

电子商务专业人才培养调研报告

前言

据中国电子商务研究中心监测数据显示，2016年第三季度，中国电子商务市场交易额达2.05万亿，同比增长38.51%，环比增长9.6%。目前国内电子商务服务企业达38780家，同比增长8%。直接从业人员超过200万人，间接带动的就业人数已超过1420万人。电子商务的快速发展，引发电子商务专业人才的大量需求。从企业要求对照教学现状可以发现，目前中职电子商务的课程设置与教学内容明显落后于行业发展，人才培养目标方向不明，课程设置和教学内容出现盲目性，课程体系缺乏对培养目标的支撑，缺乏融电子技术与商务为一体的综合性核心课程。这就使得在教学过程中，教学内容与岗位工作过程严重脱节，不能满足企业对人才的培养要求。

在此背景下，我们荆州市周边开展实地调研。本调研通过查阅资料、问卷调查、随堂听课、师生座谈等形式，对中职电子商务专业的建设现状有了一个较为全面的了解，并针对目前教学计划的实施情况、教学存在的问题、学生的学习情况等方面进行探讨和客观分析。并以此为依据，为中职学校专业建设和课程改革提出切实可行的建议和意见，以期培养更适应市场需求的中职电子商务师资人才。

二、调研情况简介

课题组一行人于2017年4月荆州市周边进行调研。调查研究分问卷调查、座谈、个别访谈三种形式。问卷调查分为两类：一类是教师卷；另一类是在校学生卷。整个问卷调查，共计发放问卷30份，回收问卷30份，回收率为100%。座谈、个别访谈针对目前开设电子商务专业的中职学校。调查显示，中职电子商务专业以职业能力培养为本位，以提高技能水平为核心，创新人才培养模式，在课程结构、教学模式、技能培养、实践教学体系等方面取得一定成就，但由于受“知识本位”、

“学科中心”等学科教育思想影响，在课程设置与教学建设等方面还存在许多问题。

三、调研方案设计

（一）调研目的

1. 了解中职学校的电子商务师资情况
2. 了解电子商务专业学生的实习就业情况
3. 了解电子商务专业的实习实训设施设备投入情况
4. 了解电子商务专业学生的目前学习状况
5. 了解电子商务专业课程建设情况

（二）调研对象

学校电子商务专业教师、学生

（三）调研时间

2017年4月

（四）调研方法

查阅资料、师生座谈、实地考察、问卷调查、随堂听课等。

四、调研实施

（一）听取学校电子商务专业建设的汇报

（二）查看电子商务专业建设总体规划、师资、实训设备、生源情况、教学计划、课表等台帐资料

（三）随堂听课

(四) 开展教师交流活动，交流有关于电子商务专业教学、培训等的意见

(五) 开展学生座谈会，询问学生关于电子商务专业学习的情况

(六) 下发学生学习情况调查问卷

(七) 实地参观学校电子商务专业实训设备

五、数据分析

教师问卷分析

(一) 调查对象分析

该问卷总共对 8 位老师进行调查，其中所学专业与岗位相近对口的为 7 人，只有一人岗位与专业无关。现任专职教师中，教师所学专业与岗位一致的不到 30%，与专业相近的也刚过半数，近五成教师非专业出身。同时，在所有接受调查的教师中，电子商务专业知识结构偏技术的几乎为零。目前，这类教师基本具备确认、分析和教学管理资源的能力，但缺乏解读电子商务专业能力标准及搜集并分析电子商务行业技术发展趋势的能力。

(二) 岗位需求分析

从调查的结果可以看出目前电子商务规划与管理、电子商务运营策划等管理策划类岗位人才需求最为迫切，其次是在线推广、销售、服务类营销人才，再是商务平台建设、网页设计、网站管理等管理技术类人才。应届毕业生就业方向依次为电子商务公司、信息服务公司、批发零售业等行业，所从事的职位主要是网络客服服务管理、网络信息处理及网络营销类工作，而以上行业公司中最缺乏的应是电子商务与规划管理、电子商务运营策划等管理岗位工作。

(三) 应该具备的知识与技能分析

调查显示电子商务人才应具备的知识和技能分别为网络营销、计算机技术与办公自动化、数据分析、客户关系管理、项目策划与管理、电子交易与支付、电子商务物流，其所占比重逐级递减。

（四）应具备的素质分析

电子商务专业人才的市场推广开拓能力和合作沟通能力显得尤为重要，除此之外还应该具备专业理论水平，创新开发能力、学习能力、语言文字表达能力、组织协调能力、策划实践能力等素质，而现今电子商务专业人才比较欠缺市场推广开拓学习和创新开发等能力。

（五）就业前景分析

电子商务类人才在毕业以后大多在电子商务公司从事网络客户服务管理，还有一些在信息服务公司从事网络信息处理工作，小部分人在批发零售和交通运输行业从事商务网页设计制作，网络营销类工作。

（六）专业水平提高途径分析

调查表明，中职教师普遍认为应在专业知识与专业技能上进行自我提升，在教学硬件上急需完善专业实训设备，在辅助教学资源上对教学软件、案例及视频需求较强烈，希望能够更多地通过学历教育深造与参加企业实践来提高自身的专业水平。专业水平的提高途径有很多，比如学历教育深造、自发科研活动、参加学术会议、参加企业实践等。

调研结果

从以上数据分析得出以下的调研结论，市场对电子商务人才的需求还是比较大的，如今电子商务专业人才的培养应从知识技能，人才素质等方面进行，当然同时还应该加大电子商务硬件资源的投入，从多方面来培养电子商务人才，从而扩大电子商务人才的就业前景，多方位加强人才培养。目前的电子商务相关专业教育中，存在较明显的问题是培养定位目标不准确、忽视个性培养以及缺乏电子商务实验科

研设备等，教师普遍认为，应改善以上环境与教学条件，在人才培养方面，应着重加强网络营销、计算机技术与网络自动化、数据分析、客户关系管理及学习能力的培养，以使培养出来的学生具备一定的理论水平、创新研发能力，具有良好的学习能力，更好满足社会的需求，做出应有的贡献。

二、学生学习情况分析

本次学生调查问卷一共发出 30 份，回收 30 份张，发放对象主要为高一和高二在读学生。下面对这些学生的学习情况展开分析：

1. 学生选择电子商务专业的原因分析

学生选择电子商务最初的出发点，分析数据可以看出，在选择电子商务专业的原因上，大多数同学参考了家人或者朋友的意见，说明家人亲戚朋友对电子商务前景的看好，持乐观的态度，希望自己的孩子将来能在这方面跟上时代，找到满意的工作。

2. 学生眼中的电子商务培养目标

此问题调查的目的就是希望了解同学们对电子商务培养目标的一些个人看法和意见。得出结论：在同学们看来，电子商务应该注重应用型人才和复合型人才的培养。结合目前的就业形势，可以看出同学们的压力比较大，大家希望能够学到实际的，有应用价值的东西，将来直接参与工作实践。所以，学校应当结合同学们的观点，在教学内容上进行调整，培养社会和企业所需要的合格人才。

3. 学生对现阶段电子商务课程重要性的认识以及满意程度

在课程中，学生认为最重要的前五门课程分别是：网络（18%）、电子商务项目策划与网络营销（15%）、电子商务概论（14%）、网站建设维护技术（14%）和图形图像处理（13%）。

4. 学生希望在企业里的角色

可以看出，大多数同学是希望从事有一定技术含量的营销类和设计类岗位。这说明学生对学习本专业具有一定技术含量的要求，因为电子商务是一个实践性很强的专业，只有具备一定专业的知识和技术作为支撑，才能做好电商工作。

5. 就业方向

调查表明，学生大多数是希望进入企业和科研机构工作，另外就是去自主创业。其中进入 IT 企业的比列最大，这也表明学生对本专业方向的认识一般。

6. 学生对本专业就业前景的看法

学生对电子商务专业未来的就业还是带有悲观的思想，大多数同学认为就业前景一般。虽说不是很差，但是没有想象中的那么好。

六、调研结果

从以上数据分析得出以下的调研结论：学生对专业的满意度一般，大多数学生偏爱实践教学，尤其是实验、实习等实践教学环节比较看重。学生的实习就业率一般，较多的学生没有专业对口的实习单位和就业单位。在对课程改革的调查中，我们也发现该专业的课程改革创新力度，还有待进一步加强。

调查显示，专业实践条件不足。电子商务专业综合性、实践性、操作性很强，在教学中需要提供相应的实验条件和实训环境，尽管很多学校都意识到这个问题，并推出电子商务实验室系统，但实践条件仍然不能满足实际需要，而且情境单一，缺失创新空间。

七、专业建设建议

（一）搭建平台，提高专业教师水平

教师是培养人才最重要的因素，但电子商务专业教师专业性不强是一个普遍的现象。一方面是由于电子商务专业发展时间相对较短，师资培养不足，大部分教师都是半路出家，知识不够系统，内容不够实用；另一方面，电子商务本身具有很强

的实践性和综合性，行业日新月异的发展对教师提出了更高的要求，而教师却恰恰缺乏电子商务的实战经验。在这样的师资下，电子商务的教学质量势必大打折扣。构建一支专兼结合的教学团队刻不容缓。

1. 送出去，加快现有师资的培养

学校应实行送出去的培养方案，有计划的选送教师参加长期性系统性的专业培训，或更加直接的选派教师到企业顶岗实习。后者是教师成长最快也是最能增加底气的培养方式，获得相关企业支持，与企业建立合作机制是实现这一方式的关键。但基于目前广泛存在的学校师资不足的情况，教师长期外出培训从学校层面来讲也较难得到有效保障。

2. 迎进来，聘请企业专家当师傅

聘请具有丰富实践经验的企业专家来校当师傅。对学校而言，专家可以为电子商务专业建设定期把脉，出谋划策；对学生而言，专家可以定期进课堂，指导学生的实训、技能和实习；对教师而言，可以近距离的向专家取经，积累知识储备，提升实践能力。将专家引进来，是解决专职教师短期培训见效慢和长期培训困难大的有效方式。当然，学校也可以广纳贤才，从其他学校直接引进双师型优秀教师，以优带弱，提升教师整体水平。

（二）以职业能力发展为主线，重构专业课程体系

1. 依据核心能力要求，开发中职电子商务核心课程。为了打破原来“重理论、轻实践”的学科知识体系课程，需要适应行业变化，贴近实际应用，以“必须够用”为原则，突出核心能力培养，重新开发适应中职电子商务教学目标要求的核心课程。对应中职电子商务专业毕业生的就业岗位与核心能力要求，开发专业核心课程。

2. 遵循职业能力发展，构建专业课程全新体系。电子商务作为一门交叉学科的综合专业性专业，在课程开发时，需要对传统教学模式中电子和商务类课程相互割裂的教学内容进行取舍、优化整合和学科综合，即：参照岗位工作体系，转换典型工作任务，开发教学项目，以教学项目为载体进行跨学科多元化综合，进行理实一体

化教学设计，完成职业体系向知识体系的转化。因此，课程体系构建应遵循职业能力发展，以“宽基础、活模块”为原则重新构建互为依托、前后衔接的中职电子商务的全新课程体系。

（三）注重能力的培养、强化实战型的实践教学体系

电子商务专业是集传统的商务运营理论和信息技术于一体的实践性极强的专业，理论与实践并重是本专业的特点。加强实践教学，改善实践教学手段和方法，完善实践教学体系，充分满足学生对实践知识的需求，是提高人才培养质量的有效途径。电子商务专业以培养学生实践能力为本位，通过以实战训练为主线的实践教学活动，形成具有全新实战思维的实践教学体系。构建实践教学体系需要以实践教学目标体系为依据，把知识、技能与素质融为一个整体。按照实际工作任务、工作过程和工作情景组织实践教学课程。以就业为导向，以综合职业能力为主线，将各实践教学环节进行整体设计。电子商务专业以培养学生实践能力为本位，通过以实战训练为主线的实践教学活动，形成具有全新实战思维的实践教学体系。

此次调研，应该来说是比较成功的。我们初步掌握了中职学校电子商务人才的培养的状况，深入了解现阶段各个中职学校的专业发展状况，学生对电子商务专业技能和课程设置的要求，为形成合理、科学的人才培养方案，实现中职电子商务专业师资培养提供了科学依据。