



现代电子商务 人才培养模式改革与管理

王帮元 著

中国科学技术大学出版社

选题编辑 郭 琼

责任编辑 王 琳

封面设计 丁 昊

定价：30.00元

ISBN 978-7-312-03763-4



9 787312 037634

现代电子商务

人才培养模式改革与管理

王帮元 著

内 容 简 介

本书是安徽省教育厅质量工程项目中电子商务特色专业建设点和“面向岗位群的电子商务人才培养模式研究”省级教研项目研究成果之一。本书通过分析目前急需的一线电子商务人才的岗位能力要求,重新定位培养目标,制订了电子商务人才培养方案;通过导入岗位职业能力,开发科目课程以培养学生职业技能;改革实践教学模式,形成教育与培训相结合的现代高职人才培养方案。同时,本书形成了规范的人才培养方案运行管理模式,在运行过程中突出细化管理,为高职院校教务管理人员提供可操作的管理和评价思路。

图书在版编目(CIP)数据

现代电子商务人才培养模式改革与管理/王帮元著. —合肥:中国科学技术大学出版社, 2015.6

ISBN 978-7-312-03763-4

I. 现… II. 王… III. 电子商务—人才培养—培养模式—研究 IV. F713.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第130347号

出版 中国科学技术大学出版社

安徽省合肥市金寨路96号,邮编:230026

网址:<http://press.ustc.edu.cn>

印刷 安徽联众印刷有限公司

发行 中国科学技术大学出版社

经销 全国新华书店

开本 710 mm×1000 mm 1/16

印张 8.25

字数 162千

版次 2015年6月第1版

印次 2015年6月第1次印刷

定价 30.00元

前 言

中国电子商务研究中心发布的报告显示,2014年中国电子商务市场交易规模达13.4万亿元,同比增长31.4%。其中,B2B电子商务市场交易额达10万亿元,同比增长21.9%。网络零售市场交易额达2.82万亿元,同比增长49.7%。电子商务服务企业直接从业人员超过250万人,目前由电子商务间接带动的就业人数,已超过1 800万人。全国高校中开设电子商务专业的已达600多所,然而培养的人才却不能与市场紧缺人才需求对接,电子商务专业就业前景仍然乐观。

安徽经济管理学院开设电子商务专业在高职院校中也算是较早的,2003年开始申报电子商务专业,2004年电子商务专业开始招生,初期方向还不明确,课程设置不太合理,实践条件缺乏……到了2010年,学院在安徽省教育厅质量工程项目中成功申报了电子商务特色专业建设点(负责人:王帮元),建设期限为5年,其建设方案重点是人才培养方案的制订。经过近5年的研究和实践,本建设点已经在人才培养方案、课程改革、实践教学与实训基地建设上突显效果。本书立足于项目建设过程中电子商务人才培养模式的改革和管理经验,与读者分享项目建设成果。

本书内容分为六章:第一章现行电商人才培养方案分析;第二章电商人才培养模式建立基础;第三章电商人才培养模式构建思路与目标;第四章电商人才培养模式构建内容;第五章校企合作人才培养的运行模式;第六章人才培养模式运行中的细化管理。

本书撰写过程中,得到了安徽经济管理学院领导与信息工程系领导的支持和关注,特别是得到了教务处刁李处长的帮助,她对第六章的一、五、六节内容提出了改进意见,在此向他们表示衷心的感谢。

由于编者水平有限,书中存在疏漏及不当之处在所难免,敬请读者批评指正。

编 者

2015年3月

目 录

前言	(i)
第一章 现行电商人才培养方案分析	(1)
一、人才培养方案制订现状分析	(1)
二、普遍存在的问题和不足	(3)
三、人才培养方案制订的意义	(7)
第二章 电商人才培养模式建立基础	(9)
一、先进的教育思想和教育理念	(9)
二、人才培养教学改革	(9)
三、学院教学条件	(12)
第三章 电商人才培养模式构建思路与目标	(15)
一、电商人才培养模式构建思路	(15)
二、电商人才培养模式构建原则	(16)
三、电商人才培养模式构建目标	(18)
第四章 电商人才培养模式构建内容	(20)
一、模块化课程体系建设	(20)
二、教学方案制订	(32)
三、科目课程开发	(54)
四、主要建设成果	(79)
第五章 校企合作人才培养的运行模式	(88)
一、三级细化工学结合工作管理模式	(88)
二、工学结合人才培养运行模式	(93)
三、校企合作课程开发模式	(94)
第六章 人才培养模式运行中的细化管理	(96)
一、人才培养方案管理	(96)
二、基本职业素质课程管理	(98)
三、专业核心课程管理	(100)

四、职业定位实训课程管理	(102)
五、考核评价	(112)
六、保障机制建立	(117)
附录	(119)
附录一 安徽经济管理学院教材资助出版立项管理办法	(119)
附录二 安徽经济管理学院教学督导工作暂行办法	(121)
参考文献	(123)

第一章 现行电商人才培养方案分析

电子商务人才培养模式与管理是电子商务特色专业建设项目的核心内容,其从分析当前高职院校制订人才培养方案的现状入手,探讨当前普遍存在的问题和不足,对进一步改革和推广有效的教育教学模式,始终把握“以就业为导向”的重要坐标,进一步提高高职院校培养的电子商务人才类型、水平、质量与社会需求规格的匹配度,具有十分重要的意义。

一、人才培养方案制订现状分析

(一) 人才培养方案制订遵循高职教育类型特征

高职教育从知识层次到应用技能类型的转变,让更多的人开始关注高职教育与普通本科教育的不同之处。高职教育作为高等教育发展中的一个类型,肩负着培养面向生产、管理、服务第一线需要的高技能人才的使命,在我国加快推进社会主义现代化建设进程中具有不可替代的作用。在制订人才培养方案时,遵循高职教育的类型特征能确保其不会偏失方向。

(二) 人才培养方案制订体现高职学生的特点

高职院校学生与普通本科学生相比,有着明显的生源特点差异,不是体现在智力水平的高低上,而是体现在智力类型的不同上。高职院校学生的特点是:接受理论知识的能力较弱,逻辑思维、判断能力较弱,但是形象思维能力强,实践动手能力强。在制订人才培养方案时,应充分考虑高职学生的这一特点,摆脱传统高等教育思想观念的束缚,重在培养学生的实践动手能力,将理论知识教学重心下移,实践动手能力教学重心上移。积极推进“现代师徒模式”实训工作进程,从而使人才培养方案的制订体现高职学生的基本特点。

（三）人才培养方案制订注重学生职业能力和创新能力的培养

人才培养方案应遵循高职教育的职业属性特征,建立满足学生需要的校内外实训基地,重在培养与职业岗位相对应的职业能力。分析新常态下电子商务发展趋势与人才需求的岗位能力,注重学生的动手能力和操作能力,适应市场对人才需求的变化。传统的教育模式更多地关注学生学会了什么,而忽略了在教学过程中应更多地关注教会学生怎么做,这使得高等职业教育在很大程度上成为本科教育的浓缩版,无法体现高职教育的特色,也不符合高职教育的基本目标:为生产、管理、服务一线培养适用的具有较高文化层次的技能型、技术型人才。我们应牢牢把握创新的基本原则,把创新教育贯彻到人才培养方案的全过程,注重培养学生的创新意识、创新精神和创新能力。在人才培养时,不断用创新的理论和理念武装、指导学生,用创新的舆论和氛围引导、熏陶学生,用创新的精神和实践塑造、锻炼学生,用创新的成果和作品鼓舞、激励学生。

（四）人才培养方案制订突出对学生的职业素质教育

20世纪80年代由德国企业界提出的“关键能力”的概念,给高职教育注入了新的内涵。如合作能力、公关能力、解决矛盾的能力、协调能力、生存能力、心理能力等都是合格高职人才的关键能力,它们在人才的综合素质要求中所占的比例已达到70%左右。目前,国内现代化大企业正在与国际接轨,追求企业文化,对员工的素质要求较高,如对语言表达能力,精神文明、爱岗敬业、吃苦耐劳方面以及职业道德等都提出了较高的要求。对此,许多高职院校正在尝试建立职业素质教育体系,不仅把思想政治素质教育、专业素质教育、人文素质教育、身体素质教育纳入该体系之中,还把校园文化、企业文化、社会实践等纳入该体系之中,使必修课与选修课相结合、课内教育与课外教育相结合、校内教育与校外教育相结合、显性教育与隐性教育相结合,形成以教书育人、管理育人和服务育人为核心的“全员育人”职业素质教育新体系。

二、普遍存在的问题和不足

(一) 脱离自身校情,缺少自身特色

现在高职教育虽发展迅速,但不可否认仍是一个新生事物,不可强求一种模式,各个院校都应努力探索适合自己的发展之路。随着德国、英国、澳大利亚等国家的高职教育模式传入我国,以及国内部分高职院校的成功,一些院校盲目坚持“西为中用”“拿来主义”的思想,照搬国外或外校模式而不顾自身校情,陷入了发展的困境。比如,安徽区域高职院校直接采用义乌工商职业技术学院的“贾少华模式”就很难成功,根本原因在于没有考虑本地区电子商务发展特点及本校的人才培养目标(培养服务于何种企业的人才),没有建立具有自身特色的人才培养模式。

另一方面,人才培养方案与市场需求脱节。高校在制订人才培养方案时,更多是从学科专业的角度去设定学生所应具备的基本专业能力,而很少去研究当前电子商务市场的发展现状和未来趋势,缺少对未来电子商务行业内具体岗位的预见和把握,由此造成高校人才培养模式与市场需求相脱节。同时,当前很多公司、企业对电子商务的应用意识不强,高职高专学生的就业去向是中小型企业,这类企业对于如何循序渐进地实施电子商务战略还缺乏足够正确的认识,企业信息化程度还不高,由此学校对于如何继续培养和使用电子商务专业的毕业生缺乏合理的方法,这也加剧了电子商务专业毕业生学无所用、用无所成的尴尬。

《中国电子商务从业人员职业发展及薪酬研究报告》对调研样本的统计表明,目前市场需求满足率仅达到41%,企业电子商务职位空缺率超过50%。“艾瑞网”同时发现:造成这一供给矛盾既有企业自身的原因,也与社会培训体系目前完全不能满足市场的用人需要有关。当职位空缺与社会供给发生矛盾时,企业往往选择宁缺毋滥。造成这种现象的原因主要是:企业极为注重电子商务业务中的客户关系管理,担心不合适的员工会带来较差的客户体验,从而妨碍企业的深度发展。另外一方面,学校不了解企业相应岗位的知识、能力、素质的要求,对学生的培养脱离实际需要,从而销不对路。而企业也没有利用学校资源,将新员工上岗融入企业的磨合期上移到学校,因此加大了招收新员工的成本。最后导致的结果是企业招不到需要的人才,学校培养的学生就业难。如我们学校(安徽经济管理学院)电子商务专业设置较早,但与企业结合得不密切,对企业岗位知识和能力分析得不够深入,很难培养出企业急需的电子商务人才。

（二）专业定位不明确

电子商务是个新兴行业,电子商务专业的开设一般也晚于其他传统专业。电子商务行业市场对人才的需求相对于传统专业,具有多样性的特点,需要的是不同层次、不同类别的电子商务人才。目前,大多数高职高专院校在开设电子商务专业时缺乏严格而科学的论证,对国内电子商务的市场需求以及电子商务专业的理论体系、培养模式等方面缺乏理论研究和实践,从而使得学校在设置电子商务专业人才培养目标时定位不准、方向不明:培养的是商务型的电子商务人才,还是技能型的电子商务人才?培养的是网站设计和数据库维护等技术型的电子商务人才,还是网络营销、网络调查等商务型的电子商务人才?毕业生能做什么工作,适合哪些就业岗位?对这些问题,高校在制订人才培养方案时虽均有提及,但过于空泛,难于实施,同时也缺乏相应的科学评价和保障措施。在这种情况下,许多高职高专院校培养出来的电子商务人才,必然缺乏针对性和适应性,导致市场上出现需求旺但就业率低的矛盾也就不足为奇。

由于对市场需求的研究不够充分,各高校大多根据自身条件和对电子商务市场的理解,对电子商务专业进行定位,以区别其他专业,如物流、营销、贸易、管理、信息管理等专业,设定电子商务专业在所有招生专业中的位置。然而,由于行业不同,企业亦有不同,所以市场对电子商务专业人才的需求也具有多样性,市场需要不同层次、不同类别的电子商务人才。因此,如果高校在开设电子商务专业时缺乏严格而科学的论证,对电子商务理论体系、培养模式、培养目标等方面缺乏理论研究和实践,就会造成人才培养方向不明确、专业定位模糊;培养的人才管理型的电子商务人才、技术型的电子商务人才、营销型的电子商务人才还是其他方面的电子商务人才不明确,毕业学生到底适合什么工作岗位自然也十分模糊。因此,专业定位不明确,直接的结果是培养出来的电子商务人才必然难以满足企业的需要。

（三）课程体系不合理

课程体系是学校根据教育目的而设计的教育教学内容的具体结构。课程体系的合理性,对人才培养方案的实施与培养合格的专业人才具有重要的意义。国外高校课程改革趋势主要是加强文理学科的相互结合和渗透,加强基础理论课程,重视学生综合素质的提高。借鉴国外高校课程改革的理念,则要以人为本,进行通才教育,避免纯科学主义和专门职业化的教育,而这一点在国内高职高专院校的人才培养方案中并没有得到广泛的认同,国内高职高专的人才培养为了避免通才教育的一些缺陷,着重强调专门职业化的教育。从理论的角度而言,虽然已经理解了

高职教育与普通本科教育本质的不同之处,深知高职教育的课程体系必须重构,必须从传统的学科性的课程体系中解放出来,与实际的工作过程相结合,但在探索校企合作、产学结合、工学结合,重构高职教育课程体系、教学内容、教学方法与途径等方面,与职业工作过程的实际需要仍有一定的差距。我们通过调查职业院校的人才培养方案与教学计划,了解到现行电子商务专业大多采用学科式课程体系。我们大概可以将电子课程划分为“电子”与“商务”两大类:电子类课程主要是围绕电子商务网站建设的需要而开设的,诸如“网页设计”“数据库应用”“WEB程序设计”“网站建设与维护”“计算机网络”等,以及 Photoshop 图形图像处理软件等应用类课程,这类课程在很多院校占了相当大的比例,教学模式基本上为理论课+实训课交替进行。商务类课程,一部分来自传统商贸类专业基础课程,如“市场调查与预测”“市场营销”“企业管理”“会计基础”“国际贸易”“客户关系管理”“经济法”“消费者行为分析”“电子商务法律”等,课程数量的多少根据专业学制长短、本校教学资源与教师专业方向等情况进行增减,这些课程主要采用理论讲授。另一部分则是与电子商务专业联系较为紧密的课程,如“电子商务概论与实务”“网络营销”“网上支付”“电子商务物流配送”“电子商务安全技术”等,根据学校的条件,采用理论讲授,或部分采用理论课+实训课交替进行的方式进行教学。同时,主干课程“电子商务概论与实务”“网络营销”“网店运营”之类的实训多采用虚拟的电子商务平台进行,许多课程在实训上有重叠现象。这种课程体系与教学模式很适合教师的口味,因为教师就是在这种模式下培养出来的。但继续以这种方式培养学生,毕业后他们能满足企业对电子商务人才的需求吗?肯定不行!因为我们的学生普遍不擅长抽象思维,他们擅长形象思维,用这种方式培养专项技能尚有问题,更不用说职业综合能力了。采用理实一体的“做中学,学中做”的直观而直接的教学模式更适合他们。

(四) 实践培养环节薄弱

电子商务专业是一个实践应用性很强的专业。目前,电子商务专业实践教学主要有两种方式,一是校内实验室的模拟教学软件的使用;二是校外实习。教育部在《关于加强高职高专教育人才培养工作的意见》中明确提出,高职教育要制定“理论联系实际,传授知识与能力培养相结合的教学计划”,实验教学应该尽量“减少演示性和验证性实验”。由此可见,高等职业教育应该不断地完善教学过程中的实践环节,以减少资源浪费,并将有限的资源有效地投入到实践环节,由此提高学生的学习兴趣,提高教学效果。

目前,很多高校都已经建立了相应的电子商务校内实验室,但实践教学效果并不理想,主要是由于电子商务行业发展太快,模拟软件功能不完善,与企业实际应

用差距很大等因素造成,学生的实习大都在虚拟的环境中操作,应用于未来的实际岗位还存在明显不足。

校外实习是对校内实验不足的一个重要补充,很多学校也都纷纷建立自己的电子商务校外实习基地。然而我国很多企业尤其是中小型企业电子商务应用方面还处于初级阶段,往往停留在域名注册、网站建设、企业信息发布等层面上,并没有真正实现网络交易、网上业务处理等,所以尽管学校建立了校外基地,但学生实践性学习效果的提升还是一个需要不断改进的过程。

(五) 实训师资力量滞后

教育部在1999年才开设电子商务专科层次教育,不难理解,我国高校从事电子商务教学的教师绝大多数是由其他专业转过来的。这些教师更多的是从事国际贸易、计算机专业、经济管理、企业管理、市场营销等专业的教学和研究,对于电子商务,他们也处在学习、探索阶段,更缺乏在企业从事电子商务的实践经验,在该专业方面的项目研究较少。因此,师资力量的薄弱,尤其是实训师资的滞后,直接导致电子商务专业的教师在教学过程中存在明显的困难,严重影响了电子商务专业学生的能力培养。

虽然,实训师资的重要性已经得到普遍的认同,但是在实训师资实际培养上还存在诸多问题。

第一,投入少,培训力度不够。目前针对学校实训师资队伍的培训力度远远不够,针对专业实践技能培训的也少之又少,派遣实训教师到企业中锻炼学习大多流于形式。同时,由于缺少应有的重视和资金支持,教师缺乏对职业技能培养教学方法的研究和提高自身职业技能的动力,使得在实训师资队伍建设上严重滞后于教育发展的需求。部分高职院校在实训师资队伍质量建设上,也存在价值观念的偏差,片面追求实训教师取得职业资格证书的数量,而忽视了对实训师资职业能力的培养与考核。

第二,缺乏有效的管理、考核和激励措施。由于实训师资在数量和质量上的问题,很多高职院校还没有制定和实施适合实训教师工作特点和要求的管理措施,不能有效地进行实训教师的专业培训,不能准确衡量他们的贡献,当然也就无法对他们实施有针对性的激励。

(六) 教材建设与教学方法改革力度不够

教材建设工作是整个高职高专教育教学工作中的重要组成部分,早在2000年教育部高等教育司《关于加强高职高专教育教材建设的若干意见》中就提出具有高

职高专教育特色的教材极其匮乏,教材建设仍落后于高职高专教育的发展需要。由于对高职的内涵、特征缺乏深刻、全面的理解与把握,投资和重视相对不足,至今没有建立科学系统的高职教材体系,因此大多数的高职专业只能借用传统模式下的本科、专科教材,而实训教材更无可借用,只有各校自编教材,导致教材无法贴近高等职业教育“技能型人才”的培养目标。

同时,电子商务专业开设的时间相对较短,电子商务市场的发展又十分迅速,使得电子商务专业的教材建设问题更为突出。从相关专业引进的教材或是稍加修改的教材,存在明显重叠、系统性不强、缺乏针对性等问题。根据高职电子商务专业课程建设体系,建立一套适合于职业教育的规划教材是非常重要和迫切的。

目前,已有很多高职规划教材出版,但多数是在原来教材基础上添加了实例,系统性不强。因此,也影响到教学方法改革的深入实施,例如过于理论化的教材,还不适合采用“项目驱动式”“任务驱动式”等案例教学法的教学改革模式。因此,在进一步加大教材建设力度的同时,还需要充分考虑教材建设与教学方法改革的协调,为提高教学效果提供有效的支撑。

(七) 顶层设计与细化管理不匹配

一所学校的发展离不开科学的顶层设计,同时也离不开细化的管理。顶层设计必须科学合理、可操作性强,细化管理必须落到实处。科学的顶层设计是实施细化管理的前提,细化管理又是落实顶层设计的保障。从顶层设计开始,分析人才培养与市场需求、明确专业定位、合理建设课程体系。加强实践环节和实训师资队伍的培养,在此基础上再细致分析高职电子商务专业人才培养中的职教理念、就业岗位群、能力结构等因素,深入研究并结合实际,设计电子商务专业在校企合作、教学改革、“双师”培养、学生创业等方面的职业标准。然而,高校在教学改革课题研究等方面注重顶层设计规范,却在底层细化管理上不到位,质量监控不够,效果不明显。所以,科学的顶层设计和细化管理的密切配合,是学院健康发展的必然要求。

三、人才培养方案制订的意义

(一) 制订体现高职教育类型特征的人才培养方案

高职教育作为高等教育的一种类型,自有其不可替代的类型特征。它的类型

特征表现之一为具有很强的职业岗位针对性。在制订人才培养方案的过程中,应根据高职教育的类型特征,遵照教育部教高[2006]16号文件《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》,以及国发[2005]35号文件《国务院关于大力发展职业教育的决定》、国发[2014]19号文件《国务院关于加快发展现代职业教育的决定》,从高职教育基本规律和职业成长规律出发,把握岗位(群)的发展趋势及经济、科技和社会发展对人才培养工作提出的要求,紧紧把握以就业为导向、重点培养学生的职业能力这条主线,设计和制订体现高职教育类型特征的人才培养方案。

(二) 实行人才培养的顶层系统设计,向细化管理要质量

近年来,学院各个部门不断组织学习《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》(教高[2006]16号)和《国务院关于大力发展职业教育的决定》(国发[2005]35号),特别是《国务院关于加快发展现代职业教育的决定》(国发[2014]19号)等文件精神,转变高职教育理念,通过聘请国内相关高校知名专家来校指导,以顶层系统设计和完整体系改革建设为动力,形成了具有专业特色的“产业+企业+专业”的校企共建专业模式,“双证融合、情境教学、工学结合”的人才培养模式和模块化课程体系。在顶层系统设计完善的情况下,如何落实学院的顶层系统设计,向细化管理要质量,就是该项目建设的最重要意义。

第二章 电商人才培养模式建立基础

一、先进的教育思想和教育理念

学院以科学发展观为指导,全面贯彻党的教育方针和教育部教高〔2006〕16号文件《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》、国发〔2005〕35号文件《国务院关于大力发展职业教育的决定》、国发〔2014〕19号文件《国务院关于加强发展现代职业教育的决定》的精神,以科学、协调、可持续发展的思路统领学院建设规划;以服务区域经济发展为宗旨,以提升学生就业创业能力为导向,贯彻“格物致用、立德固本、知行一体、敢为人先”的办学理念,积极探索高职院校的办学规律,在对接产业、服务产业、发展产业中创新人才培养模式,不断提升学院的核心竞争力;以顶层系统设计和完整体系改革建设为目标,高起点、高标准、高水平制订学院专业建设方案,构建原创性强、具有鲜明特色的高职院校。

二、人才培养教学改革

(一) 专业建设模式改革

当前,随着安徽区域经济的协调发展、电子科技产业的提升、经济结构的调整,以及《国务院关于依托黄金水道推动长江经济带发展的指导意见》的实施(其中明确了安徽皖江示范区和皖南国际旅游区成为长三角区域战略重要组成部分,合芜蚌试验区将在自主创新中起示范作用,而合肥将与杭州、南京并列成为长三角城市群副中心等内容),学院根据社会与区域经济发展需要和学院的办学优势,积极改造老专业,创办新专业,如会展设计、动漫设计、物联网应用专业。秉承专业开发与

市场同步、专业改造与知识更新同步、专业设置与区域经济发展同步的原则,科学布局,及时调整专业结构,围绕市场开发专业,在开发中求新求变;根据需要设置专业,提高专业的适应性,积极探索“产业+企业+专业”的专业建设模式改革。

(二) 人才培养模式改革

人才培养模式改革是关系整个教学领域改革的一个核心问题,它是制订人才培养方案的基础。为此,学院经过反复学习教育部教高〔2006〕16号文件,不断研究论证,进行了三个层面的改革:一是紧密结合地方支柱产业发展需求,调整和设置主体专业,形成了以“经济管理”“财经”和“信息”类为主的专业群建设;二是以就业为导向,以制度创新为核心,改革人才培养方案;三是以资源保障为基础,过程控制为重点,实施创新人才培养,努力构建“双证融通、情境教学、工学结合”的人才培养模式。

(三) 课程体系改革

课程建设与改革是高职教育改革的重点和难点,也是高等职业教育的核心任务,课程体系改革以培养高素质技能型专门人才为根本任务,以适应社会需求为目标,以培养技术应用能力为主线。学院积极倡导进行课程体系改革,先后组织学习了姜大源的《职业教育学研究新论》,从专业所对应的职业岗位群出发,分析各岗位的工作过程,探讨专项能力,进行“双证融通、情境教学、工学结合”的模块化课程体系的构建。

(四) 课程开发模式的改革

学院通过不断组织学习《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》(教高〔2006〕16号文)、戴士弘的《职业教育课程教学改革》和高林、鲍洁的《点击核心——高等职业教育专业设置与课程开发导引》等,不断探索课程开发理论,积极选派了一批骨干教师到安徽财贸职业学院、安徽国际商务职业学院等兄弟院校参观学习先进的课程开发经验,开始了基于工作过程的课程开发的新探索。

(五) 理实一体教学改革

学院不断更新高职教育观念,大力改善教学设施,与合肥蜀山区国家级电子商务产业园以及厦门亿储信息科技有限公司等联合创建理实一体项目工作室(即O2O创业实践基地),让许多教师开始认真思索如何进行实践教学方法的改革。高