

电子商务专业人才培养目标定位的思考

◆徐奕胜 夏金弟

(安庆职业技术学院 安徽安庆 246003)

摘要: 高等职业教育的人才培养目标定位是高等职业教育的中心工作,人才培养模式就是围绕人才培养目标定位来制定。高职教育领域关于电子商务高技能人才培养的研究与实践经过了十几年的探索,现已逐步深化。本文在分析高职电子商务专业人才培养目标定位现状的基础上,论证“工学交替、引入比赛、引导创业、能力递进、企业参与”的全程化校企合作教育方式的人才培养,增强学生的职业岗位就业能力与竞争能力,对探讨高等职业教育教学培养目标定位具有现实意义。

关键词: 电子商务;人才培养导向;目标定位

教育部自2001年首次批准13所高校开始电子商务本科专业的招生,迄今为止,全国共有1227所高校(含高职院校)开设了电子商务专业。如若包括电子商务技术专业在内,则有1327所高校。高职教育领域关于电子商务高技能人才培养的研究与实践经过了十几年的探索,现在已逐步深化。但因区域不同,经济发展水平不同,差异需求不同,各地区的电子商务专业的职业教育同样存在很多差异。精英培养、校企合作等培养模式在实践中也出现很多值得商榷与争议的“事件”。

一、电子商务人才培养模式确定的依据

电子商务专业它首先是高职院校的一个专业学科的教育教学,有专业的特殊性,但也必然保留高职院校的教育教学的普遍性特征。忽视专业教育教学,那是普通教育教学,同样,忽视教育教学,那是脱离了高等职业教育教学规律。

电子商务专业是应用性很强的学科,它必然紧密结合经济发展态势。从区域经济的产业发展的视觉来看,各行业企业的电子商务岗位群及延伸的岗位群的人才需求,电商专业课程设置必然是与之相适应,要立足于实现其专业的岗位群人才目标设立人才培养模式。

以我校为例:2005年我校首次电子商务专业招生,课程设置比较粗放,经济大类加几门专业课程,2009年我校电子商务专业课程的设置开始以国家电子商务师职业标准为导向,把职业资格认证课程纳入了人才培养方案之中,把专业基本知识渗透到专业实习、专业技能训练过程中,将证书课程考试大纲与课程标准相衔接,根据市场人才需求特征与层次水平特征,确定以能力为核心的课程体系。为提升学生实践能力,通过“以赛促学、以赛促训、以赛促教,赛学教融合”的人才培养,将电子商务的课程模块设置为素质素养专业基础课程、核心课程、实践课程三部分。2016年因人社部认可的职业能力考证取消,以及电子商务行业的迅猛发展,社会人才需求也发生着很大变化,以国家电子商务师职业标准为导向的课程体系必然需要进行较大的变化和调整。2017年全国电子商务技能联考,将电子商务专业的岗位分成五大岗位群二十八个岗位,这也为我们在课程设置上提供了一些参考。全国电子商务技能联考主要从岗位的知识与应用能力和发展方向等方面进行考核,涉及电子商务专业客户运营、供应链管理、视觉设计、营销推广、及运营管理五大岗位群,在线客服、网店运营、SEO/SEM、新媒体运营、电商专员、市场经理等二十八个岗位知识与能力,所以教学内容也做了相关方面的调整。

电商岗位应用需求必然要求高职院校的电商专业教学开设相关的教学模块,保证学生毕业后能顺利适应就业能力要求。

二、电子商务专业人才培养目标定位

专业人才培养目标通过人才培养模式、课程体系建设实施、实习实训、校企合作、师资团队建设等体现。电子商务专业人才培养目标定位必然是由该专业的人才核心竞争力所决定,但本专业人才核心能力在各地的高职院校的学生专业培养目标的应用中,又受制于当地或区域经济对人才需求的现实等多种因素,因此人才培养目标的差异化是必然存在,但无论怎样差异都必须结合当地经济社会的现实需求来确定。目前可以概括有以下几种主要定位导向。

1.生源导向

高等职业教育主要是培养目标是职业技能应用型人才,这种目标定位强调了职业技能的日常教学与实训,突出教学的实践性强,但高职院校生源现实情况,特别是在目前自主招生作为高职院校主要学生来源,学生的整体学习知识能力一般都比较欠缺,兴趣不高,学习目标不明确,自主学习能力较低、正确自我评价认识模糊。对专业未来就业岗位基本不清和迷茫。因此在课程设置上不宜理论性太强,课程体系设置相对粗放。故而以生源为导向的人才培养教学模式教学重点与目标是激发学生欲望,激励学生大学学习激情,满足学生学习成就感,走向社会的自信心。

2.就业导向

随着我国经济快速发展,社会经济结构在不断变化,高等教育规模的不断扩大,这些年高校就业难成了社会关注的焦点。为了提高学生的就业竞争力,考虑学生未来就业以及以后的发展方向,高职院校提出和实施了复合型人才的培养。这种复合型人才培养目标是让学生能在各个方面都要有一定的能力,且在某一具体方面能出类拔萃,从而增强学生的就业竞争力。电子商务专业就业面相对较宽,涉及现代企业和经济体的网络沟通、视觉、文案、技术、推广、运营、销售等诸多就业岗位,通过以就业为导向,其目标是促进教学结合经济发展对人才需求的有效衔接。

3.岗位导向

不少学者认为,“职业教育以‘岗位’为导向”。职业岗位对实用型人才要求从学科重心转向技术技能中心的课程体系。在课程设计、课程结构和课程内容等方面强调与之岗位应用能力需求相适应。电子商务专业按照就业岗位群来确定人才培养目标,因材施教,使教学内容更具有针对性、实用性和广泛性,提升学生岗位胜任能力。

4.大赛导向

自教育部、各省教育厅每年举办职业技能大赛以来,各高职院校对职业技能大赛高度重视,甚至用特优厚的政策奖励参赛选手和指导老师来促进教学,更有很多高职院校将职业技能大赛要求作为突破口,探索“以赛促教、以赛促学、以赛促训、以赛促改”的教学模式。这种“以赛促教、以赛促学、以赛促训、以赛促改”将专业比赛中的知识和技能点促进教学改革,提升教学质量具有一定的积极作用。电子商务职业技能大赛将选手设置的统一市场环境下的沙盘,通过数据分析,进行开店、推广、运营、以及客服处理技能、美工装修,让学生在比赛中对知识的加深理解和技能应用的训练都起到了很好的作用,提升了学生的专业素质。

5.创业导向

众创空间是互联网时代促进创新创业的新平台。李克强总理在2014年9月夏季达沃斯论坛上的讲话提出“大众创新、万众创业”,随后在2015年《政府工作报告》等场合频频阐释这一关键词,高职教育也提出了创业导向的创客教育。李克强总理的“大众创新、万众创业”是面对年轻人的创业精神鼓励更多的年轻人创新创业,而高职院校的创客教育也必然是形成一种重要的形式。

6.工学结合导向

“校企合作、工学结合、学生创业”是近几年热度更高的关键词。通过“校企合作、工学结合”能够及时将教学过程延伸到企业,又能将企业实际问题带到课堂研究。“学生创业”则是支持和鼓励学生自主创业,做典型、创示范。“校企合作、工学结合”的人才培养模式从不同程度上解决学生就业压力和高职学校生存发展的瓶颈问题,促进了企业、学校、学生共赢的效果。工学结合,贴近了企业实际需求,学生直观感受职业岗位的能力、知识的储备与形成,在实践中适应岗位人才需求,从而适应岗位工作。

以上各种导向的人才培养目标定位均是遵循“以学生为主

体”的教育理念,结合各自学校的实际状况所进行的设计、制定其人才培养目标,在落实这些培养计划和目标也是仁者见仁智者见智。在教学实践中各学校也因受区域经济发展状况差异则有所不同。

三、电子商务专业人才培养目标定位应用的思考

1.生源导向

高等职业教育主要是培养职业技能应用型人才,生源导向虽是结合了生源的质量,结合学生的具体现实而对课程体系、教学内容进行教学设计,这是一种“以学生为本”的教学理论实践。理论上说这种“以学生为本”,减少和剔除了理论性强的专业基础和专业课程,激发学生学习兴趣,所以在此基础上,专业课程设置上就相对比较粗放。但每一个专业,其课程具有一定的学科体系,粗放型的课程设计的人才教学模式,会造成学生学习中缺乏了专业核心竞争力。实施这种模式,人文素养则是这种模式的标的。

2.就业导向

就业导向出发点是增强学生的就业竞争力。这种人才培养模式的导向,要求在课程设置上考虑专业的就业所对应的相关课程,以及非专业或相邻专业的有利于就业的课程,即市场所需的各种课程去进行人才培养。这样在课程设置上必然要求该专业课程面面俱到,似乎培养了通识人才,但结果反而失去了本专业的核心竞争优势。

3.岗位导向

岗位导向以岗位能力要求作为出发点,但对于电子商务专业来说,电子商务专业的岗位又是包括那些呢?根据教育部全国电商行指委技能联考工作组分析将电子商务专业岗位群分为五大岗位群二十八个岗位,那么,高职学生在两年半时间内的在校学习又将如何完成电子商务专业的岗位群的学习,实现适应所有岗位群的目标?这确实是个难题。因此各高职院校电子商务专业课程体系的设立,必然要因地制宜结合各地实际经济发展状况,当地企业需求而加以确定。

4.大赛导向

大赛导向的出发点是通过大赛认知专业知识能力、专业技术能力,促进教学,提高教学水平。但实质上通过大赛可以实现“以赛促教,以赛促改”这一目标,而“以赛促学、以赛促训”似乎仅仅是“学术理论”,这种以比赛方式的教学是一种精英式的教学,参赛的学生毕竟是少数,他们通过比赛在知识和能力上得到了快速提升,但因比赛规则的限制,不可能对所有学生进行集训式教学。同时这种教学模式极易将电子商务专业培养模式陷入“实战教学虚拟化”的窘境,无法真正做到“做中学、学中做”,这与现代职业教育的理念是背道而驰的。

5.创业导向

“互联网+”是创新 2.0 下互联网发展的新业态,这也给在校大学生提供了更广阔的创业舞台。创业导向鼓励大学生——年轻的新生代创新创业,但现实中,在校大学生不可能人人是创客,也不应是在学校就业压力、社会经济问题下产生的自主创业的学生。高等职业院校的 learning by doing (做中学),对于一些创业能力突出的学生,允许他们选择更适合自己的情况,采用更多样的学习方式,更有利于实现既定的培养目标。挂科大王被评上浙江省优秀毕业生的义乌工商学院,曾引起社会广泛争议,将高等职业院校的学生创业能力等同于学习能力是否可行?这还有待进一步的论证。学生创业者毕竟是少数,精英化教学更多的还是依赖资源的集中提供,所以还不能作为普及推广的教学模式,也不可能实现学生培养总体目标。

6.工学结合导向

“校企合作、工学结合、学生创业”,这是目前各高职院校人才培养模式的趋同认识。我校采取的“1+1+N”教学模式是建立在“校企合作、工学结合”模式下的实践,在此教学模式下的学生具有“学生与准员工”的双重身份,通过学校和企业对学生的双重培养,实现“学生、学校、企业”三方共赢。但这种模式要处理好学生作为准员工的社会认知,否则极易造成社会常误解为学生是廉价的劳工。在这种培养模式下,学校应严格作为主作用方,与企业共同制定教学计划。学校提供优质的教学资源、教学环境、师资条件,企业提供相应实习场所、实习岗位和技术人员现场授课。实习实训期间有实习实训老师全程跟踪,企业应给与学生适当生活补助,促进学生去做、去乐意的做。

四、总结

综上所述,无论是以什么为导向的电子商务专业人才培养模式,其人才培养的教学模式的变革不再是单一,其专业在课程体系设置、实训实践教学环节等遵循应用学科的可操作性,重点是其人才培养目标定位遵循区域经济发展和市场对专业岗位的就业竞争力、岗位胜任力的要求。目前全国各高职院校的电子商务专业课程体系的构建认识基本趋同,即“工学结合、校企合作、赛学融合、学生创业”。但因区域经济差异,课程体系、内容及重点也必须有差异化。在电子商务专业的人才培养的实践中,把该专业的基本知识渗透到专业实训实习、技能训练过程中,做到“做中学、学中做”;将模拟、仿真、比赛融入到实战中,避免陷入“实战教学虚拟化”;构建“工学交替、引入比赛、引导创业、能力递进、企业参与”的全程化校企合作教育方式的人才培养方案,实现高职电子商务专业学生隐型化知识显型化,碎片化知识结构化、结构化知识数据化,最终实现增强学生的职业岗位就业能力、工作胜任能力、职业竞争能力、自主创新能力的目标定位。

参考文献:

- [1]冯耀龙 谢立亚 基于生源基础与就业导向的高职教育模式探析[J]. 教育界: 综合教育研究(上) 2015年 第06期
- [2]杨保军 创新创业教育导向的民族院校商科专业实践教学体系构建[J]. 黑龙江教育学院学报 2018年 12月第37卷第12期
- [3]李镜 完善大学生就业、创业机制的对策建议[C]. 第八届沈阳科学学术年会论文集 2011
- [4]曲菲 协同创新视角下电子商务人才培养研究[J]. 现代商贸工业 2019年 第2期
- [5]杜海.我国高等院校电子商务专业人才培养的问题及对策研究[J]. 贵阳学院学报 2008年 12月第3卷第4期

作者简介:

徐奕胜(1964.07-),男,汉,安徽安庆,本科,讲师,主要研究:电子商务,网络营销,商务数据分析。
夏金弟,汉族,安徽安庆,硕士,安庆职业技术学院,研究方向:电子商务,商务数据分析。

基金项目:

1. 高等职业教育创新发展行动计划(2015-2018年)XM-2(340)
2. 2016年省级质量工程 卓越电子商务技能型人才培养计划 2016zjhh 039
3. 2016 省级质量工程 电子商务专业综合改革试点 2016zy081

