



廣東工貿職業技術學院

GUANGDONG POLYTECHNIC OF INDUSTRY AND COMMERCE

电子商务专业特色建设调研报告

广东工贸职业技术学院

2017 年 5 月

目 录

一、调研目的.....	1
二、调研组织.....	1
三、调研背景.....	1
（一）行业产业现状及发展趋势	2
（二）同类专业建设情况.....	2
（三）我院专业建设基础.....	3
四、调研内容及分析.....	5
（一）电子商务标杆专业分析	5
（二）电子商务行业人才需求分析.....	6
（三）电子商务就业岗位分析.....	8
五、调研结论.....	11
（一）进一步加强校企合作	11
（二）突出跨境电商特色建设.....	11
（三）课程体系建设.....	13
（四）特色教材建设.....	13
（五）师资队伍建设.....	14

一、调研目的

高等职业技术教育坚持以就业为导向,为了适应珠三角地区产业经济转型对电子商务技能人才的需求,制定适合企业工作需求的高职院校技能人才培养方案;完善办学条件,构建以素质和能力培养为主线、基于工作导向、以项目课程为核心的专业课程体系和教学内容;建立校内实训和校企对接的实践教学体系,建成特色鲜明的教学体系;建设“双师”结构合理、“双师”素质过硬的教学团队;立足广州,打造具有自己鲜明特色的电子商务专业。我院电子商务专业开展了专业特色建设调研活动。

通过本次调研,了解国家示范性院校电子商务专业建设情况,收集和分析企业对电子商务专业学生的新需求,深入了解企业、行业对电子商务专业人才技能、知识等的基本要求,为电子商务专业人才培养目标、课程设置与开发、学生就业等提供有价值的参考信息,并结合我院的电子商务专业建设基础,制定我院电子商务专业特色建设的发展规划。

二、调研组织

委托方(甲方):广东工贸职业技术学院

受委托方(乙方):广州富竹软件科技有限公司

项目负责人:孙静

项目组成员:李波,廖晓虹,方文超,谷少永

三、调研背景

《国务院关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》(国发〔2015〕24号)提出:“到2020年,统一开放、竞争有序、诚信守法、安全可靠的电子商务大市场基本建成。电子商务与其他产业深度融合,成为促进创业、稳定就业、改善民生服务的重要平台,对工业化、信息化、城镇化、农业现代化同步发展起到关键性作用。”《广东省大力发展电子商务加快培育经济新动力的实施方案》中指出,“大力推进电子商务管理创新、市场创新、品牌创新和服务创新,加快建立规范、诚信、安全的电子商务发展环境,为大众创业、万众创新提供新空间,

积极打造国际电子商务中心，推动电子商务成为我省经济发展的新动力。”

（一）行业产业现状及发展趋势

当前，我国电子商务发展正在进入密集创新和快速扩张的新阶段，日益成为拉动我国消费需求、促进传统产业升级、发展现代服务业的重要引擎。具体而言，发展现状具有以下几个特点。

1、我国电子商务仍然保持快速增长态势，潜力巨大。

我国近年来的电子商务交易额增长率一直保持快速增长势头。特别是网络零售市场更是发展迅速，2015 年双十一天猫成交额 912.17 亿元，参与交易的国家 and 地区达到 232 个，更是让人们看到我国网络零售市场发展的巨大潜力。毫无疑问，电子商务正在成为拉动国民经济保持快速可持续增长的重要动力和引擎。2015 年，中国电子商务交易额达 15.8 万亿元，同比增长 30.4%。其中，B2B 交易额达 11.4 万亿元，同比增长 14%。网络零售市场交易规模达 3.8 万亿元，同比增长 35.7%。截止到 2015 年 12 月，中国电子商务服务企业直接从业人员超过 270 万人，由电子商务间接带动的就业人数，已超过 2000 万人。

2、企业、行业信息化快速发展，为加快电子商务应用提供坚实基础。

近年来，在国家大力推进信息化和工业化融合的环境下，我国服务行业、企业加快信息化建设步伐，电子商务应用需求变得日益强劲。不少传统行业领域在开展电子商务应用方面取得了较好成绩。十三五期间，我国发展面临资源环境约束增强，投资与消费比例失衡，产业结构不合理等重大问题，迫切需要进一步发挥电子商务在创新企业生产模式、提高产业组织效率、激发市场活力、优化资源配置等方面的积极作用。

3、跨境电子交易获得快速发展。

在国际经济形势持续不振的环境下，我国中小外贸企业跨境电子商务仍逆势而为，近年来保持了 30% 的年均增速。未来几年，跨境电商将成为电子商务市场中发展最快的领域。据中国电子商务研究中心(100EC.CN)监测数据显示，2015 年，中国跨境电商交易规模为 5.4 万亿，同比增长 28.6%。其中跨境出口交易规模达 4.49 万亿，跨境进口交易规模达 9072 亿。

（二）同类专业建设情况

目前，在广东省高职院校中，开设电子商务专业的院校超过 60 所，随着电子商务产业发展壮大，将会有越来越多院校开设电子商务专业。经过对这些开设电子商务专业的高职院校进行考察和研究后，发现许多高职院校所开设的电子商务专业培养了大量毕业生，能在一定程度上满足企业发展的需求，一些高职院校探索着具有示范性作用的专业建设，进行了有益的尝试，形成了具有高职特色的电子商务课程体系。但是更多的高职院校仍然片面强调招生规模，忽略了具有特色的专业建设，使得其毕业生难以满足社会的需要，存在着培养目标模糊、专业定位混乱、重理论轻实践、课程设置不合理等问题。

（三）我院专业建设基础

电子商务作为 21 世纪的新兴行业，受到国家的高度重视。学院领导非常重视本专业的建设和发展，专业建设累计投入近 300 多万元。学生人数从 2005 年开始招生两个班 89 人，增加到现在的校生 710 人，共 14 个班级。

1. 师资队伍力量雄厚，专兼职结构合理

专业现有专兼职教师 41 人，副教授或其他副高以上职称 7 人，专任教师中专业带头人 1 人，专业骨干教师 12 人，双师素质教师比例达 92%。团队教师除按质、按时、按量完成规定的教学任务外，大家积极参与科研、教研活动。近五年发表论文 30 篇，主持和参与课题 27 项。聘请了 19 名兼职教师，专兼职教师比例为 1.15:1。长期聘请来自行业企业的技术专家和企业兼职教师，充实到教学队伍，为本专业学生开设专题讲座、指导学生就业和顶岗实习以及毕业设计等课程，大大地增强了本专业的办学实力。

2. 校内外实践条件渐趋完善

共有校内实训室 12 间，占地面积 1416 平方米，设备总价值约 420 万元，能充分满足本专业教学实践需要；学校每年投入近 18.6 万元，保证对设备的维修和维护以及耗材的采购，确保实验设备完好率在 98%以上，保证实验开发率在 100%；由于网络设备更新快，近年来还陆续投入资金采购最先进的教学设备；通过与企业合作共建，目前共有紧密合作型专业实训基地 15 家。

3. 目前特色培育和实践能力

(1)跨境电商为引领的厂中校、校中厂。本专业积极探究人才培养模式，深入

进行校企合作,形成了以深圳网商集团跨境电商校中厂和广东骆驼服饰有限公司厂中校为代表的校企合作模式。经过几年的沉淀和积累,取得了显著的办学成果。目前有 15 家校外实习基地,全力培养企业满意的高素质技术技能型人才,毕业生就业率达到 100%。

(2) 创新创业教育模式化。我专业高度重视创新创业教育,经过几年努力,已将创新创业教育融入到整个人才培养方案中,在课程建设、实践条件建设、学生综合素质培养等方面均有较多成功经验,形成了以创新创业为驱动的人才培养模式。毕业生成功创业的比例逐步扩大,创业成功的概率逐渐提高。

4. 人才培养方案优化及课程改革

(1) 改革课程体系

依据电子商务领域和职业岗位(群)的任职要求,参照电子商务专业相关的职业资格标准,基于工作过程系统建立课程体系,多次对人才培养方案进行调整,进行课程教学改革。对课程内容的安排,也更加接近工作岗位和企业的实际需求。

(2) 建立课程标准

按照课程的性质,分别制定了核心课程标准 5 门,基础课程标准 6 门,拓展课程标准 7 门,共 18 门课标。

(3) 职业资格标准嵌入课程体系

将电子商务职业资格标准直接嵌入课程体系中,实施“双证书”教育,使职业资格标准与专业课程标准相衔接。具体包括阿里巴巴电子商务证书、广东省职业技能鉴定指导中心认证的电子商务员、助理电子商务师、电子商务师等。

(4) 开展教学模式改革,实施“课堂教学、上机实训、顶岗实习一体化”教学模式。

通过更新观念,开拓创新,探索出校企合作共建实训基地为双方培养人才的一体化教学模式。

5. 专业的人才培养质量、社会认可度及在同行的排名

近三年专业学生职业资格证书获取率超过 95%,学生就业质量明显提高。根据官方统计数据显示,2014 年专业毕业生初次就业率达到 98.94%,专业学生对口率达到 89.68%,平均起底薪 2558 元,均超过或接近广东省国家骨干院校平均

水平。用人单位对于毕业生的总体满意度三年来一直保持 100%，非常满意或满意度从 2012 年的 61.3% 上升 2014 年 95%。专业人才培养质量稳步提升，毕业生就业质量高，岗位适应能力强，受到了社会的普遍认可，得到了用人单位的普遍好评。同时学生对学校的满意度也逐年升高，2014 年麦克斯调查显示我专业毕业生对学校的整体满意度达 96%。

四、调研内容及分析

（一）电子商务标杆专业分析

福建信息职业技术学院开设电子商务专业比较早，2008 年，被福建省教育厅、财政厅、发改委确定为福建省首批示范性高职院校，2008 年 7 月，被教育部、财政部确定为“国家示范性重点培育的高等职业院校”，2010 年 11 月，被教育部、财政部确定为“国家示范性高等职业院校建设计划”骨干高职院校，并于 2013 年 11 月顺利通过建设项目验收。2014 年 11 月，学院作为首批试点院校，接受了福建省高等职业院校人才培养工作二轮评估；2016 年 2 月，被福建省教育厅、财政厅确定为福建省示范性现代职业院校建设工程 A 类培育学校。

学院商贸管理系现有教职工 45 人，副高职称以上教师 20 人，具有博士学位的教师 1 人，具有硕士学位的教职工 36 人。电子商务专业教学团队被评为“省级教学团队”。2007 年以来我系先后与阿里巴巴(中国)教育科技有限公司、百度福建营销中心、福建永辉集团、沃尔玛集团、用友软件股份有限公司福州分公司、泉州网圣信息技术有限公司福州站、福州君博贸易有限公司等合作开展“订单式”人才培养，组建“永辉班”、“用友班”、“阿里巴巴特色班”、“百度搜索营销订单班”、“商派·网圣订单班”等，聘请 50 多名经验丰富、实践操作技能强企业管理人员作为兼职教师参与课程开发、授课及实训(实习)指导。

综上分析，与福建信息职业技术学院等在电子商务专业建设方面有突出成效的院校相比，我院的电子商务专业在师资队伍建设、课程体系优化、校企合作和实训室建设等很多方面还有较大差距，需要我们在学习优秀案例和探究自身特色的基础上制定全面、细化的专业建设方案，并一步一个脚印地逐一落实。当然我们在校企

合作协同育人、跨境电商等方面也有自己的一些优势，只要充分发挥优势，努力寻找差距，迎头赶上，我们有信心把我院的电子商务专业建设成为充分体现自身特色的品牌专业。

项 目	福建信息职业技术学院电商专业	广东工贸职业技术学院电商专业
实训室建设	先后投入 800 多万用于实训基地建设，成功打造“省级实训基地”。	总计投入 420 万，目前正在申报省级实训基地。
社会服务	“全国信息化工程师(NCIE) 培训认证中心”、“阿里巴巴福建省电子商务人才培养基地”	
技能竞赛	全国性比赛特等奖 1 个、一等奖 23 个、二等奖 33 个、三等奖 27 个。	全国性比赛二等奖 1 个、省赛二等奖 2 个、三等奖 8 个。
教学团队建设	2 名学院教学名师，多名教学先进个人，“省级教学团队”。	申报学院教学名师，立项院级教学团队。
课程建设和立体化教学资源	校本教材、网络课程、课程答疑论坛、学生作业管理系统、练习和考试平台等教学资源应用成熟，专业群教学资源库正在开发并已取得成果。	1 门省级精品课程，5 门网络课程。没有电子商务教学资源库，没有网络课程教学平台。

（二）电子商务行业人才需求分析

1、电商人才需求总体状况

中国电子商务研究中心联合赢动教育发布《2013 年度中国电子商务人才状况调查报告》。报告显示，在被调查的企业中，属于业务规模扩大，人才流失率高，人才需求强烈的企业占 41.07%。在行业快速发展的背景下，继诚信和物流后，人才已经成为影响电商产业发展的瓶颈之一。

报告显示，随着国家对电子商务政策的升温，未来 5 年，我国 3000 多万家中小企业将有半数企业尝试发展电子商务，电子商务的人才需求更加趋紧。2013

年电子商务服务企业直接从业人员超过 235 万人。目前,由电子商务间接带动的就业人数,已超过 1680 万人。在被调查的企业中, 62.59%的电商企业表示,预计在 2017 年员工规模会有大的增长,企业会有大规模的招聘计划。

而从当前电子电子商务发展状况与趋势来看,电子商务属于新兴产业,人才存量不足,此外,电商行业增长快速,大量传统企业像电商转型,争夺有限的人才。电商人才远远无法满足企业需求。另一方面,目前电商人才流动性大,对电商企业造成了巨大的成本压力。电商行业知识更新快,传统的人才培养模式与电子商务快速更新之间产生了较大的矛盾。

2、调研企业分析

本次调研涉及的企业非常多,其中实地调研和走访的企业,以服装、日用品销售为主,企业电子商务销售额增长迅速,对电子商务人才的需求量巨大。

广东骆驼服饰有限公司成立于 2005 年,主要负责“骆驼”品牌在中国地区的发展、骆驼产品生产研发、线下实体店销售等综合业务。公司核心产品以高档真皮男鞋为主,兼营时尚休闲女鞋、男女皮包、皮带、户外运动服装,仅鞋类每季新款数量达上千款。

全权运营管理“Camel 骆驼”品牌发展。骆驼首家专卖店于 2005 年在北京成立,历经十余年发展,公司拥有 3600 多家线下实体店、专柜,全面覆盖一二线城市核心中高端群体,成为男鞋第一首选品牌。

2010 年 4 月, Camel 骆驼品牌率先进驻淘宝商城,宣告正式布局电子商务战略启动,“骆驼官方旗舰店”以更优惠的价格提供最新的款式为品牌号召力,迅速使更多消费者了解并深爱骆驼品牌,一举成为淘宝男鞋类目的优秀品牌!目前,骆驼已建立皮具店、户外店、男装店、女鞋店等线上渠道,各大销售平台均都涉及,成为传统行业翘楚全面触网的成功代表。

2015 年 11 月,我院电子商务专业在广州骆驼开展为期 20 天实训活动。在此期间,正是淘宝“双十一”期间,公司整体以 3.8 亿的单品牌销售额全网排名第 3,其中骆驼服饰旗舰店以 1.7 亿销售额居服饰品牌全网第一,居男鞋类目行业第一;骆驼户外官方旗舰店排名户外类目行业第一;骆驼女鞋旗舰店排名第一!这是骆驼品牌电商模式——类目广、精、深创新布局的成功表现。除在天猫

双十一中表现突出的男鞋、女鞋、户外之外，CAMEL 骆驼男装亦销售进入男装行业类目前 8。CAMEL 骆驼品牌最新收购的女装品牌小虫米子在没有任何官方流量仅仅依靠老顾客的购买力的情况下，销量亦突破千万，成为唯一一个进入双十一 top100 的女装 C 店。

而在公司电商销售获得巨大成功的背后，电子商务推广团队、美工团队、售前团队、售后团队付出了巨大的努力。公司对电子商务各就业岗位人才需求巨大。从公司经理处我们了解到，目前，公司电商人才缺口巨大，面临非常大的人才招聘难题，现在公司为了满足电商销售对人才的需求，跟广东地区多所院校开展了合作协议，目前在公司开展短期实训的学生就有上千人，即便如此，还是不能满足公司业务的需要，更何况，这些学生都不算是正式的员工，实训结束，学生一旦毕业，就会离开公司，寻找更好的机会，而整个电商行业对人才的争夺非常激烈。

从我们走访的其他几家企业如茵曼、曼秀雷敦的情况来看，也都存在类似的问题，电子商务发展快速，企业对电商人才的需求巨大。茵曼、曼秀雷敦在双十一期间，大量招聘了短期兼职和实训的学生。平时非促销期间，企业正式员工也是不够的，长期需要大量招聘兼职的在校生，来填补电商人才的需求缺口。

另外，从 2005 级——2010 级学生的反馈信息来看，近年来，随着电子商务的快速增长，毕业学生的就业状况非常乐观。2009 年、2010 年，学生刚毕业时，有近一半的学生没有选择从事电子商务相关的工作，但是，近年来，毕业生纷纷转岗从事电子商务相关的工作。从 2014 级学生就业情况信息来看，已经有超过 90% 的学生均从事电子商务相关岗位，专业对口比率非常高。

（三）电子商务就业岗位分析

本次调研，从信息收集、对企业的访谈和现场观察以及毕业生的反馈信息来看，电子商务专业主要就业岗位和职业技能要求如下表所示：

岗位名称	工作内容	知识、技能要求
网络运营	1) 负责公司在淘宝、天猫等网站的硬性广告投放，淘客等广告联盟的 CPS	1) 具备一定的传播知识和媒介运用经验；熟悉国内各

	广告合作； 2) 根据公司的产品属性和目标消费人群开展针对性的媒体分析评估，选择有效的广告投放渠道，促进销售业绩增长； 3) 根据预算和销售目标制定广告投放的策略和计划；制定网络广告投放的工作流程和工作规范； 4) 广告数据分析：对所有广告投放活动（包括 SEM、广告联盟、硬性广告、SNS 等）进行数据分析，及时提供数据报告，准确评估并指导整体媒体效果优化，以便管理者调整投放策略和执行节奏，保证投放效益最大化； 5) 竞争对手广告监测、分析和总结；建立本公司广告投放档案；	大中型网站的广告优势资源和合作模式； 2) 有很强的文字表达能力；具备较强的数据统计分析能力；具备强烈的目标感和责任感； 3) 熟练制作广告排期，熟悉广告素材审核提交流程； 4) 熟悉淘宝、天猫等电子商务平台网络营销者。
网站美工	主要从事平台颜色处理、文字处理、图像处理、视频处理等工作。 1) 主要负责网站、电子商城等相关产品照片的美化处理，和创意设计打动网络消费者的品牌形象宣传图、专题、促销宣传图等； 2) 结合商品的特性制作成图文并茂的，有美感、有很强视觉冲击力的图片，以提高销量。	1) 熟练运用 Photoshop； 2) 熟练运用 Coreldraw； 3) 具有良好的审美能力及色彩感觉，具备出色的理解力、沟通能力和组织协调能力； 4) 有强烈的事业心和开拓创新意识。
网站编辑	1) 全面负责信息和图片方面的产品的编辑、策划，熟练运用淘宝助理，拍拍助理等工具。能够根据淘宝关	1) 熟悉 DW 等网站编辑软件； 2) 掌握基本的图形编辑和

	关键词的搜索来优化产品标题命名; 2) 根据淘宝产品的上下架时间和产品推荐来维护产品。	处理软件; 3) 熟悉网站后台操作和管理。
外贸电商	1) 外贸平台运营操作, 包括产品上架, 优化, 定期更新公司产品; 2) 根据销售情况指定采购计划, 确保库存稳定; 3) 客户邮件回复, 提高客户满意度, 保持账号良好; 4) 负责市场信息的收集和分析, 开发热卖产品; 5) 制定销售计划和策略。	1) 熟悉电子商务和外贸 B2C 行业; 2) 熟悉速卖通, 阿里巴巴, ebay, amazon 外贸平台; 3) 良好的英文书写表达能力和沟通能力; 4) 熟练使用 office 办公软件; 5) 品行端正, 善于与人沟通, 良好的团队合作精神和高度的责任感; 6) 较强的抗压能力, 自动自发的学习和工作。
网络销售	1) 宣传产品, 通过网络邮件, 发布供求信息, 论坛发帖, QQ 交流、sns 推广、邮件宣传等网络宣传手段宣传产品; 2) 企业产品网站或服务网站管理与维护以及优化. 网站推广, 搜索引擎优化; 3) 与客户交流, 做好新老客户的交流沟通工作. 开发新客户, 维护老客户。	1) 信息收集能力; 2) 了解网站代码; 3) 熟悉网络营销基本知识; 4) 熟悉淘宝、天猫、阿里巴巴等平台操作。

五、调研结论

调研结果表明,随着电子商务的飞速发展,电子商务人才需求巨大,企业面临的电子商务人才缺口巨大。高职院校电子商务专业毕业生的就业岗位主要集中在一线基层岗位,如网站编辑、美工、网站推广、外贸电子商务专员、网络销售等。企业对电商人才的需求,对电子商务基本技能的掌握要求较高。但目前不少企业反映毕业生的实际工作能力还不能完全满足企业岗位要求。高职院校主要培养技能型人才,在人才培养目标、课程设置方面,需要适应社会、企业的要求。从目前我院电子商务专业的课程设置来看,本专业所设课程比较合理,如网络营销、网站建设、平面设计、现代统计技术、内外贸实训、网络数据库等,基本能满足企业电子商务相关岗位的要求。

(一) 进一步加强校企合作。应该突破前期学生单纯到企业参加实习工作的状况,要求企业进一步融入教学之中,除客服岗位外,在物流管理、商业摄影、网店美工、网店运营等方面,企业提出更多岗位要求,以及进一步参与到教学中。

(二) 突出跨境电商特色建设。加强引进跨境电商企业资源,推进校企合作,并在实施中不断优化,最终实现想从事跨境电商业务的学生,毕业即就业,校企无缝对接。

以互联网为载体的新型外贸业态——跨境电子商务将成为外经贸行业的增长亮点,批量培养相应人才迫在眉睫。跨境电子商务属于交叉性学科,既有国际贸易的特点,也有电子商务的特点。学校每年向企业输送大量的国际贸易专业和电子商务专业的学生。但是,兼具国际贸易和电子商务特征的跨境电子商务企业对人才的综合性需求较强。单一的专业可能无法满足企业对人才的需求。业界期待学校开设跨境电子商务专业,或调整课程体系,增加跨境电子商务的相关课程。我专业根据专业特色,加强跨境电商的调查与研究,形成了比较全面的人才培养目标、职业能力分析、相对应的课程与实践环节,并与企业共同开发了阿里巴巴国际站、外贸营销实务、跨境电商出口方向培训等相关课程。

为了保证主要实践教学环节的顺利进行,在现有实训条件基础上,继续充实实训基地内容,完善功能,建立起以完成电子商务基本技能训练、综合技能训练、岗位技能训练、研究性学习和服务教学科研、服务产业开发为目标的实验实训基

地体系，在实训条件、功能发挥、技术先进程度上与本专业发展相适应，将其建设成为技术领先、生产环节完整的实践教学场所，使电子商务专业校内生产性实训的比例达到 70%以上，使该专业学生取得“双证书”的比例达到 100%以上。同时又能够发挥区域职业技能培训与鉴定、产业示范、科学研究与技术开发以及社会服务等功能，承担相关技术培训任务，对周边地区及相关职业院校起辐射、示范和带动作用。

1、完善校内电子商务实训基地建设

按照电子商务主要岗位，将实训基地分为运营、美工、客服、推广、摄影、跨境电商、创新创业七个部分，在现有基础上，高水平、高科技含量地建设多功能实训基地，将基地建设成一流的集实训教学、岗位技能培训、职业技能鉴定和社会化服务融为一体实训中心。校内基地能同时满足 300 名学生从事相关营销和管理岗位的职业能力培养。

2、强化校外顶岗实习基地建设

校外实习基地建立“企业为主、学校参与、共建双赢”的管理运行机制，构建校外实训基地长期运行的互动机制、激励机制、保障机制、约束机制，实现校企双方的深度结合。目前已建立广东汇尚商贸有限公司客服实训基地、广州爵凰商贸有限公司电商推广运营实训基地、广东骆驼服饰集团有限公司客服实训基地等 15 家紧密合作的基地，预计可增至 37 家，使学生顶岗实习时间累计达 6 个月以上。

成立由校企双方成员共同参加的基地运行管理小组，校企合作编写顶岗实习指导和管理手册，建立校企双重管理制度，对学生实习期间的工作态度、工作业绩、业务学习、安全等方面实行严格管理考核。

3、推进跨境电商产品和服务自主研发

在校内和校外实习基地建设顺利开展的基础上，加强校企合作，充分发挥跨境电商的资源优势，鼓励和带动学生自主创业；建立健全跨境电商创业制度和流程，加强管理，完善体制；借助学院测绘专业优势资源，带动学生自主研发专业产品和服务模式，将跨境电商做到实处，使学生掌握其操作流程和运营技巧，为社会输送合格的跨境电商人才。

（三）课程体系建设

利用专业优势，将创新创业教育融入到课程体系、教学方法、创新创业实践等方面。力争将创新创业教育融入到整个人才培养方案中，在课程建设、实践条件建设、学生综合素质培养等方面均取得一定进展，使得毕业生成功创业的比例进一步扩大，创业成功的概率逐渐提高。

针对网店客服、网店推广、网店运营、网店美工等四个职业岗位群所需的职业道德、知识和能力构建课程体系。在“以能力为本位”课程观指导下，立足于学生综合素质的发展，以培养应用能力为主线，着力寻求基础课程和专业课程以及拓展技能的相关课程协调开发的平衡点，突出职业性，把技能、知识、态度有机结合，将能力标准转化为课程目标；重组教学资源，培养“职业道德好、专业技能强、发展后劲足、综合素质高”的新型电商技能型人才。

根据岗位能力要求和岗位标准构建以网络营销、网店运营、电子商务实务、网店美工与图片处理为主的主干课程基本框架，与其他辅助课程灵活组合，更好地服务于专业主干课程；加之拓展知识和视野的选修课程补充和完善课程体系，从而构建一个科学、合理的课程体系。

以电子商务专业岗位核心能力和综合素质培养为重点，构建能力模块课程体系。以高技能应用性人才培养为主线，校企合作、行业合作，全员参与，打造工学结合的优质专业核心课程。

- 网络营销。教学内容紧跟电子商务产业的最新发展，及时更新授课内容，根据产业发展的实际需要，增加最新运营手段讲述、运用。
- 网店运营。根据网络营销基本理论，加强网店日常运营和网店推广等内容。
- 电子商务案例。解决电子商务发展、网店运营、网店推广、网店客服等实际案例存在问题以及如何应对。
- 网店美工与图片处理。学习图片处理的技术，网店图片处理的规则 and 实际图片的修饰等内容。
- 新课程开发。随着跨境电商产业的发展，拟开发《跨境电商平台操作》等相关配套的新型实践课程。

（四）特色教材建设

按照高职教育的特点和规律，制定课程教学大纲，改革课程教学方法与手段，完成课程电子教案和多媒体课件，实现教材的优化配套，积极组织编写电子商务技术专业系列教材（重组教材、实训教材、新开发教材），制作多媒体教材。

建设 2 门特色教材，特色教材重点突出本专业特色，充分体现电商发展的新趋势、新技术、新成果，强调教材内容的实用性、先进性、通俗性，实现纸质教材、电子教案、多媒体课件、网络教材配套，形成立体教材。

（五）师资队伍建设

以学科建设为龙头，以教学、科研建设为中心，坚持“提高学历层次”和“充实双师型人才”的培养原则，实行“双师、双向”的策略，加大人才引进和培养力度；以建设结构合理的师资队伍为基础，以培育学科带头人为龙头，以提高教学水平为主导，分期分批投入经费，建设一支年富力强的培养教育、科学研究、服务地方经济建设的师资队伍。

1、创造条件并提供经费，鼓励青年教师报考攻读博士学位、获取各种与行业相关的高等级的资格从业证书，以及参与各种高规格的学术交流、培训活动、国内外高校的交流活动等。努力创造教师到境外培训、实习的机会。

2、从国内外高校及科研机构引进具有丰富教学和科学研究经验的高学历、高职称的“双师型”人才充实专业教师队伍。促进本专业学术创新团队和师资队伍国际化的建设。同时完善和加强外聘教师的任用与管理制度。

广州富竹软件科技有限公司

2017.05.23