

产教融合模式下电子商务品牌专业建设路径研究

曹亚景

(郑州工商学院, 河南 郑州 450000)

摘要: 随着数字技术和现代信息技术的不断发展, 电子商务已经成为我国经济增长的新引擎。为了促进产教融合模式下电子商务品牌专业的建设, 本文通过文献研究和案例分析相结合的方法, 重点研究电子商务品牌专业建设六步骤法, 即“市场需求调研—专业岗位定位—工作任务与职业能力分析—项目课程结构搭建—项目教学设计—教学资源开发”, 探索电子商务品牌专业建设框架和实施路径, 结合电子商务类企业岗位需求特点和业务运营模式, 共同打造电子商务品牌专业建设一体化发展理念, 助力电子商务品牌专业建设, 促进电子商务人才培养质量提升。

关键词: 产教融合; 电子商务; 虚拟教研; 品牌专业

引言

为强化产教融合模式下电子商务品牌专业建设, 提升应用型高校相关课程质量, 重构课程内容, 提高学生专业岗位能力, 为实习及未来职业发展奠基。河南省积极布局, 加速电子商务创新发展模式构建, 推动产教融合, 促进品牌专业建设, 满足产业升级对人才的需求。鉴于专业建设在人才培养中的核心地位, 聚焦产教融合的应用型本科院校电子商务专业建设, 成为突破教育困境、推动高质量发展的关键。

1. 产教融合模式下电子商务品牌专业建设研究现状

在产教融合的视域下, 电子商务品牌专业建设路径的研究, 主要聚焦于职业教育与课程建设两大板块。宋洁(2019)提出, 电子商务专业应适时调整技能操作课程比重, 深化产教融合, 更新教学内容。周萍(2021)则强调, 应整合多方资源, 完善专业群教学资源库, 深化校企合作, 推进教学模式改革。吴建洪(2022)指出, 电子商务专业建设应构建“产教融合、理实一体”的实训基地。覃海波(2022)认为, 以培养学生电子商务相关企业岗位能力为目标, 校企共建就业创业实训平台, 是电子商务专业建设的核心。

1.1 电子商务品牌专业建设研究现状

在电子商务品牌专业建设领域, 苏彩(2024)强调通过个性化和集中培养的教学模式, 电子商务专业学生得以系统学习电商的专业知识和技能, 进而提升在电商领域的就业竞争力; 崔瑜(2024)探索产教融合视域下电子商务专业工作室制度建设, 对电子商务品牌专业建设的促进作用; 谢丽云(2024)明确了以产教融合为引领、以平台为支撑, 探索和实践电子商务专业的“五维育人”培养模式, 将企业真实电子商务业务和操作系统引入课程教学, 加强产教融合深度, 何伟, 何思瑶(2024)认为电子商务品牌专业建设, 需要建立稳定的校企合作关系, 建设完善的实践基地, 实现课程的有效对接, 并注重实践教学。

1.2 研究现状述评

综上所述, 现有研究呈现出从课程结构调整向实践体系建构、从校企合作框架设计向具体实施路径深化的演进脉络。学者们在强化电子商务品牌专业建设, 促进实践教学、深化产教融合等方面研究基础较为全面, 但在虚拟化、智慧化教学资源开发标准、校企利益共享机制建设等关键问题上仍需深化研究。

2. 产教融合模式下电子商务品牌专业建设现状

通过对产教融合模式下电子商务品牌专业建设现状的实践教学与探索, 发现学生在实习岗位上的学习热情有待进一步提升, 自主探索能力和合作能力需要不断完善, 促使电子商务相关专业的毕业生更具职业竞争能力。

同时教师在教学观念、自我提升和教学实施上也有待改善, 需要提高“双师”乃至“三师”技能, 即教师教学能力, 行业工

作能力和创业创新能力, 实现“产、教、研、用”四方协调的合作成果应用型、地方性重点专业, 电子商务专业所在的高等院校要紧紧围绕地方经济社会发展需要, 不断调整学科专业结构, 深化产教融合, 不断加强校企、校地合作, 强化学校内涵建设。电子商务品牌专业在产教融合建设过程中突出的问题表现在三个方面:

2.1 缺乏深入开展产教融合的机制引导和政策支持

电子商务专业在产教融合中面临顶层设计不足的问题, 校企合作多停留在浅层次项目合作, 缺乏长效机制的引导。例如, 2023年《中国电子商务人才状况调查报告》显示, 仅38%的企业认为高校与行业在协同育人方面存在有效对接, 超四成企业认为政策支持力度不足。尽管部分院校学院通过各种方式建立产业学院, 如郑州工商学院电商物流产业学院, 实现了校企深度合作, 2024年毕业生对口就业率达92.3%, 但整体而言, 国内高校的教育体系与电子商务行业标准脱节问题突出。

2.2 “三师”新型教师队伍有待提升

电子商务行业技术迭代快, 但教师队伍普遍存在实践能力不足、行业经验匮乏的问题。调研显示, 73%的企业认为高校应加强师资的实战能力培养, 而目前多数教师仍以理论教学为主, 缺乏企业项目经验。例如, 河南工业大学通过“双导师制”引入企业专家, 但其模式尚未普及, 仅少数院校能实现校企师资深度融合。侧面反映教师教学与行业需求的匹配度较低。教师队伍的结构性矛盾进一步加剧了人才培养与产业需求的错位。

2.3 “校企用工”有机结合与“教学赛创”深度融合不足

电子商务专业的教学内容滞后于行业技术发展, 教学赛创协同创新机制尚未形成。根据智联招聘发布的报告显示, 尽管直播电商、跨境电商等新业态需求激增, 有超过47%的企业急需新媒体运营人才和网络美工复合型人才, 但多数高校仍沿用传统课程体系, 实践教学多依赖虚拟平台, 学生难以接触真实项目。企业更看重员工的执行力与实战经验, 学校和企业人才需求方面缺乏高校快捷的沟通机制, 凸显“校企用工”脱节问题。

3. 产教融合模式下电子商务品牌专业实践模式构建

3.1 充分重视企业在产教融合型电子商务品牌专业建设中的作用

在数字经济快速发展背景下, 电子商务品牌专业建设需要深化产教融合, 构建符合行业需求的实践教学模式。需要从校企协同育人机制、实践教学体系重构、资源共享平台建设三个维度, 探索电子商务品牌专业实践模式的创新路径。

通过建立“双主体”育人机制, 实现校企资源深度对接。推行“订单班”与“现代产业学院”模式, 将企业真实项目引入教学环节, 形成“项目驱动+岗位实践”培养体系。建立双导师制度, 由企

业技术骨干与专业教师共同制定人才培养方案,将行业认证标准融入课程体系。如某电商学院与头部电商企业合作开发“直播电商运营”等8个模块化课程,实现人才培养与岗位需求精准对接。

3.2 探索电子商务品牌专业下实践课程教学体系重构

电子商务品牌专业构建“三段递进式”实践教学体系:即电子商务专业基础技能实训(1-2学期)、项目化实战(3-4学期)、创新创业实践(5-6学期)。通过建设电子商务虚拟仿真实验室和电商运营实战平台,开展“校政企研用”,多部门协调的真实项目运营。建立“以赛促学”机制,组织学生参与电商创新、创意及创业大赛。

3.3 搭建产教资源整合平台及资源库

搭建“校政企研用”五方联动平台,联合电子商务专业1+X证书培训中心,整合行业协会资源,建设区域电商产教融合实训基地。开发“云端共享型”教学资源库,通过构建三位一体的产教融合实践模式,能够有效提升电子商务专业人才培养质量,形成教育链、人才链与产业链的有机衔接,为区域经济发展提供高素质技术技能人才支撑。

4. 产教融合模式下电子商务品牌专业建设有效路径分析

电子商务品牌专业建设依托产教融合模式,校企双方应共同重视电子商务专业人才的教育,充分利用学校的科研、人才、信息等优势资源,对电子商务专业人才进行跟进式教育咨询,资源建设和人才素养提升;通过产教融合,贯通学校理论教学与实践教学,并结合新课程改革,充分利用丰富的企业实践案例,合作编写相关教材,作为学校及企业实践实习相关课程教材,促进产教双方的共同发展,具体做法主要包括以下三点:

4.1 汇集产教融合模式下电子商务品牌专业建设要素

产教融合模式下电子商务品牌专业建设,按照应用型人才培养模式的要求,大胆进行教学内容和教学方法改革,充分发挥“三师型”,即“人才培养教师”“专业技术名师”“创新创业导师”,师资队伍的优势,积极探索高校实践教学基地的合作形式,逐步创新实践教学模式。基于产教融合的应用型本科院校电子商务品牌专业建设过程分为六个基本环节:即市场需求调研、任务与能力分析、专业结构分析、课程标准编制、项目教学设计和教学资源开发。具体如图1所示:

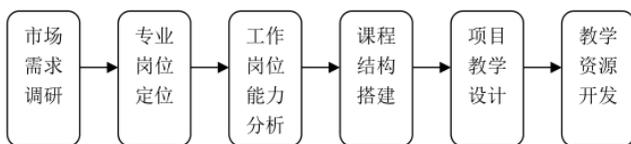


图1 产教融合模式下电子商务品牌专业建设路径

4.2 重视产教融合式电子商务品牌专业建设基础

对电子商务专业人才培养方案进行把脉、诊断、建议、改进;加强电子商务教学基层单位、相关专业教师与依托单位的联系。由高校教师和依托单位专业顾问,共同指导学生校内外学习和实践教学工作。学生在依托单位接受实践学习期间,不仅学到专业知识,提高了综合实践能力,同时也增加了相互间的理解和沟通,有利于学生的就业,建立长期有效地合作机制。充分利用应用型高校电子商务专业技术理论及人才优势,协助企业进行新产品开发,有条件的还可以参加企业的技术和管理工作,增强校企合作的关系。高校可以聘请电商行业企业的高级管理和技术人员莅临学校开讲座,作报告,提高学生认知和眼界。

4.3 规范产教融合模式下电子商务品牌专业建设管理制度

明确校企分工,电子商务品牌专业建设运作包含丰富的内容,做好学生培养计划,实践内容设定和衔接,实习安排与保障,制定相关的联系与沟通机制。制定和完善电子商务品牌专业建设规

章制度,包括教师责任制度、运作管理制度以及安全保障制度等,通过制度来规范实践教学活动的开展,不断提高品牌专业的影响力。成立专项管理协调小组专项负责。对品牌专业建设的管理工作可以成立专业教学指导小组,并设立相关人员负责制,负责制定适合教学内容进展和专业建设要求相关管理制度,部署和落实品牌专业建设过程中具体的教学工作。

4.4 完善产教融合模式下电子商务品牌专业建设机制

通过产教融合共建电子商务品牌专业,完善现代电商品牌专业发展机制,在人才培养、科技创新、产学研合作等方面实现“优势互补、互利共赢”;共同制定电子商务品牌专业人才培养方案,形成应用型人才培养新模式。

共建产教融合电子商务模拟实验室,构建开放共享、高效运行的专业实践教学平台;共同开发产教融合电子商务系列课程,完成电子商务专业相关实验实训教材编写。发挥产教融合模式下电子商务品牌专业建设优势,充分发挥校内外电子商务实践教学基地作用,为提高学生实践能力、职业素养和就业能力提供专业指导。

5. 结论

通过产教融合模式下电子商务品牌专业建设,能切实提高专业学生实践实习能力,教师教学理念与“三师”素养同步提升,实现“产教研用”协同发展。促使电子商务专业紧扣区域经济需求,深化校企合作,构建“校院同建、多元培育、虚实结合”的产业学院模式,深化校企合作,拓展企业参与渠道,实施“引企驻校”“校企双主体”育人,将职场要素嵌入教学全过程;优化课程体系,联合企业制定专业标准与培养方案,建立校企合作激励机制;推动四方协同,提升教师教研创新能力与学生就业创业能力,落实人才培养目标;搭建科研平台,创建“教学研结合、产学研融合”的教科研体系,实现电子商务品牌专业建设新目标。

参考文献:

- [1] 陈中明,侯希.数字化转型背景下跨境电商产教融合协同育人机制研究[J].产业创新研究,2024(11):184-187.
- [2] 宋洁.产教融合背景下电子商务专业课程建设研究[J].电子商务,2019(04):72-74.
- [3] 苏彩,李学强,刘雨桐.产教融合视域下H学院跨境电商微专业人才培养研究[J].现代商贸工业,2024(24):117-122.
- [4] 周萍.产教融合下应用型本科院校农产品电子商务专业群建设策略研究[J].农村经济与科技,2021,32(24):303-306.
- [5] 吴建洪,顾盼.产教融合视域下电子商务专业实训基地建设探究[J].中国管理信息化,2022,25(13):231-234.
- [6] 崔瑜.产教融合视域下电子商务专业工作室制模式研究[J].现代商贸工业,2024(22):28-30.
- [7] 赵峻天,李浩.基于产教融合的电子商务专业校内实训基地运行模式研究[J].广东经济,2024(20):73-75.
- [8] 王秀梅,钟肖英.新文科背景下基于产教融合模式培养实战型物流管理专业人才的探索与实践[J].物流科技,2024,47(21):153-155.

项目研究:本文系2024年河南省郑州市产教融合重点专业电子商务建设课题阶段性成果,专业代码:120801。

郑州工商学院电子商务专业虚拟教研室建设阶段性研究成果,项目编号:Z241217683。

作者简介:曹亚景(1982-),女,汉族,河南省郑州市,研究方向为数字经济与电子商务,副教授。