据其就业发展意愿，提供新入职岗位与创业服务条件。对于表现优秀的学生，企业可向提供可选岗位，降低新职工培训成本；对表现优秀且拥有创业意愿的学生，校企双方可开展创业合作育人，让学生进入企业创新类岗位，使其在实战岗位积累经验，扶持学生成功创业，成为企业的合作伙伴，进而提高校企合作育人质量与人才培养质量。

四、结束语

综上所述，立足电子商务专业，革新校企合作人才培养方案，关系着社会经济发展、电子商务专业建设、人才培养与就业质量。因此，学校应从电子商务专业特点和市场需求出发，剖析校企合作过程中存在的问题，加强与地方电商企业的交流，通过明确协同育人内容、探索二元培养模式、建立校企工作站、构建长效合作机制等方式，充分对接双方的需求，提高校企合作育人方案的科学性、合理性与持续性，完善合作育人体系，专业教材体系、实践教学体系，培养出适应电商企业持续发展需求的创新型专业人才。

参考文献：

- [1] 韦婉辰；唐艺青. 校企合作背景下电子商务人才培养路径探析[J]. 轻工科技, 2023, 39(02): 136-138.
- [2] 李艳. 基于校企合作工作室的电子商务专业“项目式”教学模式研究[J]. 现代商贸工业, 2023, 44(03): 226-228.
- [3] 李远远. 以协同育人理念推动电子商务专业校企合作研究[J]. 造纸装备及材料, 2022, 51(03): 224-226.
- [4] 张旭；袁新宇. 校企合作与电子商务人才培养的问题及对策——以辽宁某校为例[J]. 现代企业, 2021(12): 170-171.
- [5] 李雪玲. 产教融合背景下电子商务教学模式的探索与实践[C]// 新课程研究杂志社. 《新课改教育理论探究》第十四辑. 烟台信息工程学校; , 2021: 2.