探索新商科背景下的高职电子商务专业人才培养路径

胡珊珊

(湖北轻工职业技术学院, 湖北 武汉 430000)

摘要: 新商科在传统商科基础上赋予了其崭新的内涵与思想。新商科理念的广泛深入,对高职电子商务专业人才培养提出了更高要求。因此,如何将电子商务专业人才培养与新商科理念完美结合起来,整体提高专业人才培养质量,培养出来更多跨时代电商专业人才,是当前高职院校亟须解决的问题。本文首先对比了新商科与传统商科的差别,其次就新商科对人才培养目标确立的影响展开了深入探究,最后重点围绕人才培养提供新思路与新方法,以期能够切实为新商科时代电商人才培养提供有益参考与借鉴,并且助力专业教学改革的推进。

关键词: 新商科; 高职; 电子商务; 专业人才; 培养路径

和传统商科相比,新商科融入了新技术、新理念、新课程,基于新商科理念的电商人才培养迎来了崭新的发展机遇,同时也面临着相应的挑战。当前,高职电子商务专业人才培养已经与社会需求脱节,培养出来的人才很难满足新时代社会所需。因此,有必要立足新商科专业建设理念,从教学理念、教学方法、课程优化等各个层面着手深入思考人才培养路径,以便全面革新电子商务专业人才培养模式,不断推进职业教育、应用型学科教育整体育人以及教学水平提升。

一、新商科与传统商科的差别

首先,学科侧重点存在差异性。新经济时代,信息技术已经成为时代的象征,站在社会长远发展的角度,未来市场发展可能主要依靠信息技术来驱动。基于此,社会的快速发展对商科人才提出了全新要求,人才需求数量也逐年提升,在此背景下,新商科人才理念应运而生。虽然新商科与传统商科学科方面属性一致,但是新商科的侧重点在于“新”字,具体说来,主要体现在以下三点。其一,新商科不再是独立的个体,反而更加强调与其他学科相互融合与补充。其二,新商科理念对人才数字经济思维以及工具方法应用能力都提出了崭新的要求。其三,新商科更注重人才与产业对接的适时性,并且对产教融合、校企合作教学手段的应用提出了期望与更高要求。

其次,人才评价体系的差异性。传统商科人才培养目标主要集中于培养特定职场岗位的专业性人才,正是因为如此,使得整体人才培养的特定性以及针对性比较强烈,进而导致传统商科人才评价体系较为单一且传统,很多时候,还凸显出来评价对象片面、评价指标模糊等重要问题。与之截然不同的是,新商科人才评价体系的构建主要以先进的商科理念为依托,虽然现如今新商科人才评价体系还不完善,仍旧存在着一系列问题亟待解决,但是可以肯定的是,新商科人才评价体系完全契合时代发展以及新经济进步所需,能够切实为企业招聘人才、学校培养人才以及学生自我提升提供强有力的帮助,并且与学校、学生可持续发展息息相关,应得到格外重视。

二、新商科对人才培养目标确立的影响

新商科到底需要怎样的人才,市场早已给出答案。现代信息技术的快速发展使得商业知识与网络技术相互联系、相互融合的程度更深,商科人才在各个行业、不同岗位的作用越来越突出。

实际研究表明,在现阶段市场经济的背景下,企业与社会更加需要的是拥有复杂问题解决能力、具备全球化视野、创新意识较为突出且拥有活跃思维等特征的综合应用型人才。从实际出发,新商科对人才培养目标确立的影响主要表现在以下两个方面:

(一) 企业人才需求更趋向于复合型人才

随着我国产业升级,经济结构不断变化,各行各业对技术型人才的需求量呈现出来逐年递增的态势,尤其在互联网时代背景下,依靠信息技术的新型领域层出不穷。此时,市场涌现出了越来越多需要电子商务化的企业,按理来说,我国电子商务行业的就业形势应该一片大好。然而,当高职院校在积极推动电子商务专业发展的背景下,人才紧缺现状并没有得到有效缓解,究其根本原因,主要在于学校输出的人才难以匹配企业具体需求,这也是造成电子商务专业学生就业率不高的主要原因。如果电子商务专业教育仍然坚持传统商科人才培养模式,忽视某些新技术、新模式以及新思维的融合,无法为商科教育提供源源不断的生命力,那么可想而知,依靠传统商科人才培养模式培养出来的人才很难跟上市场进步与发展的步伐,以至于造成人才与市场严重脱节。

(二) 更加注重对人才三新能力培养提升

在新商科背景下,要求人才培养重点应聚焦学生创新创业能力、终身学习能力以及知识复合能力的培养与提升。

首先,创新创业能力。该能力培养,是缓解市场人才竞争压力的有效途径,尤其当新技术与新业态悄然出现在学生身边潜移默化地影响他们的思维方式、学习方式甚至日常行为习惯时,不断提升学生的创新创业能力,有助于他们更好地应对各种经济危机。现阶段,由于国家乃至世界整个大环境的影响,一大批农业电商平台涌现并且得到了蓬勃发展,社会对电子商务人才需求将会迎来高峰,这便为学生创新创业创造了有利条件。由此可见,培养学生创新创业意识以及提升相关能力的重要性以及必要性。

其次,终身学习能力。部分高职学生专业基础薄弱,并且由于学制的限制,他们在校期间能够学习并且掌握的知识极其有限。此时,基于新商科的要求,培养学生养成良好的学习习惯,形成终身学习的意识格外重要,唯有如此,他们在日新月异的电子商务行业中才能站稳脚跟,不被快速淘汰。总之,面对不断提高的行业标准以及能力需求,从业者的首要任务就是顺应时代发展不断更新与提高技能,全面增强专业素质,争取抓住新商科机遇,推动电商行业以及自身的长远发展。

最后,知识复合能力。新商科对电子商务专业人才培养更强调人才的复合性,高职院校只有向社会不断输出复合性较强的电商人才,才能快速适应时代发展变化,才能在不断变化的经济大潮中站稳脚跟。网络营销已经慢慢占据着我们生活的更多模块,未来,市场上一定会出现越来越多的微型企业,“一个人就是一家公司”的现象一定会极为普遍,由此看来,多职能已经大势所趋。针对电子商务专业的学生,要求他们必须掌握多项商务关联技能,同时保持良好的持续学习能力,唯有如此,才能快速适应高速发展的中国互联网经济。

三、新商科背景下的高职电子商务专业人才培养可行性路径

(一) 找准专业定位, 培育最新人才

从宏观角度出发, 电子商务专业建设目标应聚焦培养极具新商科特色的电子商务应用型高级人才, 并且打造彰显学校特色、应用能力突出且满足地方经济发展的电子商务专业。此外, 坚持多学科融合的理念, 有选择地融入物流、大数据、市场营销等方面的知识, 明确电子商务专业定位, 竭力培育“新”人才。

首先, 校企共商人才培养“新”定位。近年来, 新零售以及大数据等新型理念逐渐向着电商行业渗透, 从根本上来讲, 学校与企业获得信息的时间是不对等的, 要想电子商务专业人才培养整体水平得到快速提升, 学校与企业应齐心协力, 结合二者的具体情况共同制定基于新商科要求的人才培养方案, 保证人才不与市场需求脱节, 使其更好地服务国家以及区域经济发展。一方面, 校企联合共同明确新商科人才应具备的素质特征。与传统商科人才比较, 新商科电商人才更应注重全方位发展, 并且拥有国际视野以及良好的商业思维, 同时三“新”能力应得到快速培养。另一方面, 专业教育与职业教育有机融合是新商科人才培养的内在要求, 旨在培养更加适应产业需求的人才。企业应充分发挥出自身资源优势作用, 立足经济社会发展形势, 在深入研究高职人才培养模式的基础上对相关人才培养提出新要求。只有企业主动参与到专业教学以及人才培养的每个环节当中, 才能真正促使人才与市场需求的无缝衔接, 保证专业教学融合质量, 精准定位人才培养目标。

其次, 多措并举提升专业“新”能力。新商科对电商专业学生的综合能力提出了更高要求, 要想实现这一目标, 学校与企业应精诚合作, 重视校内外培养无缝衔接, 加快学生“新”能力的培养, 从多个层面、多个角度促进学生综合发展。以终身学习能力培养与提升为例, 可以从两方面着手。一方面, 在融合教学的过程中, 可以采用大小师徒制结合的教学模式。负责“大师徒制”的师傅应结合电子商务专业实际教学情况引导教师在授课过程中应根据学生兴趣以及专业优势合理分组, 通过观察选拔出品学兼优的学生加入“小师傅”的行列。之后, 在执行“小师傅制”的过程中, 更注重同学之间的相互学习, 通过共享探讨的方式促进学生共同进步, 长远发展。

(二) 重构专业体系, 优化课程结构

重构专业体系, 需要紧密结合新商科人才培养要求, 立足行业用人需求, 聚焦培养复合型以及技能型人才, 突破原有课程结构, 形成以“通识基础模块+专业技术模块+跨学科模块+跨学段模块+个性化模块”的新商科课程架构。不同模块的教学重点各不相同, 人才培养的侧重点也不一样。

首先, 建立电子商务仿真模块课程。该课程模块更加注重实战与运营, 一方面传授给学生电子商务专业基础知识, 另一方面引导他们及时将所学理论知识付诸实践, 应用于生产经营活动当中, 培养学生创造性分析与解决问题的能力, 以促使学生更好地满足职业角色能力需求。

其次, 构建双创通识融合课程体系。传统电子商务专业学生只关注专业本身知识学习, 很少有学生主动积极学习电商体系内其他相关课程的知识, 因此, 构建双创通识融合课程体系, 能够加强学生对不同学科的认识, 培养他们知识融会贯通的能力, 促进其全面发展。一方面需要提高双创课程在整个体系当中的占比, 开设《创新创业教育》《创新创业基础》等课程。同时, 随着教学的深入, 教师需要有针对性地开设与选择课程, 以帮助学生形

成良好的商科创业思想, 提升专业融合效果。另一方面, 立足人才培养目标, 可以将课程划分为不同模块, 如基础文化课、职业领域课以及实践创新课等, 从职业素养、知识与能力不同角度培养学生的综合能力, 着眼职业可持续发展, 如此能够真正促进通识教育与双创教育的紧密融合, 还能扩大教学的影响, 有利于整体提升专业融合教学效果。

(三) 重构教学环境, 营造良好氛围

电子商务人才培养环境重构应坚实创新的理念, 促进学校与企业、知识与能力、理论与实践以及技术与教授的有机整合。由于高校与企业拥有的教学优势各不相同, 二者应形成彼此依赖、相互补充的和谐共同体, 以此来改善电子商务专业教学环节, 并且为教学营造良好氛围。此外, 人工智能、大数据、物联网是新商科时代的突出特点, 要求教师应在教学过程中融入新技术与新理念, 打造现代化教学课堂。

内培外引, 打造复合型教师队伍。教师队伍直接关系到新商科背景下人才培养效果, 同时也是电子商务专业建设发展的重要支撑。建设基于新商科的专业师资队伍, 时代应赋予其新内涵与新要求。整体来说, 新商科教育教学对教师网络应用能力、信息加工能力以及综合教学能力都提出了较高要求。电子商务其实属于多学科高度融合的专业之一, 基于此, 教师不仅要具备多学科交叉教学的能力, 而且还应具备能将科学研究理论与实践技术创新相结合的能力, 在建设师资队伍的时候应注重多元复合。一方面, 注重企业导师引进, 鼓励企业导师与专业教师共同承担起来教学任务。优秀的企业导师能够更好地提高理论知识转化为实践的能力。此外, 应适当调整企业导师奖励机制, 给予他们较高的薪资补贴以及更好的升迁调动机会, 用类似更具吸引力的条件尽可能吸引更多企业导师加入教师行列。另一方面, 加大力度培养专业现有教师, 学校应与企业共同制定专业教师培养成长计划, 尤其要提升信息化教学能力, 可以采取的形式有案例探讨、专家讲座、实战操练等, 以便从多层面、多角度培养教师数据分析、网络营销以及数据化运营等专业能力, 整体提升队伍信息化素质。此外, 学校应定期为专业教师提供到企业实践的机会, 尤其针对骨干教师、青年教师, 更应加强其实践力度, 通过学习锻炼帮助教师更加熟悉电子商务各个岗位的实际要求, 以给予学生实践能力培养更大的支撑。

四、结语

“商业变革, 商科创新”是当今时代的主旋律, 推动着电子商务行业的蓬勃发展, 正是因为如此, 对电子商务专业人才培养带来了前所未有的机遇与挑战。此时, 学校需要紧密联合企业, 从找准专业定位, 培育最新人才; 重构专业体系, 优化课程结构; 重构教学环境, 营造良好氛围三个维度牢牢助力新商科人才培养目标的实现。在新商科背景下, 电子商务专业人才培养是一项系统工程, 此项工作需要更多教育工作者前仆后继, 不断深入研究与实践。

参考文献:

- [1] 张翔.“新商科”背景下电子商务专业人才培养模式探讨[J]. 财讯, 2020(1): 41-42.
- [2] 薛卓之. 高职电子商务专业新商科人才评价体系探究——基于企业、学校和学生视角[J]. 常州信息职业技术学院学报, 2019, 18(6): 14-17.
- [3] 梁海跃.“新商科”理念下高校电子商务人才的培养[J]. 科教导刊-电子版(上旬), 2019(12): 55.