

高职院校电商人才培养路径分析

曹小翠, 徐 锐

湖北大学商学院, 湖北 武汉

收稿日期: 2023年1月30日; 录用日期: 2023年3月3日; 发布日期: 2023年3月10日

摘 要

通过阐述电商行业人才需求总体特征, 分析高职院校电子商务专业人才培养存在的主要问题, 在此基础上, 有针对性地提出高职院校应用型电商人才培养的优化路径。即打造院校特色, 满足电商人才市场需求; 优化课程体系, 明确电子商务人才定位; 引进“双师”教学, 提高教师实践教学能力; 指导职业发展规划, 提升学生学习能力; 借助利好政策, 提升大众对高职院校认可度; 深化产教融合, 促进校企合作深入发展。

关键词

高职院校, 电子商务, 人才培养, 路径

Analysis of E-Commerce Talent Training Path in Vocational Colleges

Xiaocui Cao, Rui Xu

Business School of Hubei University, Wuhan Hubei

Received: Jan. 30th, 2023; accepted: Mar. 3rd, 2023; published: Mar. 10th, 2023

Abstract

By expounding the overall characteristics of talent demand in the e-commerce industry, the main problems existing in the training of e-commerce professionals in vocational colleges are analyzed, and on this basis, the optimization path of application-oriented e-commerce talent training in vocational colleges is proposed to create the characteristics of colleges and universities to meet the market demand for e-commerce talents; optimize the curriculum system and clarify the positioning of e-commerce talents; introduce “dual teacher” teaching to improve teachers’ practical teaching ability; guide career development planning and enhance students’ learning ability; with the help of favorable policies, enhance the public’s recognition of higher vocational colleges; deepen the in-

tegration of industry and education and promote the in-depth development of school-enterprise cooperation.

Keywords

Higher Vocational Colleges, E-Commerce, Talent Development, Path

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

互联网推动传统行业产生了巨大变革, 电子商务融合“互联网+”技术不断发展。与此同时, 大规模线上消费的出现、大量的市场需求使得高职院校电子商务成为炙手可热的专业。中国互联网络信息中心此前发布的中国互联网络开展状况统计报告显示, 从用人需求来看, 电子商务正在朝多领域快速发展, 70.2%的 B2C 企业表示在未来半年内有明确的电子商务人才需求[1]。培养市场真正需要的人才, 是高职院校高质量持续发展的动力源泉。网经社电子商务研究中心和赢动教育在 2022 年 5 月共同发布的《2021 年度中国电子商务人才状况调查报告》显示, 被调查电商企业中对于员工的基本学历要求, 大专的比例最高, 占 65.31%, 这也和大多数电商企业要求的学历层次相匹配。“互联网+”背景为电子商务人才培养提供了广阔的空间, 这对高职院校教育工作也提出了更高的要求。因此, 将研究对象聚焦于高职院校, 尝试从就业市场需求端出发, 梳理电商行业人才需求总体特征, 分析高职院校电商专业人才问题, 并针对高职院校电子商务人才培养路径提出建议, 有重要的现实意义和价值。

2. 电商行业人才需求总体特征

2.1. 电商企业更偏向于技能应用型人才

电子商务人才的供需矛盾正随着互联网的快速发展及行业细分不断加剧, 其中很重要的一方面是新技术的应用, 使得电商企业对于人才的需求呈现出更加多样化的特征。相较于学科知识纵向挖掘而言, 电商企业更加注重多学科知识和能力的交叉使用。程序开发、人工智能、算法数据等新技术的应用, 不仅要求从业者有扎实的电商理论知识, 还需要有较高的敏锐度和技术应用能力。

2.2. 电商行业人才缺口仍然很大

未来将需要大量的电子商务相关从业人员, 电子商务专业人才的缺口越来越大[2]。根据《2022 年中国电商行业发展现状及市场规模分析》报告显示, 2011~2021 年我国电子商务交易额逐年增长。2021 年, 全国电子商务交易额达到 42.3 万亿元, 同比增长 19.6%, 恢复高速增长。《“十四五”电子商务发展规划》的数据显示, 至 2025 年我国电子商务领域所需要的相关从业人数预期达到 7000 万, 电子商务交易额总规模预期增长至 46 万亿元。未来五年, 预计我国电商人才缺口达 985 万[3]。如此大的电商人才缺口给企业带来了机遇, 也对高职院校的电商专业人才培养提出了更高的要求。

2.3. 直播电商等相关人才需求强烈

近些年来, 随着抖音、快手等短视频 APP 兴起, 我国在线直播用户规模呈现出爆发式增长, 也促使直播电商迅猛发展。直播电商是一种购物营销方式, 具体指借助抖音、快手等直播平台对产品或者服务

进行直播展示。网络直播行业从 2005 年诞生至今, 对经济拉动作用显著。无人零售、直播电商迎来广阔发展空间。前程无忧发布了《618 电商领域从业观察 2022》。报告显示, 被调查的电商企业中, 57.43% 的企业急需网红达人、主播(助理)方向人才。与 2020 年相比, 比例上升了 10.49%, 突显主播(助理)、网红达人方向的人才需求增长迅速[4]。

2.4. 电商企业看中从业者的持续学习能力

在竞争激烈的就业市场, 电商企业用人部门会着重考察学生的个人能力与岗位匹配度, 除了专业能力以外, 最重要就是持续学习能力。这就要求毕业生要在短时间内掌握新知识和新技能, 尽快适应并发挥作用。在互联网时代, 知识获取成本降低, 高职院校学生必须要树立终身学习的观念, 提高自身能力。教师教给学生的也应该是学习能力、适应能力, 而不仅仅是基础的理论。我国高等职业院校的任务是为企业输送所需要的人才。在电商人才应该具备的素质上, 刚毕业的学生如果想要快速获得成长, 就必须具备持续学习能力。报告显示, 企业对于电商人才所需具备的综合素质提出了更高要求, 近几年对学习能力和工作执行力的要求都在 70% 左右[5], 足见电商企业对学习能力的重视。

3. 高职院校电商人才培养存在的问题

3.1. 高职院校电商专业学生未充分就业

由于高职院校对电商专业人才培养和教育存在较大信息差, 使得培养的学生无法很好适应企业对于电子商务人才的高标准、严要求。数字经济背景下出现了很多新的商业模式, 如网红达人, 直播带货等, 也自然增加了高职院校培养电商人才的难度。从就业市场来看, 电子商务企业除了需要传统的运营岗位、线上客服和售后等人才之外, 还需要新媒体运营、电子商务美工等岗位来辅助引流、宣传。由此可以看出电商人才市场的需求已经突破了传统的招聘需求, 高职院校传统的教育观念也应该根据市场需求不断更新。在供应端, 部分高职院校在电商专业培养方案的制订和实施、企业对接方面缺乏前瞻性, 导致学生没有充分了解企业的用人需求, 会加剧就业市场中电子商务人才短缺和电商专业毕业生未充分就业之间的矛盾。

3.2. 电商专业定位仍需进一步明确

从当前电商和人才培养实践来看, 电子商务专业在我国起步较晚, 仍在不断完善。电子商务专业是一门交叉学科, 与管理学、经济学、计算机科学、物流与供应链管理等诸多学科都有联系, 但又各有侧重。高职院校专业定位需要根据地方需求、院校自身优势和社会政策进一步完善。特别是地方应用型高职院校, 如何发展和形成具有竞争力的战略定位, 需要进一步探讨。若定位模糊, 培养目标不明确, 学生无法识别专业重点和特色, 一些强调全能型人才培养的高职院校很难达到培养效果, 可能出现电商学生“开发编程不如计算机专业、电商直播不如新闻传播专业、网页美化设计不如艺术专业”的尴尬现象。长此以往, 会导致高职院校学生职业发展规划和职业选择存在盲目性, 电商应用型人才的培养质量达不到预期。此外, 高职院校作为各行业输送人才的领地, 需要设置较高的人才培养目标, 在专业设置上应该体现其特色, 与实际工作岗位需求相匹配。

3.3. 教师实践教学能力有待提升

电子商务专业主要涉及网络信息知识、商业知识等, 学生不仅需要掌握理论知识, 还需要具备熟练的实践应用技能。实践教学环节有利于帮助学生了解毕业后所从事的职业和岗位, 明确学生的学习目标和能力要求。尽管部分高职教师通过开展实践教学来提高学生综合能力, 但仍然存在一些问题。一方面, 大部分高职院校复合型人才培养, 主要采用理论教学和实践操作的方法。理论教学侧重于教师集中授

课的教学手段。在电子商务专业课堂上,理论性课程占比大,教师更偏向于讲授为主,学生讨论为辅的方式,一学期下来,学生的积极性明显下降,学习效果达不到预期;另一方面,高职院校电商师资力量相对薄弱。电子商务专业虽然涉及广,但部分高职院校里从事电子商务专业教学的教师不是电子商务专业出身,在课程任教过程中更偏重自身的专业[1]。此外,实践教学需要以电子商务实验室或者实训基地为基础,有些依托于软件训练。虽然学生通过软件操作会对电子商务某一模块流程有所了解,但也会出现软件更新不及时、与真实的商业环境存在差距等问题,难以与真实的社会生产对接。

3.4. 学生自学能力有待进一步加强

高职学生基础不一,动手能力较强,理论性偏弱,个别基础薄弱学生未意识到所学专业的重要性,制定相应的学业、职业生涯规划,导致在课堂一知半解,课后学习时间懈怠,虚度宝贵时光。高职院校若不能有效指导其职业生涯规划,自主性差的学生可能会出现课堂上睡觉、打游戏、闲聊等不良现象。这种不良现象需要通过学习目标定向、习惯养成和方法策略牵引。其根本原因在于多数学生对所学专业认识不足,对专业前景知之甚少,缺乏明确的学业、就业目标,在学习中处于被动支配状态。电商专业学生在竞争激烈的就业市场,要想在短时间内掌握新技能,迅速适应,就必须具备较强的自学能力。加强自学能力需要从源头引导,加强高职院校学生职业生涯规划指导。

3.5. 社会大众对于高职教育的认可度有待提升

高职院校的社会认可度是指社会大众对于高等职业教育所持的心理态势。社会认可度也是影响高职院校学生就业质量和水平的一个重要因素。近年来,社会对于高职院校的负面评价随着普通高校的扩招愈演愈烈。在就业市场中,个别企业存在学历歧视,主观上认为职业教育是“低层次”的教育,在招聘时更偏向于本科生。职业教育区别于高等教育的根本是重在传授技能。在大多人的认知里,职业教育培养出来的学生只有一技之长,多在艰苦的环境中工作,从事简单、机械、重复性强的工作,福利待遇缺乏,属于“劳力”的角色,这是对职业教育的刻板印象和沉重打击。根据学者江雪儿的调查结果可知,社会企业和用人市场普遍对于高等教育的认可度不高。即使国家政策在大力发展职业教育,着重强调高等职业教育同本科教育地位相当,但实际就业环境中高职学生仍然受到社会大众在观念上的歧视[6]。

3.6. 校企合作的被动关系

校企合作可以提升高职院校应用型电商人才培养质量。通过学校引进企业、劳教结合等形式,有针对性地为企业培养电商人才,让校企直接接轨,达成学校培养方向和企业发展目标的一致。然而,近年来校企合作难度不断加大。主要表现为三个方面:首先,校企合作的目的是培养更多符合电商企业需求的人才,而高职院校的教学模式主要是以学校和教师为中心,因此在制定校企合作教育计划方面,更多关注的是校企合作的贡献值,而不是可行性程度。其次,大部分电商企业追求生产经营利润最大化,容易受到短期利益影响,从而削弱对于校企合作人才培养的参与度和积极性,导致培养学生的任务还是落在了学校本身。最后,实训基地在校企合作中的作用未充分发挥。实训基地融“专业”和“技能”一体,是深化校企合作的基础。若不能有效利用实训基地这一平台,解决其中人才和技术上的实质问题,校企合作将难以为继。

4. 高职院校应用型人才培养路径

4.1. 打造院校特色,满足电商人才市场需求

职业院校很大的优势在于其专业设置和课程安排上可以根据用人企业、市场需求,提前做调研,调整自己的专业设置。职业院校可以快速整合师资和教学设备,进行相关课程安排,特别是针对企业开展

的“订单培养”，具有其自身的优势。就电商行业来说，近些年直播电商愈演愈烈，直播(助理)、网红达人等人才需求增长迅速。部分高职院校更是开设电商直播课程，直播话术技巧，直播运营等课程，引发全网好评。此外，在直播电商领域创新创业成了当下不少年轻人择业的热门选择，也催化了部分高职院校的相关人才培养。未来，随着 5G 基地的不断建成，三四线城市及农村将成为电商渠道下沉的主战场，高职院校电商专业可以结合这一市场需求，适当添加社区零售、农村电商等内容来补充不同的市场选品策略。

4.2. 优化课程体系，明确电子商务人才定位

电子商务专业的核心任务是培养市场需要的电商人才，它呈现出较强的实践性，需要以传授知识和培养特定技能为重心，作为课程体系设计的重点。高职院校层面，要设计电商专业人才岗位能力分析对照表，完善符合电子商务行业特征的课程体系。如开设电子商务运营这门课时，不应仅有电商运营理论的讲解，还应该涉及网店美工、视觉营销等知识点，具体创新能力培养可以通过网上开店、推广、品牌策划店铺装修这些具体形式。从就业需求的层面来看，可以就业岗位倒推目标课程设置。如电子商务企业所招聘的网络策划/编辑一职，需要熟悉电子商务运营与操作。有较强的文字功底和文字处理能力，对应设置的课程应该包含《电子商务运营》《网络编辑》《文案写作》《计算机基础》等。只有建立符合行业发展的动态课程体系，才能真正培养电商企业需要的人才。

4.3. 引进“双师”教学，提高教师实践教学能力

高职院校要积极引入合作电商企业师资，借助校企合作平台聘用电商企业专家担任导师，建立企业导师和专职导师联合培养的“双师教学”模式。所述企业专家范畴并不专指管理层，也包含企业中技术精专的一线员工。引入企业专家后，可以就电商专业所需技术技能等开展讲座、远程在线课堂、联合授课等。还可以引入企业真实的项目任务，展现真实的工作场景，构建电商专业能力胜任模型，确保课程与岗位职责要求、胜任能力匹配，有效促进教师的实践教学能力。具体实施时，可以根据课程对实践教学的依赖性，将电商课程分为纯理论类、轻实践类、理实结合类、重实践类四大类，对应建立学院专任教师单独授课、企业导师远程联合授课、企业导师定期入校联合授课、企业导师全程驻校联合授课四种授课模式[7]，以全面提升教师的实践教学能力。学院专任教师授课时，可以采用翻转课堂的形式，充分利用现有的网络资源进行热点案例分析和讨论，从而实现知识衍生。企业导师配合授课时，可以通过线上演示、举办讲座等方式，展现真实工作场景。把专任教师和企业导师联合起来，组建多维度、多专业的教师团队，充分发挥师资力量，才能有效提高教师实践教学能力。

4.4. 指导职业发展规划，提升学生学习能力

高职院校学生的职业生涯规划对于学生正确选择职业、明晰自我定位有很好的参考意义。高职职业规划老师可以借助 SWOT、WVI 工作价值观量表、职业锚等分析工具来进行实操训练。SWOT 分析法，又被称为态势分析法，它可以帮助学生分析自身优势与劣势，看清外部电商行业环境的机会和威胁，协助学生找到自身擅长点，利用外部机会。WVI 工作价值观量表由美国心理学家编制，主要是用来衡量职业价值观，探寻激励人的工作目标。职业锚即职业定位，它强调个人能力、动机和价值观的作用与整合。高职学生要在老师的带领下，利用好电商行业人才缺口的机遇，综合运用以上职业规划测评工具，全面了解自身的个性特点，需求特点，尽早确定就业取向，并加强相关课程学习和实训操作，提升自身专业素质和技能。还可以聘请电商企业人员作为就业顾问，针对不同年级的学生群体开展就业咨询。通过指导学生进行职业生涯规划，建立正面职业认知，激发学习源动力，并在平时课堂学习中有意识的储备就业所需的技能。

4.5. 借助利好政策, 提升大众对高职院校认可度

社会对于高职院校认可度偏低, 从主观上分析, 是由于高职院校未能及时适应变化迅速的社会用人环境, 导致高职院校办学指导理念、思路及模式与市场经济发展和社会需求不能很好对接。其次, 各级政府、社会对高职院校重视不够, 行业企业办学受到严重削弱; 从客观上看, 首先是社会对高等职业教育宣传不够; 其次是高职教育没有按职业岗位分析去开发课程与教学, 以及普通本科教育的强势影响等。加强重视与宣传需要借力国家政策。当下, 高职院校深化改革已经成为职业教育发展的关注焦点。

《“十四五”电子商务发展规划》中明确提出要“梯度发展电子商务人才市场”, 计划到 2025 年, 实现电子商务相关从业人员 7000 万人。在国家政策的规划指引下, 多省“十四五”规划已经明确了电子商务发展的方向与侧重点。在构建多层次电商人才体系时, 高职院校是主力军。高职院校要识别这些利好的政策导向, 精准定位电子商务专业, 建立多层次、高机能的人才支撑体系, 引导社会对高职教育从“学历本位”向“能力本位”提升, 促进和培养电子商务专业学生, 为国家输送不同层次的电子商务专业人才。只有提升了电商人才质量, 高职院校才可以树立口碑, 逐步提升大众对于高职的认可度。

4.6. 深化产教融合, 促进校企合作深入发展

在开展校企合作、积极建设高职院校电商产业实训基地等活动时, 应该要遵循学生的认知规律, 按学年分阶段进行。第一阶段应该更多培养学生对于电商专业的兴趣, 可以利用互联网、多媒体等在线课堂工具, 借助校企合作平台向学生展现电商优质企业的工作环境、薪资福利、发展前景等, 还可以在班级成立兴趣小组, 为学生职业生涯发展规划提供参考; 第二阶段联系选择电商行业优质企业作为学生实习场所, 同时建立电子商务创新创业实训室, 以便于学生明确现代电商的业务流程; 在学习完电商专业的核心课程之后, 第三阶段是鼓励学生深入企业进行顶岗实习和轮岗实习, 培养学生的现代化职业能力, 实现“毕业”即“就业”。高职院校应认真落实这三个阶段, 降低学生在就业市场的“试错成本”, 提升人才培养质量。同时, 应构建电子商务校企合作一体化体系, 以基地为培训平台, 在此基础上, 将实践教学环节分为寒暑假社会实践、电商案例教学认知实践和专业实习、电子商务竞赛、毕业论文等实施步骤, 并建立相应的综合标准化评价体系, 推进产教深度融合。

5. 结语

在当前环境下, 优化高职院校人才培养可以使企业需求和高职业院校学生应用能力培养相互衔接, 使人才培养更加精准。高职院校在电子商务专业人才培养方面同本科教育一样, 有着举足轻重的作用。强化数字经济背景下高职院校电子商务人才培养具有非常重要的现实意义。高职院校需要转变观念, 通过科学合理的措施, 从容应对, 实现对人才培养模式的优化。

致 谢

感谢徐锐老师的指导, 感谢朋友的支持和鼓励, 以及为本论文的撰写做出贡献的课题组成员。

参考文献

- [1] 赵振亚. “产教融合、赛创协同”的电子商务人才培养模式改革[J]. 中国商论, 2021(23): 174-177.
- [2] 杨敏, 张永胜. 地方应用型本科院校电子商务第二课堂实践教学探析[J]. 科技经济市场, 2022(7): 154-157.
- [3] 安宏飞, 杜非凡, 刘昊哲. 山东省跨境电商企业人才需求调查分析[J]. 老字号品牌营销, 2022(18): 182-184.
- [4] 胡雯. 电商新业态兴起直播类人才需求猛增[J]. 中国对外贸易, 2022(7): 79-81.
- [5] 吴彦艳, 张丽霞, 陈丽. 基于市场需求的电子商务人才培养模式探析[J]. 商场现代化, 2021(10): 31-33.

-
- [6] 江雪儿. 产教融合背景下高职学生就业竞争力提升的策略研究[D]: [硕士学位论文]. 广州: 广东技术师范大学, 2022.
- [7] 胡曼妮. 1 + X 制度下高职电子商务专业人才培养模式改革探索[J]. 质量与市场, 2022(1): 64-66.