

基于企业需求导向下电子商务专业人才培养的创新 路径探讨

黄葵¹ 孔藤桥¹ 尹俊²

1 共青科技职业学, 江西九江, 332020;

2 江西森岚科技有限公司, 江西南昌, 330038;

摘要: 电子商务的迅猛发展加剧了企业与高校在人才培养方面的差异。本研究构建了一个以企业需求为核心的人才培养模式, 通过分析当前人才需求的现状以及现行培养模式存在的问题, 例如课程设置的不及时和实践教学的不足, 提出了一个创新的人才培养模式。该模式强调了明确的培养目标、课程体系的优化、实践教学的强化以及师资队伍加强。研究结果证实, 这一新模式能够有效地明确培养目标、优化课程体系、强化实践教学和加强师资队伍。

关键词: 电子商务专业; 人才培养模式; 企业需求导向; 校企合作

DOI:10.69979/3029-2735.24.7.052

引言

电子商务的迅猛发展推动了经济增长, 但企业对电商人才的需求与高校培养之间存在差距。自2005年起, 中国电商交易额持续上升, 尤其是2010年后, 行业巨头如阿里巴巴迅速崛起。尽管市场对电商人才需求旺盛, 企业招聘时仍面临难题。许多企业急需电商专业人才, 但高校毕业生的对口就业率不高, 表明教育与企业需求脱节。毕业生通常缺乏实际操作技能和市场理解, 难以迅速适应岗位。本研究旨在探索基于企业需求的电商人才培养模式, 通过调研企业需求来优化课程体系, 增加实践性课程, 提高学生的实践和创新能力。同时, 加强校企合作, 建立产学研结合的人才培养模式, 提供更多实习和就业机会。^[1]该模式旨在培养具有理论知识、实际操作能力和创新思维的电商人才, 为行业提供支持, 并为高校电商教育提供新的参考, 推动教学改革, 促进电商行业健康发展。

1 电子商务人才需求现状

1.1 企业对电子商务人才的具体需求

1.1.1 岗位类型与职责

电子商务领域包含技术、商务和管理类岗位。技术岗位涉及网站规划、安全设计、网页设计与维护、图像和视频设计。商务岗位包括网络营销、外贸电商、网站运营和系统推广。管理岗位则有项目经理和部门经理, 负责项目管理和电商运营。企业规模不同, 岗位需求各异, 大型企业设有全面团队, 中小企业则侧重基础岗位。

1.1.2 技能与素质要求

电子商务的成熟促使企业提高学历要求, 确保员工能持续学习。企业寻求具备电商平台操作、网络营销、SEO/SEM技能和数据分析、供应链管理能力的专业人才。此外, 企业重视员工的创新思维、团队合作、沟通能力和责任心, 希望他们能独立思考、尝试新方法, 并在压力下保持积极。统计显示, 大多数企业看重工作执行力、持续学习能力以及责任心和敬业度, 反映了对专业素质和实践能力的高要求。

1.2 人才供需矛盾分析

1.2.1 电子商务专业就业情况

企业面临电子商务人才短缺, 而相关专业的毕业生却难以找到工作。尽管企业需要多技能高素质人才, 但毕业生对口就业率却不高。这一问题主要是由于高校教育与企业需求不匹配。高校课程偏重理论, 缺乏足够的实践环节, 导致学生实际操作能力不足, 课程内容更新不及时, 无法跟上行业发展的步伐。^[2]此外, 学生缺乏主动实践意识, 对行业应用认识不足, 加上企业招聘标准高, 使得毕业生难以达到岗位要求。

1.2.2 市场变化对人才需求的影响

电子商务的迅猛发展导致了对人才需求的显著变化。^[3]趋势如移动化、社交化、智能化和跨境电商的兴起, 要求企业寻求具备新技能的人才。移动化需要移动平台开发、运营和推广的专业人才; 社交化要求社交营销和社群运营能力; 智能化需要数据分析和人工智能应用人才; 跨境电商则需要国际贸易、跨境物流和市场推

广的人才。总的来说，电子商务市场的变化要求企业寻找具备全面技能的复合型人才以适应行业发展。

2 现有人才培养模式分析

2.1 高校电子商务专业人才培养现状

2.1.1 专业设置与课程体系

高校电子商务课程体系包括计算机、网络技术和商务管理，教授理论如电商概论、网络营销和法规，但存在不足。课程内容更新慢，未跟上行业变化，尤其在新兴电商领域。课程间缺乏整合，学生难以结合技术和管理技能，缺乏综合应用能力。实践课程开出比例低，限制了学生将理论应用于实际和应对真实工作场景的能力。

2.1.2 实践教学环节

高校电子商务教学面临资源不足和教学方法单一的问题。实验室设备陈旧，软件过时，学生缺少实习机会，教学主要依赖模拟实验，考核偏重书面报告。为改善，需增加投资更新设备和软件，加强校企合作，建立实习基地。教学方法应包括项目驱动和案例教学，以提高学生的实践和创新能力。考核方式应更全面，包括项目答辩和实际操作。

2.2 职业培训与企业内部培训

2.2.1 多元化培养途径的优势

职业培训和企业内部培训是培养电子商务专业人才的有效方式。职业培训迅速适应市场需求，提供专业、针对性的技能培训，例如“十四五”规划至2025年将实施大规模政府补贴培训，并增设实训基地。它还涵盖移动电商、社交电商等新兴领域知识，采用线上线下结合的教学模式。企业内部培训则提供与企业实际业务紧密相关的专业内容，如网络营销和数据分析，同时强化企业文化和员工忠诚度，促进技能提升和员工满意度。

2.2.2 面临的挑战与问题

职业培训和企业内部培训面临挑战。职业培训往往与实际需求脱节，重理论轻实践，难以评估效果，影响企业投资信心。企业内部培训受限于预算，难以覆盖全面成本，系统性不足。员工参与度低，认为培训内容不实用，时间安排和激励机制问题影响培训效果。缺乏经验丰富的培训师，难以提供高质量培训。

3 企业需求导向的人才培养模式构建

3.1 明确培养目标与定位

3.1.1 以企业需求为导向的目标设定

构建企业需求导向的人才培养模式需以企业实际需求为核心设定培养目标，适应电子商务行业的多元化

与专业化人才需求。^[4]具体目标包括：首先，培养学生具备良好的职业道德，遵守行业规范；其次，使学生掌握电子商务核心知识与技能，如平台设计、网络营销、数据分析和供应链管理；第三，增强学生创新与实践能力和团队协作和沟通能力，使其能够在多部门协同下完成企业项目，满足电子商务岗位对复合型人才的需求。

3.1.2 商务型人才培养的重点

商务型人才在电子商务领域扮演着关键角色，需专注于提升关键技能和素质。他们必须具备市场洞察力和商业分析能力，以把握市场动态并支持企业战略决策。此外，掌握网络营销技能，如SEO、SEM、社交媒体和内容营销，对于提高品牌知名度和销量至关重要。商务型人才还应具备优秀的沟通和团队协作能力，以便与不同团队合作，优化电子商务平台功能和提升客户满意度。^[5]最后，创新和持续学习新技术与商业模式的能力对于适应快速变化的电子商务行业同样重要。

3.2 课程体系优化

3.2.1 理论与实践课程的整合

构建理论与实践相结合的课程体系对于培养企业所需的电子商务人才至关重要。理论课程提供专业知识基础，实践课程则强化操作和解决问题的能力。例如，电子商务概论可与平台运营实践相结合，让学生通过创建网店、商品上架、制定营销策略等实践活动，将理论应用于实际。^[6]案例教学法，如分析阿里巴巴、京东的成功策略，有助于提升学生的分析和解决问题能力。同时，整合跨学科课程，如电子商务系统开发和数据分析，以培养学生的综合能力，实现知识的有机融合。

3.2.2 项目化核心课程建设

企业项目驱动的核心课程建设有助于培养电子商务专业人才。高校与企业合作，开发基于实际项目的课程，如网络营销，让学生通过市场调研、策略制定和推广实践提高技能。在项目化课程中，教师指导学生进行项目分析、设计、实施和评估，促进团队协作、沟通和创新能力的提升。例如，在电商平台开发项目中，学生分组负责不同任务，协作完成项目。考核结合过程性和结果性评价，全面评估学生的学习效果。

3.3 实践教学强化

3.3.1 校企合作实践教学体系

建立校企合作的实践教学体系对电商人才培养至关重要。高校与企业应合作创建一个集教学、实训和创新于一体的平台。学校可引入企业专家参与课程设计和指导，结合企业需求和最新行业趋势。企业则提供实习

机会,让学生在 实际工作中提升技能。校企合作还能推动创新创业项目,提供必要的资金、技术和空间支持,例如举办电商创新大赛,让学生团队展示方案,由专家和教师共同评审,优秀项目将得到投资和孵化。

3.3.2 实战模拟与角色扮演

情境教学通过实战模拟和角色扮演培养电商人才,提高操作和解决问题的能力。模拟软件让学生体验电商各环节,掌握业务流程和技能,例如物流配送中的供应商选择和配送优化。角色扮演让学生扮演不同企业角色,进行决策和行动,如提升客服中的沟通能力。学生以团队形式参与项目,完成不同角色的任务,结合理论与实践,增强团队合作和项目管理能力。

3.4 师资队伍建设

3.4.1 引进具有实践经验的教师

为提升电子商务专业教师队伍质量,引进具有实践经验的教师尤为重要。电子商务的实践性强,经验丰富的教师能带入行业案例和操作技能,使教学更贴合企业需求。一方面,可从企业引进兼职教师,如资深运营人员或营销经理,分享他们的项目经验和行业动态,通过实际案例讲解平台运营、技术开发等知识。另一方面,招聘全职教师时优先选择具有企业背景的候选人,使他们将实际经验融入教学。此外,可与企业合作设立教师实践基地,为教师提供在企业参与项目的机会,提升其实践能力并掌握最新技术动态。

3.4.2 教师专业培训与企业合作

为提高教师的实践教学水平,加强教师培训和校企合作至关重要。首先,学校可组织教师参与电子商务专业培训和研讨会,更新知识结构并掌握最新的教学方法,如移动电商、社交电商和跨境电商的专业培训,帮助教师掌握最新行业动态。其次,通过与企业合作,教师可以获得实践培训机会,深入了解企业运营和技术应用。教师在企业实训中可参与项目开发、运营管理工作,提升实际操作技能。^[7]此外,建立教师与企业的长期合作机制,教师可与企业合作开展科研项目、课程开发及实践教学,将研究成果和行业需求转化为教学资源,增强课程的实用性和行业契合度

结论与建议

本研究提出了以企业需求为导向的电子商务人才培养模式,强调职业素养、核心技能、创新和实践能力。

课程体系得到优化,结合理论与实践,并通过项目驱动提升技能。校企合作平台的建立,引入企业专家和实习机会,以及情境教学和角色扮演,增强了学生的实践能力。师资队伍引入有实践经验的教师,并提供培训和实践机会。该模式为满足企业需求提供了创新方法。

未来,高校需适应技术进步和新兴模式,加强新技术课程,培养专业化与智能化应用能力。课程设计应包含国际贸易、跨文化沟通等内容,以适应跨境电商和社交电商的发展。校企合作机制的建立将提升人才培养质量。未来研究应深化产学研合作,设立合作基地,加强国际交流,持续关注行业动态,调整课程内容,引入新兴商业模式和技术。完善人才评价体系,通过多元化的评价方式和企业反馈机制,保障培养质量并提供改进建议。

参考文献

- [1]王小波. 工程教育背景下高校校企合作师资队伍建设模式探究[J]. 前卫, 2023(2): 0076-0078.
 - [2]郭晓. 不同授课技能对高校管理类课程教学质量的影响研究[J]. 河北地质大学学报, 2023, 46(1): 129-132.
 - [3]龙莹,张蓉倩,韦志强. 高职院校电子商务专业人才培养路径的问题分析与实践探索——以梧州职业学院为例[J]. 中国管理信息化, 2024, 27(2): 233-235.
 - [4]苏会侠. 电子商务专业现有人才需求与创新创业人才培养现状分析[J]. 2023(3): 98-100.
 - [5]周颖,韦颖. 电子商务专业双师型教师团队协作与教学创新研究[J]. 教育方法研究, 2023(3): 155-157.
 - [6]黄冰毅. 数智时代应用型本科高校电子商务专业人才培养问题与对策研究[J]. 黑龙江教育(理论与实践), 2024(4): 94-97.
 - [7]张文,金德龙,浦徐进. 新文科背景下经管类专业"科研反哺教学"机制研究[J]. 现代商贸工业, 2023, 44(11): 249-251.
- 作者简介:黄葵,女(1984-02-),汉族,江西抚州,讲师,研究方向:管理科学等。
项目课题:本文系教育部供需对接就业育人项目“基于企业需求导向的电子商务专业人才培养模式的建设”的研究成果。(项目编号:2023123063482,项目主持人:黄葵)。