# 电子商务专业人才培养方案阶段性成果[5篇模版]

来源：网络 作者：静默星光 更新时间：2024-08-30

*第一篇：电子商务专业人才培养方案阶段性成果外资企业管理中等专业学校 河南省职业教育特色学校建设项目河南省职业教育特色学校建设项目天道酬勤厚德载物外资企业管理中等专业学校 河南省职业教育特色学校建设项目电子商务专业人才培养方案阶段性成果经学...*

**第一篇：电子商务专业人才培养方案阶段性成果**

外资企业管理中等专业学校 河南省职业教育特色学校建设项目

河南省职业教育特色学校

建设项目

天道酬勤

厚德载物

外资企业管理中等专业学校 河南省职业教育特色学校建设项目

电子商务专业人才培养方案阶段性成果

经学校批准和发布《电子商务专业人才培养方案》以来，本专业严格按照《方案》确定的目标和要求部署本部门的工作，积极承担并认真落实《方案》中由本专业具体负责的各项工作及任务，并将各项任务分解到年度工作计划中，有步骤、分阶段、有创造性的予以实施，两年来已经圆满完成了《方案》中的各项任务，各方面工作取得了重要进展。根据学校关于做好人才培养模式改革总结工作的通知精神及具体要求，现将本专业任务完成的情况报告如下：

一、明确了培养目标，完善了组织机构

依据《方案》的阐述，在教学实践、随机调研的过程中，进一步明确了本专业培养目标。

成立本专业人才培养模式改革工作领导小组，起草并审定本专业《电子商务人才培养方案》。决定人才培养模式改革过程中教学、科研、管理和服务等工作中的重大事项，定期和不定期召开了进度审查汇报会议以监控《电子商务人才培养方案》的具体实施。

二、深入调研、制定方案，全面落实、成效显著

在学校“产教结合、工学一体”人才培养模式指导下，通过深入开展企业调研，依托校企合作,通过理实一体课程、生产性实训、顶岗实习三个阶段对学生进行培养，将商务活动融入教学的三个阶段，使学生的基础能力、专业能力、综合能力逐级提升，形成“商学交融，三阶递进”的人才培养模式和电子商务工作过程系统化的课程体系。

(一)“商学交融，三阶递进”人才培养模式得以构建 根据人才培养目标和学生专业学习、技能培养的规律，依据电子商务企业岗位要求和职业标准，按照“理实一体课程”——“生产性实训”——“顶岗实习”三个阶段，分层分类，递进实施，通过分阶

天道酬勤

厚德载物

外资企业管理中等专业学校 河南省职业教育特色学校建设项目

推进，全方位培养“亦学亦商”的现代商务人才，形成“商学交融，三阶递进”人才培养模式。

1.深入企业调研，明确专业定位

基于电子商务企业就业岗位能力需求为切入点，根据专业建设指导委员会、行业专业及用人单位的调研、反馈、研讨、论证等途径，确定专业定位。

2.培养目标定位为面向中小企业培养电子商务专业人才 通过深入本地电子商务行业、企业调研，邀请企业实践专家召开座谈会，结合南宁市要建设成为电子商务示范性城市和面向东盟的区域性信息交流中心，确定电子商务专业培养从事网络营销和网络客服服务的应用型技能人才。专业培养目标具体表述为：培养掌握计算机信息技术、市场营销、国际贸易、管理、法律和现代物流的基本理论及基础知识，具有利用网络开展商务活动的能力和利用计算机信息技术、现代物流方法改善企业管理方法，提高企业管理水平能力的创新型复合型电子商务高级专门人才。使学生掌握电子商务专业基本理论、基本知识、基本技能，具有良好的人文素质，毕业后能在各电子商务及相关企业、行业从事网络营销、网络编辑、网店运营与维护、网络客服、电话营销等工作。

3.形成“商学交融、三阶递进”的人才培养模式

形成“理实一体课程”——“生产性实训”——“顶岗实习”三个阶段递进的学习，这种分段递进的培养模式对于学生职业能力和职业素养的提高起到了重要的作用，他使专业人才培养过程在课堂学习与岗位实习逐步递进中完成，最大程度提高学生的职业岗位能力及后续发展能力。具体见图1。

(二)“基于工作过程、以项目课程为核心”的课程体系实施顺

天道酬勤

厚德载物

外资企业管理中等专业学校 河南省职业教育特色学校建设项目

利通过到走出去，请进来的模式，深入企业调研，邀请行业、企业一线时间专家、管理人员等校内外专家共同分析专业所面对岗位的代表性工作任务，并提炼典型工作任务，将课程设置与工作岗位任务相对接，课程内容与工作岗位能力对接，教学情境与工作情境相对接。

依据“国家电子商务师”职业资格标准，围绕岗位能力要求，采用基于工作过程的课程开发模式，构建“基于工作过程、以项目课程为核心”的课程体系。提取了个专业方向相近的工作任务和职业能力，搭建了由公共基础课和拓展课组成的电子商务专业“公共平台”，满足各岗位专业关键能力和职业技术领域的专业能力形成的岗位模块化课程。

(三)核心课程建设成效突出、意义广泛

电子商务专业在培养适应区域经济发展人才的建设思想指引下，所有专业教师均参与到专业建设过程当中，已完成的建设成果如下：

1.核心课程起到良好的推广示范效应

本专业先后建设3门校级核心课程，建立完备的课程标准、教学讲义、实习大纲与指导书、多媒体课件、习题试题库、网络共享资源等，实现课程建设资源共享。

2.办学特色在行业界受到肯定

专业部多批次组织学生到我专业相关合作企业进行实习，学生的综合素质及专业技能得到了我校相关合作企业单位的一致认可。

3.社会效益影响大

通过走“校、企”的专业办学模式，电子商务专业紧密与地方经济实践结合，促进了专业的发展和解决行业实践问题的理论水平。为地方培养了大量的电子商务专业人才。学生的职业素养及专业技能受到用人单位的积极肯定。

天道酬勤

厚德载物

外资企业管理中等专业学校 河南省职业教育特色学校建设项目

4.学生受益面广泛

逐步完善了专业人才培养方案，推广“校、企”的专业办学模式。受益的学生覆盖了电子商务和市场营销两个专业方向，随着专业建设的深入，近两年来学生就业率、竞赛获奖等均有普遍提升。

(四)以行动导向教学法为核心，引领教学模式改革 1.项目教学流程规范

以工作任务为课程设置与内容选择的参照点，以项目为单位组织内容并以项目活动为主要学习方式的课程模式，学生通过完成工作任务或具体项目的过程来学习相关知识，学与做融为一体，在项目教学活动中，在教师的启发下，每个学生都有独立思考、积极参与的机会，易于保持学习的积极性，养成良好的学习习惯。

根据项目教学的教法思路和教学设计原则，项目教学法教学的具体步骤有如下六步: 1.情景设置；2.确定项目；3.操作示范；4.独立探索；5.协作学习；6.学习评价。

2.案例教学广泛推广

各专业教师根据教学目的和教学内容的需要以及学生身心发展的特点，从选择教学内容、确定教学目标、选择教学案例、分析教学案例等做好课前准备；教师设计好案例的呈现方法，强调呈现案例时的注意问题而呈现案例；师生共同讨论案例；指导学生写好案例报告；教师设计评价表册与测试题目等5个步骤进行分析论证，运用典型案例教学将学生带入特定事件的“现场”，深入角色分析案例，引导学生自主探究性学习，以提高学生分析和解决实际问题能力。使案例教学法在全专业得到广泛使用。

3.场景教学开展扎实

有计划的组织电子商务专业学生赴企业的工作场景进行专业技

天道酬勤

厚德载物

外资企业管理中等专业学校 河南省职业教育特色学校建设项目

能指导，让学生进行实际操作，培养学生的岗位实际运用能力。供专业教师带领学生进行场景教学，使教学内容具体化，拓宽学生的知识面，提高学生的动手能力。

4.模拟教学真实直接

利用仿真软件能为工科类专业课程学生提供近似真实的实训学习环境，采用模拟教学，让学生先学习理论知识再到计算机上进行仿真学习实训，进行多次训练设计过关后，才进行实际操作。通过模拟教学，让学生充分地将理论与实践相结合，增强对专业技术的认识，增强学生的自信心和成就感，从而激发敬业精神。

5.岗位教学激发兴趣

在专业课程教学中采用岗位教学，按照企业工位定岗定员，让学生提前了解岗位、适应岗位、选择岗位，从而为提高“一专多能”的学习兴趣，抓住就业机会。

在实施新的教学方法之后，本专业组涌现出一批采用项目教学法的经典教案和课件，每位老师在使用新的教学方法进行一段时期的教学后，都会自主的进行心得体会总结。

(五)多元化评价体系完善、评价分析有效促进人才培养模式改革

1.评价体系的完善

依据学校的总体规划，在学校的统一领导下，结合本专业的特点，建立了对于学生的评价体系。主要涵盖了教学准备、教学实施、考试、实践教学四个大板块的评价内容。本专业针对四个模块分别细化，以专业评价、课程评价、教学环节评价、教师教学工作评价、学生学习质量评价等各个方面具体形成评价指标。最终形成了《教学质量监督与评价方案》、《学生评价体系方案》。

天道酬勤

厚德载物

外资企业管理中等专业学校 河南省职业教育特色学校建设项目

2.激励手段内化，评价方式多元有效

项目教学法激励的手段完全是内在的，使学生在完成一项工作之后发自内心的喜悦，让学生体会到从不会到会的心理感受，项目的实施成功与否评判更看重项目实施的过程，而不是去看结果。

3.交流传递有反馈

通过评价发现，信息传递实现了双向。教师是讲课和指导，学生是听课和活动，教师可根据学生活动的成功与否获得其接受教师信息的多少和深浅。教师还可以对那些掌握信息较少和较浅的同学采取措施，帮助他们补充信息，直至他们获得完成工作任务所需要的信息。双向传递的信息，不断得到反馈的信息，形成了真正有效率的信息传递。

三、专业教学资源配置取得大进展(一)校本教材编写过程严谨，成果显著

根据专家组评审后的课程设置，开发出一体化课程6门，包括《网络营销》、《网店运营》、《网络编辑》、《商品拍摄处理》、《电话营销》、《客户服务》，其中专业核心课3门（商品图片处理、网店运营、网络营销）；网络营销方向2门（网络编辑、电话营销）；客户服务方向1门（网络客服）。完成了校本教材的编写，经专家、企业人员、主审对教材的初审、评审，修改完善后，开发校本教材3本《网络营销》、《网店运营》、《网络编辑》。

(二)完成了教学资源库建设

为配合职业功能模块课程体系的实施，使学生能够利用信息化、数字化平台进行自主学习，开发了核心课程教学资源包，实现了优质课程资源共享。

(三)校内外实训基地有拓展，一体化教学条件稳步提高

天道酬勤

厚德载物

外资企业管理中等专业学校 河南省职业教育特色学校建设项目

通过以综合职业能力培养为目标，以企业典型工作任务为载体，以学生为中心，根据典型工作任务和工作过程设计课程体系，实现了理论教学与技能训练的融通合一，全面推进一体化教学。围绕学生职业能力的适用够用，将教学内容与生产生活实际相结合，理论教学与实践实验相结合，大力实施一体化教学，营造了一体化教学场所，完善了公司化学习场所，完善了学习型企业场所，创造条件实施了一体化教学。

1.电子商务专业校内实训基地 表3-校内实训基地列表 2.电子商务专业校外实训基地 表4-校外实训基地列表

四、存在的不足与缺陷

经过《方案》的实施，本专业人才培养模式和课程体系改革得到了较大的提升，为下一步发展奠定了坚实的基础。但是，在人才培养模式改革方面仍存在一些问题和困难。

1.专业教师任务繁重，难以兼顾教改工作。主要是每一项实践教学项目的准备工作较多，教学过程的组织与管理较为复杂。如何做好实践教学的准备、组织与管理，这将是本专业组有待研究和解决的课题。

2.在建设实训基地时，由于先前对资金的预算不足，导致在建设后期出现资金紧张的问题，在以后的建设项目中，我们一定要尽量做到建设方案的细致化，在资金预算方面做到更加精确。

3.教师教学水平还待继续加强。为了适应中等职业教育教学改革的要求，师资队伍的建设应重点放在“双师型”教师的建设工作中。对原有教师要加强实践技能和新技术的培训，要重点引进具有专业理

天道酬勤

厚德载物

外资企业管理中等专业学校 河南省职业教育特色学校建设项目

论知识和操作技能，又有教学能力的教师。

4.教师是讲课和指导，学生是听课和活动，教师可根据学生活动的成功与否获得其接受教师信息的多少和深浅。因为在交流传递过程中也必然存在传统教学模式的干扰，许多教师和学生不愿意主动去交流，依然是处于信息不对等的地位，因此，需要加大宣传，转变意识，让师生能互相交流，形成良好的共同进步的学习氛围。让教师做表率，学生做督促的模式也能促进教学模式的极大进步。

5.在师资队伍建设方面，高端人才、拔尖人才、领军人才总体稀缺，引领发展能力需要拓展；专任教师的学历水平有待提高；教师职业化有待提升；教师实践能力还需进一步加强。学校在下一步需不断培养和引进中高层次人才，形成在本地有较大优势的教学团队。

6.与企业的联合办学，有待社会、政府制订有效的法律法规来扶持，这样可以使学生学习的内容更加贴近生产实际，同时企业可以根据本身的需求来培训学生，直接在企业培训学生。

五、下一阶段的工作展望

在接下来的工作中，要提前做好人才需求调研报告，在问卷设计、调研范围、样本空间选取、报告的统计学分析方面做到更加充分。在接下来的教学工作中，需要进一步强化认识，克服困难，规范管理，继续加大专业教学改革与建设的力度，确保课程体系的职业性、实践性特点，更进一步推动学生的学习质量和就业问题。需要继续加强实训基地的管理，丰富和改进实践教学的手段和方式，完善和培植实训室和实训教学基地。进一步优化师资结构，通过各种手段，帮助教师实现自我价值的提升，调动教师参与课改的积极性、主动性。要加大资源库建设和能力拓展教育的范围，使得各课程配置更加平衡，加大各课程之间的能力交互。进一步细化管理制度，形成长效管理模式。

天道酬勤

厚德载物

外资企业管理中等专业学校 河南省职业教育特色学校建设项目

加大资金配比和总量，实现资金的合理优化配置。

总之，我校电子商务专业通过示范校建设的推动，已在师资队伍、课程教材、人才培养、实习实践建设等多方面进行了有益的探索，进一步深化了“校企合作”，争取在下一步的建设中使电子商务专业在学生培养、教师队伍、教学质量、办学效益、社会影响等方面有全方位的提升。

天道酬勤

厚德载物

**第二篇：电子商务专业人才培养方案**

电子商务专业人才培养方案

一、人才培养方案总体目标

培养综合素质优良，职业道德高尚，既了解经济活动基本规律，又懂得信息技术；既掌握先进的营销管理理念，又熟悉现代商务运作流程的复合型、技能型、应用型人才。

二、人才培养方案体系结构

以行业为依托，以就业为导向，以市场需求为指南，以用人单位满意为宗旨，构建理念先进，特色鲜明，科学合理、可操作强的电子商务复合型人才培养体系。采用阶段实训及模块化教学途径，突出学生的综合应用能力培养。

1、专业方向体系结构

一个专业、三个方向、注重理论、强调实践、培养能力。根据市场调研和用人单位的反馈意见综合，信息工程系将电子商务专业细分为电子商务网站建设、网络营销、物流管理三个方向。从第三学期开始，每个学生在继续学习本专业共同的必修课的同时，根据个人的爱好和特长，选择适合自己的专业方向（选修课），以强化相应专业方向的主干课程，培养基础扎实、特长鲜明、个人核心竞争力强的专门人才。

2、课程体系结构

一个体系、四个模块、注重融合，强调特色，突出素质。将整个课程体系分为公共基础课程模块、计算机类课程模块、经济管理类课程模块、商务活动类课程模块。通过公共基础课模块的教学，培养学生基本的人文素养和基础能力；通过计算机类课程模块，培养学生技术支撑能力；通过经济管理课程模块的教学，培养学生一般的经济管理和商务贸易能力；通过商务交流课程模块教学，培养学生较强的商务交流与沟通能力；通过第三年综合实践性模块化教学，培养学生突出的专业核心竞争能力，增强电子商务专业学生的就业力，提高电子商务专业学生的就业率。

电子商务是一个涉及面较广的专业，是信息流、资金流、物流“三流”的统一体，为了能培养出特色鲜明、技能突出，能很快胜任企业岗位的电子商务专业人才，我们在设计课程体系时，充分体现“理论够用”的原则，正确把握这个原则，必须妥善处理一个“度”的问题，第一是深度要适当，必须能够满足实际应用的需要；第二是广度要足够，应覆盖“电子商务岗位”必需的理论知识宽度。

三、人才培养方案规格定位

面向中小企业的电子商务类岗位，培养既了解经济活动基本规律，又懂计算机信息技术；即掌握了先进的营销管理理念，又熟悉现代商务运作流程的复合型高技能应用性人才。针对电子商务岗位的特点和要求，培养出适应能力强、特色鲜明、技能突出，实现与企业电子商务实际应用 “零距离”，与就业岗位实现“零适应期”、能快速胜任企业具体电子商务类岗位。电子商务岗位要求从业人员既掌握计算机及网络在商务方面应用的相关技术，又应具有鲜明的商务理念。我们在人才培养上提出以下要求：一是知识面要广，特别是经济管理和商务贸易知识的掌握应有足够的宽度和一定的深度；二是要求学生对信息驾驭的能力强，特别是能够充分利用计算机和互联网工具，有效地进行信息收集、分析、整理和数据挖掘，以及进行信息的发布、传播和推广；三是专业技术含量较高，要求掌握计算机的使用和维护的一般技术，有一定的网站开发能力、较强的商务网站规划、设计和维护能力，掌握网络营销和网络推广的最新技术等。

目前，电子商务的岗位总体来说有两大类，一是传统岗位在信息技术和互联网技术的冲击下注入了新的内容后演变而来的岗位，如网络营销员岗位、网络市场调查员等；二是计算机技术、信息技术和互联网技术应用到社会生活的各方面而产生的新岗位，如网站设计师、网站维护师、数据库维护人员等。

目前，电子商务岗位需求的人才可分为三个层次：第一层是技术服务支持层，第二层是一般管理人员层，第三层是高级管理人员层。其中第一层次的人员主要着眼于电子商务的技术方面，如网络建设、系统管理、主页制作、程序开发、网络营销等等，我院电子商务专业主要属第一层面。

四、人才培养的具体措施

紧紧围绕高职高专人才培养的总体目标，充分体现高等职业教育的特点；以能力为本位，以综合素质培养为核心，构建特色鲜明的理论教学体系，积极试行“五位一体”教学法、“情景教学法”、“项目教学法”、“网络教学法”、“案例教学法”；以综合能力培养为主线，构建全新的实践教学体系，提高学生的专项技能、综合技能、创新能力；实现校企合作，走产学研相结合的办学道路，进一步加强同国内有影响的大型企业的合作，真正实现产、学、研的完美结合。

1、理论教学体系改革的具体措施

有机整合文化基础课、专业基础课、专业课之间的体系结构。使三者之间内容相互渗透、融为一体。

有机整合商贸类和计算机类课程体系结构。电子商务专业是处于计算机类和商贸类之间的综合专业，信息工程系通过多年的办学经验，结合本专业的目标和要求，在专家的指导下，对整个课程体系作了适度调整，增加了《电子商务案例教学》等课程，删除了部分联系不紧密课程，有机地整合了计算机和商贸类关系密切的课程。

正确处理专业主干课程与专业实践课程的在整个教学改革中的地位。改变传统的过分强调体系结构的完整性、系统性，淘汰与专业关系不太紧密的少数文化和专业基础课程，加大部分主干课程的课时数及实践课时的比例。

根据电子商务发展的情况，适时增加部分新知识、新技术类课程供学生选修，使学生知识面既有宽度，又有深度。

根据高等职业教育的特点，大力推行适合职业技术教育的教学模式，充分利用校园网和现代化的教学手段，在传统教学模式的基础上，积极探索具有高职高专教育教学特色的新型教学方法。

探索“五位一体”教学法

在优势教育资源的基础上，以学院的办学思想为指导，以电子商务专业人才培养方案为基础，立足新起点，抓住新机遇，经过全体教师的不懈努力，创立了“五位一体”的教学模式，并在我院电子商务专业得到了应用，已取得了明显的成效。

所谓“五位一体”是指采用理论教学、案例教学、网络教学、实验教学和自测教学等多种教学方式形成一个立体化的教学系统，对学生的理论分析能力、动手能力以及解决实际问题的能力进行全方位的训练，增强学生的学习主动性和教学的互动性，真正使学生对所学的知识融会贯通，学以致用。

探索“情景教学法”

以产学研基地为依托，加大了实践性教学环节的比重，充分调动了学生学习的积极性和创造性。以学生的全面发展、自主发展、个性发展为目标，探索了课堂教学情景的设计策略，逐步优化课堂教学模式，基本实现了学习过程的“情”和“知”互促，提高了学生自我发展的意识和自主选择、自主探究和自我监控的能力。情景教学法的实施在电子商务人才培养方面已取得了明显的成效。

所谓情景教学法，是指在实践教学过程中采取“目标+案例+实景”的教学模式，即学生学习有目标、教师教学有案例、实际教学有情景，真正体现职业教育的特点，也使学生真正能够做到学有所用。

探索“项目教学法”

以我系产学研基地为依托，以解决企事业单位的实际问题为手段。将一些实际问题作为一个项目，通过任课老师的精心指导，让学生以小组为单位进行项目的研究与开发，充分调动学生的创造性和能动性。培养学生分析问题和解决问题的能力，全面提高学生的综合素质，真正实现产学研的有机结合。

探索“网络教学法”

利用现有的校园网平台，开发具有我院特色的BBS网站，部分课程通过网络进行教学，学生在BBS上注册认证后，可以浏览该课程的资源，任课教师的多媒体课件，要求、注意点等，可以与任课教师进行网上实时交流，发布个人的学习心得、成果和体会，最大限度地共享有限的学习资源。

探索“案例教学法”

根据课程的知识、能力结构要求，由任课教师精心设计若干个案例，案例要求由浅入深，将知识和能力分别融入这些案例中，由任课教师指导学生去分析案例的思路及知识点，充分发挥学生的主观能动性和创造性，变传统的被动接收知识点为现在的主动去查找所需知识点。让学生做到有的放矢地去学习相关知识，培养学生的创造性思维能力和可持续发展能力。

2、实践教学体系改革的措施

根据学生实践能力培养的要求，合理安排与理论教学相配套的实验课，开设独立的专业实践课程，加大实践课程学时的比重。

建立和完善校内的实验实训基地，更新现有电子商务实验室的实验实训条件。

加强本专业“双师型”教师队伍的建设。通过各项优惠政策和措施不断提高教师的实践水平和指导解决实际问题的能力。

加强学生的技能考核，学生毕业采用“双证制”，即一张毕业证书和一张权威部门颁发的行业资格证书或技能力证书；使学生在未来的人才竞争中立于不败之地。

强化第3年实践性教学环节，采用阶段实训方式，通过能力面模块化教学途径，最终培养学生较强的综合核心竞争力。

**第三篇：电子商务专业人才培养的探讨**

高职电子商务专业人才培养的探讨

电子商务应用的快速发展，需要大量的专业人才，据专家测算，未来10年我国电子商务人才缺口达到200万。另一方面，我国电子商务专业教育开展已有将近6年的时间，如今在全国开设该专业的大中专院校共有275所，加上以专业方向和高职高专等形式开设电子商务专业的高校，累计超过400所。然而通过这几届毕业生的就业情况来看，学生就业质量并不是很理想，据统计,2024年电子商务专业应届毕业生就业率为20%,而全国普通高校毕业生就业签约率已达47%。可见电子商务专业应届毕业生就业率远远低于全国大学生就业的平均水平。

是什么原因导致高等院校培养的人才与用人单位的需要存在偏差呢？这是我们需要好好思考的一个问题。作为高职院校，担当着为企业培养生产、建设、管理、服务第一线需要的“下得去、留得住、用得上”实践能力强、具有良好职业道德的高级应用型人才，如何培养实用的电子商务人才，办出自己的专业特色，是个迫切的具有现实意义的问题。

一、当前高职电子商务专业人才培养现状及问题

1.专业培养定位模糊

高职院校的办学时间普遍短，加之电子商务专业开办时间短，由于办学经验不足，一些高职院校难以清晰地界定应用型电子商务专业学生的就业方向，往往套用普通本科的教学模式培养应用型人才，而且培养的过程中经常随着企业和市场需要的变动而变动，造成了很多院校对电子商务专业人才的培养定位模糊，培养目标过于宽泛，所有电子商务应用所涉及的技术和应用都开了相应的课程，结果是什么都学，什么都不精，没有特色。

2.专业特征不明显，课程设置不能相融互动

电子商务专业是涉及计算机、企业管理、市场营销、物流、法律等多方面知识的一门综合性学科。因此如何科学合理地组织教学内容,使学生既能全面了解与掌握本专业的基础知识,又能体现出自己的特色和核心竞争力,就是一个并不简单的问题。加上很多院校本来对电子商务的概念尚没有明确地把握,就更使电子商务专业的课程设置往往成为一个大拼盘。教材都是其它专业现有的,比如国际贸易、市场营销等,而不是专门针对性设计的。授课老师也是按照自己的理解各教各的,而不是围绕一条主线索来组织教学，从而出现教学内容重复交叉，或者课程之间不能相融互动，学生的学习也失去了积极性。

3.实践环节薄弱，技能不突出

目前的电子商务专业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，尤其是实验、实训、实习环节的安排。尽管这两年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都固化，事实上与书本教育并没有本质区

别。即便是在学校实验室可以进行基础训练的网页设计、网站建设等内容，但由于课时、实验条件等原因，学生掌握的程度也不是很扎实。

4.师资严重缺乏

现有师资大多数从计算机、网络、管理、营销或其他专业调派，其知识储备大多来自以往出版的一些电子商务书籍，不够系统、不够深入、不够实用，由于师资大多没有电子商务实战经验，不少师资在从事电子商务教学时显得勉为其难。

二、高职电子商务人才培养的目标定位

从应用角度来看,电子商务目前急需以下三种类型的人才：一是商务管理型电子商务人才。他们掌握企业经营管理和商贸知识，懂得如何将信息和电子商务技术应用于企业管理，从而开发出企业的电子商务解决方案，能够在电子商务平台上实现企业的产品推介和销售服务。二是技术支持型电子商务人才。他们精通电子商务技术，掌握电子商务技术的最新应用，了解企业经营和管理流程，具有一定的商贸知识，能够熟练运用现代信息技术、网络技术、计算机技术解决企业的商务问题。三是战略管理型电子商务人才。他们通晓电子商务全局,熟知本行业和相关行业的电子商务理论与应用，能从战略上分析和把握其发展趋势。

作为高职院校，以培养学生的动手实践和应用能力为主，则主要着眼于前面两种类型人才的培养，定位于培养熟悉企业商务运作流程，掌握现代商务管理理论、营销技能，能应用计算机网络和信息技术开展商务、管理活动的高级技术应用性人才。因此看来，我们所培养的人才，既要懂的商务管理，又要懂技术应用，这也是电子商务人才培养中一个难题。如何在有限的时间内，使得学生掌握跨管理、信息技术、商务运营、计算机网络等门类的知识和技能，笔者认为，过分追求“全”将会使学生的个性被抹杀，学生的精力也有限，学校可以在考虑本地区经济发展、学校资源以及学生的兴趣和爱好对专业再进行细分，以“宽口径、厚基础”为思路，有针对性地、多方向地培养人才。

三、构建合理的高职电子商务人才培养体系

1.以市场为导向，结合工作岗位的知识能力素质要求设计培养方案

高职院校在制定培养方案时要深入企业进行人才需求状况的调研，掌握专业发展动态，了解用人单位对人才的要求，在明确就业岗位的基础上根据从事该岗位必备的专业知识、技能和素质要求设计理论教学和实践教学内容。高职电子商务专业毕业生的工作岗位主要集中在相关企业中的商务运营、网站管理、客户支持三个大的方面，具体而言包括客户服务、销售、库存、采购、网络促销、市场调查、网站编辑、网页设计、后台开发、网络管理、配送管理、数据库维护、结算等。

因此根据岗位分析，我们可以将电子商务专业按能力模块，进行分方向教学，可以考虑将该专业分为商务管理和技术应用方向，从第四个学期开始，每个学生在继续学习本专业共同的必修课的同时，根据个人的爱好和特长，选择自己的专业方向，选修该方向的强化课程，以利于形成专业特长和培养个人核心竞争能力，真正做到因材施教。

商务管理方向主要培养学生应用信息技术手段进行商务运作、信息化管理的能力，面向的岗位主要有营销管理、市场调查分析人员、行政文员助理、仓管员、采购员、客户服务人员、网络营销人员，开设的专业课程有：商务谈判、客户关系管理、电子商务物流管理、网络营销、国际贸易等。技术应用方向主要培养学生电子商务系统的应用、维护管理的能力，熟练掌握各种技术在企业商务运作的应用，面向的岗位主要有：网页设计、网站维护人员、数据库维护人员、电子商务系统操作人员、计算机软硬件维护人员等，开设的专业课程主要有：数据库应用、电子商务系统分析与设计、管理信息系统应用等。

2.积极推进教学改革，加强实践教学

(1)站在信息技术的前沿，根据各门课程的不同特点，分别采用启发式、案例式等教学方式，探索灵活、互动、高效的教学方法。发挥学生学习的积极主动性，促进个性发展，提高自学能力、创新能力和实践能力，提高教学效率。

(2)加强电子商务专业课任课教师的交流，使每一个专业课老师能充分理解体会、专业的培养目标和方向，也很清楚自己所任教的课程在知识能力等方面对学生的要求，还可以使各相关课程的老师在授课的时候有的放矢，讲授课程时能注意与其他课程的联系，从而使得各门课程能够融会贯通。

(3)精心设计实践实训项目，构建有效的实践教学体系。通过课程实验、大型作业、综合设计、项目方案书、顶岗实习等多样种形式的实践锻炼，培养学生动手解决实际问题的能力。创新实践教学方法，着重加强学生应用电子手段解决商务管理中出现问题的锻炼。如可以给定一个实际案例或调研的课题，要求学生以小组的形式开展调查，撰写方案书。

建立一批稳定的校外实习实训基地，给学生提供一个真实的职业环境进行锻炼；鼓励学生寒暑假参加校外实践活动，通过举办各类竞赛和丰富的第二课堂活动，使得学生的综合实践能力和素质得到提高。

3.加快师资培养步伐

建立一支高素质的师资队伍是人才培养的保障。根据优化结构、专兼职结合的原则，建立起一支专业配套、结构合理，具有双师素质的师资队伍。一方面从企业、生产第一线聘用具有双师素质的工程技术人员到校任课，另一方面选派优秀青年教师前往产学研合作单位进修学习，这样，既可以学到企业运用电子商务进行管理的经验,又可以掌握企业实际运用电子商务的状况，还可以了解企业对电子商务人才的需求类型,对教研活动有很好的指导意义。另外在考核、培养、评职奖励等方面制定倾斜政策，鼓励他们努力钻研，不断提高教学水平和实践能力。

**第四篇：电子商务专业人才培养方案修订研讨总结11.29**

电子商务专业 2024版人才培养方案

调研总结

财经信息工程系

2024年11月

电子商务是以信息网络技术为手段，以商品交换为中心的商务活动，在我院财经类为主的发展定位的大背景下，该专业如何定位并制定人才培养方案，培养出独具我院特色的技术性高级应用型人才，是非常值得重视问题。经过电子商务专业教师的调研及讨论，现对该专业的人才培养方案的修订工作的思路和具体措施做如下总结：

一、指导思想

培养方案应做到基础理论够用，专业知识做到不重复，不因人设课；加强实践能力的培养，重视培养学生的创新创业能力；突出电子商务的商务运营方向；凸显我院“四化一突出”人才培养特色，即精化基础理论、优化专业知识、强化实践能力、深化素质教育、突出专业特色，为社会培养出技术性、应用型的高级人才。

二、修订基本原则

1.认真研究我院人才培养特色，总结2024版人才培养方案的经验，对其进行修订和完善。

2.避免因人设课、重复设课，尤其避免课程内容的重叠，提高课程的综合化程度。

3.实践教学环节学时比例不能低于40%。

4.凝练专业课程，突出主干课程和基础课程的核心地位。

5.要结合当前或未来数年行业职业发展的状况，专业理论知识、专业实践环节要和行业职业岗位具有较为紧密的相关性。

三、具体讨论内容

1.电子商务专业人才培养方案应该准确定位。一要根据我院技术性应用型人才培养的要求，加强学科课程的应用性，实现课程内容与社会需求的融合；二要侧重学生学科基础知识的夯实，建设系统完善的电子商务专业人才培养方案。

2.电子商务专业人才培养方案的修订工作，在结合本专业社会发展需求和我愿实际情况基础上，对相关专业课程体系进行调整。主要从以下几个方面进行了修订：

（1）删除高等数学

（二）、管理信息系统、软件开发平台与技术。（2）调整相关课程的课时量。《计算机网络》理论性太强，更名为《计算机网络技术》增加了实务内容，如神州数码交换与路由器的配置，增强学生实践能力的提高，理论课时减少。有些课程学时分配过高，如《信息技术基础》原来是70学时，理论30，实践40，改为56学时，理论26，实践30。

（3）更改部分课程的授课名称及内容。由于电子商务专业特点将《Web开发技术（JSP）》更改为《Web开发技术（PHP）》；将《电子商务系统分析与设计》更改为《电子商务系统分析与运营管理》；将《管理学》更改为《电子商务管理实务》。

（4）增设部分课程。图像处理，电子商务静态网站建设，企业经营与管理、文案编辑。

（5）将供应链管理/客户关系管理二选一的专业选修课程更改为专业课，同时设课。

（6）增加的财商素养课程待与学院和教务处统一思想后确定课程名称。

四、培养模式

仍然采用4+2+2的培养模式，即前四个学期强化基础理论学习，第5、6学期强化专业知识学习，第7、8学期强化职业能力训练。通过第二课堂体现创新、创业技能。

总之，2024版电子商务人才方案的修订是在电子商务专业教师深入地讨论和商榷的基础上，进行了广泛的学生民主调查和企业调查。修订后的专业人才培养方案，适合我院财经院校技术性应用型的电子商务专业人才培养，并逐渐形成新课程体系。

**第五篇：《电子商务专业人才培养忧思录》**

《电子商务专业人才培养忧思录》

电子商务专业的就业形势不仅为非应届毕业生蒙上沉重的就业压力与心理负担，而且他们有的已经考虑辅修其它专业，有的建议学弟学妹不要报考电子商务专业。如果不能扭转这种局面，未来中国电子商务人才梯队将会出现断档的局面。

电子商务专业人才培养忧思录

文/郑培

教育部从2024年开始批准在全国部分高校试开电子商务专业，首批高校包括：北方交大、北京邮电大学、浙江大学、西安交大等13所，于2024年开始招生。2024年8月起，全国高等教育自学考试委员会也面向社会开设高等教育自学考试电子商务专业（专科、本科），并设立电子商务高、中级专业证书。

2024年初，教育部又批准了中山大学、天津大学、南京大学、四川大学等83所高等院校试办电子商务专业。另外，还有很多学校在不同专业的教学中都增加了电子商务课程并准备设置电子商务专业。

截止至2024年，教育部已经批准181所普通高等学校本科开设电子商务专业，在读的电子商务专业方向的学生达数十万人。

质疑

自2024以来，最早是在网络上逐渐出现一些文章，对电子商务专业课程设置，尤其对电子商务专业大学生未来的就业前景提出质疑。这些质疑者认为：高校电子商务专业课程设置脱离了企业电子商务的实际应用情况；电子商务专业学生很难适应企业用人的实际需求；中国企业电子商务进程将受到人才缺乏“瓶颈”的制约；高校电子商务专业将会因为低就业率而失去学科发展的推动力；最严重的后果是：在当前中国就业形势严峻、就业压力增大的情况下，尽管国家和政府一再引导、鼓励、支持、推动大学生就业，但是数十万电子商务在读学生中的不少人将面临整体的“尚未毕业，就已失业”。

2024年1月，《扬子晚报》发表了集学术机构、用人企业、高校代表、在读学生四方在内的对话文章，探讨电子商务专业人才教育与电子商务人才就业问题。当时，对话已经显示了对电子商务专业大学生未来就业前景的隐忧。时任江苏爱涛信息产业有限公司电子商务总监的方保华先生表示：“我同意电子商务专业学生就业状况不乐观的说法。我们公司目前就没有聘用大专院校输送的电子商务专业学生。但是社会需求已处于紧缺阶段，比如我们公司，企业正在扩展，这方面的人才缺口就很大。问题的关键在于院校教育现状与企业需求有一定差距。”

自2024年3月起，笔者率领的研究团队开始对高校电子商务专业学生、自学考试电子商务专业学生进行就业情况调查。通过在线调查与进入高校调查，结果显示：从整体上来看，我国电子商务专业学生就业形势不容乐观。

截止到2024年6月15日，电子商务专业应届毕业生就业率为20%，但2024年6月中旬教育部公布的全国普通高校毕业生就业签约率已达47%，可见，电子商务专业应届毕业生就业率远远低于全国大学生就业平均水平。与此同时，劳动和社会保障部部长郑斯林在京表示：劳动和社会保障部门将力争2024年全国应届毕业生在9月1日前平均就业率达到70%以上，而电子商务专业应届毕业生就业率距此目标还有很大差距。

专业不对口？

分析显示，绝大部分应届毕业生谈到之所以不能顺利找到工作，不知道应聘何种企业、何种职务是最主要的原因。

未能顺利就业的应届毕业生中有76%是因为就业方向模糊。这直接影响应届毕业生投递简历、应聘职位的针对性与应聘效果。由于不能准确定位应聘的行业与职位，因此泛泛的简历不能吸引用人企业，应届毕业生往往失去面试机会；即使获得面试机会，由于不了解电子商务在各行各业的应用现状及发展前景，对于企业提供的职位缺乏工作方法、经验和热情，使他们也很难应聘成功。

未能顺利就业的应届毕业生中有16%是因为供需双方对“电子商务”专业理解的偏差导致。8%的应届毕业生表示学习电子商务专业的学生很难获得面试机会，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，但经过我们的开放式调查发现：目前，人力资源市场上的招聘企业很少在招聘岗位上明确写出“电子商务专员”这样的职位。但事实上经过仔细分析，对于很多企业，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、行政等等在内的工作岗位都需要电子商务专业人才，只不过这些企业没有在岗位描述中列出“电子商务”四个字罢了。由于毕业生不了解电子商务在各行各业的应用现状及发展前景，当他们没有发现“电子商务”四个字时，便放弃投递简历；即使投递，也作为专业不对口的无奈之选。并不具备将所学专业、课程与以上某个岗位实际需求紧密结合，突显自己知识与优势的简历撰写能力、面谈能力。

举例来看，目前，人力资源市场紧缺营销类人才，绝大部分招聘企业会在岗位描述中列出需要“市场营销”专业人员。仅仅从名称上来看，“市场营销”毕业生比“电子商务”毕业生专业上更对口。但是“市场营销”同样是电子商务专业的基本课程与核心课程，而且“电子商务”毕业生还具备利用电子化工具开展市场调研与分析、网络零售、网络渠道营销、电子化国际贸易、电子化客户服务等额外的知识与技能，理应更具有竞争优势。正是这种对字眼理解上的差别，造成8%的应届毕业生认为面试机会专业上不对口。

专业不对口的另外一个主要原因是：多数高校电子商务专业设置了十五至二十二门之多的课程，虽然本意是为了培养“多面手”，中国企业也需要掌握传统手段与现代手段相结合的复合型人才，但是繁重的科目、割裂的教学导致学生复合上不系统、专业上不精通，因而电子商务专业学生既不符合专业娴熟的当前要求，也不符合综合驾控的未来要求。正如中央财经大学电子商务教研室林政主任认为：“学生的精力有限，这么多的课程该如何设置，培养目标怎样才能更科学，一直是我们关注的问题。”

同样令人担忧的是，42.9%的电子商务专业非应届毕业生表示：虽然没有毕业，但是他们已经通过各种渠道了解到电子商务毕业生很难就业。电子商务专业的就业形势不仅为非应届毕业生蒙上沉重的就业压力与心理负担，而且他们已经考虑辅修其它专业或者建议考生不要报考电子商务专业。因此，如果不能扭转这种局面，未来中国电子商务人才梯队将会出现断档的局面。

培养与就业的严重脱离、职业发展前景渺茫还会造成高校电子商务专业失去学科发展的推动力、中国企业电子商务进程将受到人才缺乏“瓶颈”的制约。在欧美电子商务迅速发展并显著推动国家经济增长的国际形势下，中国电子商务行业却显现院校人才培养不力、专业人才信心缺失、企业缺乏优质人才的危险信号，这应当引起有关政府部门与社会各界的关注。

把问题摆出来

随后，部分媒体与网站发表了这份调查报告，引起了广泛反响。一种声音是：我们不能回避电子商务专业人才培养冒进与行业快速发展带来的复合型人才匮乏之间的矛盾，这有利于我们理清思路、渐进“突围”、厚积薄发。但是另一种声音却表示：这是漠视高校电子商务专业教育积极推进作用的“不和谐声音”，在目前我国电子商务整体环境不成熟、电子商务人力资源市场不稳定的情况下，起到“一言毁市”的副作用。

笔者认为，我国高等院校中开设电子商务专业或者电子商务方向的已经很多，设立电子商务系甚至电子商务学院的也必将越来越多，他们极大夯实了今后电子商务应用与发展的人才基础。

但是客观面对高校电子商务专业学生就业形势不喜人、就业前景不乐观的状况，不客气的说，如果拿数十万大学生的前程作“市”。笔者倒认为“毁”的晚了，“毁”的轻了，《电子商务专业学生就业情况调查》今后可能还要继续发布。

导致电子商务专业学生就业形势严峻、电子商务后备人才信心不强及未来人才可能流失，主要由于以下四个方面的问题。

师资严重缺乏。现有师资大多数从计算机、网络、管理、营销或其他专业调派，其知识储备大多来自以往出版的一些电子商务书籍，不够系统、不够深入、不够实用，由于师资大多没有电子商务实战经验，不少师资在从事电子商务教学时显得勉为其难；

培养方向模糊。许多培养机构不能清晰地界定其培养的电子商务人才将来的就业方向，多数培养机构提出了培养目标宽泛，以“万能”为应用目标的电子商务人才，但这并不符合中国企业目前对电子商务人才的专业、实用的需求；

课程设置欠佳。由于缺乏对电子商务在国际上领先应用、在中国企业实际应用的理解，课程设置的随意性很大，其问题主要表现在两个方面，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；

缺乏技能训练。现有高校电子商务教育的现状是：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、商务策划、项目实施都需要大量的动手训练，尽管这两年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都固化，事实上与书本教育并没有本质区别。

另外一个问题是：由于教师本身很少参与商业企业的实际运作管理，案例来源、案例讨论、创业指导、实习指导都受到了极大的限制。

教育市场也要细分

因此笔者建议，首先，激发高校教师的学术研究能力，引导他们向商务与技术结合的方向开展课题研究、组织教学内容及加强自身的知识储备；其次，在教学中引进企业人员，通过一线实战经验的传授，缩短高校学生毕业后适应工作岗位的时间。尤其建议在进行案例教学的过程中加入企业家或个人商人口述的案例分析；最后，借鉴国外培养电子商务人才的成功经验，例如：理论教学与案例教学相结合、小组讨论与项目实习相结合、人才培养与人才认证相结合等等。

另外，高校还应当根据企业的实际需求，为电子商务学科设计专业方向，一种方案是结合传统行业细分，比如，医药电子商务、媒体电子商务、汽车电子商务、地产电子商务等。

专业方向要围绕特定行业的企业对电子商务的需求专门设计。

高校学生可以在学习期间努力将自己的职业发展目标、专业知识积累、电子商务应用技能向该行业看齐。毕业生最起码在行业知识、行业电子商务应用方面具有丰富的积累及极强的感性认识，初次就业当然没有太大难度。当然，需要提醒的是，行业的选择应遵循宽窄适当、前景看好的原则。

也可以结合企业的岗位环节设置，比如市场营销方向的电子商务专业、客户服务方向的电子商务专业、供应链管理方向的电子商务专业等等。例如客户服务方向，一方面，E化程度很高的企业，客服工作对创造企业利润的贡献是较大的，而且往往依赖于电子化工具。亚马逊服务部门人数众多，也是最重要的部门之一。由于以前没有这类专业人员，客户服务方向的电子商务专业学生是经过系统训练的专门人才，擅长利用电子化工具创造顾客满意最大化，必定受到这类企业的青睐。

另一方面，传统企业不论行业，不论性质，都将越来越重视客户服务，电子化手段的使用，将大大提高服务的质量和效率。因此，除了具备传统意义上的客户服务知识与技能，客户服务方向的电子商务专业学生在面对这个人才需求量极大的岗位时，将会突显竞争力。这种专业素质将会为企业打造服务方面致胜的核心竞争力。

2024年11月27日，中国电子商务先锋资讯网举行了“电子商务职业发展问题专家交流活动”，笔者应邀与众多在校或业已毕业的电子商务专业学生及电子商务爱好者进行了热烈的在线交流。笔者发现，目前，电子商务专业学生及电子商务爱好普遍关心的问题是“电子商务职业发展的方向和定位”。对此，笔者认为：

第一，电子商务专业学生及电子商务爱好者应当建立职业感。这表现在：尽一切可能熟悉不同类型企业的传统商务运作流程及特点，从中寻觅能够与某些电子商务思想、电子商务技术结合的应用环节。还应当熟悉大量企业电子商务实施案例，用现代企业管理方法、网络技术、项目管理等方法论分析企业电子商务实施的成败经验教训。这样有助于建立商务寻求技术、技术推动商务相结合的职业敏感与职业素养。

第二，电子商务专业学生及电子商务爱好者应当具备独特性。应当形成自身的一个或多个优势。现在来看，对于很多企业而言，包括市场调研、市场策划、市场营销、国际贸易、IT服务、财务、行政等等在内的工作岗位都需要电子商务专业人才。除了具备全面的电子商务知识和系统的电子商务思想，应该在软件技术、网页技术、市场营销与国际贸易的知识及实践、生产管理、供应链管理、客户关系管理、项目管理、团队领导等方面拥有特长。年轻人在职业发展初期，必须做减法而不能做加法。定位过宽将会导致无所适从。

人才需求 迫在眉睫

回顾2024年，我国电子商务的快速发展再次印证了互联网巨大的潜力。一批极具特色的商务网站，如阿里巴巴、当当网、卓越网、淘宝网、易趣网等，在电子商务B2B、B2C、C2C领域成为一方霸主。IDC数据显示，近3年，亚洲电子商务销售额除日本外，将会以年均38％的速度增长，中国位居榜首，预计增速将高达年均61％。2024年8月28日十届人大第十一次会议审议通过《中华人民共和国电子签名法》，并将于2024年4月1日实施。这是我国第一部实际意义上的电子商务法律，为电子商务信息流、金融流和物流的发展提供了法律依据和法律保障，必将对我国电子商务发展起到极大的推动作用。

易观国际预测，中国电子商务的交易总额在2024年将激增至6200亿元人民币，因此，2024年我国电子商务将整体进入持续稳定增长的发展阶段。高素质、复合型的电子商务人才队伍建设迫在眉睫。

现在的国际贸易、商务活动越来越依赖网络技术开展，目前我国有10万左右国际贸易从业人员，大部分已经程度不一的利用电子化工具，但基本没有接受过系统的电子商务培训。今后5年，我国至少需要200万外贸人才，然而，中国每年经济类大学毕业生才13万，所以，有效利用网络技术的复合型外贸人才非常紧缺。

我国目前拥有大量从事国内贸易的生产型企业和服务型企业，统计显示：1100万中小企业中，已经有近1/4的企业开始尝试并越来越熟练运用电子商务工具。从与不同职位专业知识的结合来看，未来我国将缺乏能够结合市场营销、客户服务、生产管理、行政财务等多个领域的复合型电子商务人才。

新年伊始，回顾过去五年我们在电子商务专业人才培养方面的成败得失，必须明确：高校为中国电子商务人才梯队的打造进行了有益的探索，积累了丰富的经验；社会培训力量在满足企业实际需要、培养个性化电子商务人才方面获得了突出成就。我们希望高校与社会培训力量加强联系，实现理论培养与实战培养的强强合作；建议有关政府部门对企业引进、培养电子商务人才以提升核心竞争力加强政策引导与舆论宣传；呼吁学术机构、行业协会建立、完善统一的电子商务人才培养体系与评估体系。

背景说明：

广田国际电子商务研究中心()是江苏广田投资有限公司的项目机构，致力于电子商务领域的知识研究、开发，为社会各界提供网络贸易、数字化出口商机、供应链管理、IT服务管理、商业智能、信息安全等方面的咨询服务，同时提供多种相关的培训项目，为各行业培养电子商务领域的卓越人才。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找