

基于产业升级背景的电子商务专业群建设研究

夏朋举

许昌职业技术学院 河南许昌 461000

摘要: 经过十多年的发展,电子商务产业规模不断扩大,高职院校在人才培养方向上必然要结合时代发展变化,及时做好电子商务专业细化工作,以此满足电子商务领域应用型人才需求,培养出更多企业需要的高质量人才。本文站在产业转型发展背景下,从产业转型升级、电子商务产业和电子商务专业群建设的相互关系进行分析,立足于当下,分析当前背景下电子商务人才产业细分对于人才培养方向的新要求,结合发展变化,以专业群建设为突破口,重新确定专业群建设模式。

关键词: 电子商务; 产业升级; 专业群建设

Research on the Construction of E-commerce Professional Group based on the Background of Industrial Upgrading

Pengju Xia

Xuchang Vocational and Technical College, Henan Xuchang 461000

Abstract: After more than ten years of development, the scale of the e-commerce industry has continued to expand. Higher vocational colleges must combine the development and changes of the times in the direction of talent training, and do a good job in the refinement of e-commerce majors in time to meet the application-oriented nature of e-commerce. To meet the needs of talents, we will cultivate more high-quality talents that enterprises need. Under the background of industrial transformation and development, this paper analyzes the relationship between industrial transformation and upgrading, e-commerce industry and the construction of e-commerce professional groups. Based on the current situation, this paper analyzes the new requirements of e-commerce talent industry segmentation for talent training under the current background, combined with the development and changes, with the construction of professional groups as a breakthrough, redefine the construction mode of professional groups.

Keywords: E-commerce; Industrial upgrading; Professional group construction

引言:

基于《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》、《“十四五”电子商务发展规划》,电子商务借助国家政策和网络化发展优势,领域不断拓展,产业也不断细分。如今大数据、云计算、人工智能、物联网等各种新兴技术手段的发展和应用,为电子商务产业提供了保障,打开了数字经济的窗口。基于此,高职院校需要根据市场需求和经济社会

发展方向,以专业细分为核心,重新定位电子商务产业对专业化人才的需求,设计课程,更新教学方式,满足行业对复合型人才的需求。

1 专业群建设、产业升级和电子商务的相互关联

1.1 专业群建设是推进产业升级的内在驱动力

结合《国家职业教育改革实施方案》、《中国教育现代化2035》、《中国特色高水平高职学校和专业建设计划项目遴选管理办法(试行)》,职业教育发展优势越来越明显,是教育深化改革和经济社会发展下应用型技能人才培养的教育阵地,高职院校需要以经济社会发展为导向,注重培养人才的质量,培养出更多符合社会电子商务职业岗位需要的优质人才。互联网的出现衍生出了数

作者简介: 夏朋举(1982-11),男,汉族,河南许昌人,硕士,副教授,研究方向:电子商务、数据分析、计算机技术。

数字经济，成为了推动智能化城镇建设和经济效益增长的主要动力，但是发展的同时也面临着挑战，对于各行业领域来说，电商行业人才缺口巨大，人才供给不足。现有高职院校在专业规划和课程建设方面，还依然停留在传统固定的行业岗位，培养“术业有专攻”的专门型人才。虽然这些专业人才能够很好地胜任某一领域中特定岗位的工作要求，但是如今的经济社会结构呈现多元化发展趋势，相比过去固定岗位、单一选择和能力要求、职业发展都比较狭窄，尤其在新零售背景下，营销手段并非是以往单一化方式，线上与线下混合式营销方式成为了主流趋势，但是这方面的专业人才短板问题比较突出，人才供给与需求错位，增加了产业发展的矛盾，也让产业升级进度放缓^[1]。因此，国家相关部门出台了“1+X”职业技能等级证书制度，在人才培养上，推进专业群建设，结合电子商务产业人才需要，优化与整合专业课程相关的教育资源，让学生能够从专业群建设中掌握更多知识与技能，拓展毕业生就业途径。

1.2 电子商务专业群建设的逻辑基础

专业群建设并不是将几个专业课程简单地拆分与再重组，而是需要建立在一定逻辑基础上，让各专业课程在拆分后能够有机形成逻辑性的课程整体。在专业群建设中，进行不同专业课程的重组需要围绕同一个行业领域，服务对象、技术范畴都相关联或者相近^[2]。以电子商务领域为例，进行专业群建设，其基本思路要明确人才培养的行业领域，让学生能够认识电子商务行业的行业要求，并具备胜任行业要求的能力。具体可以从以下三个方面来落实。首先，专业群建设需要立足于电子商务服务领域，专业课程重组要以电子商务服务群体、大数据技术等方面内容对接，以线上营销和线下服务融合方式，加快推进电商产业园区建设，并与视觉设计、数据分析、平台运营等相关行业领域进行综合把握；其次，电子商务专业群建设，需要明确“运营+技术”的育人目标，重新定位电子商务人才培养方向，按照一定的课程联合逻辑和行业要求，打通专业课程知识的界限，实现学科知识的互通、互联与教育资源的共享；最后，以核心专业为引领建构专业群，并强调各学科专业的整体性和协同性。比如说，以电商运营管理岗位为例，对于从业者的要求是，不仅要了解网站运营和管理知识，还要具备数据分析、网站页面美化设计等技术。

2 电子商务产业细分对人才培养的新需求

2.1 产业细分对电子商务人才的需求

数字经济时代下电子商务飞速发展。根据智联招聘

在2022年第一季度发布的《中国企业招聘薪酬报告》，报道围绕国内38个核心城市企业的招聘薪酬水平进行分析，较去年同期月份上升10.5%，其中济南青岛等城市涨势较好。一方面，是网络营销和直播电商推动了消费，从线下实体消费方式转变为线上消费模式，带来可观的经济效益；另一方面，对电子商务、网络营销与直播电商人才以及相关领域的人才需求不断增大，但是当下人才培养规模滞后、狭小，电子商务专业人才面临巨大的缺口。所以，为了调和经济社会发展中电子商务领域发展需求和人才供给的矛盾问题，满足市场的人才需求量，社会上出现了各种电商培养机构和网络课程。与此同时，还有很多直播人才孵化基地，各行业领域都看到电商直播的巨大效益，争相布局电商直播人才培养模式，想要达到人才培养速成效果和目的。而教育部门也加强了对高职院校在相关专业课程建设和人才培养的指导与帮助，为校企合作和教育改革提供了有力的支持和政策保障。

2.2 产业细分对现代物流管理人才的需求

一是培养电子商务环境下的商务运作能力。电子商务环境下的现代物流管理方式和传统管理方式在理念上、方式上、手段上都存在较大的差异性。在“互联网+”时代下电子商务对物流产生新的需求，推动了现代物流的进一步发展，同时，也对电子商务物流管理人才的技术水平、业务能力提出了新的要求，不仅需要物流管理人才具备物流相关专业基础知识，还需要掌握电子商务系统数据分析、设计、评价技术、网站运营与维护能力、电子商务业务操作、流程管理、网络营销等能力。因此，在培养现代物流管理人才，应站在电子商务企业运营管理和网络营销模式基础，制定人才培养方案，让学习物流专业的学生不仅具备专业要求的基础理论知识，还能够灵活运用所学专业解决电子商务业务操作中的实际问题，提高学生对物流专业的应用技能。

二是掌握物流信息技术和网络管理技能。电子商务系统中物流信息化技术水平是推动物流发展的关键、针对国务院提出的《物流业调整和振兴规划》，明确要求了实现企业物流管理信息化，加强对信息技术的普及和运用，制定围绕电子商务环境相适应的物流信息技术实施标准和信息资源管理和利用标准，建构集物流信息采集、分类、整合、分析、服务等于一体的信息资源传播与共享机制。这就要求物流管理人才需要掌握物流信息技术和网络管理与应用技能，了解电子商务信息系统各项功能，懂得如何操作，并且以信息技术为中心对企业业务

流程和营销管理进行优化与升级。这样才能依靠技术手段打通整个物流信息管理和运作流程,将不同信息模块和业务系统衔接起来,形成一个有序运作、良性循环的共同体,满足不同用户的需求。

三是了解快递行业发展动态、行业规范要求、操作流程等内容。结合近年来发展迅速的电子商务平台,如京东商城、阿里巴巴、拼多多等各企业,在全国多个城市建立了自己的物流管理中心,加快了发展速度和庞大的业务量,加大了物流快递人才以及相关技术人才的需求。但是综合目前国内高职院校物流专业课程设置来看,只有北京邮电大学和北京交通运输职业学院开设了快递方向的课程,但是课程的设计仅仅是让学生了解基本的物流快递相关基础知识,很多本科生、专科生对快递行业要求、规范、操作流程和运作模式的了解都不深入,浅层次的学习让很多毕业生在就业阶段难以发挥自身专业优势,具备物流快递行业相应岗位要求的物流快递管理和应用能力。因此,在人才培养中要针对这一短板问题进行强化和完善,要求学生在校期间熟悉电子商务环境下快递业务流程和快递运作管理模式,在实习期间,以专业为基础,从事快递企业、邮政企业等相关物流企业的业务管理和运作岗位,以此更好地适应现代物流管理对于人才的能力要求。

2.3 产业细分对网络营销人才的需求

基于互联网的普及和发展,电子商务得到了广泛应用,促使企业认识到了借助互联网快速传播和巨大用户规模数量的优势,通过网络营销方式将企业产品、品牌和文化推广出去,快速抢占市场竞争的制高点,目前,各大企业也越来越重视网络营销活动,成为企业发展的主流。互联网为中小企业创造的竞争优势带来了新的机遇,改变了以往的成功公司已经确立的传统商务模式。但是目前部分企业虽然认识到网络营销的重要性,问题是目前最紧缺和亟待解决的问题是网络营销人才严重缺乏,尤其是移动电子商务的发展,相应的也需要建立移动营销模式,主要针对移动智能终端用户群体,以计算机网络为媒介,通过信息技术直接向企业目标受众定向和精准传递企业个性化产品信息,达到与受众的信息互动和共享,以此达到营销目标。但是移动营销人才短缺,在高职院校培养中对移动营销人才培养也缺少足够的重视,所以,要从教育入手,加快解决人才短板问题^[1]。

3 建立电子商务专业群的实践策略

3.1 打造全面化课程体系

完善电子商务课程体系可以在原有主要专业课程结

构的基础上,高职院校对人才培养规划既需要以电子商务岗位需求为导向,侧重专业技能的培养,还需要培养学生职业能力和素养,让学生能够适应社会发展变化,拥有可持续发展能力。立足当下电子商务发展趋势,结合传统商务专业课程中,学生掌握的专业知识以及具备的行业发展敏感度、适应能力和信息捕捉、搜集、整合与分析能力。同时,以“中国制造2025”和“互联网+行动”为导向,构建电子商务专业、现代物流管理专业、网络营销与直播电商、金融科技应用等四个专业为支撑的电子商务专业群^[4]。因此,高职院校在定位人才培养方向上,应着眼于专业课程设置,重新设计和组合。此外,结合当前电子商务新需求、新变化,在原有专业课程基础上,引入和整合新的课程内容,增添“新媒体运营”、“新媒体文案的设计”、“小视频制作”等课程。同时,高职院校还可以开展网络营销与直播电商教学演练,将传统课程与网络营销、直播电商相融合。如将以往导游课程转变为“直播+旅游”模式,为运营岗位做准备。

3.2 校内外实习、实训基地建设

学校和企业是性质不同的两个独立个体,学校主要以教学为己任,围绕学生专业学习和能力培养进行规划,而企业围绕的目标是利润,针对企业各阶段战略规划实现经济效益目标。如果教学方向和人才培养模式与企业要求相悖,与企业利益存在冲突,或者学校教学和人才培养不能为企业带来实际利益、甚至降低企业利益,这时企业必然会放弃教学,从而学生的实训课程和人才培育目标也难以实现,只有理论讲解,缺乏实践教学,难以提高学生的应用技能。因此,学校要实现良好的实训、实习教学效果,就需要采取灵活教育理念,调整实训实习时间,以企业岗位对人才能力需求为基础和前提,让教学适应企业的需求,通过学校培养促使企业实现利润最大化。同时,学校也需要企业为学生提供实训、实习的机会,并及时与企业做好联系和沟通,建立长效合作关系。一方面,学校可以为企业提供丰富的人力资源、软硬件基础设施、电商创业孵化中心,并定期到合作企业进行走访与交流,了解企业真实的需求,以企业需求为中心调整教学计划;另一方面,企业也需要派遣专业的电商技术人员,与学校电子商务教师共同制定教学内容,同步教学。例如,学校可以组织电子商务专业学生,在每年的“双十一”、“618”等购物节这种特定节点时,与企业做好协商和沟通,在毕业生离校之前举行电子商务专业招聘会。由于企业在“双十一”、“618”这种特殊期间都需要临时增加客服以及相关工作

人员,而电子商务专业学生因为具备专业基础知识和一定的能力,经过企业简单的培训就可以上岗完成基础性工作,学生有了这次实习和实训经验,就可以成为企业临时用工的优先选择,不仅可以让学生利用所学专业知

3.3 加强专业群师资整合

建立电子商务专业群,离不开专业群师资建设,以专业群为引领、企业带头,形成专业群建设结构,打造课程精讲、团队协同、岗位指导、深研教改的“双师型”团队。同时,教师要在课堂教学中充分运用现代信息技术手段,引入具体的教学案例,结合电子商务发展案例,建构数字化专业资源库,通过案例分析和资源整合,构建专业群模块化课程,并在模块化课程教学中培养学生的网络营销思维。比如,通过京东和腾讯的案例,培养学生的浏览思维,让学生指导开拓电子商务市场,其根本就是要做流量,流量是互联网企业的核心竞争力,以京东和腾讯为例,让学生了解明白的特质,做流量之前,了解受众目标是谁,并站在用户视角,基于用户思维提高市场传播的精准度和运营效率。为了让学生更有效地了解网络营销模式,在专业群建设中,教师可以协

同学校合作的企业,深化产教融合,组织学生到校外实践基地,与企业网络营销专业人士协同教育,强化学生的综合职业技能。

4 结语

综合分析,在产业升级背景下,围绕电子商务行业内容,分析专业群建设与产业升级以及电子商务之间的相关性,结合具体行业发展现状和趋势,分析在电子商务专业群建设中人才培养的新需求,并以实际需求为导向,从院校电子商务课程教学方式、综合课程体系设计、师资整合等方面形成合力,做好人才培育。

参考文献:

- [1]杨年.产业升级背景下电子商务专业群建设研究[J].营销界,2021(31):54-55.
- [2]黄煜.“提质培优”视域下电子商务专业群建设探究——以南宁市第一职业技术学校为例[J].广西教育,2021(02):34-35+47.
- [3]商玮,童红斌.产业升级背景下高职电子商务专业群建设探究——以浙江经贸职业技术学院电子商务“双高”专业群建设为例[J].江苏科技信息,2020,37(33):27-30.
- [4]卢美琴.区域产业升级下的高职电子商务专业群建设研究——以福建省为例[J].电子商务,2019(05):67-68.