

数字经济背景下高职电子商务专业核心课程体系优化路径探索

李雪菁

威海职业学院, 山东威海, 264200;

摘要: 随着数字经济的迅猛发展, 电子商务行业的业态持续创新, 对专业人才的能力与素质提出了全新且更高的要求。高职院校作为培养应用型电商人才的重要阵地, 其电子商务专业核心课程体系的优化势在必行。本文深入剖析了数字经济背景下高职电子商务专业核心课程体系的现状, 明确了存在的问题, 并从课程目标、课程内容、教学方法与手段、实践教学体系、师资队伍建设等多个维度, 系统地探讨了核心课程体系的优化路径, 旨在为提升高职院校电子商务专业人才培养质量、满足数字经济时代行业需求提供有益的参考与借鉴。

关键词: 数字经济; 高职; 电子商务专业; 核心课程体系

DOI: 10. 64216/3104-9702. 25. 02. 050

引言

当今时代, 数字经济以数字技术为核心蓬勃发展, 改变全球经济格局与商业模式。我国数字经济规模持续增长、占 GDP 比重攀升, 成为经济增长关键力量。电子商务作为数字经济重要部分, 交易规模递增、新业态涌现, 对电商人才需求影响巨大, 需求持续增长、缺口扩大, 且对人才能力素质要求改变, 需具备数字技术应用等多种能力。高职院校承担培养高素质应用型人才重任, 电商专业人才培养质量关系行业发展, 但部分高职电商专业核心课程体系存在问题, 难以满足行业需求。对其优化研究意义重大, 理论上丰富完善职业教育课程体系优化理论, 实践上提高人才培养针对性实效性、增强学生就业竞争力、推动校企合作与教育改革。国外数字经济与职业教育研究起步早、成果丰富, 电商专业课程体系以市场需求为导向、注重与行业实践结合; 国内相关研究近年增多, 指出课程体系存在内容滞后、实践薄弱等问题, 并提出优化建议。研究方法采用调查研究法对教师、学生和企业调研, 采用案例分析法选取典型院校和企业分析经验。研究创新点包括: 从数字经济背景全面系统探讨课程体系优化路径; 融合思政教育与数字技术实现全方位育人; 强调课程体系动态优化与持续改进, 确保适应性和先进性。

1 数字经济对高职电子商务专业人才需求的影响

1.1 数字经济时代电子商务行业的发展趋势

新一代信息技术如大数据、人工智能、物联网、区块链在电商领域广泛应用, 使行业呈现技术驱动的创新态势。大数据助企业了解消费者, 实现精准营销; 人工

智能用于智能客服等, 提升运营效率; 物联网实现商品全程智能化管理; 区块链保障交易安全透明。数字经济催生多元电商商业模式, 除传统模式外, 直播、社交、跨境电商等新兴模式发展快。直播电商利于商品销售与推广; 社交电商以社交关系为纽带; 跨境电商打破地域限制。消费者对电商服务质量和体验要求提高, 电商企业加强数字化服务升级, 优化界面、提升物流、完善售后, 还开展客户关系管理, 提供个性化服务。

1.2 数字经济对高职电子商务专业人才能力的新要求

面对电商行业技术变革, 高职电商专业人才需有较强数字技术应用能力, 能依托人工智能技术, 运用大数据分析工具, 掌握市场与网络营销、商务数据分析、运营与管理、社群运营管理、视觉营销设计、互联网产品开发等方面的能力。多元化商业模式和竞争要求人才具备创新与创业能力, 能捕捉市场机会、转化商业创意, 具备创业相关能力实现目标。数字经济时代, 数据是重要资产, 人才需具备数据分析与决策能力, 能分析运营数据, 提供决策依据并调整策略。

2 高职电子商务专业核心课程体系现状及存在的问题

2.1 课程体系现状

目前, 大多数高职院校电子商务专业核心课程体系通常包括电子商务概论、网络营销、电商运营管理、电子商务物流、客户关系管理等基础课程。部分院校也开始关注新兴领域, 并结合国家最新专业标准增设了互联网产品开发、社群运营、数据化运营等相关课程。但在

教学过程中,实践教学主要通过校内实训和企业实习来实现,未将产教融合真正融入课程改革中。校内实训多借助电子商务模拟软件,让学生进行店铺运营、网络营销等模拟操作;企业实习则安排学生到电商企业进行一定时间的岗位实习,了解企业实际运营流程。

2.2 存在的问题

2.2.1 课程目标与行业需求脱节

部分高职院校电子商务专业核心课程目标的设定未能充分考虑数字经济时代行业对人才能力与素质的新要求,仍侧重于传统电商知识与技能的培养。课程目标缺乏对学生数字技术应用能力、创新与创业能力、数据分析与决策能力等方面的明确要求,导致培养出的学生难以满足行业的实际需求。

2.2.2 课程内容滞后

课程内容更新速度跟不上电子商务行业的发展变化。许多核心课程的教材内容陈旧,未能及时将大数据、人工智能等新兴技术以及直播电商、社交电商等新兴商业模式融入其中。例如,在网络营销课程中,对社交媒体营销、内容营销等新兴营销方式的介绍不够深入,缺乏实际案例分析和操作指导;在电商运营管理课程中,对基于大数据的精准运营、智能物流管理等方面的内容涉及较少。

2.2.3 教学方法与手段存在局限

虽推行理实结合教学,但互动性、实践性不足。课堂上,理论讲解与实践操作衔接生硬,学生主动思考空间小,实践操作多是按既定流程复刻,缺乏自主探究。多媒体教学工具运用不够灵活,未深度融入实践环节。信息化教学手段深度应用不足,在线课程资源更新慢、适配度低,所购买虚拟仿真教学平台功能简单,难营造真实复杂场景,难以充分激发学生兴趣与提升教学效果。

2.2.4 实践教学体系不完善

校内实训基地虽逐步建成,产教融合、引企入校理念受重视,但实训项目与企业实际业务仍脱节。课程体系未有效融入真实业务流程,学生实训接触的多是简化、滞后场景,难深入理解企业核心业务逻辑与运营模式。企业实习管理指导仍有欠缺,部分学生陷入简单重复工作,无法参与关键业务环节,实践能力提升受限,实习对职业认知的深化作用未充分发挥。

2.2.5 师资队伍建设不足
部分高职院校电子商务专业教师缺乏企业实践经验,对行业最新发展动态了解不够深入。在教学过程中,难以将实际工作中的案例和经验融入课堂教学,导致教学内容与实际应用脱节。同时,由于电子商务行业发展迅速,对教师的知识更新和专业能力提升提出了更高要求,但部分院校在教师培训方面的投入不足,教师缺乏

参加行业培训和学术交流的机会,难以跟上行业发展的步伐。

3 高职电子商务专业核心课程体系优化路径

3.1 基于行业需求的课程目标优化

深入开展市场调研,与行业企业保持密切沟通,了解数字经济时代电子商务行业对人才的需求变化。结合调研结果,对高职电子商务专业核心课程目标进行优化。明确将数字技术应用能力、创新与创业能力、数据分析与决策能力、跨文化交流能力等纳入课程目标体系,使课程目标更加符合行业需求。例如,在电商运营管理课程目标中,增加培养学生运用大数据分析工具进行店铺运营数据分析和优化的能力要求;在跨境电商课程目标中,强调培养学生的跨文化交流能力和对国际市场规则的理解与应用能力。

3.2 融入前沿技术与理念的课程内容优化

3.2.1 及时更新课程内容

定期对核心课程教材进行评估和更新,邀请行业专家参与教材编写,确保教材内容能够及时反映电子商务行业的最新发展动态和技术应用。在课程内容中融入大数据、人工智能、物联网、区块链等前沿技术知识,以及直播电商、社交电商、跨境电商等新兴商业模式案例分析和实践操作指导。例如,在网络营销课程中,增加社交媒体营销、短视频营销、网红营销等新兴营销方式的内容,并设置相应的实践项目,让学生在实际操作中掌握这些营销技巧;在电商运营管理课程中,引入基于大数据的精准选品、智能定价、个性化推荐等内容,培养学生运用大数据技术进行电商运营管理能力。

3.2.2 加强课程内容的整合与衔接

打破传统课程之间的界限,加强课程内容的整合与衔接。例如,将电子商务物流课程中的智能物流技术与电商运营管理课程中的供应链管理内容进行整合,使学生能够全面了解电子商务物流与供应链的协同运作机制;将客户关系管理课程中的数据分析方法与网络营销课程中的客户洞察内容进行衔接,培养学生运用数据分析手段进行客户关系管理和精准营销的能力。通过课程内容的整合与衔接,构建更加系统、完整的知识体系,提高学生综合运用知识解决实际问题的能力。

3.3 多样化教学方法与手段的应用

3.3.1 推行项目驱动教学法

以实际项目为载体,将课程内容分解为若干个项目任务,让学生在完成项目任务的过程中学习和掌握知识与技能。例如,在直播电商课程中,引入企业真实的直播项目,让学生组成直播团队,从直播策划、选品、脚本撰写、直播运营到数据分析等环节进行全程实践操作。

通过项目驱动教学法,激发学生的学习兴趣 and 主动性,培养学生的团队协作能力、问题解决能力和创新能力。

3.3.2 运用信息化教学手段

加强在线课程资源建设,开发丰富的网络教学平台,如MOOC、SPOC等,为学生提供多样化的学习资源和自主学习空间。利用虚拟仿真教学平台,模拟真实的电子商务运营环境,让学生在虚拟环境中进行实践操作,提高实践教学效果。例如,通过虚拟仿真平台,学生可以模拟开设一家网店,进行商品上架、店铺装修、营销推广、订单处理等操作,体验真实的电商运营流程。校企合作过程中,通过申请真实账号进行短视频运营等。同时,运用多媒体教学工具、在线互动教学软件等,丰富课堂教学形式,增强师生互动和学生之间的交流协作。

3.4 深化产教融合的实践教学体系构建

3.4.1 加强校内实训基地建设

加大对校内实训基地的投入,更新设备设施,完善实训软件功能,打造仿真与真实项目融合的电子商务运营实训环境。与行业企业合作共建校内实训基地,引入企业的实际项目和业务流程,让学生在真实的工作场景中进行实践操作。例如,与电商企业合作建立直播实训基地,按照企业直播运营的标准和流程进行建设,学生在实训基地中可以参与企业的直播项目,与企业主播和运营团队进行合作,提高实践能力和职业素养。

3.4.2 完善企业实习管理机制

加强与企业的合作,拓展实习基地资源,为学生提供更多优质的实习岗位。建立完善的企业实习管理机制,明确学校、企业和学生三方的责任与义务。学校安排专人负责实习学生的管理和指导,定期与企业沟通,了解学生实习情况;企业为学生配备经验丰富的实习导师,对学生进行一对一的指导,让学生深入了解企业的核心业务和运营模式。同时,建立实习考核评价机制,将学生的实习表现纳入课程考核体系,确保实习效果。

3.4.3 开展创新创业实践活动

鼓励学生参与创新创业实践活动,设立创新创业基金,为学生提供资金支持。组织学生参加各类电商创新创业大赛,如中国国际大学生创新大赛、世界职业技能大赛商贸赛道等,通过比赛激发学生的创新思维和创业意识,提高学生的创新与创业能力。此外,学校还可以与企业合作,为学生提供创新创业孵化服务,帮助学生将创新创意转化为实际项目和商业成果。

3.5 双师型师资队伍建设

3.5.1 引进企业优秀人才

制定优惠政策,积极引进具有丰富企业实践经验的电子商务行业专家、技术骨干担任兼职教师。这些兼职教师可以为学生带来行业前沿的实践经验和行业动态,通过案例教学、专题讲座等形式,丰富课堂教学内容,弥补专职教师实践经验不足的短板。

3.5.2 加强教师培训与企业实践

建立健全教师培训机制,定期组织专职教师参加行业培训、学术交流和技能认证等活动,及时更新教师的知识结构,提升教师的专业素养和教学能力。同时,安排教师到合作企业进行挂职锻炼或顶岗实践,让教师深入了解企业的实际运营流程和岗位需求,积累企业实践经验,将实际案例和行业经验融入课堂教学,提高教学的针对性和实效性。

3.5.3 组建教学团队与科研团队

鼓励教师组建跨学科的教学团队和科研团队,加强与其他专业教师以及企业专家的合作与交流。教学团队可以共同研究课程教学内容和教学方法,开发优质课程资源,提高教学质量;科研团队可以围绕数字经济背景下电子商务行业的热点和难点问题开展研究,将科研成果转化为教学内容,促进教学与科研的融合,提升教师的学术水平和创新能力。

4 结语

数字经济重塑电商生态,为高职电商教育带来机遇与挑战。核心课程体系优化决定人才输出与行业需求匹配度。当前体系存在课程目标、内容、教学方法、实践体系及师资等方面问题。优化路径需协同推进,包括行业需求导向、前沿课程内容、多样教学方法、产教融合实践体系及双师型师资。需动态调整、深化产教融合,培养终身学习能力,为数字经济时代培养高素质电商人才。

参考文献

- [1] 郭震,陈昭阳,李亚楠,等.数字经济背景下创业教育教学优化与策略探索[J].科技风,2024(33):74-77.
- [2] 王昕,石伟平.数字经济时代高职新商科专业群建设:目标、挑战与路径[J].职业技术教育,2022,43(11):11-16.
- [3] 阮值华,刘文华.数字经济背景下工匠精神融入大数据与会计专业路径研究[J].湖北开放职业学院学报,2024,37(14):143-145.