

基于现代职教能力培养高职电商专业教学改革路径研究

施雨静

河南应用技术职业学院 河南郑州 450042

摘要:现代职教能力培养围绕着技术技能、职业素养、创新能力的协同提升,是高职电商专业适配行业发展需求的核心导向。当前,高职电商专业教学存在专业定位和行业需求脱节、课程体系滞后、实践教学薄弱、师资能力适配性不足等问题。本文明确现代职教能力在高职电商专业中的核心含义,分析教学改革的现实意义与现存困难,从专业定位优化、课程体系创建、实践教学创新、师资队伍建设、评价体系完善五个方面,提出针对性改革办法。为提升高职电商专业教学质量,培养符合现代电商行业需求的高素质技术技能人才,提供实践参考。

关键词:现代职教能力, 高职电商专业, 教学改革, 产教融合

引言

电商行业发展迅速,正经历数字化转型,对高职电商专业人才培养,提出了更高要求。现代职教能力培养,成为专业改革核心方向,高职电商专业是培养一线技术技能人才的核心阵地,教学质量直接影响人才与岗位需求的适配度。当前教学存在许多瓶颈,以满足现代职教能力培养要求,开展相关教学改革研究能优化专业教学模式、深化产教融合、提升人才培养质量。本文围绕高职电商专业教学实践,着重阐述相关探究内容。

1 核心内涵与培养价值

1.1 核心内涵界定

高职电商专业现代职教能力,是指适配现代电商行业岗位需求,集技术技能、职业素养、创新能力于一体的综合能力体系。核心维度包括:一是专业技术技能,涵盖电商运营、直播电商、跨境电商、电商数据分析、仓储物流管理等岗位核心技能;二是职业素养,包含诚信经营意识、客户服务意识、团队协作能力、合规操作素养等;三是创新与发展能力,涉及电商模式创新思维、新技术应用能力、职业适应与持续学习能力等。三者相互关联、有机统一,共同构成现代电商人才的核心竞争力。

1.2 核心培养价值

强化现代职教能力培养对高职电商专业发展与行业升级具有双重价值。专业发展维,有助于推动专业教学从“知识传授”向“能力培养”转型,优化人才培养模式,提升专业核心竞争力,实现专业与行业发展的同频共振。行业发展维度,能精准对接电商行业数字化、智能化转型需求,为行业输送具备扎实技术技能、综合素养的高素质人才,缓解行业技能型人才短缺困境,助力电商行业高质量发展。学生发展

维度,可提升学生的岗位胜任力、职业发展潜力,增强学生的就业竞争力和创业能力[1]。

1.3 内涵与价值的关联

高职电商专业现代职教能力的核心内涵与培养价值存在紧密的内在统一关系。核心内涵是培养价值实现的基础,培养价值是核心内涵落地的目标导向。核心内涵界定的技术技能、职业素养、创新能力三大维度,精准锚定了培养价值在专业发展、行业发展、学生发展层面的核心诉求,三者的协同提升是实现多重培养价值的关键路径,脱离核心内涵的价值追求会陷入空泛,缺乏价值引领的内涵培育则会偏离方向。两者相互支撑、有机融合,共同构成现代职教能力培养的完整逻辑闭环[2]。

2 高职电商专业教学现存困境

2.1 专业定位与行业脱节

部分高职电商专业定位缺乏对行业发展的精准研判,存在“重传统、轻新兴”的问题。专业培养目标未能及时跟进电商行业数字化转型步伐,对直播电商、跨境电商、农村电商等新兴领域的人才需求适配性不足,专业方向设置模糊,核心岗位指向不明确,导致人才培养“泛而不精”。缺乏常态化的行业调研与岗位需求分析机制,教学内容与企业实际岗位要求脱节,培养的学生难以快速适配行业岗位要求。

2.2 课程体系滞后老化

课程体系构建未能充分体现现代职教能力培养要求,存在诸多不足。课程设置仍以传统电商理论课程为主,直播电商运营、电商数据分析、跨境电商实务等与行业新技术新岗位匹配的课程占比不足。课程内容陈旧,缺乏对电商平台新规则、行业新规范、技术新应用的融入。课程之间关联性不强,知识体系碎片化,未能形成围绕核心岗位能力的课程集

群。“岗课赛证”融合深度不足,职业技能等级证书内容、课程教学衔接不紧密[3]。

2.3 实践教学支撑薄弱

实践教学是现代职教能力培养的核心载体,当前高职电商专业实践教学存在许多短板。校内实训基地建设进展缓慢,仿真程度不够高。专业化实训场地缺乏,像直播实训室、跨境电商实训室等。实训设备和企业实际应用之间有差距,校外实训基地数量不多,合作的深度也不够,大多只是停留在参观学习的层面,很难提供真实的岗位实践机会。实践教学内容主要是模拟实训,没有真实项目驱动,学生的实际操作能力与问题解决能力难以得到锻炼。

2.4 师资能力适配不足

师资队伍难以适配现代职教能力培养需求,专任教师中“双师型”教师占比不够,部分教师没有电商行业一线工作经历,对行业新技术、新岗位,新流程了解不深,教学内容和实践脱节。行业企业兼职教师引进和管理机制有缺陷,兼职教师数量少,参与教学的稳定性与深度不足,没法有效发挥实践教学指导作用。师资培养培训体系不完整,缺乏针对电商新兴领域的系统化培训,教师的专业能力同行业发展不同步。

2.5 评价体系不完善

教学评价体系未能充分体现现代职教能力导向。评价主体比较单一,主要是院校自己评估,行业企业、社会这类第三方评价参与很少。评价内容把重点放在理论知识掌握上,对实践技能、职业素养、创新能力等核心能力关注不够。评价方式主要采用终结性评价,过程性评价比较薄弱,没办法全面反映学生的学习过程和能力成长。评价结果和教学改进、资源配置等联系不紧密,很难起到评价的导向与激励作用。

3 基于现代职教能力的教学改革路径

3.1 精准定位,对接行业需求

建立专业定位和行业需求的动态对接机制是教学改革的前提,组建专业建设指导委员会,成员包括行业专家、企业技术骨干、专业教师,形成常态化调研机制。每学期开展岗位需求调研,至少两次覆盖全行业,采用多元方式,像企业访谈、分析岗位说明书、研读行业报告,精准研判新兴领域的核心岗位能力要求。例如,直播电商、跨境电商,依据调研结果明确专业培养定位,摒弃“大而全”的模糊导向,围绕区域电商产业特色设置特色专业方向。电商产业发达地区可侧重直播电商运营方向,外贸集中区域可强化跨境电商实

务方向,实现人才培养和区域产业需求的精准匹配[4]。

在此基础上,完善教学内容动态更新机制,保障教学 and 行业发展同频共振,依托专业建设指导委员会搭建行业信息共享平台,实时收集电商平台新规则、行业新规范、技术新应用等前沿信息。建立教学内容修订专班,每学年结合行业动态修订人才培养方案与课程标准,将直播话术设计、跨境电商合规操作、电商数据分析模型等行业前沿内容纳入教学范畴。打造动态案例库,筛选企业真实运营案例融入课堂教学,让学生直观感受行业实际运作逻辑,提升知识应用的针对性。

3.2 重构课程,打造融合体系

以现代职教能力培养为核心,重构课程体系,立足核心岗位能力的拆解、整合,先拆解电商运营、直播电商、数据分析等核心岗位能力,明确每个岗位所需基础能力、专业能力、拓展能力,依据能力创建“核心岗位能力导向”课程集群。比如,围绕电商运营岗位,整合电商平台规则、店铺运营实务、客户关系管理等课程内容,形成模块化课程包,注重课程间的关联性设计,用前置课程铺垫基础,核心课程强化技能,拓展课程提升素养的逻辑,破解知识体系碎片化问题。

着力优化课程结构,强化课程和行业、岗位适配性。增加新兴领域课程占比,围绕直播电商、跨境电商等热门领域,开设既有理论又有实践的专项课程,实践教学内容占比超60%,确保学生掌握实操技能。深化“岗课赛证”融合,把“电子商务师”“跨境电子商务师”等职业技能等级证书的考核标准,和课程教学深度衔接,将证书核心考点转化成课程教学模块。以全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛等赛事为载体,设计赛事专项训练模块,通过比赛促进学习,提升学生实践技能、竞争意识[5]。

3.3 创新实践,强化能力培养

创建“虚实结合、校企协同”的实践教学体系。强化实训基地的支撑作用,升级校内实训基地,依照企业真实运营场景打造专业化实训场地,直播电商实训室配备专业摄像设备、灯光系统、直播中控台等全套设备,跨境电商实训室引入主流跨境电商平台模拟系统,电商数据分析中心配置专业数据分析软件与数据资源库,保证实训设备与企业实际应用同步。深化校企合作,和电商龙头企业共建校外实训基地,签订长期稳定的合作协议,建立“企业轮岗实训”制度,安排学生在仓储管理、平台运营、客户服务等岗位进行3~6个

月的沉浸式实训。

创新实践教学模式,提升学生实践能力与问题解决能力。推行“真实项目驱动”的实践教学模式,主动对接企业真实电商运营项目,由企业导师和校内教师共同指导,学生分组完成项目策划,学生参与运营执行、效果优化,经历全流程工作,在真实项目实践中熟悉岗位流程,积累实操经验。定期开展电商技能竞赛、创新创业大赛等活动,精心设计竞赛主题与内容,覆盖电商运营、直播带货、数据分析等核心技能领域,邀请企业专家担任评委,通过竞赛检验教学成效。建立实践教学过程管控机制,跟踪评价学生实训表现、项目完成质量,及时发现实践教学问题,且解决问题。

3.4 多措并举,提升师资力量

提升师资力量,围绕“双师型”教师队伍建设,强化专任教师企业实践能力,提高专业技术水平。实施“双师型”教师培养计划,完善校企互聘互兼机制,要求专任教师每两年累计,有不少于 6 个月时间,深入电商企业一线实践,参与企业真实项目运营、技术研发等工作。定期组织教师参加电商行业专项培训,内容包括直播电商运营技巧、跨境电商平台规则、电商数据分析方法等前沿领域,邀请行业专家、企业技术骨干,开展专题讲座与实操指导。鼓励教师考取电商领域相关职业技能等级证书,把证书获取情况和职称评定、评优评先挂钩。

完善行业企业兼职教师队伍建设,搭建多元化师资发展平台。建立兼职教师选聘与管理长效机制,明确兼职教师的选聘标准,优先选聘电商行业一线工作超 5 年、实操经验丰富的企业技术骨干、管理人员。给兼职教师安排系统教学能力培训,内容涵盖教学设计、教学方法、课堂管理,助力其尽快适应教学岗位。组建电商专业教学创新团队,围绕核心课程建设、教学改革项目、技术攻关项目,推动专任教师和兼职教师一起搞教学研究、实践探索,鼓励教师参加电商行业项目研发、技术服务,借助产学研融合提高师资队伍整体实力、创新能力。

3.5 优化评价,发挥导向作用

创建多元及过程化的教学评价体系,突破单主体评价的限制,形成多方共同参与的评价格局。主动邀请行业企业,社会等第三方加入评价主体,明确各方职责与评价维度,企业重点评估学生的岗位实操能力、职业素养等核心指标,社会评价着重考查学生的就业竞争力、创业能力,加强学生的

自评与互评,引导其主动反思学习过程,找出自身存在的不足。建立评价主体协同机制,定期组织评价座谈会,搭建线上评价平台,实现评价信息的共享和互补。

优化评价指标与评价方式,充分发挥评价的导向与改进作用。完善评价指标体系,将实践技能、职业素养、创新能力等核心能力细化成具体可量化的评价指标,实践技能可细化为项目完成质量、操作规范程度,职业素养可涵盖团队协作表现、诚信经营意识,创新能力需体现在方案设计新颖性、问题解决灵活性等。创新评价方式,强化过程性评价,课堂观察记录、实训任务单考核,项目成果评审、技能竞赛成绩,记录学生学习过程与能力成长,合理搭配终结性评价,采用实践操作考核、综合项目答辩方式全面反映学生综合能力,让评价结果更客观真实。创建评价结果反馈与应用体系,把评价结果准时反馈给教师、学生,教师参照评价结果完善教学方案、改进教学方法,学生依据反馈调整学习办法,不断提升教学质量。

结论

高职电商专业教学改革以现代职教能力培养为基础,是适配电商行业数字化转型需求的核心举措,是提升人才培养质量的关键方法。推动高职电商专业教学改革,要建立完善的制度保障机制、整合优质的教学资源、建立校企协同保障机制等,充分发挥院校、企业、教师、学生等多方主体的作用。未来,要持续深化教学改革,强化产教融合、校企协同,不断提升教学质量,培养更多高素质电商技术技能人才,让人才须具备扎实的现代职教能力,为电商行业高质量发展、乡村振兴、数字经济发展提供坚实的人才支撑。

参考文献

- [1]唐红涛,向宇腾,张俊英.校企协同背景下电子商务专业“双创”人才培养研究[J].电子商务,2019(12).
- [2]于森.跨境电商背景下电子商务专业人才培养模式研究[J].智库时代,2019(16).
- [3]赵晓丽,邢子杰,让博文.高校“产教融合”英语一流专业人才培养模式建设研究[J].作家天地,2020(15):69+76.
- [4]陆日婕.电子商务专业人才培养与社会需求深度融合的研究[J].商场现代化,2020(11):33-35.
- [5]徐广辉,黄涛.职业院校电子商务专业教学资源共建共享交易机制研究[J].电子商务,2020(2):91-92.