

高职电子商务专业 教学标准构建研究

周茂东 张福堂 杨军 谢金生 张洁清 著

新出图证(鄂)字 10 号

图书在版编目(CIP)数据

高职电子商务专业教学标准构建研究/周茂东 张福堂 杨 军 谢金生 张洁清
著,一武汉:华中师范大学出版社,2013.12

ISBN 978-7-5622-6455-2

I. ①高… II. ①周… III. ①电子商务—课程标准—研究—高等职业教育

IV. ①F713.36-42

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 305826 号

高职电子商务专业教学标准构建研究

©周茂东 张福堂 杨 军 谢金生 张洁清 著

责任编辑:卢格蕙 刘晓嘉

责任校对:王 胜

封面设计:甘 英

编辑室:高校教材编辑室

电话:027—67867364

出版发行:华中师范大学出版社

社址:湖北省武汉市珞喻路 152 号

邮编:430079

销售电话:027—67863426/3280(发行部)

邮购电话:027—67861321

传真:027—67863291

网址:<http://www.ccnapress.com>

电子信箱:hscbs@public.wh.hb.cn

督印:章光琼

印刷:武汉理工大印刷厂

开本:787mm×1092mm 1/16

印张:10.25

字数:208 千字

版次:2013 年 12 月第 1 版

印次:2013 年 12 月第 1 次印刷

印数:1-1000

定价:20.00 元

欢迎上网查询、购书

敬告读者:欢迎举报盗版,请拨打举报电话 027—67861321



前 言

2010年,广东省教育厅在成功组织中英职业教育合作项目数控技术专业和汽车运用技术专业课程体系改革研究与实践的基础上,为进一步推动高职教育教学改革,又启动了包括高职教育机械类、机电类、会计类、建筑类、艺术设计类、文秘类、电子商务、国际贸易、物流管理、旅游管理、计算机等16个高职专业的专业标准与课程标准研究项目(粤教高函〔2011〕52号文)。“高职教育电子商务专业标准与课程标准的建设与实践”研究项目(GZZD 2011013)由广东女子职业技术学院牵头,参与研究的有顺德职业技术学院、广州民航职业技术学院、广东科学技术职业学院、广东农工商职业技术学院、松山职业技术学院、广东外贸职业技术学校、广东商业职业技术学校7所院校。此外,广东省电子商务协会、广东省网商协会和部分电子商务应用企业也参与了项目的研究工作。

广东女子职业技术学院电子商务专业是广东省高职高专教育示范性专业,2011年被确定为中央财政支持的“高等职业学校提升专业服务产业发展能力”重点建设专业。由于专业教学标准和课程标准建设是专业内涵建设的一项重要内容,也是提升专业服务产业发展能力的一项基本要求,因此,电子商务专业的教师十分重视研究制定中、高职衔接一体化专业教学标准和课程标准,积极推进中、高职衔接课程改革试点工作,在项目研究和实践中付出了极大的努力。

本项目根据《珠江三角洲地区改革发展规划纲要(2008—2020)》提出的要“进一步确立珠江三角洲地区的国际电子商务中心地位”的目标要求,以理论作指导,以调研为基础,以实践为检验标准,以广东省电子商务专业为主要研究对象,旨在总结广东省高职电子商务专业教学改革实践经验,研究制定广东省电子商务专业教学标准和课程标准,准确定位人才培养目标,努力构建中、高职衔接的电子商务职业教育课程体系,实现高职电子商务专业管理的规范化和科学化,不断提高电子商务专业的教育教学质量和办学水平,进一步推动广东省职业教育教学向更深层次发展。

在项目研究中,我们力求体现以下几个特点:一是职教体系特点。从构建职业教育体系的高度出发,建立体现中、高职衔接,形成从技能型人才到高端技能型人才再到复合型、创新型人才的职业教育体系。二是区域特点。研究总结广东省现代服务业发展的特点和需要,从就业岗位、人才培养目标等方面进行分析,形成体现区域特点的电子商务专业人才培养方案。三是层次特点。吸收全省中职和高职院校电子商务专业的建设成果,从全省层面构建对各院校有一定指导作用,且有可拓展性的专业标准和课程标准。



四是专业特点。通过认真研究面向现代服务业的电子商务专业的内在规律和自身特点,构建体现电子商务专业特点的中、高职衔接的专业教学标准和课程标准。

项目历时三年,经过调研和分析,我们了解了广东省电子商务在中小企业应用的基本情况,企业对电子商务人才的需求;弄清了电子商务的就业岗位群和相应的主要工作任务以及对相关就业人员的知识、能力和素质要求;掌握了我省中、高职电子商务专业的开设情况。同时,通过比较研究和文献分析,在学习借鉴国内外职业教育理念和成功做法的基础上,厘清了专业教学标准和课程标准的建设思路,制订了广东省高职电子商务专业教学标准和专业核心课程的课程标准;研究制订了中、高职衔接电子商务专业人才培养方案,并在部分院校合作开展了“三二分段”的中、高职衔接电子商务专业人才培养试点。

高职专业教学标准的制定在我国还没有成熟的经验可以借鉴,本书作为项目的研究成果必定会存在许多不足甚至谬误,敬请专家和读者批评指正。在书稿撰写过程中,参考并引用了大量的文献资料,在此要向这些文献资料的作者表示深深的谢意!

还要感谢广东省教育厅吴念香调研员和广东省教育研究院李海东主任长期以来对项目工作的指导,感谢广东省电子商务协会和广东省网商协会对项目工作给予的支持,感谢各兄弟院校领导和广大教师提供的帮助,感谢项目组每一位成员的辛勤劳动!

项目团队的主要成员罗闻泉、朱立伟、陈义文、苑毅、佟松林、肖离离、周红、詹益生、钟志峰、陈永遥、魏巍等也参加了本书部分内容的编写工作,在此一并表示感谢!

“高职教育电子商务专业标准与课程标准建设与实践”项目组负责人:周茂东

2013年9月



目 录

前言	1
第一章 广东高职电子商务专业人才需求调研分析	1
一、调研背景	1
二、调研内容	3
三、调研对象	4
四、调研分析	5
五、结论与建议	15
六、不足和需要继续完善的方面	19
第二章 广东省中、高职电子商务专业办学状况调研分析	20
一、广东省高职院校电子商务专业办学状况	20
二、广东省中职学校电子商务专业办学状况	33
第三章 我国高职电子商务专业人才培养比较研究	39
一、高职电子商务专业人才培养目标定位比较研究	39
二、高职电子商务专业人才培养模式比较研究	43
三、高职电子商务专业课程体系构建比较研究	49
四、高职电子商务专业核心课程建设比较研究	58
第四章 职业能力与职业能力标准	69
一、职业能力与职业能力标准概述	69
二、外国的职业资格制度与职业能力标准	77
三、我国电子商务职业技能标准	90
第五章 职业教育专业教学标准的制定	94
一、标准与职业教育专业教学标准	94
二、职业教育专业教学标准的内涵与基本特征	97
三、职业教育专业教学标准基本框架体系与制定原则	99
四、专业教学标准与国家职业标准对接分析	104
五、高职电子商务专业教学标准的制定	108
第六章 职业教育课程标准与课程开发	118
一、职业教育课程标准	118
二、职业教育课程开发	127



三、电子商务专业核心课程标准的制定·····	135
第七章 广东省不同层次电子商务人才培养衔接研究·····	141
一、广东省各层次电子商务人才培养目标与规格·····	141
二、广东省各层次电子商务专业教育内容与要求·····	146
三、广东省各层次电子商务专业知识体系框架·····	149
四、基于职业标准的中、高职教育衔接改革·····	151
主要参考文献·····	154
附录 高等职业学校电子商务专业教学标准（试行）·····	155

第一章 广东高职电子商务专业 人才需求调研分析

一、调研背景

近年来,在互联网宽带技术迅速普及的背景下,国际上的电子商务市场保持了高速增长态势。以美国为首的发达国家仍然是世界电子商务的主力军,而中国等发展中国家电子商务异军突起,正成为国际电子商务市场的重要力量。

在我国,党中央、国务院高度重视电子商务的发展,在《国民经济和社会发展的“十二五”规划纲要》中明确要求“积极发展电子商务,完善面向中小企业的电子商务服务”。温家宝总理在政府工作报告中指出“要积极发展电子商务、网络购物等新型服务业态”。2012年3月27日,工业和信息化部制订和发布了国家《电子商务“十二五”发展规划》,强调继续推进电子商务应用的普及与深化,推动以第三方电子商务交易平台为主体的电子商务服务业的规范与可持续发展,大力促进电子商务自主创新,加快电子商务支撑体系建设。

近年来,特别在“十一五”期间,电子商务快速发展,已经成为我国重要的社会经济形式和现代流通方式,广泛深入地渗透到生产、流通、消费等各个领域,改变着传统经营管理模式和生产组织形态,在增强国民经济发展活力、提高社会资源配置效率、促进中小企业发展、带动创新就业等方面发挥了重要作用。中国电子商务保持了持续快速发展的良好态势,据统计,2010年电子商务交易总额达到4.8万亿元,2011年达到6.4万亿元,2012年达到8.1万亿元。而国家《电子商务“十二五”发展规划》指出,到2015年电子商务交易额将翻两番,突破18万亿元,其中,企业间电子商务交易规模将超过15万亿元^①(见图1-1)。电子商务发展的内生动力和创新能力日益增强,正在进入密集创新和快速扩张的新阶段。

广东省的电子商务发展水平居全国前列。2010年,广东省互联网普及率为55.3%,网民规模达到5324万人;网络购物达1927万人次,占网民总数的36.2%;手机网民数量达3881万人,上网比例达72.9%,高出全国平均水平6.9个百分点;电子商务交

^① 中国电子商务研究中心.2013年(上)中国电商市场数据监测报告核心数据[EB/OL].<http://www.100ec.cn/detail-6121048.html>.

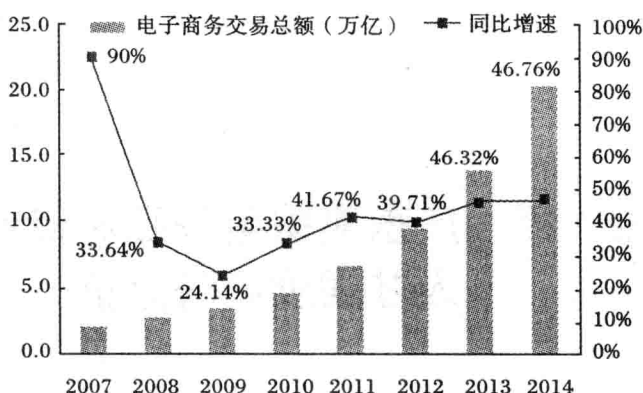


图 1-1 2007—2014 年中国电子商务交易总额及增速

来源：中国电子商务研究中心，2013 年（上）中国电商市场数据监测报告核心数据。

易额规模不断扩大，2010 年达到 8000 亿元，2011 年突破 1.12 万亿元，2012 年更达到 1.5 万亿元。

中国电子商务的快速发展，凸显出电子商务人才的严重短缺。根据国家工商局统计，中国登记在册的电子商务企业已达到 1000 多万家，其中大中型企业就有 10 万多家，以每家大中型企业需要引进一名电子商务人才来计算，就需要 10 万名，可见中国企业对电子商务人才潜在的需求是极其巨大的。另外，据专家预计，国家未来 10 年将有一万亿资金投入电子商务、电子政务项目建设中，由此将会引发超过 200 万的电子商务、政务方向的软件开发人才缺口。中国目前包括高校和各类培训机构每年输出的电子商务人才数量不到 10 万人。从目前的供需比例来看，市场上从事电子商务开发人员的数量和质量远远不能满足需求。据中国电子商务协会人士称，未来数年内，中国的 B2B 企业对企业的网络营销市场将呈现超过 100% 的高速增长，65% 的中小企业急需电子商务人才，供需之间将出现惊人缺口。因此，人才的缺乏将是中国发展电子商务的瓶颈问题之一。

随着电子商务的快速发展，电子商务方面的人才需求量日益增大，因而使得电子商务专业在我国迅速发展。通过对中国最大的综合教育门户——中国教育在线网站高考志愿填报参考系统的查询，截至 2012 年 5 月，全国有 992 所高校开设了电子商务专业或专业方向（其中 339 所高校开设电子商务本科专业，653 所高校开设电子商务专科专业），电子商务已成为我国高等教育专业建设中发展最快的一个专业。而在广东省的 132 所高校中，开设电子商务专业的学校有 65 所，其中本科专业有 19 所，专科专业有 46 所（见表 1-1）。经过对广东省高职专科类 25 所院校电子商务专业的人才培养定位分析，发现 96% 以上的本专业培养沿袭了自 2000 年开设电子商务本科专业以来的人才培养模式，存在培养目标不清晰、课程设置不合理、实践教学体系不完善等诸多问题，这些问题使得当前我省电子商务人才“眼高手低”、“纸上谈兵”，出现学用脱节、就业困难局面，大大限制了本专业的发展。



表 1-1 开设电子商务专业的院校统计

	电子商务本科专业	电子商务专科专业	合计
全国	339	653	992
广东省	19	46	65

来源：中国教育在线网站 www.eol.cn。

鉴于目前广东省电子商务专业人才培养的状况，广东省教育厅在 2010 年度广东省高等教育教学改革项目中，专门立项了电子商务、国际贸易、旅游管理、计算机网络等 16 个高职类热门专业的专业标准研究项目。由广东女子职业技术学院牵头，顺德职业技术学院、广州民航职业技术学院、广东科学技术职业学院、广东农工商职业技术学院、松山职业技术学院、广东外贸职业技术学校、广东商业职业技术学校 7 所院校参与的“高职教育电子商务专业标准与课程标准的建设与实践”研究项目（GZZD2011013），其主要目的就在于总结广东省高职电子商务专业教学改革实践经验，研究制定广东省电子商务专业教学标准和课程标准，准确定位培养目标，合理设置课程，完善实践教学体系，努力构建中、高职衔接的电子商务职业教育课程体系，实现高职电子商务专业管理的规范化和科学化，不断提高电子商务专业的教育教学质量和办学水平，进一步推动广东省职业教育教学向更深层次发展。

对广东省高职类电子商务专业人才培养开展社会调研，是广东省高等教育教学改革项目“高职教育电子商务专业标准与课程标准的建设与实践”研究计划中的重要部分。

二、调研内容

广东省高职类电子商务专业人才培养的社会调研主要有以下四个方面的内容：

1. 对中小企业电子商务的应用状况的调研

主要通过企业走访、发放调查问卷和召开企业专家座谈会的形式开展调研，共走访了 10 家企业，发放调查问卷 68 家，在广东省网商协会和顺德职业技术学院各举办 1 场企业专家研讨会。了解了目前广东省中小企业的数量及所有制形式构成，企业开展电子商务的状况及规模，企业对电子商务人才学历层次和能力层次的需求，企业对电子商务开展的态度和对未来电子商务发展的预测等，据此探讨中、高职电子商务专业培养目标定位、办学规模确定和课程体系的形成。

2. 对电子商务专业毕业生就业岗位的调研

通过对毕业生的跟踪调查、企业走访和网络搜索等多种形式开展调研，共回收往届电子商务毕业生调查问卷 112 份（广州民航职业技术学院毕业生 20 人，广东女子职业技术学院 20 人，广东商业职业技术学校 24 人，顺德职业技术学院 30 人，松山职业技术学院 18 人），走访不同类型企业 10 家，记录不同类型企业（分别选取生产型、贸易型和服务型企业）相对应的电子商务岗位名称、工作流程（过程）以及往届毕业生所获得的对应电子商务岗位。因为企业类型的多样性与电子商务岗位名称的随意性，我们将记录下来的岗位名称，通过工作任务、工作流程的比对，参考英国、德国的模式，加以综合分析研究，总结出适合于我省当前经济发展需求的中、高职电子商务工作岗位及岗位层级。



3. 对电子商务专业人才应具备的知识、能力及素质的调研

通过企业走访、发放调查问卷、召开企业专家研讨会等形式开展调研,共走访了10家企业,发放调查问卷68家,举办2场企业专家研讨会。我们根据调研所得总结出对应不同层级不同岗位电子商务人才应具备的知识、能力和素质,形成体现生产服务第一线用人单位的真实需求、具有一定层级关系的电子商务专业知识能力模块库,用以指导制订中、高职衔接的电子商务人才培养方案,确定人才培养目标,设计教学内容,制订课程标准和形成课程体系。

4. 对电子商务岗位工作过程和典型工作任务的调研

课题组设计了《电子商务工作岗位及工作流程调查表》、《电子商务典型工作任务与职业能力调查表》和《电子商务专业主要就业岗位与层级调查表》三个面向企业的访谈调查表,通过对企业的调研和对电子商务专家(包括电子商务协会、职业院校和企业专家)的访谈,掌握了电子商务的典型工作任务。经过分析和研究,我们将典型工作任务转化为学习领域,基于工作过程来开发专业课程,每个学习领域形成1~2门专业课程,构建以职业能力为本位、以工作任务或项目为载体的课程和课程体系,同时规范课程教学的基本要求,改革教学方法和手段,融“教、学、做”为一体,强化学生能力的培养,旨在切实提高课程教学质量。

三、调研对象

1. 中小企业(已开展电子商务)

(1) 调研对象的选择:广东星外星文化传播有限公司、广州苏锐科技有限公司、广州思源供应链管理有限公司、广州老伙计信息科技有限公司、佛山市圣托信息科技有限公司(圣托网)、掌上联盟(掌上顺德)、广东凯乐斯光电科技有限公司、广州赛普电子科技有限公司、佛山市动易网络科技有限公司、小冰火人网络科技有限公司等78家企业(走访10家,回收调查问卷68家)。

(2) 调研对象的选择说明:为了调研数据具备普遍性、典型性和代表性,本课题调研的电子商务企业类型统计如表1-2所示:

表 1-2 调研的中小企业类型

所有制形式			行业性质			规模		
国有	私营	其他	生产型	贸易型	服务型	50人以下	50~200人	200人以上
15	50	13	16	41	21	29	22	27

(3) 调研的主要内容:电子商务应用状况、工作岗位、工作流程、岗位能力。

2. 往届毕业生(电子商务专业)

(1) 调研对象的选择:广州民航职业技术学院、广东女子职业技术学院、广东商业职业技术学院、顺德职业技术学院、松山职业技术学院。

(2) 调研对象的选择说明:从本课题的成员组成单位中选择广州、顺德、韶关等不同地域的院校,同时既有高等职业院校,又有中等职业学校,具有普遍性和代表性。

(3) 调研的主要内容:就业状况、人才培养、工作岗位。



3. 行业协会

广东省电子商务协会、广东省网商协会。

四、调研分析

(一) 中小企业电子商务应用的问卷分析

1. 被调查企业的组成 (见图 1-2、1-3、1-4)

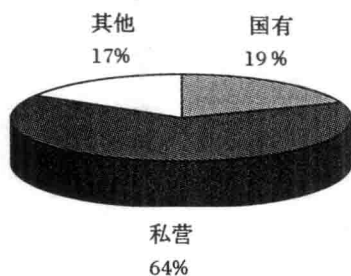


图 1-2 企业性质

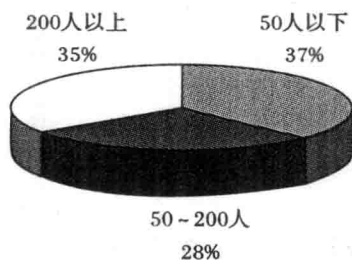


图 1-3 企业规模

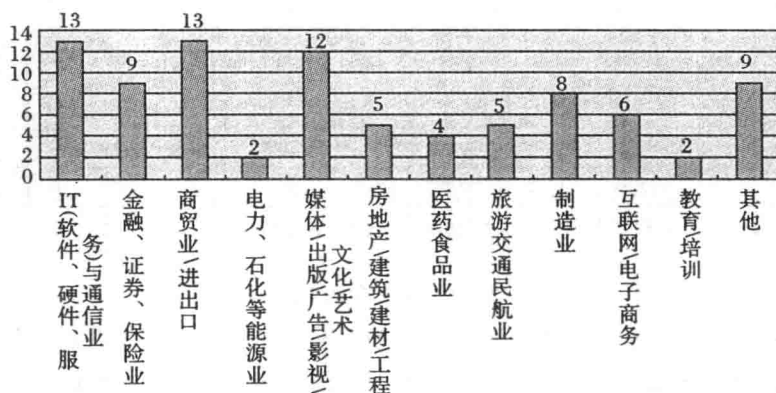


图 1-4 所属行业

企业性质除了“国有”和“私营”以外，“其他”主要包括港澳台及外商独资、中外合资、股份制等。

2. 企业电子商务应用项目 (见图 1-5)

从图 1-5 可以看出，传统企业在电子商务应用中看重的还是信息发布和网上销售，当然这也是电子商务能实现的最重要的目标。一个传统企业走上电子商务应用的最初阶段，首先就是在网上发布信息，达到一定程度后，对于网上销售才开始有迫切的需求，这也是为什么发布信息所占比例比网上销售要高的主要原因。从图 1-5 也可以发现，应用搜索引擎营销的企业在被调查的 78 家企业中只有 2 家，占总数的 2.6%，这说明企业对搜索引擎营销存在很大的认识不足和技术上的准备不足。事实上，近几年搜索引擎营销 (SEM, Search Engine Marketing) 越来越火，其方式就是利用用户使用搜索引擎检索信息的机会，尽可能将营销信息传递给目标用户，中小企业已逐渐认识到网络营销给销售业绩带来的巨大作用，从本书后面的电子商务岗位分析中我们也会看到，网络推广



的岗位在很多电子商务企业中必不可少，其实，搜索引擎营销也就是网络推广的一部分。

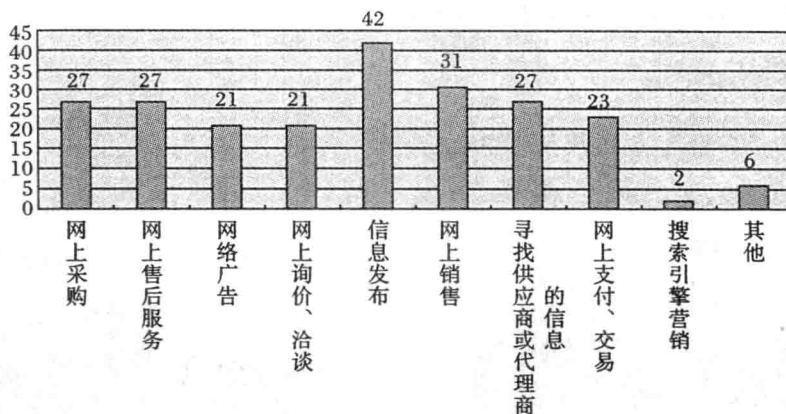


图 1-5 电子商务应用项目

3. 企业对电子商务平台的选择（见图 1-6）

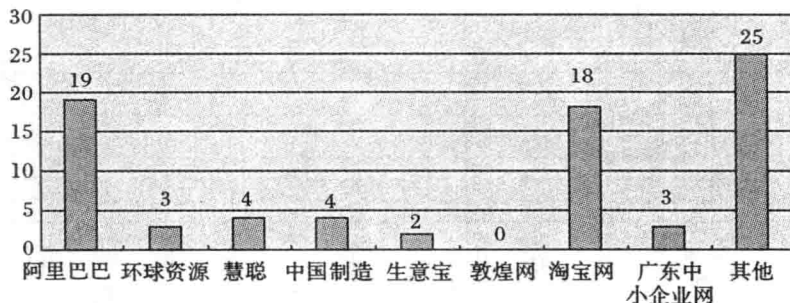


图 1-6 电子商务平台

广大的中小企业在选择开展电子商务业务平台时，阿里巴巴、淘宝网和其他这三项遥遥领先于其他电子商务平台，选择阿里巴巴、淘宝网无可非议，它们是当前国内最知名、也是应用最广的 B2B 和 C2C 平台，而其他平台得票数为什么最高？我们通过访问企业以及电子商务协会工作人员，分析原因为该道问卷题目遗漏了京东商城、亚马逊、当当网等知名电子商务平台，再加上企业自己开发的独立电子商务交易平台，所以其他这一选项得票数最高。

4. 企业希望招聘的电子商务人才学历层次（见图 1-7）

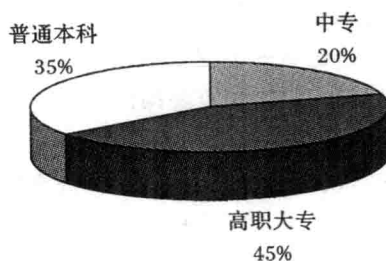


图 1-7 电子商务人才学历层次



在调查的中小企业中, 45%的企业希望招聘高职大专的电子商务人才, 居第一位, 其次是普通本科, 再次才是中专。这说明高职教育培养的高端技能型人才, 其层次介于培养技能型人才的中专与培养复合应用型人才的本科之间, 最受中小企业的欢迎。

5. 企业认为电子商务人才的计算机应用能力应达到的水平 (见图 1-8)

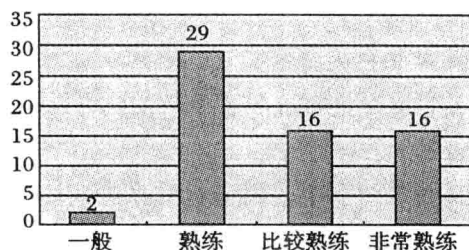


图 1-8 计算机应用能力

一直以来, 电子商务专业在开展专业建设时, 对到底是偏重计算机应用技术还是偏重商务、营销类知识的传授, 有一定的争论。现在站在企业用人单位的角度来看, 在“一般、熟练、比较熟练、非常熟练”这四个选项或者说四个熟练等级的选择中, 企业毫不犹豫地选择第二等级的“熟练”, 选择比例远高于“比较熟练”和“非常熟练”, 这充分说明对电子商务专业人才培养时, 计算机应用能力强用就行, 不必追求全面和高端, 也给我们办学提出警醒: 电子商务专业没有必要开设过多、过深的计算机类课程, 如果把电子商务专业当成计算机应用专业来办, 那就完全办错了方向。

6. 企业认为电子商务专业毕业生在实际工作岗位中突出的问题 (见图 1-9)

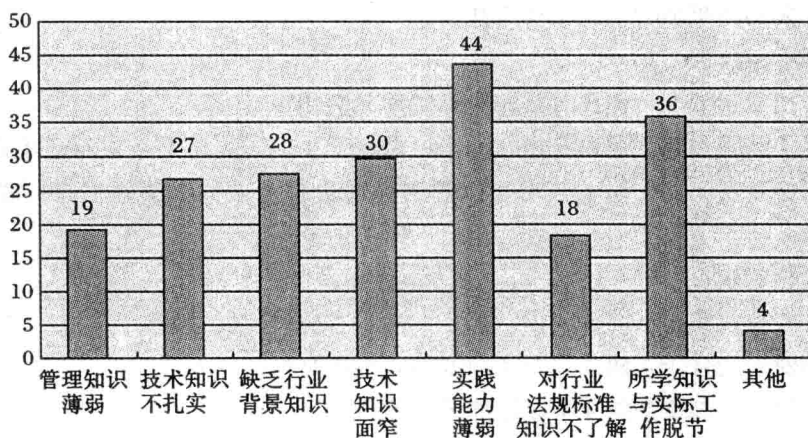


图 1-9 电子商务毕业生存在的问题

企业对我们培养的电子商务专业人才的抱怨主要体现在两个方面: 一是毕业生的实践能力普遍薄弱; 二是所学知识与实际工作需求脱节。实践能力薄弱的问题, 可以通过增加实训设备、加大实训课时比例、加强实践教学师资培养和实训基地建设来解决。而所学知识与实际工作需求脱节的问题, 则要通过加大企业调研的力度、加强校企合作、开发专业课程和实训项目、修订人才培养方案和调整专业课程体系来逐步加以解决。



7. 企业对中、高职院校电子商务专业人才培养的其他建议

(1) 加强实践教学方面:

①一定要注重实践能力的培养,因为在文凭上与其他本科院校比没有竞争优势。在课程开设方面,要注重理论联系实际,并且利用学校的资源,尽可能多地为学生创造实习机会,提高实战水平。

②寒暑假多参与电子商务平台岗位的实习。

③多组织学生在企业实践,培养独立处理问题的能力,不要一味考证。

④提前进入企业实习。

⑤加强针对性,提高实操性,在学习理论知识的基础上,大幅度增加实训、实践课程,提高人才的实用性。

⑥希望能够理论和实践相结合,对于这个专业的学生来说实践多一点比较好。培训单位最好能给他们提供更多的实践学习机会,实践才是硬道理。

(2) 综合素质培养方面:

①不要只想着培养技能,先要想好怎么培养一个人。世界从来不缺少技能,缺少的是那些有独立思考能力、有独立精神的人。企业最渴求的也是这样的人才。

②社会承受能力、表达能力、环境适应能力有待加强。

③需要培养以下几种能力:

- 企业运营管理、基层管理能力;
- 对人认识和判断能力(社交能力);
- 扎实的动手能力和逻辑思维能力。

④对学生的建议:

- 不用学得太深,但要自己完全理解而且会用;
- 多实际操作,从简单开始,一定要锻炼动手能力,而不是靠死记硬背;
- 不必要考太多无用的证书,倒是需要增长自己面试和谈判能力,多参加课外活动。

⑤对学校的建议:

- 完善校内实验室综合实训,抓好学生基本操作技能培养;
- 加强校企合作,建立校外实训基地,实现订单式培养;
- 组织学生参加技能竞赛,培养综合能力;
- 鼓励学生自主创业,以实际行动锻炼学生能力。

⑥需要找到真正有水平的人才,而不是那些滥竽充数、有着一堆吓人的头衔或者职称的“江湖术士”。

⑦学生在学习期间多参考目前顶尖的电子商务网站。团队合作自建网站,既培养能力又培养团队精神。

(3) 专业教学改革方面:

①中、高职院校对电子商务专业人才培养应发挥其特有的职业特色,实行分类、定



向、全程培养。

②职业学校培养出来的电子商务专业学生，与其他学校相比并无优势，学那么多科，真正有用的就那么几科，在没能力培养综合能力较强的学生情况下，应着重培养专才。

③与企业建立合作关系，定向培养，定制培养。

④关注市场需求，注重实际应用。

(二) 电子商务专业毕业生的问卷分析

1. 受访毕业生工作单位的性质 (见图 1-10)

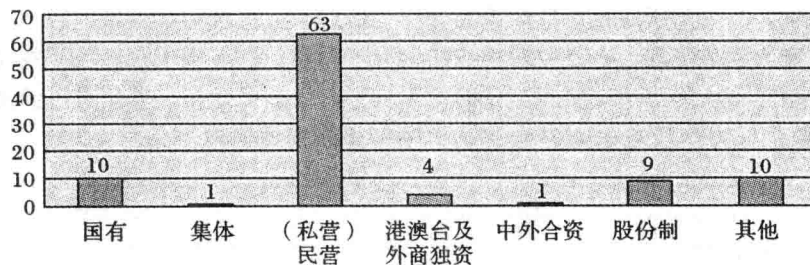


图 1-10 毕业生工作单位性质

2. 毕业生选择目前工作单位的主要原因 (见图 1-11)

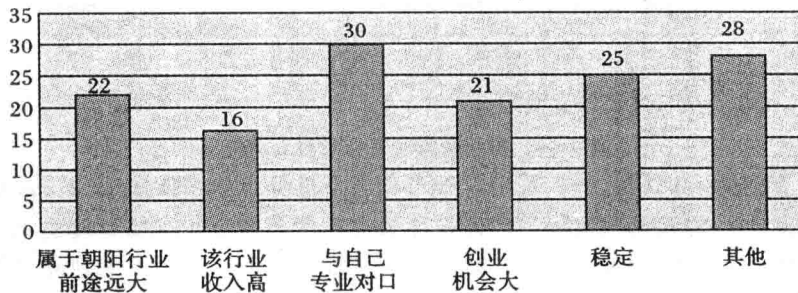


图 1-11 选择该行业工作的原因

电子商务专业毕业生普遍对自己所学专业的认同度较高，与自己所学专业对口是电子商务毕业生选择职业和工作岗位的主要原因。

3. 毕业生心目中该专业的培养目标 (见图 1-12)

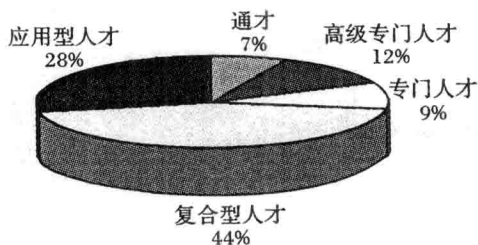


图 1-12 专业的培养目标



4. 毕业生对母校人才培养质量的评价 (见图 1-13)

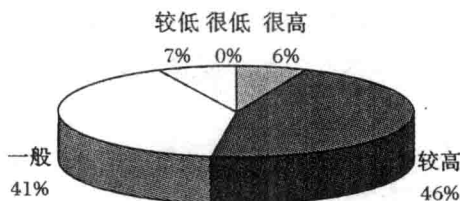


图 1-13 人才培养质量评价

电子商务专业毕业生有 87% 的人普遍认为母校的人才培养质量较高和一般, 分析原因有三: 一是当前招生规模盲目扩大, 使得部分高职院校顾此失彼, 造成办学质量下降; 二是关门办学, 失去与所属行业的联系和合作, 造成企业需求与学校培养脱节、工作岗位与学生专业能力脱节等现象, 企业对学校的培养不满意; 三是学生自己在寻找工作岗位和工作时, 对自己不能很快适应实际工作岗位不满意, 于是对学校培养质量不满意。

5. 毕业生认为学校电子商务专业教学中可能存在的问题 (见图 1-14)

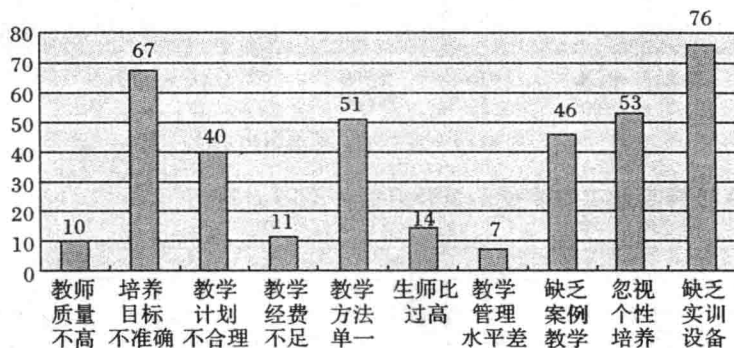


图 1-14 电子商务专业教学中存在的问题

前面对企业问卷的调查中, 普遍反映电子商务的毕业生在实践能力方面还需加大培养力度, 毕业生所学知识与实际工作岗位能力需求严重脱节, 这与毕业生认为当前学校缺乏电子商务相关实训设备是完全一致的。实训设备的缺乏、实训基地建设的落后造成学生实训课程和实训项目严重不足, 导致毕业生实践动手操作能力低下。另外, 毕业生还认为培养目标不准确也是当前电子商务专业教学中存在的比较突出的问题。相反, 作为正规公办高职院校来讲, 师资队伍质量与教学管理水平一般比较高, 毕业生对此持信任的态度。

6. 高职电子商务毕业生目前的月薪 (见图 1-15)

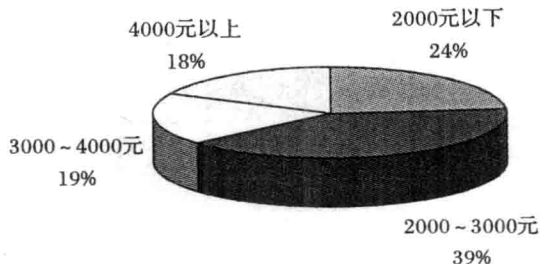


图 1-15 电子商务毕业生月薪收入



7. 毕业生认为对其就业帮助最大的教育教学环节 (见图 1-16)

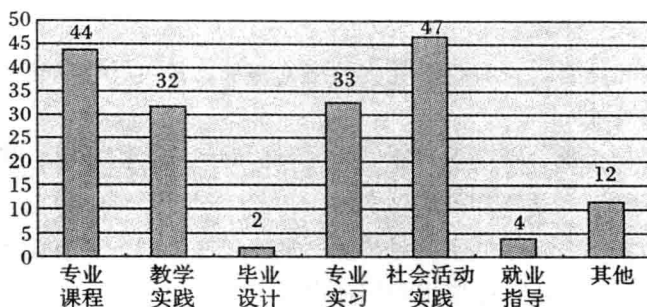


图 1-16 对就业帮助最大的环节

调查结果表明, 社会活动实践、专业课程、教学实践以及毕业实习是学生在校期间努力学习专业知识与操作技能最重要的教育教学环节, 特别是社会活动实践、教学实践和毕业顶岗实习等实践教学环节, 一直是学校、企业、学生三方公认的需特别加强的环节。同时, 这道问卷题目出乎意料地显示, 毕业生对毕业设计和就业指导这两个教育教学环节非常地反对和不认同, 认为对其就业有帮助的仅占 1.1% 和 2.3%。分析原因是目前在高职院校毕业生中开展的毕业设计 (论文) 活动, 因学生理论知识和研究水平远不如本科生和硕士研究生, 在校学习期间主要贯彻的是理论够用为度、以操作技能培养为主的高职教育理念, 大部分的高职毕业生都是选择在网上摘抄, 完全是一种形式, 对学生的理论研究水平或调查研究水平的提高没有半点帮助。唯一有所帮助的, 可能是对开展调研的流程或撰写论文的格式有所了解和熟悉。但高职院校的毕业生毕业后从事研究的甚少, 绝大多数都是在具体生产操作第一线的工作岗位。

至于就业指导, 由于国家对大学生就业工作的高度重视, 开设的就业指导课程课时较多。就业指导课主要是为毕业生提供就业形势指导、信息指导、心理指导和求职方法指导等, 通过各种相关的指导服务来更好地促进学生就业, 而有些学校从大一就开始开设就业指导课。通过调查, 有学生反映大一的时候因为没在意今后的就业问题, 根本就听不进就业指导课, 而大三的时候却又因为忙着找工作而很少去听课。还有的反映, 就业指导课全由行政管理人员来上课, 有人质疑: 从事行政工作的学院领导, 能放多少心思在就业指导课上? 各系的辅导员很多是毕业直接留校, 自身都没经历过职业生涯规划, 能讲好就业课吗? 怪不得毕业生非常不认同就业指导课对就业的帮助。今后就业指导课需要改革内容、时间、模式, 要真正对学生就业有所帮助。

8. 毕业生认为对专业工作岗位比较有用的计算机技术 (见图 1-17)

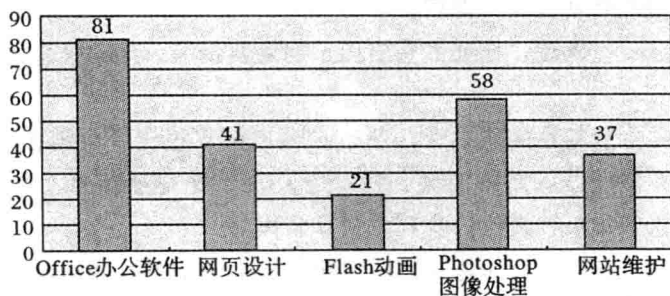


图 1-17 对工作有用的计算机技术