

附件 2:

电子商务专业调研报告

一、行业背景、企业岗位调研

(一) 调研工作的安排情况

为了更好的完成电子商务专业人才培养方案制定和专业整改工作,根据学院下发的调研通知文件,经济管理系电子商务团队于 2020. 3. 15-2020. 4. 15 开展专业调研工作,具体分工如下:

表 1 电商专业调研分工表

序号	团队成员	分工情况
1	白雪	电子商务毕业生情况调研
2	梁娟娟	电子商务行业、区域需求调研
3	周佳	电子商务企业调研
4	李沙	开设有电子商务专业的职业院校调研

进度计划如下:

表 2 电商专业调研进度计划表

时间	项目内容	备注
2020. 3. 15-2020. 4. 10	完成各项调研工作	按分工完成
2020. 4. 10-2020. 4. 13	撰写调研报告、填写相关附件材料	按分工完成
2020. 4. 13-2020. 4. 15	各项材料汇总	白雪
2020. 4. 15-2020. 4. 20	修改、定稿	全体成员

(二) 行业背景、区域需求情况调研分析

随着国内居民消费能力的持续提升与网上购物习惯的逐步养成,中国网络零售市场交易规模保持持续增长。据中国电子商务研究中心监测数据显示,2018 年全年国内网络零售市场交易规模达 9 万亿元,同比增长 30.1%¹。从地区结构看,东部地区网络零售额占全国网络零售总额的比重为 83.3%,同比增长 30.2%;中部地区占比 8.6%,同比增长 35.1%;西部地区占比 6.7%,同比增长 38.9%;东北地区占比 1.4%,同比增长 22.9%。

¹ 数据来源:电子商务研究中心、亿邦动力网

从品类结构看，2018 年服装、家电、日用品网络零售额位居前三，占比分别为 28.3%、14%和 9%。据中国电子商务研究中心监测数据显示，2018 年中国 B2B 电商交易规模突破 23 万亿元，同比增长 15%²。

1、电子商务全国发展趋势分析

1) B2B 供应链金融成为撬动 B2B 交易创新支点

从 B2B 电商平台市场份额来看，2018 年, 阿里巴巴、慧聪、科通芯城、上海钢联、焦点科技、生意宝 6 家核心平台占比为 63.35%，占据超过半的市场份额，行业集中度趋向愈加明显。其中，阿里巴巴排名首位，市场份额为 30.07%；慧聪集团、科通芯城紧随其后，市场份额分别为 14.8%、11.6%。国内 B2B 电商企业通过低价策略跑马圈地的时代正逐渐消失，在追求营收规模的前提下，对盈利能力及模式的探索将提上日程，给平台上的用户提供更多增值、有价值的服务是发展关键。当前，B2B 供应链金融逐渐成为撬动 B2B 交易的创新支点，供应链金融以电商平台为中心，以真实存在的贸易为依托，通过资金流撬动交易，借交易集成各类仓储加工服务，由综合服务形成数据，再由数据打造低成本风控系统，继而返回支撑降低资金成本，形成交易规模滚动式增长的产业链闭环。

2) 移动商务合作和多元化发展趋势显著

2018 年我国移动网购交易规模为 6.2 万亿元，同比增长 26%。据电子商务研究中心研究表明，目前国内的移动电商主要有以下商家：综合电商类包括淘宝、天猫、京东、国美、苏宁易购、亚马逊、唯品会、当当、一号店。母婴电商类包括蜜芽、贝贝、红孩子、麦乐购、宝贝格子、宝宝树。生鲜电商类包括本来生活、顺丰优选、易果生鲜、中粮我买网、沱沱工社、爱鲜蜂、天天果园、一米鲜、每日优鲜、京东到家。跨境进口电商类包括网易考拉海购、洋码头、55 海淘、达令、丰趣海淘、51 进口车。社交电商类包括云集微店、拼多多、有赞、小红书。奢侈品电商：寺库、走秀、第五大道、美西时尚网、魅力惠、唯品会、TOPLIFE。二手电商类包括闲鱼、转转、猎趣、口袋优品。物流主要有 EMS、顺丰速运、圆通速递、中通速递、韵达快递、申通快递、百世快递、天天快递、DHL、UPS、FedEx。支付平台包括支付宝、Apple Pay、微信支付、银联支付。

电商移动端已超过 PC 端成为网购市场更主要的消费场景。移动商务合作和多元化的发展是目前非常重要的发展趋势，有望成为市场经济的发展主体。所谓的合作发展，就是要和各个领域的各个企业进行合作，创造出完善的移动电子商务发展链条。比如，

² 数据来源：电子商务研究中心

一些大型的商家进行资源整合，创建专属的物流公司，服务整个业态。如苏宁物流和京东云仓，利用自身物流资源服务各大商家。另外，建立专门的服务站点，在一些主要的城市建立电子商务的实体平台，在消费者完成支付之后，按照消费者的所在地进行货物的派发，避免消费者等待太长的时间，实现移动电子商务的便捷性。如苏宁易购农村服务店和天猫小店、京东小店等。在推行移动电子商务合作发展的同时，多元化的发展趋势也渐趋明显，主要是指将业务多元化。如各品牌的鞋子商家可以进行合作，从而推出多元化的鞋子产品，为消费者提供更加广泛的购物选择。另外，微信支付、支付宝、百度钱包等通过采取投入大量资金补贴用户与商家的办法争夺移动支付“蓝海”也是移动商务多元化发展的特征之一。

3) 农业电商加速行业绿色化进程

近年来，农村电商整体上一一直处于高速发展阶段，2018 年农村电商市场规模破 1.2 万亿元³。农村电商强大的发展后劲，带动众筹农业、共享农业、定制农业等新产业新业态呈现爆炸式发展，推动“互联网+农业+旅游”，助力一二三产融合，提高农业创新力、竞争力和全要素生产率。农村电商上行的发展趋势将全品类、全渠道、线上与线下、产前产中产后、售前售中售后等多维度相互融合发展。农村电商上行将赋能整个社会的绿色生产、绿色物流、绿色配送、绿色销售、绿色消费、绿色环境等一条龙的绿色化，促进整个系数的有效性，促进整个社会的可持续性发展，特别是倡导的电商绿色包装盒等的推广，将加速电商绿色化的进程。

4) 线上线下全面融合升级新零售

在互联网、物联网、人工智能等技术变革的支持下，线上线下将加速融合，优势互补。各大电商巨头把重心从线上转移到线下，纷纷布局线下实体店，给消费者带来全新化、多功能化、多体验化的购物体验，各大电商巨头多角度、多方面践行新零售（包括无界零售、智慧零售、无人零售）。新零售将会以数字化为核心驱动力从两个方面整合行业：一是电商发挥技术优势，入股布局线下，带动线下零售企业优化供应链实现转型升级；二是线下发挥体验式优势，融合业态创新发展，依托电商线上平台注入科技元素扩大优势。随着用户习惯的养成和新零售模式的创新，2022 年新零售交易额将达到 1800 亿元，年复合增长率为 115%。线上线下的不断融合，商品的价格、购物的体验以及产品的质量都将统一，消费者得到的将是更加专业的服务、更加优质的产品。新零售给整个零售行业都会带来一次革命性的改变。

³ 数据来源：电子商务研究中心、亿邦动力网

5) 社交电商迎来发力时机

随着社交红利不断释放，以拼购为代表的社交电商能量不断升级。社交电商推荐信息内容化、流量场景碎片化、推广渠道媒体化、用户管理大数据化，在渠道深度、品类广度和流通速度上相比传统电商都具有独特优势。依托社交关系发展的社交电商，提升了消费者对线上购物路径的信任度，社交电商迎来发力时机。社交电商优势主要集中在一是社交电商渠道下沉，聚焦广阔的三四线城市及农村市场；二在商品方面，小众差异化的商品脱颖而出，因为社交关系下人群根据偏好自然聚类，利于小众偏好扩散；三是社交电商用户对优质商品的需求在持续增长；四是社交电商区别于货架式商品展示，更多以体验、测评类优质内容进行传播，能准确激活用户社交行为；五是从上游的商品采购，到下游的终端用户交付，供应链全链条的保障能力使不同社交电商平台的购物体验产生差异，也是社交电商在未来竞争中形成壁垒的核心要素。

2、佛山电子商务发展情况

1) 佛山电子商务市场规模

根据佛山市商务局发布的统计数据显示，2018 年全市电子商务交易额约 8827.05 亿元，同比增长约 25.47%。其中，应用型企业交易额为 4526.51 亿元，约占总交易额的 51.28%，服务型企业交易额为 4300.54 亿元，约占总交易额的 48.72%。

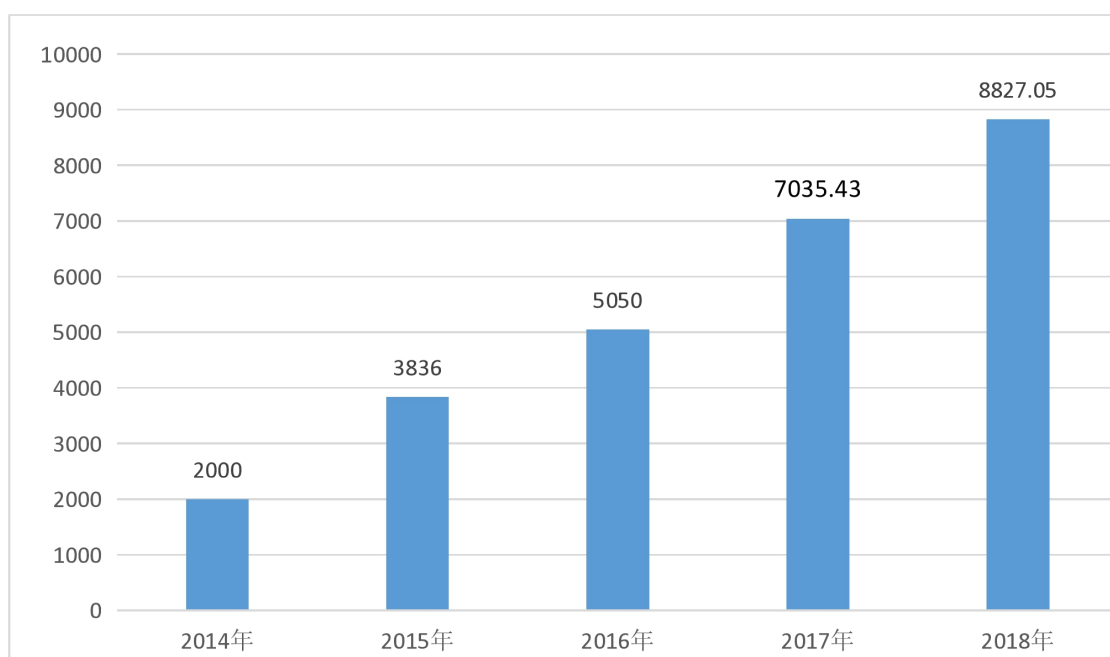


图 1 2014-2018 年度佛山市电子商务交易额增长

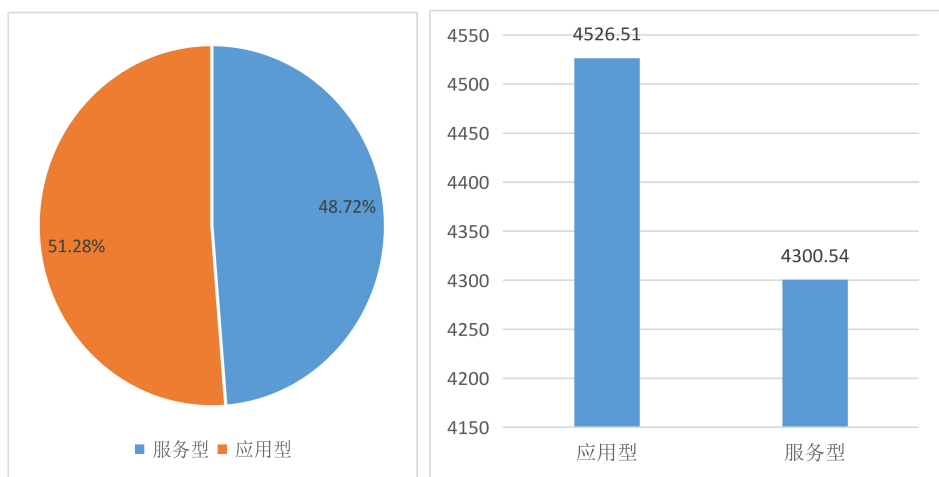


图 2 2018 年佛山市电子商务交易主体结构

2) 佛山电子商务市场结构

2018 年全市电子商务交易额约 8827.05 亿元，同比增长约 25.47%。其中 B2B 交易额约 6259.05 亿元，约占总交易额的 70.91%，网络零售市场交易额约 2406.1 亿元，约占总交易额的 27.26%，O2O、C2B、B2G 等其它模式市场交易额约 161.9 亿元，约占总交易额的 1.83%。

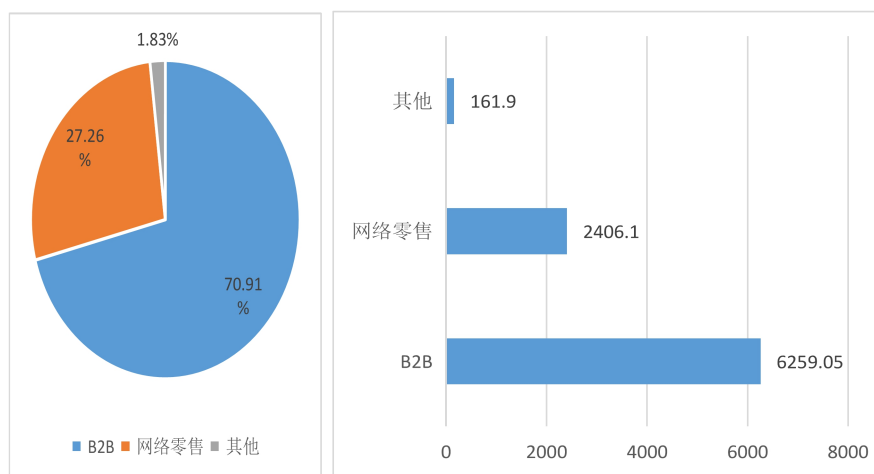


图 3 2018 年佛山市电子商务主要业态交易额占比情况

从电子商务市场交易额区域分布情况来看，2018 年顺德区以约 3156.74 亿元占全市 35.76%的比重领先，南海区约 2429.88 亿元占全市 27.53%的比重紧随其后，禅城区约 2322.61 亿元占全市 26.31%，三水区约 529.71 亿元占全市 6.00%，而高明区约 388.11 亿元占全市 4.40%。

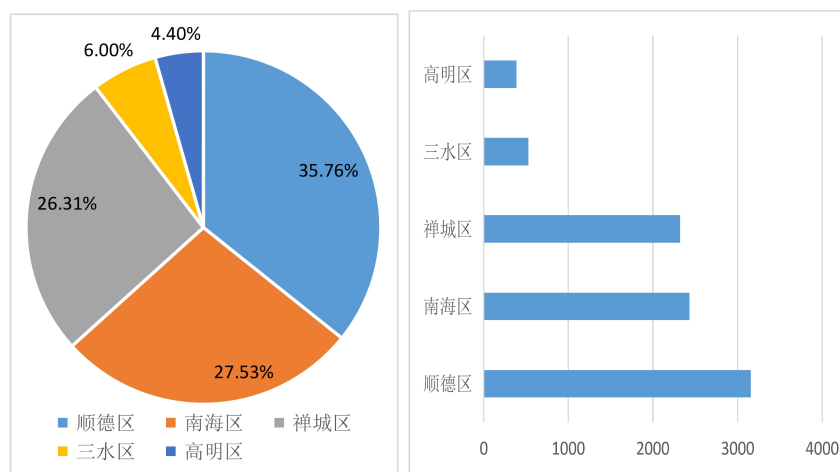


图 4 2018 年佛山市五区交易额占比情况

3、区域需求分析

电子商务的发展为区域经济的转型升级带来了新机遇，新环境下提供了大量的电子商务就业岗位，企业对电商人才的需求也日益增加。电商人才缺乏成为电商企业发展的重要影响因素之一。企业和园区所需的电子商务人才缺乏，招聘和留住员工的难度非常大，大大制约了企业的发展。从技能型的中端人才，到管理型的高端人才，都存在缺人现象，专业电商人才培养机制还处于摸索阶段。尽管不少制造业企业建立了网站、商城甚至电商平台，但普遍重视不够，资金和技术投入不大，尤其是缺少代运营、包装策划、美工摄影、客服推广、网络维护等专业人才。电子商务不仅带动了包括网络基础服务、仓储物流配送、支付渠道、网络营销、网络广告等延伸行业或互联网其他领域，也由此催生出了专职网店卖家、网店装饰师、“网模”等一大批新型职业，佛山电子商务企业对此类电商人才需求极大。同时，佛山的高等院校培养的电商人才缺乏实战经验，往往进入企业后培养期过长，本土培养实战型电商人才的培训机构也比较少，因此，如何解决实战型电商人才输出，是解决佛山电子商务产业发展的关键。

（三） 企业岗位调研分析

1. 企业问卷调研分析

为了深入了解市场，获取社会对电子商务方面人才需求的情况，明确电子商务专业的学生培养目标，我们对电子商务专业人才需求进行了专向调研。对企业的调查问卷从2020年4月1日-2020年4月15日，到截止日期为止一共有60家企业参与了本次调研活动。现将调研结果总结如下。

1) 从调研的相关企业基本属性的角度

目前我校电子商务专业毕业生就业的公司性质以私营企业为主，有 76.27%的企业是私营企业。而且绝大部分集中在佛山、广州、深圳地区。公司规模覆盖大中小型企业，且相对应的人数比较均衡。而从公司的经营业务看，毕业生在选择企业上没有特别大的限制，不过集中较多的企业在家居家具领域。企业开展电商的业务形式，一半以上是经营平台店铺。可见在探索电商业务企业倾向于开设阿里系列的店铺，比如开设淘宝店、天猫店、1688 店铺等。同时在调研过程中跨境电商企业出现较少。

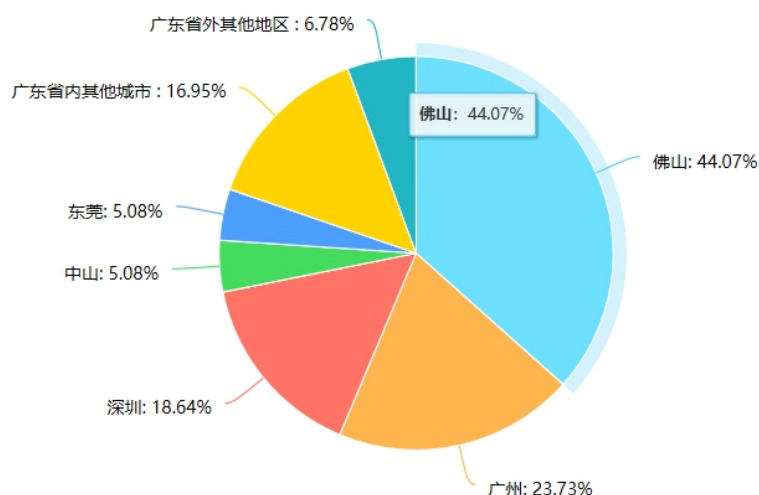


图 5 电商企业分布情况

通过以上可以总结出，招聘我校电子商务专业学生的企业，主要集中在珠三角地区；且以本校所处地区佛山的企业居多，并且作为本地支柱企业之一的家居家具行业最多。作为电商最大入口的阿里系列，依旧是最重要的应用场所。同时现在企业不仅仅依靠店铺，还有依靠如京东、拼多多、微信、qq、抖音、今日头条等。

2) 从企业对电子商务人才的需求角度

电子商务企业主要招聘的人才集中在电商客服人才（57.63%），电商美工人才（52.54%），电商运营人才（66.1%），新媒体推广人才（40.68%）。员工工作情况基本稳定，且企业基于面向的岗位不同，所需求的人才数量有所不同。相对而言，招聘客服人才需求的人数较多，招聘运营或美工的人才需求的人数较少。目前公司提供给电子商务人才的初始薪资水平集中在 2000-3000 左右。

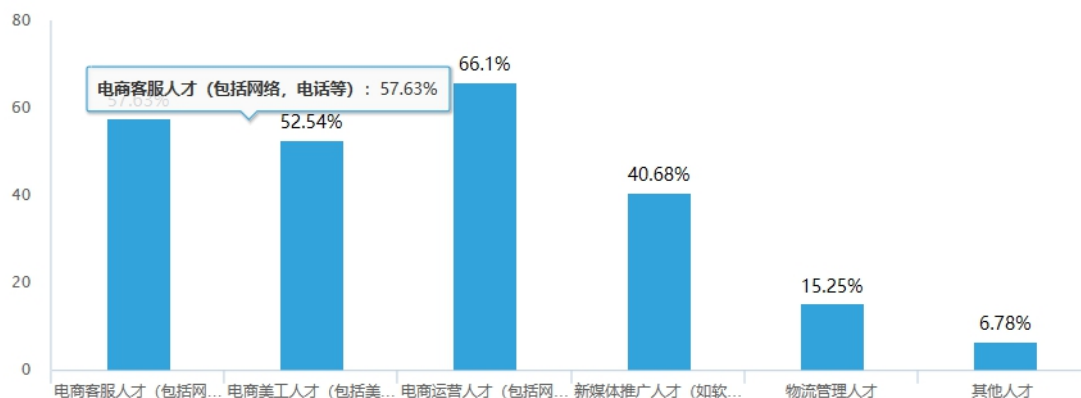


图 6 电商专业人才

3) 从企业对电商专业培养的建议角度

企业招聘电子商务人才时，从专业能力角度依次看重沟通交流能力（81.36%）、网店运营技巧（67.8%）、图片处理能力（64.41%）、网络营销能力（64.41%）及办公软件应用（62.71%）能力。从素质的角度依次看重逻辑思维能力（84.75%）、学习能力（84.75%）、沟通交流能力（83.05%）、吃苦耐劳素质（83.05%）、团队合作能力（81.36%）等。另外在对专业开设的专业考量看，贴合需求的依次为网络营销（62.71%）、客户服务与管理实务（61.02%）、数据分析（54.24%）、商品图片拍摄与处理（52.54%）、网店经营与管理（50.85%）。

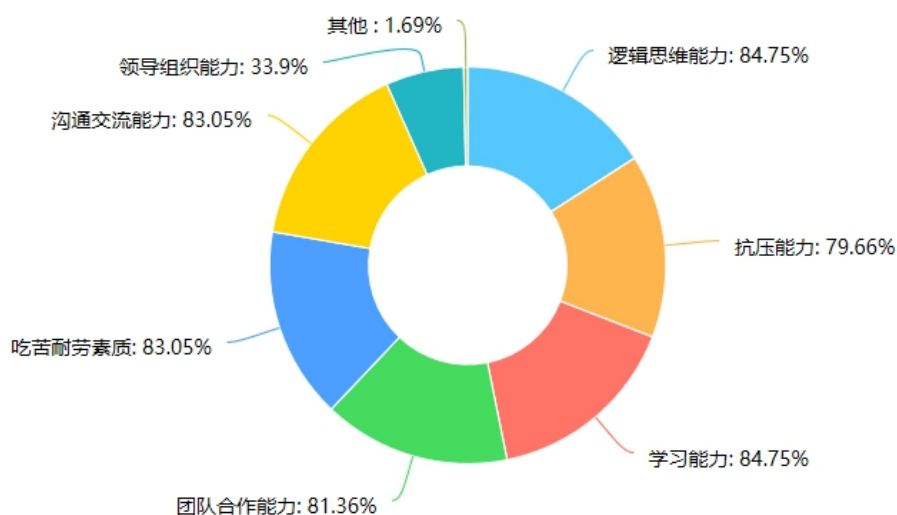


图 7 电商人才素质要求情况

从专业能力的角度看，我们电商人才培养方案设置的相关课程贴合企业的需求。但是普遍公司反映到学生的知识储备较好，学生的实践实操性不是很强。这些方面的专业能力需要通过实践锻炼来提高。同时调研中企业表现出意图与我校电商团队建立相关合

作，比如接受在校生前往企业参观或实践（44.07%）、校外实践基地（37.29%）、为师生做专题讲座（30.51%）等

企业招聘人才考虑学生的专业能力和素质能力，比较而得，更看重素质能力。专业能力可以通过继续学习及培训得到提升，素质能力可以影响到专业能力的展现，也是很难以具体量化去提高的。作为电商教师教学及课外辅导中有必要设计合适活动，潜移默化提高学生的相关素质。

2. 电子商务专业对应的职业岗位（群）分析

基于以上对企业人才需求的调查问卷及与企业相关人员访谈，总结以下电子商务专业对应的职业岗位。

1) 商务类人才岗位方向

i、企业网络营销业务（代表性岗位：网络营销人员）：业务内容为网店运营管理、企业品牌宣传管理、客户服务、网上业务拓展等工作。

ii、新型网络内容服务（代表性岗位：新媒体运营人员）：业务内容为文案编写、新媒体工具运作、客户关系维护等工作。

iii、网络推广业务（代表性岗位：网站推广人员）：业务内容为企业外部链接站优化、seo 及 sem、新客户开发发掘等工作。

iv、网络销售业务（代表性岗位网络客服、网络销售）：业务内容为客户关系管理、销售意向达成、纠纷危机处理等工作。

2) 技术类人才岗位方向

i、电子商务平台美化服务（代表性岗位：网站美工人员）：业务内容为平台配色、图像处理、店铺装修设计等工作。

ii、电子商务平台现实展现服务（代表性岗位：视频专员）：业务内容为商品视频制作、视频脚本制作、视频方案执行等工作。

iii、电子商务网站设计（代表性岗位：网站设计/开发人员）：主要从事电子商务网页设计、数据库建设、程序设计、站点管理与技术维护等工作；

3) 综合管理人才岗位方向

i、电子商务创业：借助电子商务这个平台，利用虚拟市场提供产品和服务，又可以直接为虚拟市场提供服务。

ii、企业电子商务综合管理（代表性岗位：电子商务部门经理）：主要从事企业电子商务整体规划、建设、运营和管理等工作。

二、生源分析

电子商务专业于 2009 年开始进行高职招生，生源主要为普通高中生，其中“三校生”对口招生约占总数的 10%；自 2018 年开始进行中高职贯通培养三二分段招生，约占总数的 50%。

表 3 电商专业生源来源表

分 类	2016 年	2017 年	2018 年
新生报到数/录取数（报到率）	87/ 100（87%）	103/113（91.15%）	102/107(95.33%)
普通高考统考招生录取中，省教育考试院公布的第一志愿投档总数所占比例	155.1%	142.48%	149.09%
广东省新生平均普通高考分数	391.89	397.68	215.73

三、人才培养方案执行情况分析

1. 毕业生就业现状

1) 被调查的 280 位毕业生中，有 60%的学生从事与电子商务专业相关的工作，主要从事运营、客服、美工、数据分析等岗位。

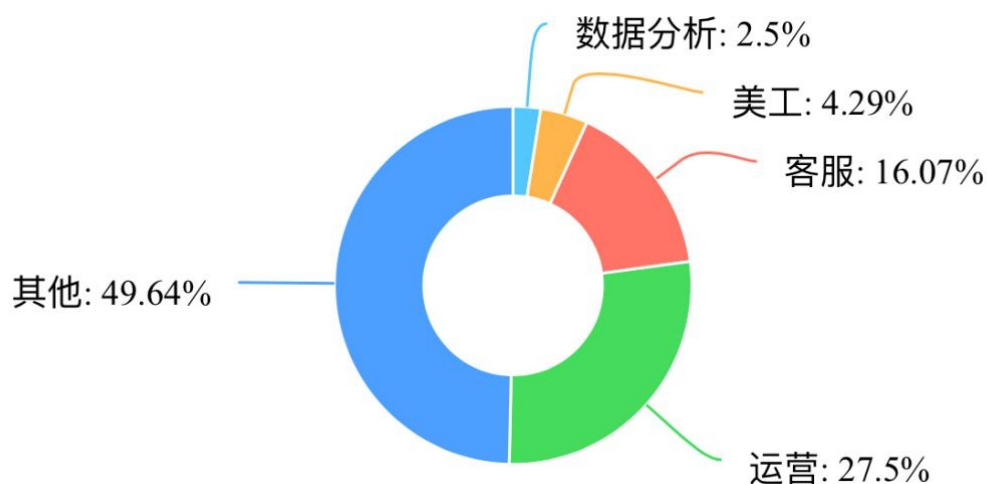


图 8 毕业生就业现状

2) 280 名学生毕业后 71.07%毕业生就业，14.64%的毕业生自主创业。

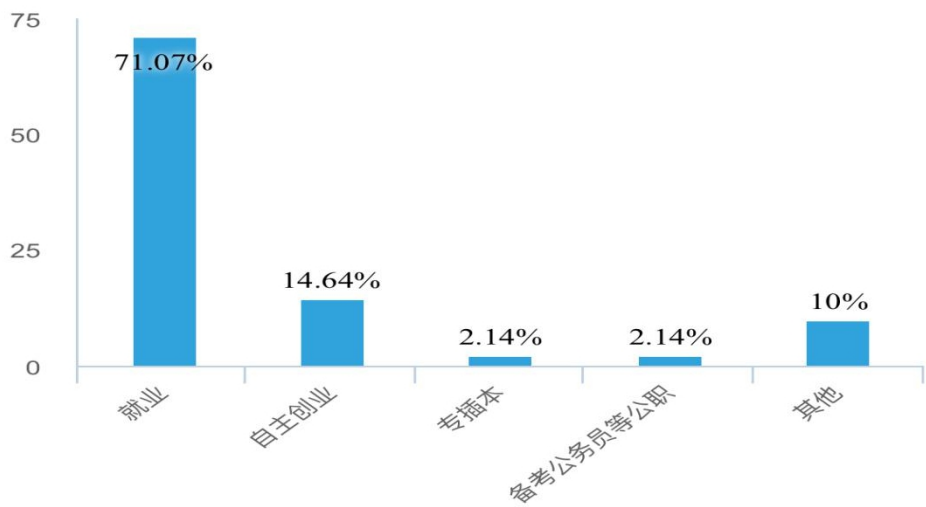


图 9 毕业生创业情况

3) 280 名毕业生就职的企业类型以中小企业为主。

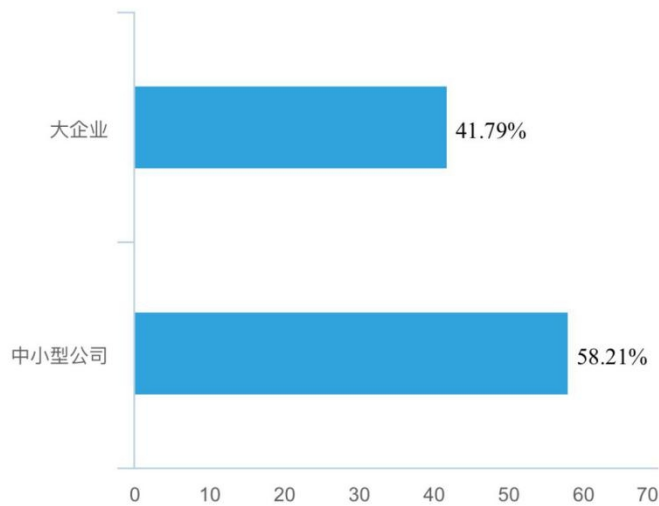


图 10 毕业生就业企业规模

4) 应届毕业生初次就业率达 98%，初次就业平均起薪线为 3386 元。

表 4 电商应届毕业生初次就业情况

分 类	2016 年	2017 年	2018 年
应届毕业生初次就业率	98.99%	100%	96%
应届毕业生初次就业对口率	81.82%	89.69%	84%
应届毕业生初次就业平均起薪线	3209 元/生	3403 元/生	3547 元/生
考取职业技能证书通过率	70%	72%	80%

2. 毕业生求职经历

1) 280 名毕业生主要通过网上求职。

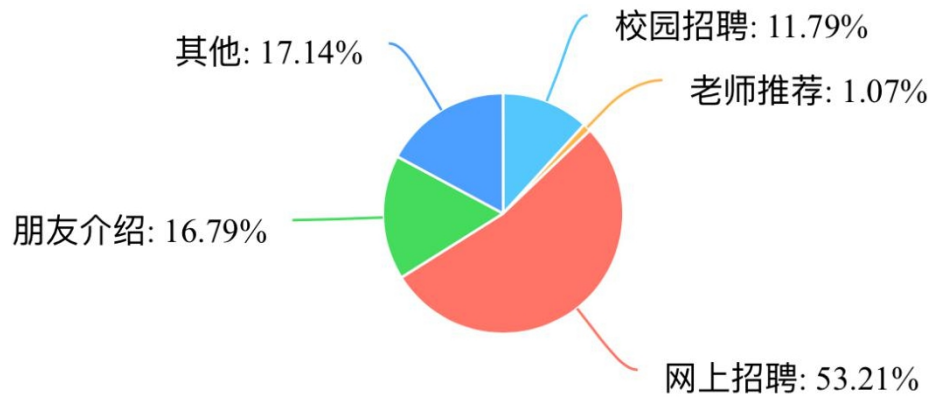


图 11 毕业生求职方式

2) 根据 280 份毕业生的调查问卷，86%的毕业生在珠三角地区就业。

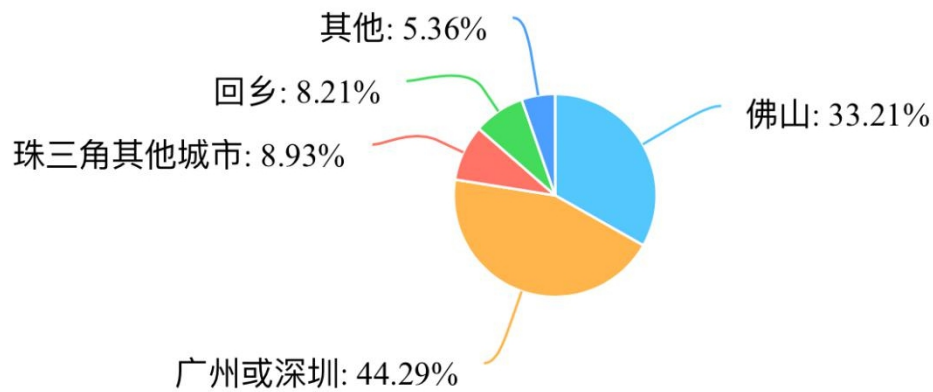


图 12 毕业生就业地区

3) 280 名毕业生求职过程中更看重自我发展空间（87.14%），薪水（74.29%），同事之间相处氛围（72.5%），领导做事风格（57.5%），公司所在城市（37.5%）。

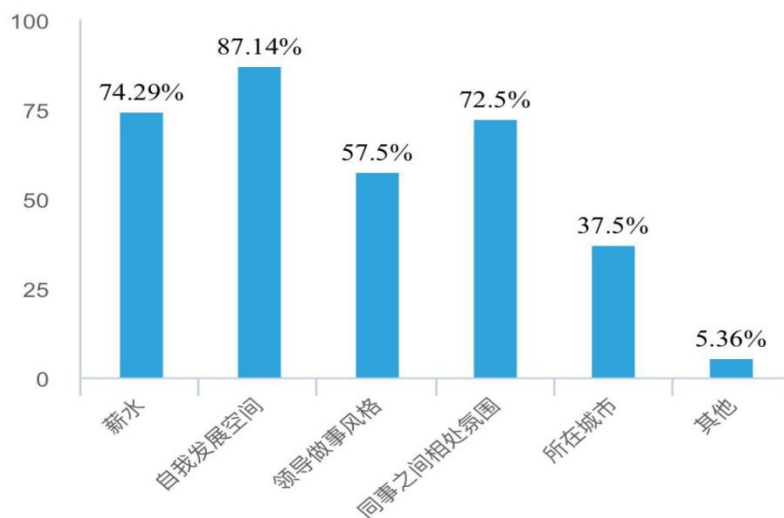


图 13 毕业生就业重视因素

4) 280 名毕业生中 57.5%的毕业生第一份工作没有做到半年。

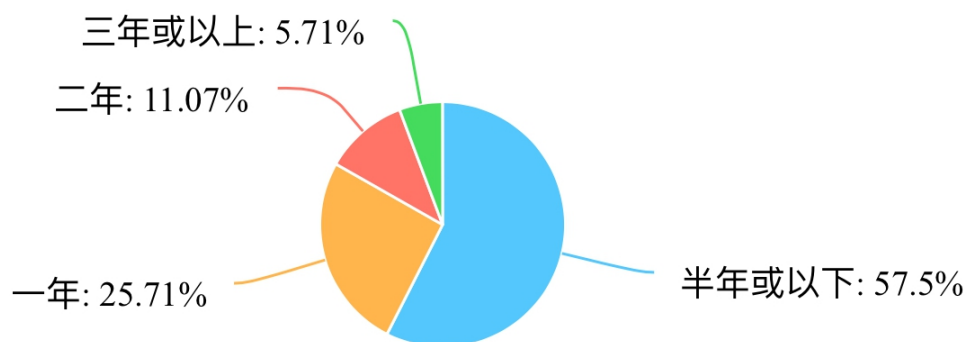


图 14 毕业生第一份工作时长

5) 280 名毕业生心仪的实习薪水为 3000 元- 4000 元。

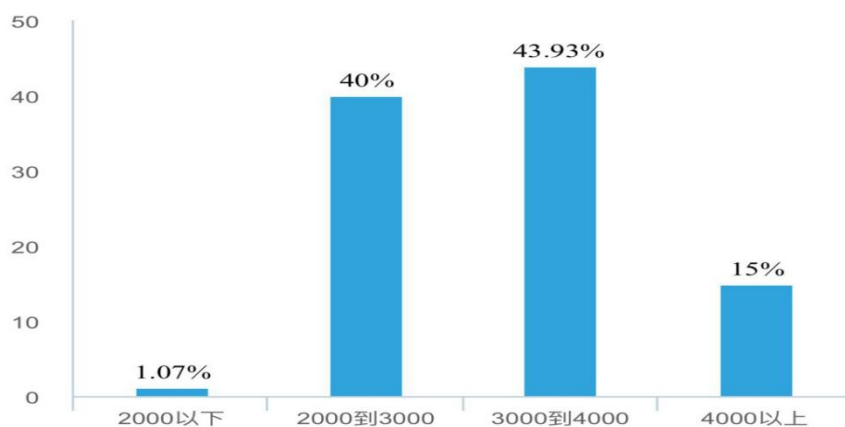


图 15 毕业生期望初次实习薪水

3. 280 名毕业生对专业教学的反馈

1) 多数毕业生认为专业课对于工作有帮助。

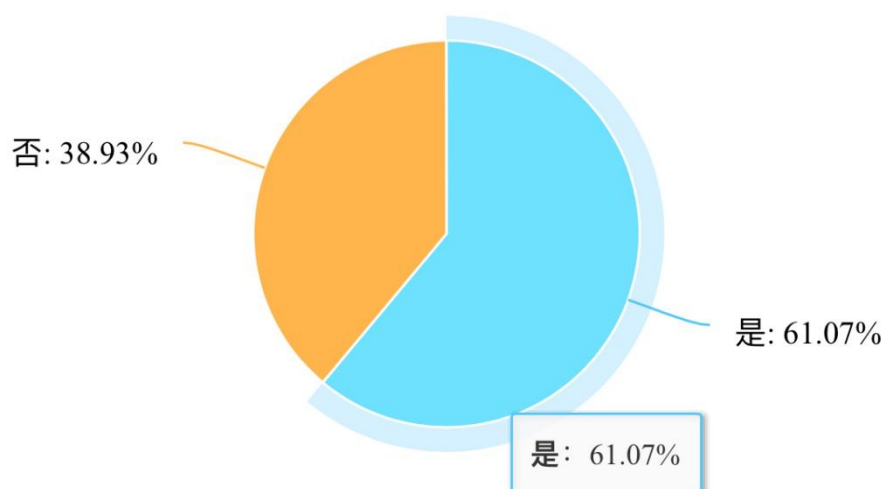


图 16 毕业生对专业教学的反馈

2) 毕业生评价教学效果良好。大多毕业生认为需要增强表达沟通能力、英语能力，多加强动手实操，多参与社会实践。

提前做好职业规划，带着目的学习，为毕业后从事的职业做好准备。多学习，多看报，少吃零食，多睡觉！	
学就认真学好，总会有用的	
要熟练文档表格，能多参加技能比赛就参加，能考证书就好好考证书，电商专业英语46级，PS证书，少不了的！	少喝酒，少熬夜，增强自制能力，出社会工作的佼佼者都有一个共同点，自制能力特别强
好好学习天天向上	如果想要往运营方面发展的话，第一份工作就应该找运营相关的。如果想做客服的话，内心一定要很强大。如果想做美工的话，一定要在校期间学好并掌握的很牢固。
多看招聘网站看工作需要的技能要求。实操经验和思维也很重要。做电商会点文案和ps更有优势。	多出去走走，自我提升综合素质，人脉也很重要，同时还有自己的职业规划
加油	
学好专业知识	学习好课本知识外，最好参加课外活动，拓展视野，出来坚定要做电商的，最好在学校期间开店或者找这方面的建议巩固自己
掌握好技能	多学习点技能要精通那种 皮毛都不要的
珍惜在线时光	第一份工作很重要
好好加油吧	技能方面多巩固掌握
出来工作，除了技能比较重要之外，与人相处也是很重要的，所以在校期间多与其他人沟通，增强一下自己的表达能力	好好学习
努力提升自己，尽可能多一些经验	认准一行，努力的干，拼命的干。
没有	多出去涨见识
多学习一些操作技能，如PS	在校期间多学点技能，出来工作挺有帮助的
加油	通过这几年的工作发现PS、英语、语言沟通表达能力是比较重要的技能，希望学弟学妹好好利用时间学习好这三个方面的。
完善自己的专业知识	

师弟师妹们~在出来工作之前认识到自己的能力，确定自己的发展方向，不要担心从基本做起，有操作过平台的可以放心大胆去面试运营助理岗位，工作也要提升自己的技能，不懂不可怕，可怕的是不学习	学好英语口语特别重要。学历很重要，能多少上学就上学。多出去参加活动。基本的电脑技能要学好。做了职业规划后，假期有空要多去实习获取工作经验。记得要课外自学东西，千万别荒废学业。
多学一点专业知识，要有职业规划	加油
实践很重要	学好专业技能，会开车
做好职业规划。	少说话，多做事
认真对待每一份工作，穷尽自己完成领导安排的每一次任务	在学校玩归玩一定要学一门技能（比较突出那种）ps，运营都可以的。然后暑假有空想办法去小公司实习一下，这个暑假学的东西要比你在学校一学期都要多。这样的好处呢就是在毕业时候别人说找工作难，而你有更多筹码跟公司谈。我大二暑假时候就是这么做的，那么我找工作也是挺轻松的，就算我要求会高点但是公司会选择能做事多给钱，而不选择少做事少给钱的人。
好好学习多实践	
美工运营好好学	
学好Ps和Excel无论你将来做什么行业	
加油	多点实操
；	技能很重要，技术类的人才比较缺
努力加油	不忘初心，方得始终。
好好学习天天向上	四六级真的很重要！
加油	可以在学校就开始尝试开店，因为实践了才可以更快的上手
没事多考证，以后不一定有时间	努力学好技能
英语证书要考，最好过CET6，口语更要考	加油，未来是你们的
加油，做自己喜欢的事	多考证书，多学习技能。
学习过程中要多多实践。	

学好专业知识，注重实操	实践很重要，寒暑假可以去找一些跟自己毕业后想要从事的职位有关的相关兼职累积一些经验，现在出来找工作主要还是看着自身的技能和经验
1.对自己的职业生涯有较早规划；2.千万不要浑浑噩噩浪费大学时光；3.刚开始准备要实习的时候，千万不要怕迷茫，如果有自己规划就最好，如果没有，前期先去尝试，不经历试错，很难一下子找到自己喜欢的工作；4.多看书，多运动；5.跟同学们还有老师们常保持联系	学习之余，别忘了多向发展
多學點課外的知識，豐富自身能力。電商就多看淘寶大學的課程	除了自己的专业学习之外，再学自己感兴趣的。然后多走出去实践
多实操	好好学习，少玩游戏
做好职业规划 做好工作技能提升	加油哦
学好专业技能，努力提升学历，学会为人处世	多拓宽自己的知识面
享受大学时光，提升自我	多去尝试把自己开的店的整个过程做到最好，完成销售目标就会发现需要提升审美能力，ps能力，数据分析能力，文案能力等。
自己的专业还是要好好学号 总是会有用的	

图 17 毕业生对专业教学效果的反馈

四、 现有师资、实训等现状分析

（一）专任教师情况分析

电子商务专业专任教师 4 人，其中副教授 2 人，讲师 2 人。期中双师素质教师比重 50%。研读教育部《电子商务专业教师教学能力标准》和《电子商务类专业教学质量国家标准》，在电子商务专业课程标准、教学内容、教学方法、教学资源、技能训练、考核标准等方面全面融合校企合作模式，电子商务教师专业能力结构，如图 18 所示。

能力结构	包含的具体内容
电子商务教师基本能力	电子商务相关文化知识和实践知识，主要包括网络营销、大数据分析、跨境电商、移动电商、经济与商业机制、营销与心理学、互联网产品战略等。
电子商务教师专业能力	电子商务运营推广和线上店铺管理的能力，包括熟悉天猫、淘宝、阿里巴巴、京东、亚马逊等多个网络平台操作规则及推广技巧；精通天猫、淘宝店铺的整店运营。进行大数据分析的能力。
电子商务教师职业发展能力	职业道德与敬业精神、沟通能力、现代教育技术能力、教育教学监控能力、电子商务专业知识的持续更新与重构能力。

图 18 电子商务教师专业结果能力图

电商教师的精力和时间是有限的，往往每个学期担任不同的多门课程，每位教师要主攻一个专业领域方向，当前高职电商专业教师普遍缺乏实践能力，实践教学的水平参差不齐；电子商务实践教学团队建设缺乏一定的约束和激励机制，使教学开展的进程受阻。

（二）校内实训室建设情况分析

实训基地是学院办学条件的重要组成部分，完善的实训教学设备设施是高等职业院校组织开展实践教学、提高学生职业能力和职业素养、培养高技能应用型人才、实现高等职业教育人才培养目标的必要条件和基本保障。

围绕纺织服装电子商务建设了校内实训室 7 个，主要实施实训项目：电子商务模拟实训、电子商务仿真实训、电子商务综合实操、电子商务师考证培训、阿里巴巴考证培训等，构建了电子商务专业实训体系。

表 5

专业校内实训室一览表

序号	实训室名称	实训项目
1	经管系综合实训室	基础课程实训、实操、考证
2	工商企业经营沙盘实训室	沙盘对抗、企业管理实操等
3	国际贸易实战演练室	国际贸易实训、实操、考证
4	电子商务实训室（移动电商）	电子商务运营、仿真、实操 移动电商实训
5	创新工场	企业项目实施
6	智能物流实训室	物流流程管理、实操
7	商务谈判与人员测评 综合实训室	商务谈判、测评

（三）校外实训基地建设情况分析

各校外实训基地运行正常，每年可安排本专业学生顶岗实习。专业与区域 10 多家企业建立了校外实训基地，其中“大学生校外实践教学基地-广东职业技术学院名匠轩电子商务专业群实践教学基地”，获得省教育厅 2013 年度广东省大学生校外实践教学基地项目立项（粤教高函[2014]72 号文）。见表 6。

表 6

专业校外实训基地一览表

序号	校外基地名称	基地功能与作用
1	名匠轩欧陆家具有限公司	企业店铺运营、全渠道网络营销、顶岗实习
2	安东尼针织有限公司	企业店铺运营、全渠道网络营销、顶岗实习
3	百铝汇金属材料有限公司	行业网站运营推广、顶岗实习
4	楼兰家居用品有限公司	企业店铺运营、全渠道网络营销、顶岗实习
5	佛山卫冕制衣有限公司	企业店铺运营、全渠道网络营销、顶岗实习
6	深圳市亿动力电子商务有限公司	企业店铺运营、全渠道网络营销、顶岗实习
7	佛山市承林家具有限公司	企业店铺运营、全渠道网络营销、顶岗实习
8	佛山市赢伽电子商务有限公司	企业店铺运营、全渠道网络营销、顶岗实习
9	广州唯品会电子商务有限公司	行业网站运营推广、顶岗实习
10	深圳市光艺人家居有限公司	企业店铺运营、全渠道网络营销、顶岗实习
11	佛山一简文化传媒有限公司	企业店铺运营、全渠道网络营销、顶岗实习
12	桃子贸易商行	企业店铺运营、全渠道网络营销、顶岗实习
13	佛山市苏宁云商销售有限公司	企业店铺运营、全渠道网络营销、顶岗实习

五、对专业建设的建议

（一）创新人才培养模式，构建政行企校合作办学新平台

1、根据珠三角地区产业结构调整、电子商务行业发展和劳动力市场的需要，认真制订好专业建设调研、规划，制定适合职业岗位要求的人才培养方案。

进一步针对高职电子商务专业人才培养的难点问题，在培养模式中大胆创新，根据学生个体的特殊性，实施因材施教，人才培养方案的制定以企业职业岗位要求为依据，突出“三个导向”，即以参照企业岗位标准为导向；以获取职业资格证书为导向；以提高学生就业水平为导向。附电子商务专业标准流程图，如图 19 所示。

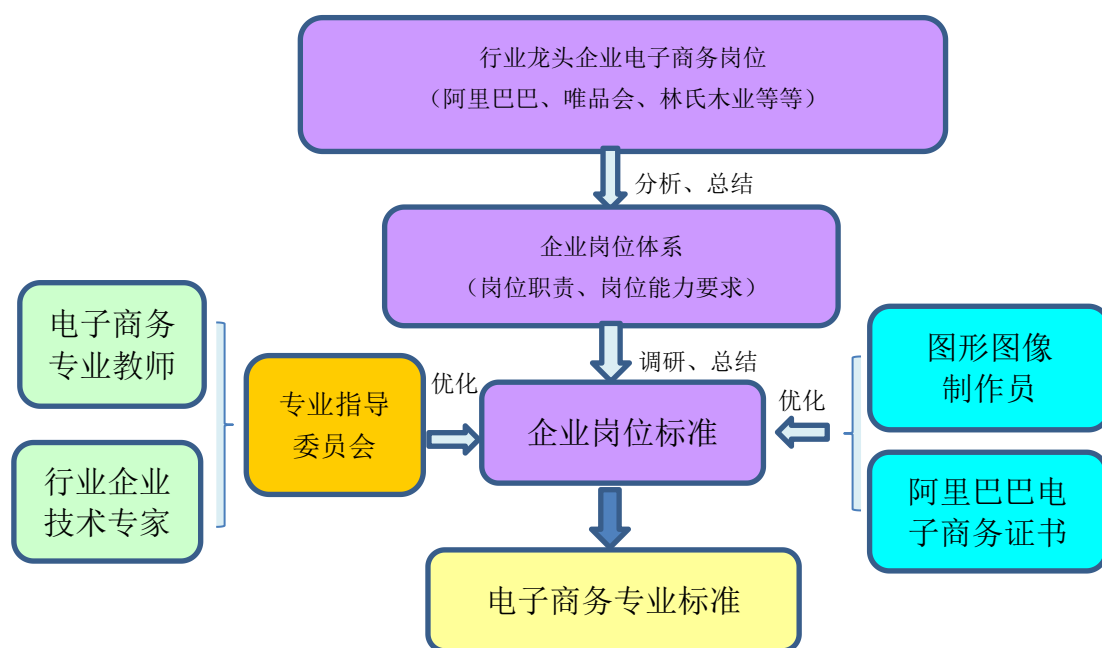


图 19 电子商务专业标准流程图

2、专业服务产业，拓展校企合作办学新途径

按照“依托行业、对接产业、合作企业”的理念，实现专业建设与行业产业发展的零距离对接。在前期基础上，在广东纺织职教集团及佛山市电子商务协会的全力支持下，协助本地企业线上推广产品；运营网店；培训电商人才等，进一步提升专业社会服务能力。

（二）课程体系与教学资源建设

1、优化基于创新创业培养的课程体系

为提供人才培养质量，课程建设坚持以市场为导向、以职业能力为本位的指导思想，根据行业企业需求、专业培养目标来确定课程体系，专业建设的核心内容就是设计建立理论教学体系、实践教学体系为一体的电子商务应用型与创新型并举的课程体系，突出创新意识与实践能力的培养。以提高学生综合职业能力和服务学生终身发展为目标，紧贴经济社会发展需求，结合产业发展实际，对接职业标准，指导专业设置标准和教学指

导方案开发，更新课程内容，调整课程结构，探索教材创新，实现人才培养与区域产业的紧密对接。通过与企业合作，切实明确企业需求、社会需求以及电子商务的最新发展，全面、细致、深层次地重构电子商务课程体系，并形成经贸类专业群的平台课程，对其课程体系中的核心课程通过校企共建予以重点建设，从教学方法、考核方式等方面全面进行改革，建设一批与工学结合培养模式紧密衔接的优质核心课程。课程体系设计思路如图 20 所示。

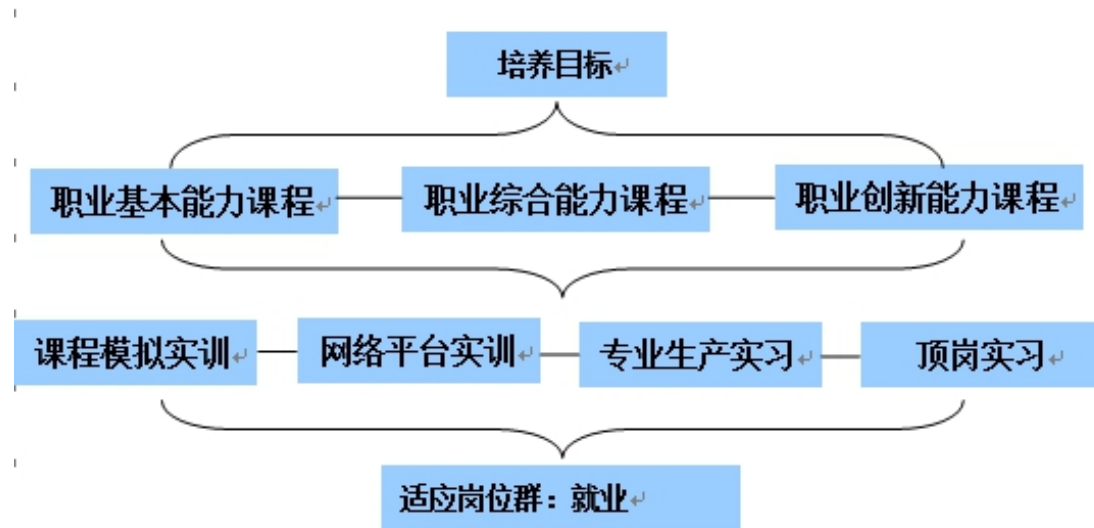


图 20 课程体系设计思路

2、构建符合省级品牌专业要求的实践教学体系

通过优化教学环节，精选理论教学内容，增加实践教学比重，强化实践教学环节。重视各类实训、实习、课程设计、职业资格认证、技能竞赛、电子商务岗位见习、毕业实习、毕业设计等环节在学生实践能力培养中的不同作用与衔接，构建层次清晰、目标明确的实践教学体系。

电子商务专业实践教学内容主要由课内实践教学、课外实践教育和个性发展教育三部分组成。课内实践教学是按照电子商务专业能力培养规律，将培养目标分解为认知、基础、综合和专业四阶段，将实训、实习、课程设计、职业资格认证、技能竞赛、岗位见习、顶岗实习、毕业实习、毕业设计等环节统筹安排，构成树状实践教学体系如图 21：

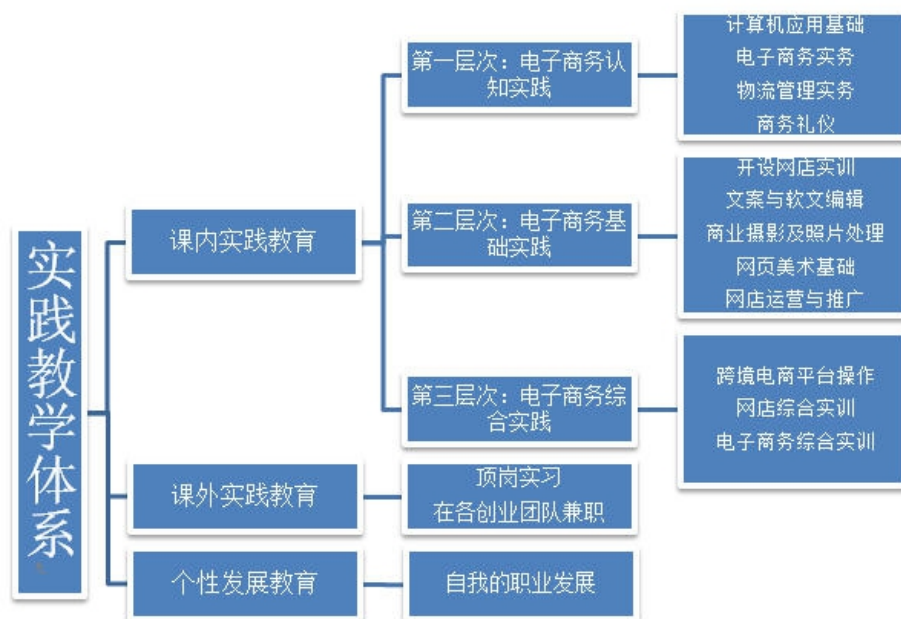


图 21 专业实践教学体系

3、精品共享课建设

确立精品共享课在人才培养过程中和专业发展的地位和作用，强化精品共享课课程体系建设，重新修订课程标准，重构精品课程的教学内容，强化应用型人才的技能培养。建设目标是以专业核心课程和主干课程为主，分批分期进行，每年重点建设 1-2 门课程，争取在 3 年内使本专业 50% 以上的核心和主干课程建设成为合格课程或校级精品共享课，并申报 1 门省级精品共享课；充分利用学院的网络课程建设平台，开发网络课程，为广大师生开展网络辅助教学服务。而专业核心课程的建设，除网页设计、网店运营与推广、开设网店实训、网店装修、电子商务外，拟开发纺织服装电商等配套的新型实践课程。

4、教材（规划教材、校本教材）建设

树立精品意识，增强质量意识，抓好重点规划，着重专业核心和主干课教材建设，按照专业的要求，对教学内容进行改革。加大校本教材的编写力度，充实实训部分的内容，将生产性的实训活动融入其中。组织教师编写教材与实验、实训指导书和配套课件等。力争每年开发 1~2 门理论与实训一体化教材，加大案例教学内容，充实教材内涵。

5、整合校内外教学资源

组织学校与现场专家一起开发的电子商务各专业主干课程校本教材、实验实训指导书、教师教学指导书和学生学习指导书等，与专业出版社组织出版一套电子商务专业主干课的教材。建立电子商务专业案例库、试卷库、教案库，把所有形成的纸质材料电子化，建立并充分利用网络平台，使之成为方便学习的网络资源，建成集纸质与电子、静态与动态的图书和网络资源于一体的立体化数学资源库。

（三）建设专兼结合专业教学团队，建立有效的团队合作教学机制

为实现人才培养目标，需要建立一支既包含校内骨干教师又包含行业、企业一线精英的具有较强教学力的素质优良的双师结构专业教学团队。经过 3 年的建设，整体师资队伍水平在省内高职院校专业中居于领先水平。具体建设内容如下：

1、专业带头人的培养

以校企合作为主线，培养 2 名具有行业实践经验、有一定的行业影响力的专业带头人，其中校内 1 名，行业企业 1 名。主要措施包括：

- ①制定专业带头人培养计划，进行年度考核和评价；
- ②通过参与国内外专业技术培训与学术交流，使专业带头人具备国际化高职教育理念和较强的教学研发能力；
- ③通过校内外实训基地建设，进一步提高专业带头的实践教学与研发技能；
- ④通过主持专业教学改革、优质核心课程建设、教材开发、企业技术攻关等手段，提升专业带头人的综合能力，使其成为电子商务专业领先人才。

2、专业骨干教师的培养

建设期内，培养骨干教师 6 名，主要措施包括：

- ①制定骨干教师培养方案，进行年度考核和评价；
- ②到企业进行 6 个月的挂职锻炼，熟悉电子商务特定领域情况，为企业提供技术服务；
- ③参与国内外专业技术培训与学术交流；
- ④通过校内外实训基地建设，进一步提高骨干教师实践教学与研发技能；
- ⑤通过主持或主要参与专业教学改革、优质核心课程建设、教材开发、企业技术攻关等手段，提高其专业和课程建设能力和教学研究能力。

3、双师素质教师及兼职教师的培养和管理

具体培养途径包括：

①全力推进双师素质教师队伍建设。本专业将制定双师素质教师队伍建设规划，明确工作目标、素质要求、实施办法、组织领导、责任奖惩等一系列措施，在形成共识的基础上齐抓共管，给足政策，留住人才。

②制定相关制度，与合作企业联合培养。在全面提高师资队伍整体素质和能力的同时，重点培养有发展前途的中青年骨干教师，支持和鼓励专业教师具备相应的双师素质。建设期内，我们将选派中青年教师到企业顶岗实践 6 个月以上，参与企业电子商务运营，熟悉企业工作流程和常用方法，为企业提供技术服务，提高自身双师素质。

③广开人才引进渠道，优化双师素质教师队伍结构。专业将通过公开招聘的形式，从企事业单位引进 3 名以上电子商务能工巧匠进行专业课的教学，以进一步充实双师素质教师队伍。力争通过 3 年的努力，使具有双师素质专业教师达 95%。

④完善兼职教师库，聘请行业企业专家讲授专业课程。3年内建成15名以上兼职教师库，建成一支相对稳定的专任教师与行业企业兼职教师融为一体的教学团队，兼职教师课时量占专业课30%左右。

⑤聘请企业专家定期到学校举办讲座。建设期内拟聘请3名电子商务技术专家，参与专业教学计划的制订、核心课程的设计与教学；为学生举办专业讲座，每学年至少举办5次涉及最新技术应用的专业讲座；通过举办讲座和观摩课，提高专业教师的专业技能水平，了解本专业最新应用技术。

⑥聘请企业技术骨干指导学生校外顶岗实习。建设期内拟定每年从校外实训基地聘请符合兼职教师标准的企业管理人员/技术骨干在岗对参加顶岗实习的学生进行指导；企业技术骨干和学校教学管理人员共同管理，完善顶岗实习规范，提升学生实际情境下的动手操作能力。

（四）建设特色鲜明的校外实践教学基地，强化实践育人

在实践教学环节上，不断深化校企合作，积极建设特色鲜明的实习实训基地，打造全方位、立体化的校企合作关系，探索“共建共管、共享共赢”的深度校企合作机制，全面提高人才培养的质量和水平。其主要建设内容如下：

（1）校内实训基地建设

①新建实训室：电子商务综合实训中心，200万；移动电商综合实训室，计划投资60万。

②充分利用“创业工场”促进电子商务创业孵化，积极引入企业进入创新工场，充分发挥其在学生综合创新创业实践、顶岗实习方面的职能。

（2）实训基地运行管理制度建设

加强校内外实训基地运行的管理，制定实训基地建设标准，制定与完善各项规定和制度，加强对校内外实训基地教学质量监控制度建设，综合提高实训基地的服务专业实践教学和社会培训功能，保证实训基地高速有序进行。

（五）推广基于工作过程任务驱动的项目化教学方法

将以教师、课堂、教材为中心的传统教学法，改革为基于工作过程任务驱动的并以学习、学生和学习效果为中心的项目化教学新方法，基于工作过程任务驱动的项目化教学是因其“项目导入、任务驱动”的教学形式，克服传统教学法的弊端，使学生在主动获取知识的同时得到综合素质能力的培养。任务驱动的项目化教学流程如图22所示：

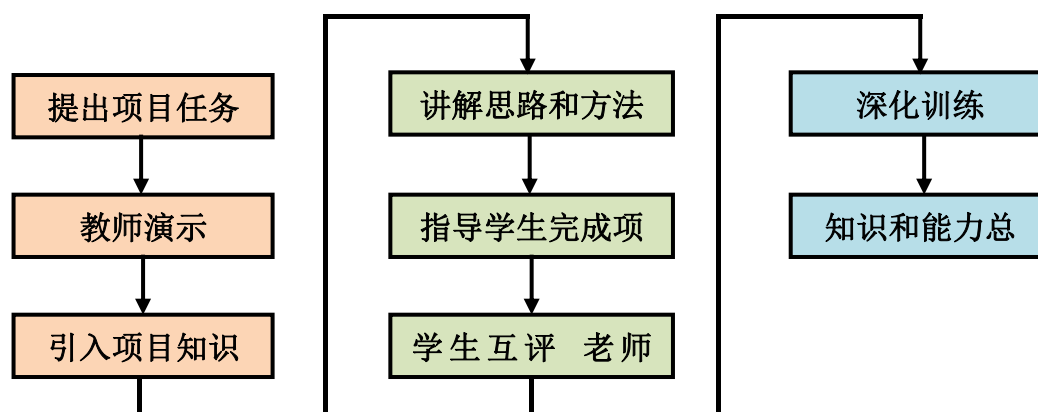


图 22 任务驱动的项目化教学流程图

基于工作过程任务驱动的项目化教学要求“任务”贯穿始终，让学生在讨论任务、分析任务、完成任务的过程中顺利建构起知识结构。引入的项目，最好是企业现实项目，或者是以往企业做过的项目，项目教学可以使学生在解决问题中习惯于一个完整的方式，所设置的“项目”（最好是企业运营项目）包含多门课程的知识。项目教学法就是在老师的指导下，将一个相对独立的项目交由学生自己处理，信息的收集、方案的设计、项目实施及最终评价，学生通过该项目的进行，了解并把握整个过程及熟悉每一个环节基本要求，可以突出培养学生的实践能力和创新能力。

电子商务团队
2020 年 4 月 18 日