

“双高”背景下高职院校电子商务人才培养模式优化研究

吴自力

(益阳职业技术学院, 湖南 益阳 413049)

摘要:近年以来我国社会不断发展在一定程度上促进了教育体系的完善,而高职院校在开展教育工作的过程中有必要结合国家发展情况、地区差异等促进教育的转型升级。而“双高”计划的提出以及落实,为我国高职教育改革提供全新发展思路。为切实提升电子商务专业人才培养质量,专业教师和学校可据此完善教育体系、创新人才培养机制,以满足社会对高素质、强技能人才的需求。本文就“双高”背景下高职院校电子商务人才培养模式优化进行探究,并对此提出相应看法,希望为职业教育改革提供参考。

关键词:“双高”;高职;电子商务专业;优化研究

一、双高内涵分析

为了提升人才培养质量,深刻贯彻落实《国家职业教育改革实施方案》精神,我国教育部门在2019年印发了《关于实施中国特色高水平高职学校和专业建设计划的意见》(以下简称《意见》),其中引导性地提出了“中国特色高水平高职学校和专业建设计划”,积极引领职业教育为国家服务、为区域发展以及产业升级服务,满足社会对高素质人才的需求,这也意味着我国高等职业教育已进入对创新发展指引的双高时代。

在双高计划中,高职院校治理能力和水平成为持续推进内涵建设以及深化改革的重要环节。因此职业教育作为与社会经济发展紧密相连的一种教育类型,其具备职业型、教育性属性,为了满足社会发展需求高职院校治理能力的内涵、路径等又有所完善。很多学者认为高职院校治理能力体现在不同主体之间的利益均衡,从而对不同管理手段以及方式等进行综合运用,从而对学校内部进行有效的控制以及管理,切实提升人才培养质量。除此之外,也有很多学者立足不同角度对高职院校治理能力内涵进行总结,认为相对完善的治理体系是推动高职教育发展的重要支撑,同时也是提升高职院校治理能力的关键前提。

二、“双高”背景下电商企业人才需求面对的新形势

(一) 电商企业对于人才提出了更高的要求

现阶段,我国电子商务产业发展迅速,本行业整体规模也进一步扩大,中国电商在世界舞台上大放异彩。一方面,目前互联网+线下的有效融合,成为我国经济发展重要模式,很多专业毕业生从事相关岗位,大量电商企业相继产生,市场竞争更为激烈,这意味着市场需要更多的技术型人才。另一方面,当前职业教育逐渐偏向大众化,每年都有大量的电子商务专业学生毕业,电商企业则会坚持“优中择优”的原则,选择高素质、强技能人才,因此提升学生核心竞争力成为众多高职院校和专业教师的研究重点。

(二) 电商企业更加重视创新型和技能型的人才

通过社会调查以及分析相关的资料不难发现,现阶段很多电商企业对学生学历要求不高,不过其更为关注学生的工作能力以及创新能力。电商企业中,对于熟悉新媒体运行以及社群方向的创新型人才,以及了解淘宝、天猫等传统的电商运营系统的人才,还有热爱电子销售以及客服工作等方面的人才具有极大的需求。岗位普遍要求学生具备竞争意识、创新能力和职业素养,因此围绕学生就业完善教育体系、明确人才培养方向是新时期下高职院校和电商专业教师全新思考内容。

(三) 电商企业更希望和学校加强合作

目前电商企业的人才缺口比较严峻,而人力资源经济成本又比较高,电商企业希望促进自身的产业结构转型,并且能够让入人力资源成本得到更有效的控制,这就使他们更加愿意和学校之间

建立合作关系,形成一种校企合作、产教融合的良好互动机制,创立电商创新创业合作的新型交流模式,进而可以在高职院校中直接培养定向型的订单班电商专业人才,学生毕业后可零距离进入岗位,其综合能力可以满足企业发展需求。

三、现阶段高职电子商务专业教学中存在的问题

(一) 师资力量薄弱

“双高计划”已落实多年,其已经成为众多高职院校培养高素质人才、提升人才培养质量的重要参考。而为了充分发挥此教学理念的引导价值,教师需要具备一定的能力和教学水平。目前很多高职院校电子商务专业教师基本上是电商专业毕业,不过一些教师对电子商务行业发展现状、运行中的具体模式了解较少,同时多数教师常年承担教学工作,缺乏实战经验,其自身对电商企业人才能力需求、实践标准等了解不够彻底,因此专业教师缺少教学改革的一些能力和实践能力,使得新时期下的人才培养目标难以实现。

(二) 课程体系不完善

结合实际进行分析,现阶段我国高职院校针对电商专业人才培养所落实的课程体系,整体较为模式化,且人才培养目标不够明确,其难以充分体现教学的专业性。电子商务本身涉及内容众多,其对人力资源提出综合性要求,其中涵盖了多个方面,但是一些学校的专业教学体系较为简单,其仅是将电子商务相应的课程进行单一拼凑而形成的一种课程模式,导致学校培养的人才综合能力与企业人才需求难以无缝对接,学生综合能力无法应对行业发展要求。除此之外,目前很多高职院校也开设了一些课程实训项目,不过在育人过程中因技术、教学资源、教学条件等外界因素影响,学校设计的课程流程难以达到企业生产标准。

(三) 校企合作不深入

基于政策环境和企业自身的诸多不确定因素,企业对职业教育的支撑大都缺乏力度,不能全身心关注和融入人才培养全过程,导致校企合作不够全面、深入,实践中,电商专业现代学徒制较难实质性落地,无法真正做到产教融合、工学交替,校企双主体育人模式难以建立实施,因此,人才培养缺乏特色和质量保障。

四、“双高”背景下高职院校电子商务人才培养模式优化方法

(一) 优化专业教师队伍结构

在双高计划背景下,高职院校电子商务专业教师教育能力在很大程度上决定着教育改革进度,为了确保教学质量并提升学生核心竞争力,学校在发展中需要积极构建双师型教育团队,着手优化教师队伍结构。为了达到这一目标,学校在发展中需要突破传统思维限制,将侧重点置于学生全方位发展,明确教师能力提升方案、制定教师队伍结构优化方案,同时师资队伍不仅要有校内电子商务专业以及课程教师,同时也要有企业管理人员、项目工程师等,这样能够为后续教学活动的顺利开展做好充分保障。

笔者认为学校可从以下几点入手构建双师型教育团队：首先，学校管理人员以及领导人员应转变发展理念，在发展和实践中关注学生全方位能力提升，围绕就业导向意识到教师综合教育能力对人才培养质量的影响，明确师资力量提升目标。其次，学校积极开展师资力量提升培训活动。一方面，学校可积极开展相应的培训工作，让教师通过培训了解最新的教育理念、双高计划具体内涵、创新型教学方式等，进一步提升教师综合教育能力；另一方面，学校可定期组织教师前往合作企业进行学习，使其掌握企业工作标准以及实践项目内容，引导教师将这些内容落实到人才培养过程，为后续教学活动开展、教学体系完善等做好充分保障。同时，针对目前校内教师时间不充足的情况，学校可落实相应的奖励机制，将师资培训与职称、绩效等紧密结合，提升教师参与培训的自主意识。最后，进一步优化师资队伍结构。学校可定期邀请电子商务专业领域专家来校演讲，让教师学习最新的教学方式、实践项目等，让学生及时了解专业发展动态，帮助学生做好职前规划以及未来发展计划；聘请电商合作单位技术人员、企业工程师等来校辅导专业教师开展教学活动，落实现代学徒制，让学生在与企业工作人员接触的过程中，逐步掌握工作流程和自身在学习过程中存在的不足，促使学生综合化发展。此外，在当前的互联网背景下，学校也可搭建线上平台支持教师教学工作，在平台上开设“名师工作室”，吸引更多教育专家和教师加入其中，就现阶段教学中存在的问题进行探讨，纠正人才培养方向。

（二）合理完善专业群

现阶段，专业群建设是高职院校提升人才培养质量的重要措施，而在“双高”计划下高职院校电子商务专业群需要适当完善。在实际人才培养过程中，学校和电商专业教师应将校企合作作为人才培养的主要纲领，始终坚持实践的完整性以及开放性，深入探究区域性电子商务产业链条，对传统专业分割模式突破，深化对专业群的认识；教学的模块与专业性课程需要对岗位能力与职业要求重新进行审视，借助创新创业人才培养的内容以及形式，促使课程与教材的内容与时代、社会的发展需求相适应，避免专业人才培养工作出现偏差。首先，学校专业教师可深入分析专业教学中1+X证书制度、职业技能竞赛标准、技能抽查标准等，逐渐构建理实合一的课程体系，助力学生职业技能以及素养的发展；在原有实践项目选择上，教师与企业工作人员应积极沟通，了解企业实践项目，并将其引入到教学过程，丰富实践教学内容。其次，学校教师充分分析专业发展动向，借助相关内容的研究来完善课程设置、优化课程体系，进而实现专业教育和职业技能培训的有效结合，成功对接职业领域“X证书”的认证内容；学生在达到相应的考核标准之后，即可获取同一级别若干技能等级证书或不同级别若干职业技能等级证书，从而实现“岗课赛证”交叉与融合。

（三）积极创新人才培养方式

在双高计划下，电商专业教师同样需要在人才培养过程中积极创新教学方式。在当前的素质教育背景下学生主体十分重要，因此教师在教学中需要充分体现学生主体，让学生能够主动加入学习过程。首先，教师在育人过程中可以将社会企业考核与绩效考核有效结合，进一步将电商企业管理与学校教学联系起来，这样多元化的教育方式能够进一步丰富教学、考核的内容，同时也能够实现学生全方位发展。在此种模式下，校外企业考核主要是检查学生对电商企业工作过程内容的了解，主要包括网店页面设计、店铺运营情况以及第三次营销数量等，让学生提前了解电商企业操作流程是如何进行运营和发展的，切实实现学生综合能力以及素养的全方位发展。其次，积极拓展线上教学资源。在互联网

网+背景下，专业教师可借助互联网的优势，开展线上+线下结合的混合教学活动，以此来提升教学效果，实现学生综合化发展。例如，在《网络营销与线下配送》相关内容教学中，笔者在课前设计了学生自主学习资料，之后让学生完成相应的预习任务和课前练习。考虑到本节知识并不复杂，且与学生实际生活贴近，因此笔者整理了设计主体方案、学习流程引导、学生自学视频动画、经典案例比对等内容，在设计视频时，笔者注意把握以下几点：第一，视频长短应合理把控。一般而言，视频长短应适中，既可以引导学生掌握相关知识，也可以充分调动学生的参与主动性。第二，视频内容知识讲解、案例呈现等方式呈现，通过将知识趣味化展现，能够引导学生主动加入学习过程，从而深化他们的理解，初步引导学生将所学知识应用于实际。在此之后，笔者将视频、动画、案例等分享到班级学习网站，学生需要借助扫码的方式进入网站完成进行学习，并完成相应的学习任务。在线下教学中，笔者主要是结合学生在线上学习中存在的不足，对其进行针对性引导，帮助他们理解深奥的知识，培养其实践能力，笔者以任务型教学法让学生进行实践，活动主题为“农村电商客服”，学生需要结合真实客户的要求，帮助其解决问题，如配送、运费险等，借助这一方式深化他们对技能的理解，培养其职业素养，从而进一步实现新时期下的教学目标。

（四）做实多元化教学评价

基于全新教学背景，专业教师可从以下几点对学生进行评价。首先，充分重视学生的线上评价。结合线上平台的记录功能，评价学生的学习情况。其次，重视学生的课堂评价。可以从考勤、任务完成情况、参与度等进行评价，帮助学生建立学习自信的同时，培养学生的发展认知。最后，重视学生的创新创业意识。通过与学生交流，掌握学生的创新创业理念，以便之后对教学进行完善，确保相应教育目标的实现。此外，在评价主体选择上，应保证学校和企业一同加入学生评价过程。在具体的落实过程中，学校一方的评价主体除了专业教师以外，还要有合作企业人员，使其对学生项目完成情况、知识掌握程度、基本职业素养等进行评价，逐步树立学生的发展意识、创新理念等。之后，教师在掌握学生学习情况之后，则需要对教学内容、方式等进行调整，从而提升后续教学针对性和有效性。

五、结语：

基于“双高”背景，高职院校电子商务专业人才培养模式要进一步优化，学校围绕地区经济发展进一步强化与企业的合作，切实提升人才培养质量，强化学生核心竞争力，确保电子商务人才培养体系能够与电商企业需求高度契合。因此为了提升学校社会影响力、为社会培养更多高素质技能型人才，高职院校在电子商务专业人才培养过程中，应积极顺应教育时代发展，结合当前专业人才培养中存在的问题，如师资队伍能力不足、人才培养方式单一等积极落实有效教学改革措施，以此来确保后续专业教学的针对性和有效性，满足社会对高素质、强能力电商人才的需求。

参考文献：

- [1] 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”群建设为例[J]. 江苏科技信息，2020，37（33）：27-30.
- [2] 朱兴荣.“双高”背景下高职院校电子商务专业人才培养模式优化研究[J]. 营销界，2020，51：43-44.
- [3] 章君. 高水平高职院校建设任务研究——以18所“双高计划”院校为例[J]. 天津商务职业学院学报，2021，9（02）：76-83.