

# 促进中职电子商务专业校企合作的策略研究

邱雪红

(河源理工学校, 广东 河源 517000)

摘要: 培养符合当前企业需求的技术应用型人才, 是开展中职教育的根本目的, 中职院校加强人才培养的过程中, 企业要积极参与, 有助于实现阶段性教学目标。结合当前的时代背景, 电子商务应用广泛, 对中职教育学校提出了新的教育需求, 因此, 中职学校需要加强对人才的培养重视程度, 健全完善人才培养模式。中职学校的体制和企业输出不同, 严重影响中职电子商务专业间的校企合作, 也不能充分发挥电子商务专业人才培养和输出的作用。针对当前中职学校教学的实际情况, 对符合电子商务专业校企合作需求模式进行探究, 从而为企业提供更多应用型人才。

关键词: 中职学校; 电子商务; 校企合作

就当前的情况来看, 电子商务行业的崛起, 企业对电子商务的人才需求也愈多, 但是中职学校并没有输出相应的人才, 面对社会需求方面的压力, 中职电子商务专业的人才培养模式要及时更新。针对企业的需求和人才的培养, 中职学校需要对教育模式和教育理念进行创新, 积极引进先进的教育模式, 健全完善人才培养的方案, 让学生的专业技能得以提升, 从而获得全面发展。教育阶段性目标的不断实现, 企业需要和中职学校形成合作关系, 并将电子商务的实用性展示出来, 使得学生能够在商务活动中融入所学的专业理论知识, 对今后自身的专业之路不断优化。

## 一、中职电子商务专业校企合作现状问题研究

### (一) 学校和企业之间的合作缺少有效的交流平台

针对校企合作人才培养计划的制定, 以及教学资源和环境等内容可以看出, 中职电子商务专业开展校企合作的实际情况是: 教育相关部门提倡, 学校自主寻找合作的企业。中职学校电子商务专业没有深入了解企业所需的人才, 校企双方缺少沟通交流的机会。中职学校没有积极主动的调查企业对岗位的需求, 只是经过内部的讨论, 认为企业需要哪部分人才。根据这些结论制定相应的教学计划和课程。教师进入企业实践的制度尚未完善, 没有相关的政策支持和指导, 学校可以聘请企业内部高级技术人员来校任教。学校和企业之间缺少沟通交流, 从某种程度上会导致学校的电子商务专业人才培养和市场脱节。比如专业课程的设置、教学计划、教学内容等等。

### (二) 电子商务专业校企合作流于形式

通过对电子商务专业参与校企合作的人才选用和培养数据可观, 中职学校和电子商务企业之前的合作只是趋于表面化。部分学校对于校企合作的认知十分片面, 只认为是给学生们寻找实习的基地。部分学校虽然制定了一些协议, 但是内容十分简单, 对于学校和企业来说都没有实质性的作用, 合作的深度不够。另一方面, 学校没有熟悉相关的行业标准, 企业对于学校的教学流程也是一知半解, 两者之间的合作只停留于一纸书面协议。并没有有什么深入性的探讨和交流, 不能有效实现校企之间的资源共享。

### (三) 缺少政府或是行业法律规范、管理和支持

中职电子商务校企合作中双方的权利和义务存在不对等、信任度较低、无法共享资源的情况, 相关数据表明, 校企合作虽然在法律层面得到了国家和政府的支持, 同时系统的出台了《职业教育法》《关于大力发展职业教育的决定》等条例, 也积极开展教育试点, 在学校和企业间深化合作。受到实施细则缺少指导性的局限, 并没有制定某一机构作为校企合作的协调方。校企合作的管理权大多是保留在政府部门或是学校直属部门上, 进行管理

和改革的进程缓慢, 企业的管理部门、劳动部门和教育部门之间没有相互协调, 导致不能及时调整和管理校企合作的项目。另外, 校企双方之间的权利和义务缺少一定的约束力, 出现不按条例合作的情况。校企合作的资金和税收等缺少支持, 影响校企合作的层次和稳定。

### (四) 企业缺少和学校合作的责任感

相关研究结果表明, 我国电商企业和中职学校实施产教结合时, 缺少一定的责任感, 会将电商企业和校企合作作为一种补充劳动力的方式, 没有贯彻落实校企合作中应当承担的责任和义务, 将学校派来的学生当作廉价劳动力。因此, 学生在参与社会实践的过程中, 能学习的机会不多, 学生接触的学习内容也可能是岗位需学习的基础技能, 不能为学生的职业发展打基础, 导致学生在学习和实践过程中, 缺少热情, 有的甚至不愿意参与校企合作的项目。

### (五) 电子商务企业缺少校企合作的积极性

站在影响电子商务企业参与到校企合作项目的相关数据基础来看, 电子商务企业更多的是关注企业产生的利润, 一方面企业觉得培养技能人才是中职学校的任务, 同时希望政府为教育买单, 减少企业人才资源投入的成本; 另一方面企业中开展教学活动, 不仅要保障企业正常运行, 同时还要完成相应的教学任务, 肯定会影响到企业的生产效率; 当前中职学生没有一定的技能傍身, 缺少实践经验, 在实践操作过程中会出现不了解平台规则, 导致账号违规而带来的损失等情况, 给企业一定带来一定的经济负担; 再者学生到企业内部去实习, 参与各项活动时可能会遇到人身安全问题, 劳动伤害是企业不能回避的问题, 实习时大多是超员安排工作岗位, 学生不是企业组织的成员, 无形中增加了人员管理复杂性和工作量。

社会中人力资源相对过剩, 企业希望从市场中引进具备一定经验的工作人员, 不会投入大量的时间和精力, 风险承担小、成本较低, 企业只会积极地引进人才, 不能主动的承担起为社会、为企业培养高技能人才的责任。部分企业只在有利可图时出现, 部分企业将学生视为廉价劳动力。

## 二、中职学校电子商务专业校企合作优化策略

### (一) 及时调整和设置相关制度

中职学校培养人才的过程中, 主要以市场为定位, 在培养人才的计划和制度上, 结合市场的需求进行调整。电子商务领域一直在推陈出新, 层出不穷的营销理念、销售模式和运营模式在不断创新变化。因此, 中职学校和企业之间的合作应当结合企业的实际需求和市场的变化, 科学合理的设置人才培养计划和教学课

程;为了确保校企合作的实训基地平稳运行,中职学校要适当地调整教学策略,暂时没有参加实训的专业的学生仍然延续以往的教学模式,需要进行课外实训的学生,应当借助半企业模式的教学制度进行管理,确保电子商务专业的实训工作保持同步。

#### (二) 企业可以建立定向培训班

中职学校的招生和一般学校的招生有一定的区别,主要是基于市场的需求调整招生的规模,因此电子商务专业的招生和人才的培养存在一定的自主性。电子商务企业的人才需求有明显的专业性,不同的电子商务企业会结合其工作的内容、营销对象的不同,平台交易、客服软件和物流体系等企业有专门的技术支持,因此对人才的技能需求也存在差异性。中职学校可以和企业制定人才培养输出协议,构建电子商务企业的性质、企业结构、岗位情况和企业文化制定培养的内容和相关制度。电子商务企业结合相关的专业设备和平台,实现资源共享,有助于电子商务专业学生和企业的有效对接。电子商务专业的学生在每个季度、每个学期的学习过程中,大多数的时间都是学习职业相关的知识,另一部分时间留给技能专业培训,从而实现边学习边磨炼技能的最终目的。

#### (三) 及时优化电子商务专业课程师资队伍

中职学校的师资队伍不同于传统学校教育体系,和中职教学目标有着紧密的联系。中职学校培养的学生是直接进入人才市场接受招聘,应对适者生存的局面。学校授予学生的技能如果不能和企业的需求挂钩,毕业生将面临毕业即失业的情况。如果让学生所学的技能和市场接轨,一定程度上离不开师资的培养。学校师资团队的培训应当注重教师技能和企业需求同步发展,定期开展教师培训活动,及时接纳企业的新技术岗位培训,学校也可根据专业的需求和发展招聘不同类型的技术人员完善师资队伍。电子商务不是热门学科,中职学校结合企业的需求,为了提升学生的职业能力和素养水平,对专业课程设置的领域比较宽泛,对于部分刚起步的电子商务专业中职学校来说,受到内部资源不充分、教师技能无法有效提升的影响,仅仅借助课堂知识教学不能满足学生技能学习的需求。为了给学生提供更加及时、更加有效的电子商务教育,避免教师因为长时间的教学工作导致工作经验落后,电子商务企业可与中职学校制定人才互换协议,让电子商务企业定期派遣技术人员到校内指导教学,学校也可安排教师到企业挂职锻炼,保障教学人员的专业性。

#### (四) 不断深化电子商务校企合作的内容

中职学校人才培养的内容主要以企业内部的需求为主。电子商务是紧随时代发展潮流的行业,也是一个年轻化的行业。其年轻化的具体表现在于,行业参与人员主要是年轻人居多,这是互联网发展带来的特性。电子商务企业会结合社会发展变化延伸出各种运营模式和营销战略。一个年轻化的行业,需要不间断的创新理念投入才能使企业不落后于社会发展需求。以往的电子商务校企合作内容大多是按需分配和顶岗实习,很容易收到岗位需求和运营成本的影响,不能长时间维持校企合作。为了更好地推进校企合作长久发展,除了保留原有的合作项目之外,还应当结合发展方向,比如校企合作开发培训,借助电子商务企业的智能或是中职学校接受电子商务企业的项目委托,承接电子商务项目的培训工作,主要以电子商务教师和企业任教人员为主体,积极组织学生共同参与项目,一方面学生的创新能力很强,收到行业内部思维约束较少,能为企业的开发和减少成本;另一方面,通过对项目的开发,有助于学生尽快了解电子商务行业,加强学生就业资本。中职学校教育的专业性设置相关培训班,承接各种

电子商务企业人力资源的提升任务,有效降低企业运营的成本,提升企业的经济效益。

#### (五) 积极推进校企合作推广平台

电子商务行业的迅速发展,与之相关的沟通平台并未满足需求,电子商务企业缺少对校企合作内容的认知,中职学校和电子商务企业间缺少交流的平台,因此中职学校大多是寻找自行筹建的企业,企业缺少代入性。电子商务的互联网特性决定电子商务领域在交流方面相对便捷。政府部门或是电子商务行业协会应当借助自己强大的影响力和辐射范围,积极推广电子商务校企合作项目,构建合作沟通交流平台和渠道,便于有需求的企业结合地域因素、自身特性等符合需求的中职学校展开校企合作。

#### (六) 深化电子商务行业协会的管理职能

电子商务行业是一个新兴行业,这一行业协会也正处于起步阶段,因为辐射的范围较小、职能缺失、服务对象局限性等问题,对于电子商务领域的管理也存在一定的滞后性。因此,应当不断健全完善相关法律法规,规范电子商务企业校企合作的管理,变更以往的自律模式,围绕电子商务行业协会管理为主体,制定电子商务专业校企合作的管理规范,明确校企合作的义务、权利和产权归属等问题,并对优秀人才进行考核,定期进行校企合作成效评定,实现对电子商务校企合作双方的去劣扶优,结合最新的校企合作成果向各中职学校和企业推广。从中职学校和政府职能中分理处学生的职业能力和素养考核权力,由电子商务专业协会考核学生的职业能力,学校和企业应当共同考核学生的专业素养,从而不断提升学生的专业性、严谨性和独立性,确保电子商务专业学生的专业素养水平满足当前社会的发展和企业的需要。

#### 三、中职电子商务专业开展校企合作的注意事项

明确中职学校电子商务专业的定位和需求。基于企业对于电子商务人才需求的特性,中职电子商务专业的人才定位是面向中小企业电子商务应用领域的一线岗位。明确中职学校电子商务专业人才培养的定位和需求推动校企合作。中职电子商务专业的人才类型主要有两种:技术型电子商务人才和商务型电子商务人才。电子商务的岗位需求从事人员需要熟练掌握电子商务方面的相关技术,同时具备鲜明的商务理念。实训过程中,将项目引入学校或是直接让学生去企业内部实习,感受企业工作的氛围。

#### 四、结束语

中职电子商务专业校企合作的实施,需要多方面的共同努力,通过本文的优化建议为多方的合作内容提供参考,从而促进校企合作的深度发展。中职电子商务的校企合作归根到底是如何展现互利共赢的问题,作为平等的主体,校企双方需要开展长期合作,构建灵活多变的教学体系。深度开展校企合作模式,离不开开放合作之路,中职学校需要探究新的策略和新的合作模式,才能维持教育本身的生命力,实现人才培养的根本转变。

#### 参考文献:

- [1] 冯润文. 中职学校电子商务专业校企合作模式探究 [J]. 科技资讯, 2020, 18 (26): 3.
- [2] 李娜. 基于产教融合, 校企合作的中职电子商务专业建设研究——以大连市经济贸易学校为例 [J]. 时代教育: 下旬, 2021 (8): 2.
- [3] 王鑫. 校企合作育人机制下中职学校电子商务专业的实践探索——以亳州汽车工业学校电子商务专业为例 [J]. 中国培训, 2020 (12): 2.