

et 网上投稿

et 网上订阅

录用查询

汇款查询

杂志栏目

● 经济研究

● 西部大开发

● 改革探索

● 新观察

● 理论经纬

● 三农问题

● 热门话题

● 企业论坛

● 区域经济

● 财经论坛

● 对外开放和贸易

● 综合论坛

● 经济全球化

● 产业集群研究

● 社会主义劳动理论探讨

● 面向21世纪的中国经济学

论文正文

### 我院电子商务专业(高职)建设存在问题及其对策研究

上传日期: 2007年9月13日 编辑: 现代经济编辑部 点击:386次

陆龙坤

(重庆邮电大学应用技术学院, 重庆 400065)

作者简介: 陆龙坤, 学历: 管理学硕士, 主要研究领域: 管理科学与工程研究。

摘要: 我院电子商务专业(高职)经过近七年的建设, 取得了一定的成果, 但还存在着许多的问题, 本文根据我院的实际情况, 对该专业建设过程中存在的问题进行了较为详细的分析, 并针对存在的问题提出了具有很强操作性的措施。

关键词: 电子商务专业; 专业建设; 对策

电子商务是自然科学与社会科学相互交叉、科学与技术相互渗透而形成的一门新兴学科, 是一门涉及到计算机科学、信息科学、经济学、管理科学、社会科学等多门学科的交叉学科。从我国电子商务本科专业的建设现状和专业目录来看, 与电子商务专业直接相关的专业有计算机科学与技术、工商管理(包括市场营销、企业管理)、经贸类(包括经济学、国际经济与贸易)专业。我院电子商务专业从2000年开始招生, 是重庆市高职较早招收电子商务专业的高职院校, 通过7年的专业建设, 取得了令人可喜的成绩, 同时有许多方面还进一步改进和完善。

#### 一、电子商务专业建设中存在问题

(一) 社会需求与电子商务人才培养存在矛盾。从我院历届毕业生就业情况来看, 形势不容乐观, 毕业生就业率在逐年下降。经过统计分析, 未能顺利就业的毕业生大部分因为就业方向模糊(大约占70%), 也有一部分是因为供需双方“电子商务”专业认识偏差所致, 尽管他们在简历中都标明了电子商务专业、课程设置及学分成绩。从目前人力资源市场来看, 招聘企业很少在招聘岗位上明确写出“电子商务专业”这样的职位。但事实上, 很多企业工作岗位, 包括信息调查、市场策划、市场营销、国际贸易、网络计算机技术、财务、行政等岗位都需要电子商务专业人才。

(二) 电子商务专业定位模糊。我院于2000年开办了高职专科电子商务专业(电子商务/营销于管理、电子商务/计算机网络两个方向), 教师并不十分清楚该专业培养的目标定位, 造成教学的片面性和盲目性, 电子商务的授课教师对电子商务专业培养的目标定位存在两种倾向, 一部分教师认为偏重于计算机技术, 而另一部分教师认为偏重于商务和管理。同时, 在学生中间也明显存在两种倾向, 结果导致一部分学生对有关技术性的课程十分感兴趣, 而另一部分学生对商务、管理感兴趣。

(三) 电子商务专业教学设施不足。目前学院虽然已经建设了电子商务实验室, 但是建设还较为滞后, 软、硬件条件不能满足电子商务人才培养的需要。缺乏与企业合作的电子商务实习基地, 不能很好的组织学生开展相关的课程实习和毕业实习, 使得培养出来的学生动手能力、实践能力较差, 不能满足用人单位的需要。

(四) 电子商务专业课程设置不尽合理。2002年4月, 中国高等院校电子商务专业建设协作组在西安交通大学召开的第一次会议上提出了电子商务专业的10门专业必修课程: ①电子商务概论基础/原理/导论; ②网络经济学; ③网络营销; ④电子商务管理(企业电子商务管理/电子商务信息管理); ⑤网上支付与结算(网络银行与支付/金融与电子支付); ⑥电子商务物流管理(电子商务供应链与物流管理); ⑦电子商务系统建设与管理(电子商务信息系统); ⑧电子商务安全; ⑨电子商务技术基础; ⑩经济法与电子商务(电子商务法)。各个高校可以根据师资条件、实验设备、办学特色等具体情况有侧重地选择6门主干课程。

我院于2000年开办了高职专科电子商务专业(电子商务/营销于管理、电子商务/计算机网络两个方向), 课程是按照以上两个方向进行设置的, 因此该专业课程教学体系一直存在诸多问题, 主要表现为: ①计算机网络方向缺乏经济管理类课程, 营销与管理方向缺乏计算机与工程类课程; ②课程体系过分侧重工程科学知识, 轻视工程实践训练; ③注重专业知识的传授, 轻视综合素质的培养, 不重视社会人文、经济、管理、法律等方面知识的作用; ④两个方向都缺乏教育部规定的一些核心课程。电子商务专业课程设置的随意性很大, 主要体现在以下两个方面: 一是将现有的有关技术和商务方面的课程简单堆砌在一起, 缺乏有机结合的系统特性; 二是强于书本而弱于实务, 缺乏必要的案例教学和实务操作能力的培养。

(五) 缺乏专业技能训练。电子商务专业授课的情况是: 教师以说为主, 学生以听为主, 而电子商务是一门综合性的商务学科, 无论是计算机与网络技术、网络营销、项目管理都需要大量的动手训练, 尽管很多高校都意识到这个问题, 并推出了电子商务实验室系统, 供学生模拟练习, 但是这些软件仍然脱离于实际的商业环境, 甚至有不少软件已

经落后于现有的应用。而商务行为本身又是复杂多变的,电子商务实验室系统如果没有真正的商人参与,如果将所有的商业行为固化,实质上与书本教育并没有本质区别。另外由于教师本身很少参与商业企业的实际运作管理,电子商务案例、课程实习指导、毕业指导都受到极大的限制。

## 二、原因分析

产生以上问题的原因主要是:①由于对不同岗位、不同行业电子商务管理人员应具备的综合能力和专业能力的具体要求认识不足,专业人才培养与市场对该专业人才能力和素质的要求不尽一致。②由于在教学内容和课程设置上都直接参照重庆邮电大学电子商务本科专业教学内容和课程设置,在人才培养方案如培养目标、课程设置等方面缺乏个性和特色(尤其是应用特色),难以满足市场多样化、差异化的人才需求。③传统的高等教育理论、观念与现代电子商务专业独特的教育规律要求之间存在着差异。④电子商务专业的人才培养方案不够科学合理。

## 三、建设电子商务特色专业的对策分析

(一)专业定位要准确。电子商务的成功运作需要各层次的人才,因此,人才的培养也是分层次的。根据培养的不同层次,电子商务人才可以分为电子商务应用人才、电子商务应用开发人才、电子商务规划和运营人才、电子商务高级人才等几类,高职院校培养的电子商务人才就是电子商务应用人才,如果将以上四种层次的人才按金字塔结构排列,电子商务高级人才是塔顶,他们将是企业的决策者。而高职培养的电子商务应用人才应该是金字塔坚实宽厚的塔基,这一层次的人才应用电子商务、推动电子商务发展的主要力量,对这一层次人才的培养是决不容忽视的。因此我院专业地位为服务于通信行业生产、建设、管理第一线的电子商务应用性技术和管理人才。

(二)培养目标要明确。开设高职层次的电子商务专业,首先要明确培养目标。电子商务专业既不同于计算机专业,也不同于单纯的经济管理类,而是一门涉及计算机科学、网络技术、市场营销学等学科的综合性应用技术专业,不仅需要国际互联网和大型数据库技术、电子支付系统、电子商务平台以及基于这个平台的开发技术,也需要国际贸易、广告策划、管理学等方面的专业知识。作为一名高职学生,要求他们在短短的三年时间里全面掌握以上各种知识是不可能的。因此,应根据人才市场的需求、高职学生的实际能力,并结合本校的实际情况,在全面讲述电子商务相关知识的同时,应有所侧重点,我院根据自己情况制定的培养目标为:本专业主要培养适应社会主义市场经济发展的需求,熟悉电子商务的基本理论和基本知识,掌握计算机在电子商务中的运用技能,具有运用计算机处理商务运营中的经营与管理的能力。在各类电子商务网站、生产企业、经营单位以及各种商务机构等从事电子商务相关工作,成为具有大学专科水平,服务于生产、建设、管理第一线的应用型技术和管理人才。专业培养目标细化为电子商务营销与管理方向。

### (三)课程设置要合理

1、建立与专业培养目标相适应的专业理论课程体系。在课程设置上,紧紧围绕培养目标,强调针对性和能力的培养。通过重组、整合课程,构建以职业能力模块为依据的理论教学模块,在突出主干课程教学的前提下,注重学生学习的主动性和个性,设置可选课程模块,为学生提供了一个选课空间,学生可按自己的意愿选择本专业技术扩展课程或提升课程。根据电子商务专业的培养目标和目前市场需求,主要设置以下专业课程:基础会计、市场营销学、C程序设计、经济法、电子商务概论、计算机网络技术、商务英语、国际贸易概论、电子支付系统、网络营销等。

2、按照“实际”、“实用”、“实践”的原则,改革理论课程教学内容。专业基础理论课程教学以“必需”、“够用”为度,技术课程教学内容要“新”、“精”、“实”,内容“新”,就是要在技术教学中,采用本专业的新技术、新软件;内容“精”,就是不刻意追求学科系统的完整,提取和精练主要内容,突出主干,去其枝叶;内容“实”,就是讲究技术的实用和适用,反映当地电子商务职业岗位的实际需要。教学内容的组织准备要有适度的超前性,以适应未来技术发展的需要。

3、建立与专业培养目标相适应的职业素质教育体系。在许多国家,职业教育的课程设置、技能训练一般都是以行业职业标准作为参考,再加以扩展,我国的职业教育也应逐步与国际接轨,以职业标准为纲进行课程设置与技能训练。

电子商务专业高等职业教育以培养助理电子商务师或电子商务师为基础进行课程设置和课程扩展,基础知识是从事电子商务所必备的知识,涉及技术经济、商务、法律等。专业模块课是技术与商务的结合,难度随着等级的提高逐渐加深。我们的课程体系设置就是以“标准”为基础,结合企业需求设计的。

4、模块化的课程体系。以服务为宗旨,以市场需求为指导,以就业为导向,走产学研结合的发展道路。按照“强化实践、突出能力、注重创新、提高素质、张扬个性”的培养思想,根据我校培养技术应用型人才要求和电子商务专业实际岗位的需求,结合我校专业实际,构建了公共基础模块、专业基础模块、专业方向模块、职业技能模块、院校特色模块等五大课程(含实践)建设模块,为适应市场对人才的需求,实施灵活的课程模块化管理。

5、建立与专业培养目标相适应的实践教学体系。实践教学是高职高专教育教学重点,也是其特色所在,建立与培养目标相适应的实践教学体系是保证教学质量的关键。传统高职高专的实践教学体系是从学科教学模式逐步演变而来,有较明显的以单学科课程为单位的学科模式印迹,由于学科的限制,较难形成培养技术应用能力的体系。

我们在认真分析专业培养目标的基础上,制定专业技能分解表并制定各实践环节的

教学大纲和教学计划。根据各种以技术应用能力为主导的总体框架,对原有实践教学体系进行转化、重组,使能力的形成在纵向多元化、横向层次化,构建具有一定综合度,以课题、项目为主导,由学生在实训指导书的引导和教师的辅导下自行完成的循序渐进、由浅入深、由简到繁的实践教学体系。

突出实践教学,注重理论思考能力和实际动手能力相结合。建立以电子商务模式、网络营销、网站规划与建设、支付与物流为主线、相对独立的实践教学体系。系列课程(环节)包括电子商务模式(B2B、B2C、C2C)实训、电子商务合同实训、网站策划实训、网站设计与建设实训、网站推广实训、电子支付实训、毕业实习、毕业实践等。

随着计算机技术和经济的发展,电子商务的体系还在进一步发展和完善中,因此,还应给课程调整留下一定的“空间”,即课程结构要有一定的“弹性”,使教学内容能随社会发展和市场对人才需求的变化而变化,这样,一方面有利于发展学生的个性品质,另一方面也有利于给学生创造更多的择业条件。

(四)加强实验室建设和实习基地建设,提高学生的实际操作能力和实践能力。实践教学是高职高专教育教学重点,也是其特色所在,建立与培养目标相适应的实践教学体系是保证教学质量的关键。传统高职高专的实践教学体系是从学科教学模式逐步演变而来,有较明显的以单学科课程为单位的学科模式印迹,由于学科的限制,较难形成培养技术应用能力的体系。

第一,充分利用学校计算机设备先进、功能齐全的优势,让学生多上网。电子商务是网络经济的范畴,网络是电子商务的主要工具,上网操作是电子商务这种经济模式的最基本操作方式。让学生经常上网浏览了解有关电子商务站的经营情况是学好电子商务的前提。

第二,要加强实验实习设施的建设,使学生直接借助计算机网络和相关软件进行实务训练,熟练操作企业业务流程。构建《电子商务教学模拟》平台是进一步提高电子商务实训技能的基本要求。电子商务教学模拟平台软件可以逼真地模拟电子商务贸易协定、电子商务往来等业务。它通过模拟电子商务的各个流程环节和角色扮演,营造了电子商务实践的环境,在实践中学生可以从网上购物、网上支付、物流配送开始,到管理网上商店、管理网上银行,进行BTOB的采购业务等。通过从易到难,由客体到主体的角色扮演,学习相关原理和操作,在实践中发现原理,总结知识,构建自己的知识结构。

第三,与相关企业联姻,让学生直接顶岗实习,深入企业实践锻炼。实践出真知,电子商务专业的学生可以利用寒暑假,节假日和毕业实习的时间到相关企业去实习,如到大型连锁超市以及局域网健全和网络技术应用广泛的企业去了解企业的电子商务经营情况,通过不断实践锻炼,提高其操作技能。

目前我校已经与重庆维护局、泸州电信局、重庆电信计算中心、南充电信、重庆增值服务中心、重庆邮政信息技术局、重庆綦江邮政局、贵州贵阳市邮政局、万州联通分公司等近10家通信运营商、IT企业建立了良好的合作关系。其中与重庆市电信有限公司增值业务中心共同创建的开放性实验与开发环境——“重庆热线”实验开发基地,已经成为我校校外实践基地的典范。

“重庆热线”实验开发基地的建立,将“重庆热线”的企业运作模式完整地搬到了校园。双方在校园网环境和互联网环境内共同建立了两台“重庆热线”镜像服务器;重庆电信提供“重庆热线”网站的镜像拷贝,供学生开发使用;学院为学生创建一个开放的、与企业环境相同的实验实践开发平台。

#### 1、网络结构图

2、运作方式。参与实验开发基地的学生,由“重庆热线”网站的业务与开发人员和学院相关教师负责,定期进行“重庆热线”技术培训。重庆电信与学院双方共同制定培训的计划和方案,针对不同的内容采取不同的教学形式,并在实施过程中不断总结和改正。

经过培训的学生,由重庆电信的业务与开发人员指定课题,在学院相关教师的辅导下,根据所学专业或兴趣选择某一主题,如频道规划、专栏/专题采编、应用设计、网页制作等,以小组或个人为单位,利用课余或假日收集相关信息,可选择在开放实验室、学校寝室或其他任何可以接入国际互联网的位置完成该主题的开发。

(五)注重教材建设。教材的好坏直接影响到教学效果,教学目标的实现离不开教材的运用。电子商务是近年来刚刚兴起的新学科,目前有关电子商务的书籍还不是很多,能作为教学用书的就更少。其共同特点都是理论性很强,实际操作性很差,不适合于高职班的公共课教学,因此编写内容实用、适合教学的专业教材,是摆在电子商务专家及有关教育工作者面前的一项重要任务。因此,在教材建设过程中,可以充分发挥电子商务教学指导委员会的作用,由它们组织各高校的学科带头人,系统化的集中编写高职电子商务主干课程的教材和实习实训指导书。

(六)加强师资队伍建设。教师是组织教学实施的主体,其素质高低直接影响课程教学目标的实现。要办好电子商务专业,必须有一支业务过硬的师资队伍。师资队伍包括计算机、网络、贸易、物流、金融、法律等方面的教师,他们应互相取长补短,发挥整体优势。从电子商务人才角度出发,电子商务的教学更要注重操作、技能和实践。因此,电子商务主干课程的教师应是既掌握电子商务、贸易、物流等方面知识,又具有电子商务应用能力的复合型教师,即“双师素质”的教师。笔者认为可从以下几点着手:一是超前送外培训,挑选一批素质好、有培养前途的中青年电子商务教师出国培

养或到高校进修学习,二是聘请行家到校任教;三是安排教师进修实践,选派一部分中青年电子商务教师到已实现电子商务的单位。

参考文献:

- [1] 王建勋.高职院校实践教学体系与基地建设的比较研究.职业技术教育,2001;(34):46
- [2] 张耀辉.电子商务专业实践教学总体规划. [HTTP://WWW.ECCN.COM](http://www.eccn.com)
- [3] 宋文官.电子商务专业教学改革的实践.中国职业教育技术,2004;(182):29
- [4] 姜灵敏.电子商务专业核心课程体系的构建.河北职业技术学院学报,2004;6
- [5] 朱玉春.电子商务专业建设存在的问题与对策.高等农业教育,2006;6

版权所有:《现代经济》编辑部

E-MAIL:mej@vip.sohu.com 电话:0898—68928581 传真:0898—68919810

地址:海口市龙昆北路24号龙园别墅D1栋 邮编:570105