

专业群中电子商务专业课程体系建设改革与思考

——以湖南省财经商贸类一流特色专业群为例

孙美华 侯周福

(湖南工商职业学院, 湖南 衡阳 421001)

摘要: 随着互联网、大数据的高速发展, 电子商务专业领域的人才需求也迎来了极大的缺口。近年来, 很多高校都开始设立并且重视电子商务专业, 我校由于起步较晚, 面临着教学体系不完善、人才培养方式单一、课程内容不科学等问题。为了应对社会对电子商务多元化、实践性强的专业人才需求, 仍需不断地探索和研究, 加强校企合作, 创新教学模式, 打造专业的师资队伍, 制定正确的人才培养方向, 以培养出更多优秀的电子商务专业人才。

关键词: 高职院校; 课程体系构建; 电子商务

课程体系是在教育理念的指导下, 对一些课程组成部分进行重新安排和组合, 以实现课程开发的总体目标的系统。高等职业学校课程体系的目的是培养高素质的全能型人才, 以实现课程学习的最终目标。本文主要阐述了湖南工商职业学院现有电子商务课程体系存在的一些问题, 以及建设电子商务课程体系必须满足的要求, 随之提出了部分有针对性的、实用的、可操作的建议。

一、专业课程体系建设的要求

(一) 课程体系建设方向上所要满足的要求

高职院校与普通高校不同, 它是一种以培养能够适应生产、建设、服务、管理等需求而培养具有道德素养、知识技能、社会交往和审美能力的专门职业教育。这种教育的目标指向并不是单一的, 而是多元化的, 因此在这种多元化的目标驱动之下, 能够清楚地了解到培养出来的人才应当是具有高技术 and 多才多艺的人才, 他们在道德、智力、体质、审美上全面发展, 并能适应生产、服务和管理的需要。那么就要求在制定相关的培养方案中, 必须明确培养的主线——“能力”。深挖培养目标实质之后, 与培养目标对应的培养路径自然也不是单一的, 培养路径需要做到与培养目标相对接, 也就是说培养路径应当关注到企业对新员工的能力要求, 再针对能力要求进行因材施教。总而言之, 注重能力和理论相结合的课程体系是目前电子商务课程体系改革重新构建的重点。

(二) 课程体系建设必须满足专业内涵的要求

电子商务是利用计算机技术和网络来做生意, 所以可以将其内涵拆解为电子数据和商务交易。因此可以明显看出物流、资金流、信息流是构成电子商务的重要组成部分。进行电子商务课程体系重构时就应当着眼于反映并阐释“三流”之间的交互规则和操作模式, 并在教学内容中体现出其影响因素。

(三) 实用性必须要与社会需求相结合

从就业端来看, 市场对于电商专业人才需求呈阶梯式分布, 大致分为基础操作型人才, 信息化营销型人才, 以及决策管理型人才。对于职业院校而言, 决策管理型人才的培养并不是其培养方向的重点, 因此, 高职院校在制定相关课程体系时应着重铺设基础操作型人才方向的相关课程, 辅助建设信息化营销型人才方向的相关课程, 拓展开设部分决策管理型人才方向的相关课程。培养基础操作型人才时的重点应放在计算机技术等工科课程上, 例如在课程体系中加入网站建设与运营, 程序开发及网店美化等内容。有条件的话可以将部分计算机专业部分课程与其进行融合共同构建本门课程体系。除此之外培养信息化营销型人才时, 也可以参照此模式, 信息化营销型方向侧重于营销, 那么也可以将市场营销专业的部分重点课程进行结合。

二、专业课程体系构建存在的问题

(一) 学科本位思想比较严重

学科本位的思想是指在构建课程体系时被本学科划定了“舒适圈”, 课程内容与教学模式没有创新, 只限于现有的专业课程以及老旧的教学模式。电子商务专业是在信息化技术飞速发展的当下所诞生的一个专业, 因此它的更迭与信息技术息息相关, 也是同样具有高速的迭代性。现在高校的电子商务课程体系中, 一味强调本学科的重要性, 却忽略了它本身在发展的过程中融入了各行各业的专业知识, 导致现在的课程体系已经跟不上时代的节奏。

(二) 课程体系构建目标模糊

高职院校主要是向企业输送基础操作型、信息营销型的电商人才, 进入企业后基本都是直接上岗操作, 对相关客户提供商务服务, 从事理论研究探索工作的几乎微乎其微。通过对湖南工商职业学院的电子商务专业课程体系分析后发现, 所有专业课程中, 理论课程与实践课程大致的比例是 8: 2, 并且理论课程与实践课程间衔接不连贯, 这样的课程设置就不符合培养技术性人才的目标。

(三) 课程内容的设计不科学

1. 内容编排的不合理

现有的课程体系中, 大部分课程是照搬本科的课程设置, 但是要明白的一点是本科教育培养的着重点与高职院校不同, 本科的重点在于培养决策管理型人才, 遂在课程设置方面会较多偏理论研究型, 在学习过程中由于学习了过多专业研究方法和枯燥的术语, 就会使得学生产生厌学情绪, 在这种模式之下学生无法学习到更多实用的“干货”, 教师也因随时需要管理课堂而身心俱疲, 达不到教学的目的, 所以对于生搬硬套的做法在高职院校是行不通的。

2. 课程的内容相对较为陈旧

电子商务专业相对其他专业而言, 它具有起步时间晚, 发展历史短, 更新迭代快的特征。在课程的教学内容上所谓的陈旧指的是网络信息技术已经发展到了 Web3.0 时代, 但教学内容基本还是停滞在 1.0 时代, 无法反映出电子商务的发展的最新的动向以及技术的变革和发展的趋势方面, 这与其更新迭代快的特征就背道而驰了。当然, 不单单只有课程更新慢, 与课程配套的实训软件, 教材, 以及一些网络课程资源同样无法紧跟时代的步伐, 导致学生所学内容与企业真实工作内容脱节的现象。

3. 实训课程内容缺乏创新

一提起电子商务平台, 绝大多数人想到的就是淘宝、京东, 这就导致了在高职院校在实训课程都是模拟这两个平台流程进行

学习和操作, 教学内容就稍单一重复。其实当下很多新的电商平台也如雨后春笋般出现, 例如抖音、拼多多, 还有部分便民买菜的电商平台。这些都是新型的电商模式, 学院在设置实训课程时可以参考新型平台的模型进行教学, 也便于引导学生由此创新, 与电商专业一同发展进步, 除此之外, 还有个较为明显的缺陷则是实训课程, 实践项目, 实训基地未能做到有效相互串联, 或者是说串联连贯性不高。

三、专业课程体系构建的改革

(一) 明确课程体系构建的目标

1. 以人才的培养作为构建依据

企业需求哪个方向的人才, 学校就培养哪个方向的人才。学校是企业输送人才而服务的, 所以高职院校电子商务专业主要是对口培养基础操作型人才和信息营销型人才, 在培养这方面的人才时, 不仅要注重本专业知识的发展, 还要拓展外延专业, 尤其信息技术和营销专业方向的发展, 力争将学生培养为全面发展的全能型人才。

2. 把岗位的要求与职业资格作为课程的依据

每个专业都有相关的职业资格证书, 电子商务专业也不例外, 例如有电子商务员、助理电子商务师、电子商务师等。在课程设置结构方面可以以此为依据, 进行层级式课程结构划分, 在对应阶段设置对应课程。除此之外, 还可以根据教育部的“1+X”证书制度开设相关的“X”证书教学课程, 在湖南工商职业学院现有教学体系中就纳入了“X”证书——跨境电商 B2B 数据运营职业技能等级证书进入现有的课程体系, 这就可以使企业模拟实操流程无阻碍直接走进校园, 也提高的学生的学习兴趣。

3. 把电子商务活动的工作过程作为课程的方向

设置课程体系的过程中, 我们要不断关注当前的电子商务发展情况与趋势, 将其与实际工作的实际情况相结合, 建立起一套完整的教学体系并随时根据行业动态进行调整以达到适配目的, 在教学理念和教学目标上体现出电子商务的专业特征, 并尽可能地让学生参与到工作中来, 从而完成学生从学习者到劳动者的转化。

(二) 科学设计课程内容体系

电子商务并不是一个特定的专业, 而是一种特殊的专业, 如今的课程体系与电子商务的现行发展趋势并不匹配, 要想建立起一套完整的课程体系, 就需要从根本上进行变革, 改变现有的课程体系, 构建一套全新的课程体系。公共课程、专业技能课程和延伸实践课程以及补充网络课程就构成了这一套全新的课程体系。

1. 合理开设公共课程

对于学生的技能操作和文化水平应该两手抓, 顾此失彼都将得不偿失。因此除了开设传统的公共课程以外, 应当加入与时俱进的公共课程, 例如: 四史, 国防教育军事理论等。在公共课程和专业课程中还要融入思政元素, 不同课程的思政内容要合理设置, 要充分考虑到名师在专业人才的培养中所处的位置、作用、教学目标、学情分析等因素, 并将思想要素与思想政治教育相结合, 使专业教学与思想政治教育的有机结合。在做法上, 要求专业教师结合学院的实际学情以及专业发展趋势、用人单位对工作能力的需求, 制定教学目标, 把思想政治教育纳入专业课程标准, 再根据不同的特点选择适合的教学内容, 进行针对性的教育。

2. 科学开设职业基础与技能课程

职业基础课是为技能课的教学打下坚实的基础, 使学员对基本的电子商务有一个初步的认识, 然后才能进行深入研究。根据湖南工商职业学院一流财经商贸群的几个专业设定了几门互通基础课程, 例如: 会计学基础、电子商务概论、市场营销学论等。技术型课程主要是网络与商业管理, 网络课程主要是网页的设计

与制作、数据库的使用、网站的建设与维护, 而在商业经营方面, 则是包括了网络市场、电子商务、网络销售等。在课程中, 我们要遵循教学大纲, 定期进行评估、实习, 并根据学员的实际能力和培养目标, 合理地安排教学的课程和实习项目。且要让实训课程、实践项目、实训基地实现真正三位一体的融合。

3. 有效开设职业延伸课与集中实践课

为实现以赛促教、以赛促学、学赛结合的目的, 我们可以在此基础上开设专业拓展课程, 其中包括: 视觉营销实务、SEO 原理与优化、消费心理学等。

在集中实践教育中, 应始终将实训课程放在教育的首要位置, 毕竟实训结束之后学生的流向是企业。在实训过程中应当根据人员需求组织实训, 以提高学生的实践能力, 使学生的岗位技能和能力满足所处岗位要求, 为正式上岗做准备, 本课程主要包括社会培训、顶岗实习和论文, 以及军事训练都包括在内。

4. 补充开设网络课程

在当今信息技术飞速发展的今天, 传统的教学方式会使得学生的信息和知识获取渠道有限。此时可以在课程体系中适当的补充开设相关网络教学课程, 网罗并持续跟进行业的发展动向, 拓宽深入解析各个知识点, 从而将学生的第一课堂教室转向了第二课堂线上。这种资源的补充尤为重要。在具体做法上可以按照课程章节的学习进度, 建立试题库, 并设置了线上课堂的测验区和问答讨论区域, 使学生能够无差距地解决学习中的困难和错误; 同时, 还要在课堂上设置教学资源栏目, 拓宽学生的视野, 解决学习难点, 为学生提供全面的专业知识学习经验。

(三) 完善课程内容体系评价方式

在评价体系方面, 可以在原有的基础之上增加对课证融通的考核和评价, 此处的证就是在设计课程体系时引入的本专业的职业等级技能证书和“X”证书。探索专业课程与职业资格认证之间的相互转化和学分认证, 设立学分银行, 按规定的学时进行相应的学分兑换, 并将其与专业技能等级证书挂钩。

另一方面, 除了完善课证结合的评价体系, 还可以在评价体系中加入对课程思政的考核评估目, 也就是说不论是理论课程还是实训课程在终期考核中增加思政考核比例, 并依据学生在日常的学习与实践中所体现的思想政治素养, 给予一定的分数。日常出勤、认真工作态度、团队合作能力、实践创新能力都可以作为评估思政的指标。在此基础上, 应重视过程性评估和结果评估, 了解学生在学习期间的个人差异, 并采用有序的教学和教学策略, 确保不同水平的学生都能学到东西, 学有所成。

四、结语

总而言之, 电子商务专业的课程设置必须要灵活, 要适应网络经济的发展, 同时还要适应电子商务的建设, 满足人才的培养需要, 与电子商务的本质相适应, 所有的教学工作都要从对接实际情况, 例如做好企业需求实际情况和学情的实际情况的调查, 只有这样依照社会需求和职业要求来进行课程设计, 才能推动电子商务专业的持续健康发展。突破原先的传统教学模式, 不断进行改革与创新, 体现出电子商务的特征。

参考文献:

- [1] 康博涵, 龙霞, 尚蕾, 王宏兵. 高职院校电子商务专业课程体系改革与创新[J]. 湖北开放职业学院学报, 2020, 33(07): 7-8.
- [2] 彭娟娟. 高职院校电子商务专业开展课程思政教育的探索与实践[J]. 财富时代, 2021(10): 101-102.
- [3] 贺红. 高职电子商务专业教学改革研究[J]. 商业经济, 2021(10): 192-193.