

高职院校电子商务专业人才培养中存在的问题及解决措施

孙雪梅

(云南工贸职业技术学院 云南 昆明)

【摘要】中国全面进入网络时代,作为网络时代重要领域之一的电子商务,正在绽放着时代的光芒。电子商务行业的蓬勃发展,使行业人才紧缺问题凸显。电商人才需求市场中,大专学历技能人才缺口较大。高职院校作为培养大专学历技能人才的主要基地,肩负的责任和义务重大,解决当前高职院校电子商务专业人才培养中存在的问题,培养适合市场需求的技能人才迫在眉睫。

【关键词】高职院校电子商务专业;人才培养;存在的问题;解决措施

根据中国互联网络信息中心4月发布的《第45次中国互联网络发展状况统计报告》,截至2020年3月,我国网民规模达9.04亿,较2018年底增长7508万,互联网普及率达64.5%,较2018年底提升4.9个百分点。从该数据可看出,中国网络市场在进一步扩大,中国全面进入网络时代。作为网络时代重要领域之一的电子商务,正在绽放着时代的光芒。电子商务行业的蓬勃发展,使行业人才紧缺问题凸显。2020年4月2日,国内知名电商智库网经社电子商务研究中心与国内专业电商人才服务商——赢动教育共同发布了《2019年度中国电子商务人才状况调查报告》。报告显示,调查企业中,8成电商企业存在人才缺口,近3成有大规模招聘计划;不同学历人才需求中,中专水平占9%,大专水平占59%,本科生水平占13%,不看学历关键看重能力占19%。由此看出,当前电商人才需求市场中,大专学历技能人才缺口较大。高职院校作为培养大专学历人才的主要基地,肩负的责任和任务重大,解决当前高职院校电子商务专业人才培养中存在的问题,培养适合市场需求的技能人才迫在眉睫。

一、存在的问题

(一)师资队伍力量薄弱

电子商务专业是一门综合性学科,该学科涉及计算机科学、网络技术、管理学、经济学、营销学、平面设计等学科,知识面覆盖较广。其次,电子商务专业也是一门前沿性学科,所涉及的计算机科学、网络技术和网络经济等学科发展较快,促使电子商务市场环境多变,行业知识更新较快。再者,电子商务专业是一门实践性学科,是需要充分的实践教学才能掌握专业技能的学科。

当前,高职院校的教师主要来源于理论型高等院校,教师专业能力主要在于理论研究。很多教师毕业后直接进入高职院校工作,缺乏了企业工作经验,实践能力严重不足。目前高职院校中还有大部分电子商务教师是由计算机、物流管理、市场营销等相关专业转行而来,如我校而言,电子商务专业教学团队虽有9名教师,但只有3人是电子商务专业毕业。这样的教学团队,远远不能满足电子商务专业的教学要求。

(二)院校生源质量下滑

从整个社会情况来看,居民生活经济水平的提高和高等教育扩招,使教育改善生活质量这一作用的影响力严重下降,相反读书无用的负面影响扩大,导致大众对教育的重视程度下降,呈现出普遍的学生生源质量下滑问题。如此一来,高职院校作为接收最后一批高考生源或中考生源的院校,接收到的学生基础普遍最差,转嫁给学校的培养难度增加,教师教书育人压力较大。

(三)课程设置广而不精

电子商务专业与计算机科学、网络技术、管理学、经济学、营销学、平面设计等学科联系紧密,学生在校学习需要掌握这些学科的相关知识。同时,从就业面来说,电子商务专业就业面较广,适合岗位群较多。因为要满足学习需求和就业需求,所以当前很多高职院校的电子商务专业开设的专业课程很多,恨不得将所有相关学科都安排上。但事实上,高职学生并没有个人职业生涯规划的主动思考性,绝大多数对于未来都是迷茫的,学校安排学什么,学生就听什么,不探究,不取舍。学生精力有限,教师精力同样有限,这种面面俱到的课程设置,最终导致的后果就是学生什么都学了,但又什么都没学到。

(四)课程教学方式落后

科学技术的发展,使当前课堂教学手段越来越丰富。信息技术、网络技术的运用,使学生与教师之间的沟通越来越方便。活化课堂、翻转课堂等各种教学模式的推广,也大大提高了课堂的趣味,调动了学生的积极性。但是,活化课堂、翻转课堂并不适用于每一节课,多媒体、云课堂、雨课堂等技术应用也仍然改变不了教师为中心的课堂教学本质,各类模拟教学软件代替不了真实的电商运营环境。实际上很多高职院校电子商务专业理论教学仍然是填鸭式教学,只不过是板书由黑板变成了PPT;大部分实践课程只是模拟教学,无法进行真实运营环境下的技能训练。

当前各高职院校的教育体系中,虽然有6个月的顶岗实习。但是,一般电商企业能提供的学生实习岗位数量有限,不能完全接收电商专业实习学生。其次,涉及企业商业核心的运营管理岗位,企业难以提供,这些岗位又恰恰是电商专业学生最需要实践的岗位。因此,当前顶岗实习普遍存在专业不对口的情况。

二、解决的措施

针对以上问题,可以从以下几方面采取措施,力争解决高职院校电子商务专业人才培养中存在的问题。

(一)加强师资队伍建设

2019年1月发布的《国家职业教育改革实施方案》明确提出,从2019年起,职

业院校、应用型本科高校相关专业教师原则上从具有3年以上企业工作经历并具有高职以上学历的人员中公开招聘,特殊高技能人才(含具有高级工以上职业资格人员)可适当放宽学历要求,2020年起基本不再从应届毕业生中招聘。这一政策的实施落地,对于高职院校电子商务专业师资队伍的建设是一大助力。

同时,提升现有师资水平,也是加强师资队伍建设的核心。针对现有师资,高职院校开展针对性培训,突出各电商专业教师专业特长;围绕专业建设,各院校在内部绩效分配方案中出台激励性奖励性的措施,激发教师钻研学习,提升专业能力的积极性和主动性;在专业技术岗位聘用中重点突出专业水平,优胜劣汰,营造你追我赶的工作氛围。

(二)建立深度校企合作

电子商务是个创新的行业,电商企业站在了行业最前端,最能及时反映出市场需求和行业变化。高职院校应立足本地行业产业特色,开发对口企业,与多家电商企业建立深度、长期的合作关系,促进产教融合校企“双元”育人。在学生定向培养、人培方案制订、教材合作开发、学生实习实训、学生毕业就业等工作中,让学生充分参与进来,实现校企共同培养,营造校企一家人的氛围。

(三)搭建真实运营平台

高职院校校园本身就是一个稳定的市场,校园内学生对生活物资具有巨大需求。因此,与学校后勤产业集团合作,定位于校园及周边市场,搭建网上店铺,在校内进行网店真实运营,是培养学生实践能力,提升教师教学水平的重要手段。此外,也可以与本地超市等企业合作,开展校内外网络经营。还可以与院校帮扶的贫困县对接,选取特色产品,开展网络销售,助力贫困家庭脱贫。

通过校内运营,可以解决学生实习实训问题,满足教师企业实习实践需求,降低实习学生管理成本。

(四)开展企业化管理

对于企业而言,聘用人才时除考虑专业水平外,最为看重的是个人综合素质。传统的班主任一班干部式的班级管理,重点培养的对象在于班干部,普通学生的能力难以得到锻炼和发挥。开展企业化管理,一个班级就是一个企业,按企业组织结构进行班级架构,教师、班主任、学生进行不同角色任命,校内的各项学习任务和任务就是工作任务,有利于学生了解企业管理知识,同时培养学生组织能力、执行力等。

在课程教学中,同样也可以进行企业化管理。班级分团队组成各企业进行经营PK赛,使竞赛化作为常态;或是一个班级为一个企业,班级内各团队为企业各部门,相互协作共同经营,企业内部形成竞争。如果校内运营平台成功建立,那课程企业化教学将是电子商务专业课程最有效的方式。这种课程组织方式,有利于学生根据个人能力和职业倾向,选择不同的电商就业方向进行能力强化训练。

(五)推进一体化课程改革

高职院校要培养的是高素质和高技能的人才。2009年人力资源和社会保障部办公厅发布了《技工院校一体化课程教学改革试点工作实施方案》,其目标就是要开发完成技工院校若干主体专业一体化课程体系,探索建立适应经济社会发展、符合企业生产需要的现代技工教育新教学体系。这个目标与高职院校人才培养教学体系目标一致。电子商务专业作为人社部第三批一体化课程改革试点专业,通过这几年技工院校改革成果来看,效果明显,毕业生就业率明显较高。在高职院校电子商务专业中引入一体化课改,推进一体化课改进程,是建立起高职电子商务专业教学体系的有效手段。

解决高职院校电子商务专业人才培养中存在的问题,光靠教师是不行的,需要从学校领导层面,解决教师引进、企业合作、学生管理、课程改革等管理机制的问题,营造出一个开放的教学环境,才有利于教师解放思想,创新教学方式,培养出优秀的电子商务专业毕业生。

参考文献

[1]蒋良骏 张炫 闫铭 朱霓雯.人工智能时代高职电子商务专业人才培养-基于就业岗位的视角[J].河北职业教育,2020,3:40-43

基金项目:本论文为2020年度云南省教育厅科学研究基金项目《基于就业市场需求的高职电子商务专业人才培养方案的设计及研究》(项目编号:2020J0934)研究成果。

作者简介:

孙雪梅(1985.02-),女,汉族,云南,本科,讲师,云南工贸职业技术学院,电子商务专业教学改革。