

新商科人才培养策略

——以安徽新华学院电子商务专业为例

高静凯, 刘冬艳

安徽新华学院, 安徽 合肥

收稿日期: 2022年4月6日; 录用日期: 2022年5月12日; 发布日期: 2022年5月19日

摘要

随着互联网、大数据、人工智能、数字经济等高新技术的发展,一方面,商业业态及模式都呈现出新的特征,进而催生出新商科人才需求,为高校的商科教育带来了新的发展机遇。另一方面,2022年预计毕业大学生人数将首次突破1000万,叠加奥密克戎等新冠疫情因素,企业招工难与学生就业难现象并存的矛盾仍然存在,有的放矢地提高各专业就业率,是当下社会亟需解决的问题之一。在此背景下,安徽新华学院积极完善新商科人才培养体系,并以电子商务专业为例,从教育新理念、课程新体系、教育新范式、师资新活力四个方面展开,围绕教学、实习、校企合作、学科竞赛等环节展开了具体的实践,以期为我国商科教育的发展提供可参考的意见和建议,使得商科教育又快又好地发展。

关键词

新商科, 高校, 电子商务, 人才培养体系

New Business Talent Training Strategy

—Taking the E-Commerce Major of Anhui Xinhua University as an Example

Jingkai Gao, Dongyan Liu

Anhui Xinhua University, Hefei Anhui

Received: Apr. 6th, 2022; accepted: May 12th, 2022; published: May 19th, 2022

Abstract

With the development of high-tech such as the Internet, big data, artificial intelligence, and digital economy, on the one hand, the format and model of business all have shown the new characteristics, which improve the demand for new business talent and bring many opportunities for the

education in colleges and universities. On the other hand, due to the number of graduated students is expected to exceed 10 million in 2022, superimposed on the factors of COVID-19 such as Omicron, the contradiction of the coexistence of enterprise recruitment difficulties and student employment difficulties still exists. It is one of the urgent problems to be solved in the current society to improve the employment rate of various majors with a clear aim. Under the background, Anhui Xinhua University actively improves the new business talent training system, and takes e-commerce major as an example. Anhui Xinhua university studies those problem from four aspects: new education concept, new curriculum system, new education paradigm, and new vitality of teachers, focusing on teaching, internship, school-enterprise cooperation, subject competitions, and other links have carried out specific practices in order to provide reference opinions and suggestions for the development of business education.

Keywords

New Business, Universities, E-Commerce, Talent Training System

Copyright © 2022 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

习近平总书记在党的十九大上首次提出“新时代中国特色社会主义思想”，指出“经过长期努力，中国特色社会主义进入了新时代，这是我国发展新的历史方位”。这意味着我国的经济、科技、教育等各个领域都与传统发展模式相比有了质的飞跃，新商科的教育发展也不例外。当然，作为新生事物，新商科教育对高等院校来说既是挑战也是机遇，一方面，相较于传统的人才培养模式，建构与新时代相契合的人才培养模式成为高等院校新商科建设的重要任务。另一方面，新商科的“新”在学科建设上增加了难度。安徽新华学院贸易与经济管理系就这一问题展开了有益的探索，以电子商务专业为例，围绕教学工作、实训实习、校企合作、学科竞赛等环节展开了具体的实践。

2. 新商科教育的概念、特征及内涵

商科外延大，所涉及的专业众多，广义来看，我们一般把专注于企业商业活动的运营模式和操作规程的研究，都纳入到商科的研究范畴。换句话说，只要是研究具有盈利性目的的企业经营活动及其管理的学科都属于商科。商科以 FAME (金融 Finance、会计 Accounting、管理 Management、经济学 Economics) 四大专业为代表，较主流的商科专业包括金融、经济学、会计、管理学、商务类专业(包括国际商务、电子商务等)、物流专业、市场营销、人力资源管理这八大类。

随着大数据时代的到来，传统商科教育暴露出的问题愈加明显，例如，传统商科教育不能适应目前发展需求，课程体系不够完善，人才培养与社会发展需求脱轨，忽略综合素质的培养等问题[1]。因此，新商科的人才培养体系应运而生，相较于传统商科而言，新商科的“新”体现在以下四个方面，即新理念、新范式、新体系以及新活力[2]，见图 1。第一，教育新理念，旨在培养学生的终身学习能力、表达思考能力以及思辨能力，建立多向思维方式，着重培养学生的新商业思维理念，摒弃一些院校打造“熟练工”的教学模式，注重学生的综合素质培养，这也符合企业对商业人才的现实要求。第二，教育新范式，2021 年 4 月，国家召开了全国职业教育大会，习近平总书记强调，要“深化产教融合、校企合作”“加快构建现代职业教育体系，培养更多高素质技术技能人才、能工巧匠、大国工匠”。新商科教育也要切

实加强校企合作, 深化产教融合, 强实践, 重应用, 培养学生的创新能力和创造能力[3]。第三, 打造课程新体系, 打破知识壁垒, 主动带领商科学生跨学科学习跨学院合作, 主动扩展商科专业的外延, 构建大数据科学应用、计算机科学、互联网金融、会计等跨专业的综合课程新体系, 培养复合型的商科人才。第四, 注入教育新活力, 建立科学、规范、有序、有效的师资培训体系, 打造教学能力与实践能力兼备的双能型教师, 善于利用人工智能和信息技术, 将工具创新、角色任务以及工作场景有效结合, 为新商科人才培养过程中注入新活力[4]。

新商科的特征和内涵, 决定了“新商科”教育是新商业时代下各类人才培养的客观需要和必然趋势[5], 商科专业要拥抱变化, 响应新时代的要求, 为社会培养符合时代发展的跨界、多技能、复合型创新创业人才。

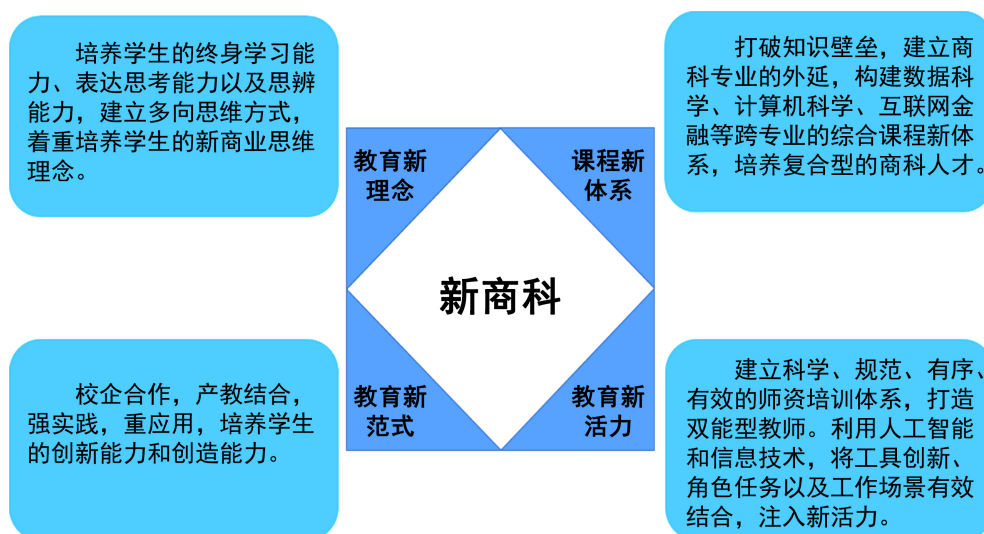


Figure 1. Connotation of new business
图 1. 新商科内涵

3. 商科人才培养现状及问题

随着时代的发展与革新, 传统商科教育暴露的问题愈加明显突出, 如果继续无视这些问题, 会严重影响商科教育的进一步发展, 进而对受教育者乃至整个社会造成不利的影 响。具体来看, 商科人才培养体系存在以下四个问题, 亟需解决。

3.1. 课程体系缺乏统筹兼顾, 存在知识壁垒

随着移动互联网的深度融合发展, 社会对很多专业的人才培养要求提出了相适宜地要求, 例如, 对于电子商务专业来说, 新兴产业的动态尤为明显, 电商直播、新媒体文案写作、短视频运营、用户数据分析等领域提出了具体地要求。由于商科教育包含广泛地专业设置, 且专业设置口径不一, 造成了不同专业课程体系地设置缺乏统筹及系统性, 存在知识壁垒[6]。具体而言, 部分院校依然沿袭以职能细分为导向的传统商科体系, 开设市场营销、物流和人力资源管理、电子商务等传统课程, 就电子商务专业而言, 与直播、短视频运营、大数据分析等新商业业态、新模式、新技术融合度不高, 难以适应新时代下企业对多学科交叉和跨学科实践能力的人才要求。

3.2. 专业课内容重理论轻实践, 缺乏针对性

传统商科教育注重学科理论知识学习的系统性, 课程与课程之间相对独立、封闭, 自成体系。课程

实训不多,且多以课程为单位独立开展实训,难以培养学生综合的管理思维和管理能力。值得注意的是,跨学科合作并开展实训活动的机会欠缺,而由于商科自身的特性,商科专业在很大程度上依赖于通过真实商业实践来培养创新精神、激发创新思维、提升管理能力。例如,电子商务平台运营管理、短视频运营、直播运营等实训内容。

3.3. 师资力量不足

新商科课程体系改革,一方面需要整合跨学科理论知识体系,需要掌握信息技术、数字媒体等多种职业技能,需要开发制作课程标准、授课计划、实训项目和微课案例等一系列教学配套资源,另一方面,新商科需要懂行业懂新商业业态的老师参与进来。目前,现有的商科教师中既懂专业、懂行业、懂数字化技术,又能主动将新模式和新技术融入到课程教学中的老师十分缺乏。各高校院、系、专业彼此之间比较独立,跨界合作少,难以形成跨专业的教学团队。

总的来说,传统的人才培养模式略显陈旧,这也是企业招工难与学生就业难矛盾并存的深层次原因之一。基于此,完善课程培养体系,打破学科间知识壁垒,提高新时代企业用工需求融合度,注入师资新力量,是解决传统商科教育的突破口。

4. 安徽新华学院新商科人才培养实践

安徽新华学院作为一所应用型高等院校,根据自身的学科优势和创新创业目标要求,积极开展新商科人才培养实践。其中,商学院坚持以培养应用型本科电子商务专业的人才为目标为依据,以社会需求为导向、以应用特色为主线、以理论和实践相结合的原则,立足安徽,培养在知识层面上,扎实掌握学科基础理论;在能力层面上,以创新创业导向,全面掌握网络技术、应用开发技术、数据管理技术、系统分析与设计和创新创业实践;在综合素质层面上,掌握创意、创新、创业的综合技能,具备高尚的品德和良好职业操守的理论基础扎实且实践能力突出的应用型电子商务本科人才。

4.1. 校企合作,落实“双导师制”,注入师资新活力

2021年是安徽新华学院商学院电子商务专业改革的元年,将传统电子商务专业改成电子商务专业卓越班,引入聚星超媒企业,推进加强校企合作,依托行业优势和全平台整合能力,聚星超媒派驻企业导师对电子商务卓越班学生进行职业生涯指导,提升学生上岗技能,即采用“双导师”培养方案。聚星超媒是一家致力于培养面向未来的数字媒体新经济人才的科技企业,聚星超媒职业导师有中国著名节目主持人汪涵等一众大咖,淘宝直播年度人气明星吉杰担任首席品牌官。2020年10月,安徽新华学院联合聚星超媒,成立安徽新华学院聚星电商学院,企业导师、高校专家学者、电商行业资深专家参与线下教学,并发挥自身优势,为电商专业注入师资新活力。

正所谓名师出高徒,只会理论缺乏实践的老师很难教出理论与实践都强的学生。对于高等院校来说,建立科学、规范、有序、有效的师资培训体系,打造教学能力与实践能力兼备的双能型教师是增强师资力量的又一举措。

4.2. 精准定位人才需求,完善新商科课程体系

新时代下,拓宽与企业链接的渠道,通过与相关企业对话,精准定位企业的人才需求,例如,以电子商务专业为例,目前整个电商行业对电子商务复合型人才需求显著,电商行业人才既要懂平台运营,又要会使用Python等语言处理运营数据。因此,紧跟新时代发展趋势,本着务实求真的办学原则,对商业新业态对应完善相应的课程体系。商学院组织了高校专家学者、聚星超媒等企业导师、电商业内资深专家合力量身打造课程体系,完成课程置换,除去一些老旧的课程,如表1,考虑到目前电商的发展态

势, 在原有课程体系的基础上, 根据新商业业态, 厘清两大专业方向, 用直播电商替代移动电商, 新引入电商直播、短视频运营、内容营销、直播运营与数据分析等专业课程, 着重强调了数据分析的重要地位, 对原有课程体系进行有效补充, 助力新商科人才培养工作, 如表 2。

Table 1. Partial curriculum system of e-commerce major in 2018

表 1. 2018 年电子商务专业部分课程体系

课程类别	课程方向	课程名称	学分	总学时	理论教学	实践教学	考核方式
专业方向课	跨境电商方向	跨境电商概论	2.0	32		32	考查
		国际贸易理论与实务 B	2.0	32	32		考查
		ERP 与沙盘模拟	1.5	24		24	考查
		国际市场营销 B	2.0	32	32		考查
		国际货运代理	2.0	32	32		考查
		跨境物流	1.5	24		24	考查
		移动电商概论	1.5	24		24	考查
	移动电商方向	APP 运营推广	2.0	32		32	考查
		微信微博运营推广	2.0	32		32	考查
		直播营销	2.0	32		32	考查
		社群营销	1.5	24		24	考查

Table 2. Improvement of some curriculum systems in 2021

表 2. 2021 年部分课程体系完善

课程类别	课程方向	课程名称	学分	总学时	理论教学	实践教学
专业方向课 (新增/可选)	跨境电商方向	国际贸易理论与实务 B	2.0	32	32	
		ERP 与沙盘模拟	1.5	24		24
		国际市场营销 B	2.0	32	32	
		国际货运代理	2.0	32	32	
		跨境物流	1.5	24		24
	电商直播方向	短视频运营	1.5	24	12	12
		短视频创意与制作	2.0	32	16	16
		电商直播实务	2.0	32	16	16
		直播运营与数据分析	1.5	24	12	12
		内容营销	2.0	32	16	16

4.3. 跨专业共建共享实验室, 理论与实践并重

第一, 引入知名企业京东物流, 电子商务专业与物流专业共同打造电商物流实验室, 强调跨专业融合, 以实践教学, 学生能沉浸式的感受到实际工作的内容, 打破以往重理论轻实践的尴尬困境。第二, 加大投入, 引入新道科技, 商学院与财会学院合力打造跨专业综合实践平台, 涉及互联网金融、电子商务、会计等专业, 打破学科壁垒, 促进学科融合, 以全仿真实验室为载体, 通过学、练、赛、创等线上线下相结合的方式, 培养和提升学生就业、创业的综合素质和能力, 财商共建, 培养新商科、新双创领域的复合创新型人才。第三, 组织“老中青”教师参加培训并实践。一方面, 老师们参与安徽财经大学的实训课程, 从中吸取经验; 另一方面, 合理安排授课计划, 目前, 商学院与会计与金融学院采用跨学院跨专业组成每个班级的教学团队进行授课, 每一轮综合实训大概需要两周时间。

4.4. 以赛促创, 推动赛事成果转化和产学研用紧密结合

各竞赛承办单位选拔责任心强、业务水平高的教师, 建立相对稳定的指导教师队伍, 指导各类、各级大学生学科参与科技竞赛, 让学科与科技竞赛成为培养学生创新能力和创造能力实践场所。对于新商科来讲, 我们采用学科竞赛负责制的模式, 任务与责任落实到个人, 如表 3。目前, 整个商学院参赛结果有明显进步, 截止 2021 年 12 月 31 日共获得各类奖项 57 项共 246 人(不包括 D 类赛事), 奖项数量相较于 2020 年增长 73%, 获奖人次较去年增长 66%, 其中国家级获奖 14 项, 省级获奖 43 项。具体来看, 国家级特等奖 1 项, 一等奖/金奖 5 项共 22 人, 获奖数量相较于 2020 年增长 125%; 二等奖 15 项共 68 人, 获奖数量相较于 2020 年略微增长; 三等奖 36 项共 153 人, 获奖数量相较于 2020 年增长 118%, “存量”优势明显。2022 年, 各项比赛的直接负责人撰写详细的工作计划表, 涉及到指导老师团队建设、指导学生参加初赛等环节, 并按 50% 的增长率落实各项比赛。

Table 3. Implementation of discipline competition responsible persons

表 3. 学科竞赛责任人落实表

序号	竞赛类别	竞赛级别	竞赛项目名称	负责人
1	A	国家级	“互联网+”大学生创新创业大赛	钱*
2	A	国家级	“挑战杯”全国大学生课外学术科技作品竞赛	刘**
3	A	国家级	全国大学生物流设计大赛	孙*
4	A	国家级	全国高校“创意、创新、创业”电子商务挑战赛	罗*
5	B	省级	全国大学生市场调查与分析大赛	沈*
6	B	国家级	全国管理决策模拟大赛(含省赛)	哈*
7	B	省级	安徽省大学生国际贸易综合技能大赛	汪*
8	C	国家级	全国大学生商科综合能力大赛	哈*

5. 结语

总的来说, 通过完善课程体系、跨学科跨学院共建共享实验室、优化教学内容与教学模式、深化校企融合、推动学科竞赛成果转化、注入师资新力量等多种途径, 构建并完善新商科人才培养体系, 以适应新时代发展的要求, 培养出符合新商业发展要求的新商科电商创新创业人才。本文主要阐述我校电子

商务专业的实践探索, 以期为我国商科教育的发展提供可参考的意见和建议, 使得商科教育又快又好地发展。

基金项目

本文属安徽省省级质量工程项目《电子商务专业卓越新商科人才培养创新项目》(编号: 2020zyrc078)研究成果。

参考文献

- [1] 张国平. 新商科人才培养模式与实现路径[J]. 中国高等教育, 2021(2): 43-44+50.
- [2] 樊墨. “新商科”背景下跨境电子商务专业建设路径研究——以武汉工商学院为例[J]. 老字号品牌营销, 2020(12): 44-45.
- [3] 欧阳慕岚, 杜春苗. 新商科视角下的市场营销学课程多元化评价体系的探索与研究[J]. 科技经济导刊, 2020(15): 163.
- [4] 夏春玲. “互联网+”时代产教融合下新商科人才培养模式研究与实践[J]. 现代营销(信息版), 2020(4): 176-177.
- [5] 邓志新. 新商科背景下跨境电商人才培养模式探索[J]. 深圳信息职业技术学院学报, 2019(4): 57-61.
- [6] 万芳. 新商科高职教师专业素质的解构与重构[J]. 职教论坛, 2019(2): 94-98.