

电子商务专业建设方案



中山火炬职业技术学院

二〇一六年十二月十五日



目录

一、建设背景.....	- 1 -
(一) 行业产业现状及发展趋势分析.....	- 1 -
(二) 行业产业人才需求分析.....	- 3 -
(三) 同类专业建设情况分析.....	- 4 -
二、建设基础.....	- 5 -
(一) 本专业在全国和省内的综合实力排名情况.....	- 5 -
(二) 本专业建设的主要经验和突出特色.....	- 6 -
(三) 本专业人才培养质量保证体系.....	- 11 -
(四) 人才培养条件.....	- 12 -
三、建设目标.....	- 19 -
(一) 本专业建设的关键问题.....	- 19 -
(二) 专业建设目标.....	- 20 -
(三) 建设期满后, 预计产出的标志性成果.....	- 21 -
四、建设内容与措施.....	- 23 -
(一) 基于职业能力, 创新基于“两园五平台”的电子商务专业人才培养模式.....	- 24 -
(二) 强化质量水平, 打造省级特色专业教学团队.....	- 27 -
(三) 紧贴产业要求, 构建基于“项目一体化教学平台”的课程体系.....	- 28 -
(四) 依托职业岗位技能, 建设独具专业特色的生产性“电子商务实训园”.....	- 30 -
(五) 立足中山经济, 搭建“企业电子商务服务平台”, 增强社会服务能力.....	- 32 -
(六) 探索并努力践行对外合作与交流.....	- 34 -
五、进度安排.....	- 36 -
六、经费预算.....	- 42 -
七、保障措施.....	- 44 -
(一) 组织保障.....	- 44 -
(二) 制度保障.....	- 44 -
(三) 经费保障.....	- 44 -
八、预期效益.....	- 45 -
(一) 提高专业综合实力.....	- 45 -
(二) 人才培养质量.....	- 46 -
(三) 社会认可度.....	- 46 -
(四) 教师发展.....	- 46 -
九、辐射带动.....	- 47 -
(一) 发挥引领作用, 增强专业辐射能力.....	- 47 -
(二) 基于品牌效应, 做好院校社会服务.....	- 48 -
(三) 发挥优势开展师资培训.....	- 48 -
(四) 构建平台进行帮扶带动.....	- 48 -



电子商务专业

一、建设背景

(一) 行业产业现状及发展趋势分析

中山市及中山火炬开发区在“十三五”规划中提出：今后五年将以现代物流、文化创意、IT及工业设计、金融、电子商务为主的高端服务业大发展来推进产业的转型升级，构建现代产业体系，使中山成为珠三角西翼的重要经济增长地区。2015年6月，阿里研究院对阿里巴巴平台的数据进行分析后，发布了2014年中国“电商百佳城市”榜单，我市排名中国电商百佳城市第五名，名列深圳、广州、金华、杭州之后。此外，阿里研究院也公布了全国外贸网商密度城市排名，我市位列外贸网商密度最高的城市第六名。至2015年底，我市有电子商务协会、青年网商协会、移动互联网商务协会、跨境互联网贸易促进会，互联网应用创新协会等5个市级电子商务社会组织。据快递行业的统计数据推算，2015年全市电子商务销售额约为168亿元，主要经营类目为服装、电器、灯饰、五金锁具、家装建材、印刷耗材、日用品等。。目前，中山从事B2C、C2C业务的电商已超过3万家，中山市在“淘宝网”开设的B2C、C2C网店超过4500家，在“阿里巴巴”开设的B2B网店超过15000家，同时，在阿里巴巴B2B平台实现海外销售的企业也已超过1500家。网络零售交易量B2C占比39%，C2C占比61%；网络零售交易额B2C占比48%，C2C占比52%；网络零售店铺数量B2C占比5%，C2C占比95%；网络零售从业人数B2C占比64%，C2C占比36%。网络零售业从业人数接近20万人，其中B2C



带来直接就业接近 13 万人。

电子商务平台蓬勃发展。经过多年的培育，中山市形成了一批在行业内有一定影响力的电子商务垂直平台，包括：家装行业的安乐窝网，印刷行业的飓风网，灯饰行业的灯网、灯灯网，旅游行业的掌门人网，生鲜农产品的宝平 365 网、缤果水果，百货行业益华全球购、微大商城，二手车行业的淘源好车帮网等。此外，在知名电商平台上的中山子平台也崭露头角，比如，在阿里巴巴 1688 的淘工厂频道，我市沙溪等镇的 300 多家企业抱团登上“中山牛仔”、“沙溪针织”板块，专门为淘宝卖家提供加工服务；在淘宝-中国质造频道，沙溪镇正打造中山沙溪服装板块；在苏宁易购平台，南头镇打造了南头制造区域品牌。

电商示范工程积极推进。2015 年，中山美居产业园被广东省商务厅确定为广东省电子商务示范基地，华帝股份有限公司、广东奥马电器股份有限公司、中山市佳维商贸有限公司为 2015-2016 年广东省电子商务示范企业，中山市金煌食品有限公司为 2015-2016 年度广东省农产品电子商务示范企业，以上镇区和成为我市电子商务发展的引领者。其中，沙溪镇于 2015 年成功承办全国、全省性电商展会。

跨境电商迈入新阶段。2015 年，中山威高物流公司的通关服务平台成功获准与海关总署对接，并开展了拱北关区首票跨境电子商务出口业务，标志着我市跨境电子商务服务的开端。2015 年，中山保税物流中心获市政府批准，挂牌成立中山首个跨境电子商务产业园，并获选为我市跨境贸易电子商务监管中心设立点。此外，益华百货集团在广州南沙注册开展跨境保税进口业务，把体验店则开在中山城区，让中山市民也能享受跨境电商进口的高质低价商品。

一批电商新项目正加紧建设。作为中山市政府实施《珠江三角洲地区



改革发展规划纲要(2008-2020年)》的重点工程之一,以电商、文化创意、工业设计促进传统产业转型升级的主题产业园-中山美居产业园二期改造已完成,目前已引进电商及设计企业、配套企业近200家。预计到2016年底,园区将容纳设计及电商企业超300家,容纳高端就业人群数千人,带动千亿级中山美居产业转型升级。中国中小企业发展促进中心与西区办事处共建的“中国中小企业电子商务(中山)示范园”,计划引入国家级中小企业服务组织及相关社会资源,打造一个立足中山、辐射周边,并在全省、全国具有示范效应的中小企业电子商务服务组织聚集地、创新型电子商务中小企业总部基地。目前有关规划即将完成。获中国电子商务协会授牌为“中国电子商务孵化示范基地”的港口镇,目前正在建设电商孵化平台,培育电商企业,加快产业“触电”步伐。全市有一半以上的镇区正在筹备酝酿涉及在线教育、远程医疗、灯饰、红木、家电、服装等产业的新的电商项目。这些新项目的建设将掀起我市“十三五”电子商务发展新高潮。

(二) 行业产业人才需求分析

中国电子商务研究中心发布《2015年度中国电子商务人才状况调查报告》。报告显示,75%的电商企业存在人才缺口,电商仍是发展比较快的领域,当前运营是电商企业最急需人才,其次为推广销售人才,占比23%。运营、技术、推广仍然是企业最迫切需要的人才。

未来5年,我国3100多万家中小企业将有超过半数企业涉足发展电子商务,超过半数企业预计在一年内会有大规模招聘需求,另一方面,目前,全国339所本科高校和650多所高职高专设置了电子商务专业,每年大约有8万多毕业生,每年培养的电子商务人才,只能满足半个月的人才需求,所以电子商务的人才需求更加趋紧,其中北上广等发达城市的需求最高。鉴于电子商务人才供需严重不足,从全国招聘的要求来看,电子商



务专业从业人员目前的学历要求普遍偏低，一般招聘的学历要求为大专及以上，其中大专学历要求比例占为 46%，本科学历要求占比 13%，不限学历占比 33%。从工作经验方面来看要求也较低，不限经验或者 2 年以内的工作年限分别占比为 45%和 31%。高学历或者具有丰富电子商务相关经验的相关专业人才供给更为严重不足。

据中山市受访企业反映，目前人才输出与需求严重不对口，电商企业对本地高职院校期望不高。目前中山本科类高校只有一所，每年培养电子商务专业学生 100 余人，而且大半是外地生源。培养本地生源主要是以高职高专院校为主，培养的人才远不能适应中山市场的需要。

（三）同类专业建设情况分析

番禺职业技术学院:专业成立于 2001 年，省示范专业，2 门国家精品课程，2 本国家十一五规划教材，一项国家教学成果二等奖。与番禺区经贸局及企业进行产学研合作，共建了“爱喜电子商务订单班”，近年来毕业生就业率均在 98%以上。

深圳信息职业技术学院:专业创办于 2003 年，省示范专业，现有校内专任教师 10 人。其中，教授 1 人，副教授 6 人，讲师 3 人；博士 3 人，硕士 7 人；全部具有双师素质；有校内专业带头人 2 人，骨干教师 6 人,有经验丰富的企业兼职教师 10 多人。目前全日制在校学生共 12 个班、612 人。

广东女子职业技术学院:专业成立于 2001 年，省示范专业，现有在校生 288 人。省级精品资源共享课 2 门，南粤优秀教师 1 名和学院教学名师 2 名。招生第一志愿报考率为 82% ，近三年毕业生就业率均达 98% 以上。

我们与以上三所院校的同行进行了广泛地交流讨论，还查阅了相关文



献资料，我们认为电子商务专业在建设普遍存在以下问题：

- (1) 课程改革力度不大，缺少与企业运营过程结合；
- (2) 岗位能力与课程技能缺少对接；
- (3) 实践教学环节缺少实战化运营；
- (4) 生产性实训基地的功能与课程教学缺少关联；
- (5) 专业为企业提供社会服务功能较少；
- (6) 专业发展与国外交流合作较少。

二、建设基础

(一) 本专业在全国和省内的综合实力排名情况

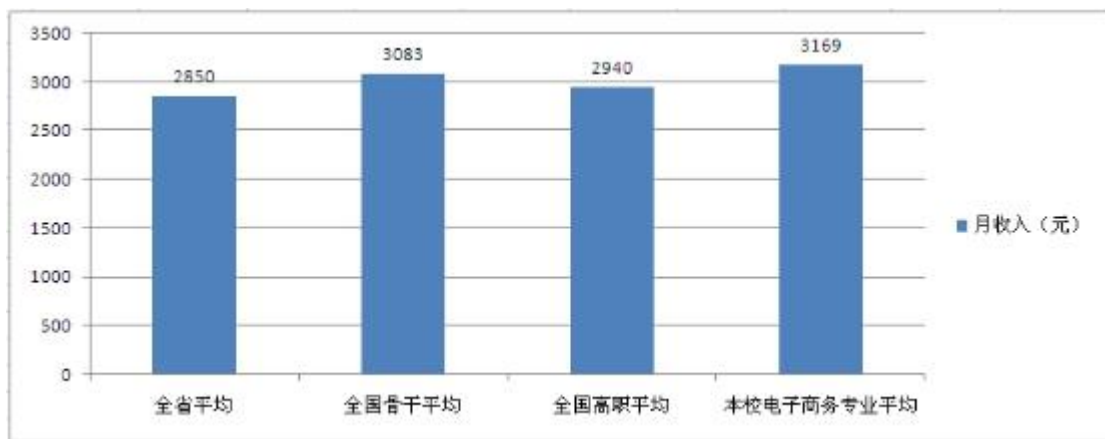


图 5-7-1 2015 年毕业生收入分析

2015 年，我们从毕业生一年后的收入、就业率、毕业时掌握的基本工作能力和就业现状满意度等四个方面，对企业进行了调查，发放问卷 200 份，回收有效问卷 136 份。根据我们的问卷调查，结合麦可思数据（成都）有限公司 2015 年的调查，数据充分显示了学校电子商务专业的综合实力在全省乃至全国同类院校当中排名前列。

(二) 本专业建设的主要经验和突出特色

1. 主要经验

2013 年电子商务专业确定为学校重点建设专业，2013 年立项省级实训基地(电子商务与现代物流)，2014 年电子商务专业教学团队被评为“院优秀教学团队”。

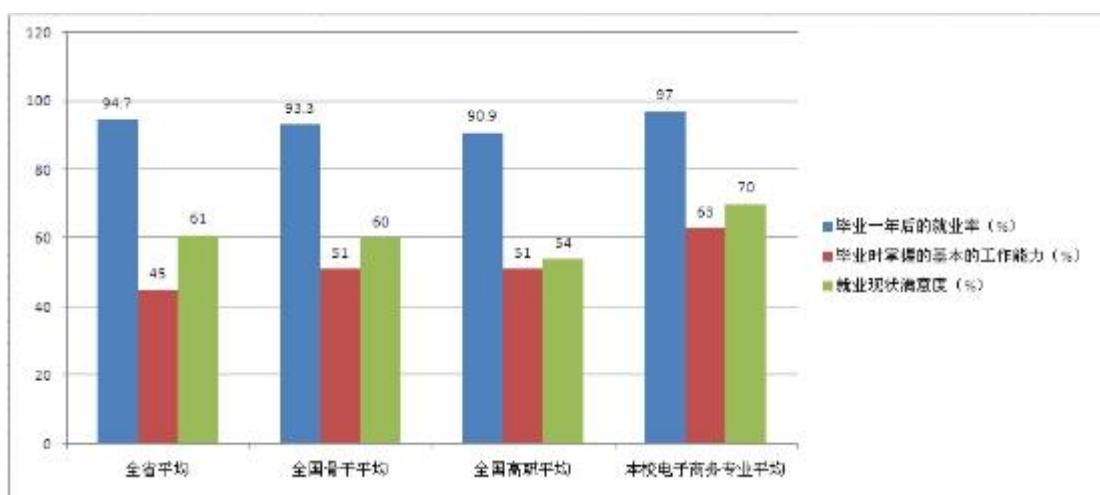


图 5-7-2 2015 年毕业生就业率

电子商务专业充分利用地区优势，以服务为宗旨，以就业为导向，坚持教育教学改革，走产学一体化的可持续发展之路；帮扶了 33 家中山市制造型企业，实现了中山地区“一镇一品”电子商务服务外包业务的校企一体化服务对接；加强师资队伍建设和完善实训基地建设，力求将本专业发展成为省级特色建设专业；逐步形成了自己的专业办学特色，在全省同类院校中享有较高的声誉。

“转型升级”对电子商务人才的培养规格和数量都提出了新的要求。我们对此进行了深入调研，以中山市高新技术开发区作为人才就业大背景，提出了新的“基于工作室平台企业实战化”的校企人才合作培养模式。

探索高职人才培养与社会人才需求、高职教育环境、专业教师和学生关系及规律，为新一轮的高职人才培养实践教学模式的改革提供新的思路；校企合作共同构建“电子商务物流一体化工作室”实训平台的人才培



养实践教学模式，有效地解决高职电子商务人才培养及社会人才需求之间的矛盾，为高职人才培养实践教学模式的改革提供参考依据；搭建以“一体化为主线”的引领和创造社会电子商务岗位的运行机制，有效地实现了人才培养与服务区域经济发展的有机结合，具有重要的现实意义。

本专业一直坚持探索走校企合作办学之路，将办学的落脚点放在为企业服务、为企业培养人才。有效地把知识、科技转化为生产力。先后与广东邮政速递中山分公司、中国联通中山分公司等近十多家企业创建了校外实训基地，开展合作办学。特别是与中山中交电子商务有限公司、中山纯儿服饰有限公司、中山添倍新家居有限公司、中山瑞德生物科技有限公司等进行了深度合作。从课程实训、顶岗实习、师资培训、项目运营、共建实训环境、专业研讨等都取得了丰硕成果。定期召开专业指导委员会，校企共同研讨专业人才培养模式。与中山瑞德生物科技有限公司合作创建了“公共实训平台”，共同开发了“7+1”电子商务平台、电子商务物流配送系统等，已投入运行，取得了良好的社会和经济效益。

实训基地承担了本专业校外课程实训、顶岗实习、部分毕业设计等教学计划规定的实训实践教学任务，并推荐毕业生到优秀企业就业。

几年来，本专业背靠学校、依托企业，逐步探索出立足中山开发区、辐射中山、面向广东、产学一体、服务企业的特色办学之路，坚持专业教师走出去、请进来的理念，逐步形成了一支与企业保持紧密联系的“多方位”、“双师型”教师队伍。

2. 突出特色

(1) 探索独具专业特色的基于“两园五平台”的分段式实战化教学模式

在“院园融合”的政校行企多元协同办学的体制机制下，与广东德讯



电子商务股份有限公司共建电子商务创业园，探索“两园五平台”的分段式教学和多专业共同发展人才培养模式改革，经过3年，将本专业建成在实战一体化教学上具有鲜明特色的品牌建设专业。

——与知名电商运营企业合办电子商务企业学院，打造“两园五平台”的分段式教学和行业订制式人才培养模式改革。探索与行业协会合办电子商务行业学院；专业教学指导委员会及时优化专业定位和人才培养方案以主动适应产业需求；利用“校内电子商务实训园”和“校外电子商务创业园”等组织分段式教学和多专业共同发展人才培养模式改革。

——校企合作重构以互联网+行业业务为主线的课程体系，引进电子商务行业规范开发课程标准，共建优质核心课程。课程体系将突出学生创业实践能力培养；课证融合，将职业资格标准融入专业人才培养方案；与行业、企业合作完成3本优质教材开发；参照国家精品课程建设标准，引入企业资源建设好3门优质核心课程。

——校企共建校内外实习实训基地。校企合作将校内的“电子商务实训园”+校外的“电子商务创业园”建成基于互联网电子商务平台应用的国家级生产性实训基地。通过课程项目一体化教学系统、校园O2O平台、物流配送平台、企业电子商务服务平台、创业实习平台五个级别平台循序渐进地训练提升学生实践能力和创业能力。在德讯电子商务产业园区设立“园中校”——电子商务创业园校区，提供企业职工培训、技术咨询和实习实训管理等服务。优化建设一个省级大学生校外实践基地和20个高质量院外实训基地，健全实践教学质量保证体系，实现“管理的示范”。

——实施“校企双导师”，与行企共建结构合理、素质优良的“双师”结构专业教学团队。加强与行业和企业合作，按照国家标准，建设一支专兼结合的“双师”结构专业教学团队。其中，培养出学校和企业专业带头



人各 1 名，中青年骨干教师 5 名；省级以上“双师型”名师和专业带头人各 1 名；6 名企业导师承担专业课学时教学任务，成为专业课程教学的骨干力量。

——建设融自主学习、在线考核、资源共享功能于一体的专业资源共享平台。参照国家专业资源库标准建设专业资源共享平台，为高校师生、企业和社会学习者提供人员培训、教学指导、学习咨询、资料下载等服务，实现校内外资源共享。

——开展基于网络的“常态化”社会服务。为中山及珠三角地区持续培养急需的电子商务人才；政校行企共建社会服务平台，拓展社会服务功能，向企业和社会开展培训、技术支持、咨询等服务；学生校际交流率不低于 10%（约 30 人次）。

——带动专业群整体办学水平的提高。以电子商务专业为龙头带动专业群校企合作办学体制和机制改革，实现校企之间、专业之间的师资力量、课程标准、实训基地和教学资源的共建共享，提高专业群办学水平，培育新的优势专业

（2）专业与产业协同创新转型升级，实现“专业课程”与“专业岗位”对接

近年来，随着珠三角地区经济的跨越式发展，对电子商务人才需求日益增长。本专业准确定位了办学思路、专业发展目标、专业服务企业、人才培养目标和人才就业方向等问题，于 2013 年确定为学院重点建设专业，2013 年立项省级实训基地（电子商务与现代物流），电子商务专业教学团队于 2014 年评为“院优秀教学团队”；充分利用地区优势，以服务为宗旨，以就业为导向，坚持教育教学改革，走产学研一体化的可持续发展之路，帮扶 33 家中山市制造型企业，实现了中山地区“一镇一品”电子商务服务



外包业务的校企一体化服务对接；逐步形成了自己的专业办学特色，在全省同类院校中享有较高的声誉，加强师资队伍建设，完善实训基地建设，力求将本专业发展成为省级特色品牌专业。

“转型升级”对电子商务人才的培养规格和数量都提出了新的要求。我们对此进行了深入调研，以中山市高新技术开发区作为人才就业大背景，提出了新的“基于工作室平台企业实战化”的校企人才合作培养模式。

本专业一直坚持探索走校企合作办学之路，将办学的落脚点放在为企业服务、为企业培养人才，有效地把知识、科技转化为生产力。先后与广东邮政速递中山分公司、中国联通中山分公司等近十多家企业创建了校外实训基地，开展合作办学。特别是与中山中交电子是商务有限公司、中山纯儿服饰有限公司、中山添倍新家居有限公司、中山瑞德生物科技有限公司等进行了深度合作。从课程实训、顶岗实习、师资培训、项目运营、共建实训环境、专业研讨等都取得了丰硕成果。定期召开专业指导委员会，校企共同研讨专业人才培养模式。与中山瑞德生物科技有限公司合作创建了“公共实训平台”，共同开发了“7+1”电子商务平台、电子商务物流配送系统等，投入运行，取得了良好的社会和经济效益。这些实训基地承担了本专业校外课程实训、顶岗实习、部分毕业设计等教学计划规定的实训实践教学任务，并推荐毕业生到优秀企业就业。几年来，本专业背靠学校、依托企业，逐步探索出立足高职、面向广东、产学一体、服务企业的特色办学之路，专业教师坚持走出去、请进来的理念，逐步形成了一支与企业保持紧密联系的“多方位”、“双师型”教师队伍。

(3) 通过创建“电子商务创业园”实现学习、生活与“网络创业”集 成化

本专业将“以校园融合为先导，以教学改革为核心，以教学基本建设

为重点”作为宗旨，用现代的人才观、质量观、教学观来指导本专业的教学改革，在专业教学改革中充分体现创新能力、创业能力和实践能力的培养，体现人文精神和科学精神的结合，增强毕业生的就业竞争能力和职业转换的适应能力，增强学生的自学能力和可持续发展潜力。

通过“电子商务创业园”引导学生的学习、生活与“网络创业”实践融为一体，充分利用现有的各种资源，创新学生创业能力、实践能力的培养，主要从以下两个方面开展：

——校园生活的电子商务化，努力实现校园内的宣传、教学、后勤服务等逐步信息化，引导学生利用高校的信息化氛围，学习、研究和体验校园生活的电子商务化。

——鼓励“网络创业”实践，针对各种日常生活需求，鼓励和指导学生淘宝等平台开设店铺，尝试“网络创业”的过程。通过代理、代销、等方式，创建“生活化和商业化”的学习氛围，创造专业理论与企业实践无缝连接的电子商务培养环境，提升学生市场分析、网店定位与运营、合作企业沟通等一系列商务策划和实施的专业技能。

（三）本专业人才培养质量保证体系

为了确保人才培养质量能更好地满足社会需求、符合用人单位的岗位要求，学校构建了基于第三方评价的人才培养质量保障体系。该体系在校内质量保障、评价机制和教学调控机制等方面进行了完善和创新。

构建了校内人才培养质量监控与评价体系。建立和完善了由质量监控中心、教务处、系部和学生教学信息员组成的教学质量保障、监控和反馈网络，建立了教学质量管理工作规范，完善了各教学主要环节的质量标准，形成了贯穿整个人才培养过程的常态化教学检查和专项教学检查相结合的工作制度，使该校教学质量得到有效保障。

建立了社会第三方参与的多元评价机制。除了通过同行听课、教学督导、教学检查、学生信息反馈和学生评教等多渠道收集信息外，学院还委托社会第三方对毕业生社会需求与培养质量进行跟踪测量评估，对用人单位需求进行测量和评价。学校非常重视政府、行业、企业、用人单位、学生家长和新闻媒体等的评价，并把其作为学校提高人才培养质量、服务区域经济等方面的有益参考。

完善了“内外结合、以外调内”的教学调控机制。质量保障体系分为内、外两个子系统，校内保障体系通过目标确定、标准建立、收集、评估、反馈、调控，形成内循环；校外子系统，社会第三方（麦可思数据（成都）有限公司）与该校共同设计评价指标体系，由第三方通过问卷调查负责采集、统计和分析信息，然后将信息反馈给学校。学校将根据反馈信息及时调整专业设置和人才培养目标，并对课程设置、教学内容、师资队伍、实训条件等方面的质量标准进行调整，这样通过收集、评估、反馈、调控四个环节构成循环。在该体系中的“内循环”起着基本的质量保障作用，以毕业生和用人单位反馈信息为主体的“外循环”对“内循环”起到了反馈、调节和改进作用，以外循环调控内循环，做到“内外结合、以外调内”，通过多轮的循环保障了专业人才培养质量得到稳固提升。

（四）人才培养条件

1. 教学及学生管理队伍

在学校、管理工程系、专业教研室的共同努力下，本专业教学工作总体情况良好，教学质量稳定，教学管理、教学运行机制正在逐步完善规范，各专业教研室重视教学工作，已建设成一支高素质的教学管理和

学生管理队伍。专任老师担企业项目导师，实时了解学生学习情况，有针对性地给出相关指导。

本专业由系主任主持日常的教学管理工作，系书记管理学生工作，下设辅导员、教研室主任、专业教师和班主任组成的教学工作和学生管理工作管理队伍，管理机构健全，结构合理，人员数量和素质能够满足需要。本专业教学管理及学生管理人员情况如表 5-7-1 所示。

表 5-7-1 教学管理及学生管理人员统计表

姓名	岗位	职责
肖凡平	系主任	负责本专业的日常教学与管理事务
夏义山	系党总支书记	负责本系的学生管理事务
罗美英	政治辅导员	负责学生日常管理事务
黄李辉	政治辅导员	负责学生日常管理事务
赵晓芳	政治辅导员	负责学生日常管理事务

本专业有一支相对稳定的专任教师，如表 5-7-2 所示。

表 5-7-2 专任教师“双师”情况表

姓名	职称	职业资格	是否“双师型”
朱志辉	高级经济师	高级物流师	是
邓志高	副教授	经济师	是
董丽雅	讲师	经济师	是
丁昭巧	讲师	高级电子商务师	是
李巧丹	讲师	电子商务师	是
刘辉辉	讲师	电子商务师	是

本专业实验指导教师共 2 人，学历均在本科以上，其中，工程师 1 人。具体见表 5-7-3。

实验指导教师负责本专业实验课程的指导工作，他们有着丰富实践经验、较高技术水平、管理水平，教学效果良好。

表 5-7-3 实验指导教师基本情况表

教师	学历	学位	职称	是否双师型
陈金玲	本科	学士	讲师	是



马卫国	硕士	硕士	讲师，工程师	是
-----	----	----	--------	---

实验指导教师负责本专业实验课程的指导工作，他们有着丰富实践经验、较高技术水平、管理水平，教学效果良好。

实验指导教师主要负责专业课的实践教学环节。多年来的教学实践表明，由于实验指导教师具有丰富的实践经验和较高的理论水平，所授课程受到了学生的好评，学生对老师的评教分数在 85 分以上。

本专业有一支相对稳定的校外指导教师，如表 5-7-4 所示。这些教师多数为企业生产一线技能型人才，有丰富的专业实践经验，对本专业的发展发挥了重要作用。

表 5-7-4 校外指导老师基本情况表

姓名	专业技术职务	职业资格证书	专业领域	在课程教学中承担的任务	兼职教师单位及职务
张志强	高工	电子商务师	网络营销	校外实训指导	中山中交电子商务有限公司总监
何伟强	电子商务师	电子商务师	网店运营	校外实训指导	广东德讯电商股份有限公司
陈晓	工程师	电子商务师	电子商务	校外实训指导	中山雅恒商贸有限公司
余燕珠	工程师	电子商务师	网络推广	校外实训指导	中山英记食品有限公司
黄世俊	工程师	电子商务师	运营管理	校外实训指导	广州振新家居有限公司
甘燕棠	工程师	电子商务师	外贸推广	校外实训指导	深圳华南城
方晓燕	工程师	电子商务师	网店推广	校外实训指导	广州邻家女孩饰品有限公司

本专业拥有一支思想素质好、业务水平高、结构合理的师资队伍及专业学术梯队。



(1) 专任教师学历及职称结构。专任教师队伍中，副高职称 2 人，讲师 4 人；硕士研究生 6 人。

(2) 专任教师“双师”素质结构。现有专任专业教师 6 人，“双师素质”教师 6 人，占 100%。

(3) 专业教师梯队质量及教学效果

本专业构建了良好的学术梯队和年龄梯队，结构合理。专任专业教师队伍“产学研”特色鲜明，电子商务专业教师中部分具有企业工作经历，而来自企业的外聘老师部分拥有高级职称。

教师还积极参与科研教研活动及与企业的合作，近五年来，承担了院级科研教研项目 5 项，院级网络课程建设项目 3 项；获学院教学成果奖 1 项；国家级教学成果奖 1 项；国家级商科教育精品课程 1 门。

2. 师资队伍保障机制

为了建设一支高素质的教师队伍，为了提高教师的素质，鼓励教师敢做、勇做“领头羊”，学校制定了相关规定，对教师的职业道德、行为规范、职责范围等提出了明确的要求，规划合理、措施得力，效果明显；教师敬业乐群，对工作精益求精，学生满意率高；广大教师积极参与教学改革和生产实践活动，从严治教，不断提高教学水平，教学、科研成果丰富。

为了培养电子商务专业“双师型”教师队伍，本专业鼓励教师参加职业技能资格培训考证，以此提升专任教师具备“双师”素质。

学校制定了激励机制，鼓励教师参加进修和培训，提升专任教师水平。主要表现在：①学历提升，鼓励教师攻读在职硕士、博士学位或研究生课程。目前，相关专任老师在该政策的鼓励下积极攻读硕士学位，

并积极地参加各种相关的培训。②教学技巧提升，通过学校组织的各种教师资格培训，取得教师资格证书和提高教学技巧。

学校制订了行之有效的师资队伍发展规划，建立了有利于提高教师质量的机制与政策，措施得力，效果突出，初步形成了结构合理的梯队结构和教学科研骨干队伍。

同时严格抓好新教师的岗前培训，强化教师实践能力的培养，加强教师的继续教育。学校定期举办专业技能培训、普通话、岗前培训等教师培训班，培养了一批拥有较高学术水平、教学水平的骨干教师。有计划、有步骤地安排教师进修，攻读学位，提高学识水平，使全院形成了一个积极向上的教师进修氛围。

作为教师，需严格要求自己，适应社会的变化与教学的要求，近年来通过本专业教师的努力，已有 2 人获得“电子商务师”考评员资格，2 人获得“阿里巴巴电子商务专员”考评员资格。主要专业老师每年寒暑假积极参加专业技术培训；另外，每年学生实习，专任教师都会全程参与与企业沟通，校企联合制定人才培养方案。

几年来，学院通过开展教学竞赛、期中教学检查等活动，对每门课程教学质量实行学生评教、教师听评课评比，并对教学工作优秀奖获得者进行表彰奖励，有效激发了本专业教师教学工作的积极性，强化了教师、干部的责任意识、质量意识和改革意识，不断提高教学质量和管理水平。

3. 教学条件

表 5-7-5 教学条件统计表

学校近 5 年累计向本专业投入的专业建设经费			240 万元
生均实验仪器设备价值	5200 元	实验开出率	100 %
校内实训基地情况	校级 (11) 个	精品课程情况	校级 (1) 个

	省级(1)个		省级(1)个
相对稳定的校外实践教学基地情况			
单位	有否协议	承担的教学任务	每次接受学生人数
中山市德邦物流有限公司	有	课程实习, 顶岗实习	10
广东京信软件科技有限公司	有	课程实习, 顶岗实习	22
广东德讯电子商务有限公司	有	课程实习, 顶岗实习	11
中山市雅恒商贸有限公司	有	课程实习, 顶岗实习	10
中山市迈进木业有限公司	有	课程实习, 顶岗实习	23
中外运快运有限公司	有	课程实习, 顶岗实习	5
深圳市中安信业创业投资有限公司	有	课程实习, 顶岗实习	4
麦德龙中山分公司	有	课程实习, 顶岗实习	12
中山市经纬物流有限公司	有	课程实习, 顶岗实习	3
广东华兹卜化学工业有限公司	有	课程实习, 顶岗实习	5
粤通物流	有	课程实习, 顶岗实习	6
中山市欧得宝家庭用品有限公司	有	课程实习, 顶岗实习	12
中山市雅居乐物业有限公司	有	课程实习, 顶岗实习	4
中国电信中山分公司	有	课程实习	8
中国移动中山分公司	有	课程实习	8
中国联通中山分公司	有	课程实习	8

4. 人才培养质量和社会评价

(1) 本专业毕业生就业基本情况

学校电子商务专业是为适应珠三角地区电商行业应用性人才的需要而设置的, 人才培养目标是面向中小企业生产、运营、管理、服务第一线具有电子商务网店运营、网站管理与维护、网站推广及网络客服等能力的高素质应用型技能人才。近三年毕业生就业情况分析如下:

——毕业生主要就业区域: 珠三角地区和中山市电商行业和生产制造行业。

——毕业生主要就业单位: 电子商务企业、生产制造企业、网络平台企业、物流配送企业等。

——毕业生主要工作部门：电子商务部门、销售部门、生产部门、运维管理部门、客服部门、物流配送部等。

——毕业生主要从事岗位：电子商务专员、网店运营、网络推广、客服专员、网站管理专员。

(2) 本专业就业质量情况

——本专业毕业生就业基本数据及成功案例

表 5-7-6 电子商务专业近两年毕业生就业基本数据统计表

序号	毕业生人数	专业对口人数	中山地区就业人数	专业对口率	中山地区就业率	毕业生平均薪酬 (试用期后)
1	103	76	89	70.79%	86.4%	2693
2	106	74	86	66.68%	81.13%	3125
合计	209	150	175	68.74%	84.73%	3004

——地区特色突出，就业稳定性高：我系电子商务专业毕业生在中山地区就业率高达 84.73%，地方性人才培养的特色明显，凸显了在中山地区地方经济建设中的重要性。毕业生专业技能强，综合素质高，深受用人单位喜爱，在试用期后的平均薪酬达到 3004 元，这在中山地区实属不易。

——专业对口率高，就业面广：在就业上，平均专业对口率达到了 68.74%，主要分布在电子商务业、网络服务业、生产制造业等性质单位。鼓励学生扩大就业面，历届毕业生中，有多人通过公务员考试进入国家机关事业单位和考取重点大学研究生。

——优秀毕业生成功案例：卢桂兰、陈晓、卢春芳三名同学毕业后分别创办了电子商务有限公司，从事电子商务运营、产品网销，在地区有一定的竞争力。

(3) 用人单位对毕业生的质量评价

通过对两届毕业生的进行的跟踪调查分析，结果表明，用人单位对本

专业培养的学生的综合评价称职率达到了 100%，综合评价优良率大于 89.90%。用人单位评价我系毕业生具有良好的职业道德修养、专业知识扎实、实践能力强，具有爱岗敬业、诚实守信、信誉至上、开拓创新、团结协作等优良品质。

表 5-7-7 电子商务专业毕业生跟踪调查统计表

评价指标	有效问卷数	评价等级				称职率	优良率
		优秀	良好	合格	不合格		
专业技能	39	18	15	6	--	100%	84.61%
	28	14	10	4	--	100%	85.71%
工作态度	39	18	17	4	--	100%	89.74%
	38	15	18	5	--	100%	86.84%
团队与人际关系	29	18	10	1	--	100%	96.51%
	38	15	17	6	--	100%	84.21%
心理素质 职业道德	39	19	16	4	--	100%	89.74%
	38	15	18	5	--	100%	86.84%
	29	17	10	2	--	100%	96.10%
	28	16	8	4	--	100%	85.71%

三、建设目标

(一) 本专业建设的关键问题

1. 激励机制问题

一是教师激励机制问题，本专业在目前教师绩效评价与职业发展激励措施下，不足以激发教师团队在教学上追求卓越发展，需要从学校层面对教师考核评价进行科学合理的设计，形成一股激发教师积极向上、不断进取的动力机制。

2. 校企协同育人机制问题

当前校企合作存在“一头热一头冷”的普遍问题，学校有积极合作的



强烈意愿，而企业缺乏合作动机，核心问题是企业从合作中看不到实际的利益，也就是合作办学对企业的激励机制不足。

3. 教学资源不足问题

目前本专业与标杆专业相比，教学资源还存在很大差距，从场地配置、软硬件配置方面还需加大力度，另外对校外实训基地的资源缺乏有效整合，使得校外资源分散、得不到有效利用。

4. 创新创业教育问题

与标杆专业相比，学校电子商务专业学生创业比例严重偏低，在当前国家大力提倡创新创业的政策背景下，本专业在创新创业教育方面的重视程度、投入程度严重不足，在未来四年建设期内，必须从创业课程、创业辅导与帮扶、吸引社会资金投入创业项目等方面加大投入力度。

（二）专业建设目标

1. 总体目标

(1)综合实力：不断提高综合实力，力争通过四年建设建立起在国内高职院校有影响，并广为应用的电商平台和教材，服务企业五百余家，培育一支优秀教学团队和一名以上专业领军人才，有力提升本专业的国内地位，形成社会服务能力强，办学特色明显，独具个性的专业特色。

(2)人才培养质量：不断提高人才培养质量，达到应届毕业生获取高级以上证书的获取率 $\geq 30\%$ ，毕业生的教学满意度 $\geq 90\%$ ，毕业生初次就业率达到 95% 以上，毕业生对母校的满意度 $\geq 95\%$ ，毕业生工作与专业相关度 $\geq 80\%$ ，毕业生工作与职业期待吻合度 $\geq 60\%$ ，毕业生对基本工作能力总体满意度 $\geq 90\%$ ，毕业生对核心知识的总体满意度 $\geq 90\%$ ，毕业生的就业现状满意度 $\geq 80\%$ ，就业质量稳步提升。

(3)社会认可度：通过提高综合实力和提高人才培养质量，从而提高本



专业的综合社会认可度，达到本专业新生第一志愿投档录取率达到 100%。普通高考统考招生录取中，第一志愿投档线超过所在录取招生批次分数线 20 分以上。新生报到率达到 92% 以上，生源质量稳步提升。毕业生对母校的满意度和推荐度较高。

2. 具体目标

——教育教学改革。（1）实施弹性学分制；（2）二类品牌专业建设项目通过验收；（3）完成专业教学标准和课程标准研制；（4）杰出技术技能人才培养；（5）实施“以学生为中心”的教学手段与教学方法改革（含翻转课堂教学和混合式课堂教学改革、课程考核改革）；（6）国家级教学研究项目 1 项；（7）获得创新创业教育专门课程项目；（8）获得省级大学生创新创业训练计划项目；（9）参加省高职院校技能大赛，获得省级奖项；（10）建立专业质量诊断与改进体系；（11）技术教育（TAC）认证。

——教师发展。（1）建立教研室教师发展激励机制；（2）省级高层次职能型兼职教师项目 1 项；（3）省级高职教育改革与实践项目 1 项；（4）培养一名省级培养专业领军人才；（5）建设跨界“教练型”双师专业教学团队；（6）培育或引进教学名师、教学带头人或教育管理专家；（7）参加国家级微课比赛获得奖项。

——教学条件。（1）完成《网店经营与管理》精品资源共享课；（2）建立数字化教学与信息管理平台；（3）建设国家级规划教材一门；（4）完成一门在线开放课程；（5）完成 6 门核心主干课程专业教学资源库；（6）完成 3 本十三五规划教材；（7）电子商务软件开发，获软件著作权 1 项；（8）电子商务物流省级实训基地建设；（9）建设电子商务实训园一个；（10）建设电子商务创业园一个；（11）建立一个大学生省级校外实践教学基地。

——社会服务。（1）立项聚销网“双创”平台建设项目（华南职教基地项



目)；(2)成立生产性公共服务平台。

——对外交流与合作。(1)开展境外教师交流活动；(2)开展境外学生交流活动；(3)与境外同类高校建立合作关系；(4)引进境外优质教育资源；(5)举办全国性教学交流研讨会。

(三) 建设期满后，预计产出的标志性成果

(1) 国家级标志性成果：

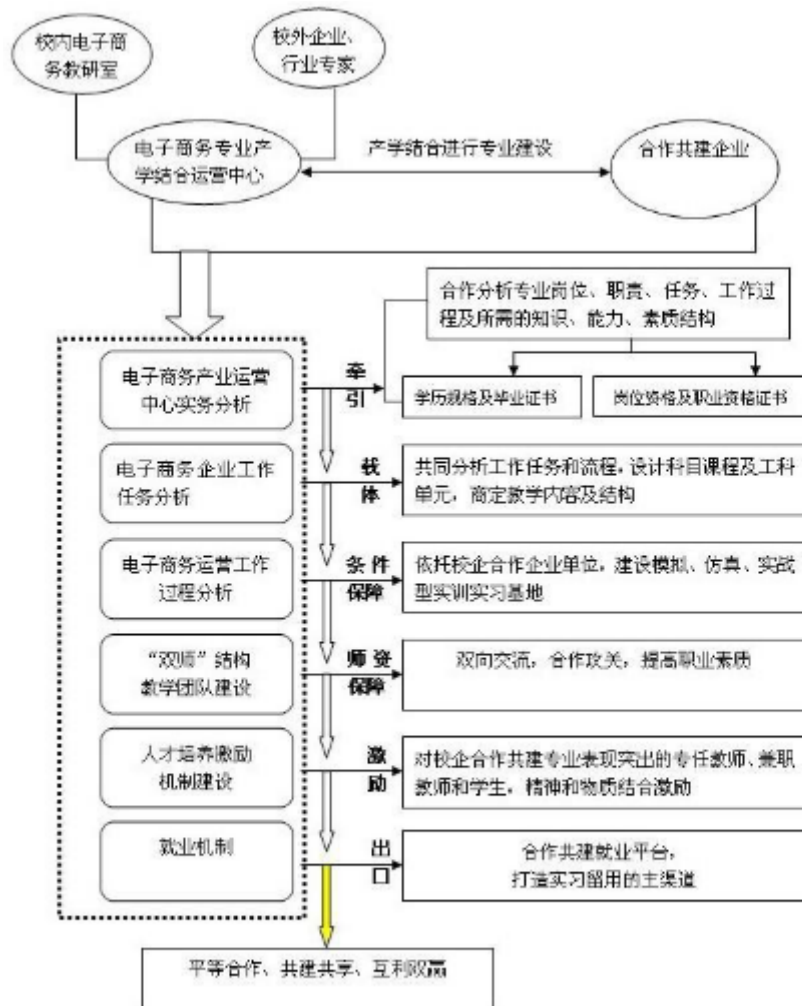
- ◆ 国家级教学研究项目；
- ◆ 国家级软件著作权；
- ◆ 获得微课比赛国家级奖项；
- ◆ 国家级规划教材或精品教材；
- ◆ 技术教育国际（TAC）认证。

(2) 省级标志性成果：

- ◆ 省级专业领军人才；
- ◆ 省二类品牌专业；
- ◆ 省级高层次技能型兼职教师项目；
- ◆ 省级优秀教学团队；
- ◆ 省级实训基地；
- ◆ 省级大学生校外实践基地；
- ◆ 省级创新创业教育专门课程；
- ◆ 省级大学生创新创业训练计划项目；
- ◆ 省级高职院校专业技能大赛奖项；
- ◆ 省级精品在线开放课程；
- ◆ 省级高职教育教学改革与实践项目。

四、建设内容与措施

本专业教学团队将全面落实学校校企共建专业模式，用四年的时间，



把电子商务专业建成全省一流的特色专业。“产学结合”的专业建设模式流程如图 5-7-3 所示。

图 5-7-3 “产学结合”的专业建设模式流程图

本专业紧密围绕行业需求和地方经济社会发展需要，提升自身专业服务产业的水平，打造基于“两园五平台”的分段式教学和行业订制式人才培养模式改革，两园：校内电子商务实训园，校外电子商务创业园；五平台：项目一体化教学平台、校园 O2O 平台、物流配送平台、企业电子商务服务

平台、创业实习平台。具体从以下六个方面进行建设：

（一）基于职业能力，创新基于“两园五平台”的电子商务专业人才培养模式

电子商务专业一直坚持以实战型、创新型人才培养模式引领专业建设的各项工作，提出并积极构建基于“工作室”的实战人才培养模式，要求专业学生具备过硬的岗位职业技能，并积极依托合作企业，深化校企合作层次，推进这一人才培养模式的实现，具体包括以下几点：

1. 明确岗位群，细化人才培养目标

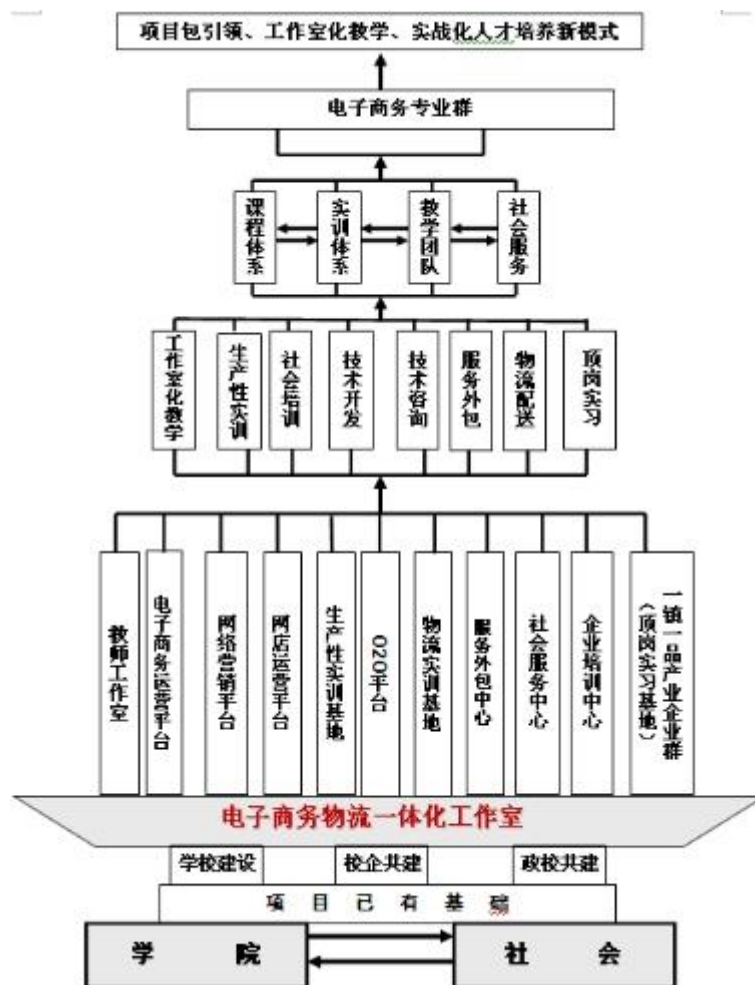


图 5-7-4 电子商务物流一体化工作室结构功能模型图



进一步明确目标岗位群的导向性和服务性，电子商务专业主动适应区域产业结构，参照职业岗位任职要求制定培养方案，及时有效地调整专业结构。基于“工作室”的实战化人才培养模式有效地解决毕业生就业难的问题，为进一步探索“现代学徒制”培养模式打下良好的基础，参见图 5-7-4。

根据市场对人才的需求，进一步细化和明确人才的培养目标。坚持“以素质教育为主线，以能力培养为本位”的培养目标，重视培养学生的诚信品质、敬业精神和责任意识，并针对高等职业院校学生的特点，持续提高学生的实践能力、创造能力和就业能力，使毕业生成为具备必要的电子商务知识和应用能力的高素质高技能人才，以适应在企事业单位从事网络营销与策划、网店运营、文案策划、网站推广、网络美工、客户服务、技术服务等日常业务运营工作，电子商务平台建设，电子商务运营管理工作。依据企业岗位职业要求，注重团队意识、职业意识、文化认同、敬业精神、创新意识、应变能力、学习能力、工作经验等基本素质和职业能力的培养，确立人才培养方案。

2. 校企协同育人，实战项目教学

近年来，学校电子商务专业在校企合作、共同育人方面不断提出新思路、实践新途径。

首先，根据所确定的人才培养目标岗位群，选择广东德讯电子商务股份有限公司、中山市银曼照明有限公司、中山市雅恒商贸有限公司等企业、建立合作关系，搭建创业实习平台；其次，校企共育的模式从起初单一的项目运营逐渐深入，让企业专家更加积极地参与到专业建设中来，采用研讨会、函调、现场取经等多种方式，共同研讨确定专业知识点和技能点、不断完善人才培养方案、构建以“教学做一体化”为主线的课程体系等；



最后，通过不断增加和巩固企业兼职教师队伍，让企业技术人员更多地参与到具体的教学活动中，让企业真实项目的运营管理经验走进课堂。

3. 依据行业标准，推行“双证书”制度

借助已建立的职业技能鉴定机构平台，继续推行“双证书”制度，要求学生在毕业时同时拿到“毕业证”和至少一项“职业资格证”，并将其要求纳入电子商务专业的人才培养方案，围绕考证项目调整课程设计和实训计划，使考证规范化、制度化、经常化，从而在进行学历教育的同时与社会职业资格证书制度接轨。

4. 探索基于“两园五平台”的分段式教学培养，推进高职本科衔接

学校电子商务专业有自主招生的学生，也有普招的学生，因此，探索技能型人才系统培养的制度和形式，促进高职和本科教育协调发展，也是我们需要重视和解决的问题。电子商务专业将以专业人才培养方案为载体，注重高职本科一体化模式在培养目标、专业内涵、教学条件等方面的延续与衔接，系统设计、统筹规划课程开发和教学资源建设，明确各自教学重点，调整课程结构与内容，完善教学管理，改革评价办法，改革招生考试制度，探索高职本科职业教育衔接、贯通的人才培养通道。

5. 建立人才培养质量考核评价体系

为确保本专业人才培养方案的实施效果，使教学质量持续稳步提高，必须建立人才培养质量考核评价体系，以保障专业人才培养方案的实施质量与教学效果。加快学生学习质量监控平台与数据分析系统建设，完善学生能力分析系统；完善毕业生追踪调查与能力分析系统；完善信息反馈机制；完善企业人员参与教学过程的机制与评价系统。搭建能力评价数据平台与顶岗实习监控数据平台，以进一步深化人才培养质量提供保证。



6. 创新考核评价机制

构建开放式的课程教学体系，按照人才规格要求，结合岗位能力点分析结果与学生认知规律，循序渐进地安排到各项实践中去，达到职业岗位群对能力与技能的要求。在完善过程考核体系和能力评价与分析系统的基础上，引入“第三方”评价机制，将就业水平、企业满意度作为衡量人才培养质量的核心，改进教学方式，完善学生评价方案。为保证实现学生顶岗实习的目标，与企业合作，共同进行生产性实训环境规划及生产性实训项目开发，建立与工学结合相适应的、开放式的学生顶岗实习管理制度、顶岗实习辅导教师管理制度的评价标准。进一步完善校外实习基地的管理，开通学生顶岗实习管理平台，保证校外实习基地的正常运行。

（二）强化质量水平，打造省级特色专业教学团队

以提高教师整体素质为中心，以加强“双师型”教师队伍建设为重点，以培养、引进、聘请专业领军人才相结合，开展校企互通，与企业联合培养专业教师，共同打造素质优良、结构合理、专兼结合的“双师型”优秀专业教学团队。在教学团队建设过程中，重视教师个人的发展与提高，鼓励教师将个人的发展与专业发展及专业教学改革相结合，要求每名教师明确自己的职称、学历发展计划，并制定出个人职业发展规划，争取从学历进修、职称晋升、科研方向的确定、实践能力和技能的训练计划等方面，综合提高教学团队成员的整体职业素质。一是逐步形成能各有专长的学科带头人和具有一定科研能力的骨干教师队伍。二是进一步提高教师的专业实践教学能力，力争在三年内使专业教师全部达到“双师型素质”要求。三是逐步完善从事实践教学的专职教师队伍和来自第一线的兼职教师队伍，提高两支队伍的综合素质，实现优势互补。四是完善教学评价机制和业务考核制度，健全教学质量监控体系，优化人才发展环境。

（三）紧贴产业要求，构建基于“项目一体化教学平台”的课程体系

1. 依据工作岗位和能力要求推进课程改革

商业企业应用型高技能人才必须具备三种能力，即“专业能力、商务能力、社会能力”。首先必须认真分析电子商务毕业生的工作岗位及能力要求。电子商务毕业生工作岗位与工作领域分析参见表 5-7-8。

表 5-7-8 电子商务专业毕业生的工作领域分析表

工作岗位	业务范围	工作领域
商务代表	市场开发，产品销售	市场拓展
		产品销售
网络客服	市场环境的分析、客户关系管理	客户关系维护
		客户续费管理
网络美工	网页的设计与美化	网页的设计
		网页的美化
网站编辑师	网站整体架构的构建与网站的建设	网站的设计
		网站的管理
		网站效果的评价
网站推广专员	网站应用的推广与客户关系的维护	网络应用的推广
		搜索引擎的应用推广
		网络空间、域名的推广
网店运营专员	网店的运营与管理	企业网店的运营与管理
网站建设与维护专员	网站的建设与维护	PC 网站的建设、维护
		微网站的建设、维护

根据专业岗位需求，培养学生具有良好的专业道德，熟练的专业技能和较强的可持续发展能力。对制定的工作任务进行分析，归纳为行动领域，进一步转化为学习领域，使专业能力培养贯穿于整个教学过程之中。

2. 根据行业发展前沿校企合作开发专业课程

在已成立的专业建设指导委员会中，充实行业企业方面的专家，构建以社会用人单位相关人员为主体的专业建设指导委员会。充分利用现有的各种资源，聘请行业、企业的生产与管理精英，参与到电子商务专业建设中来。行业、企业精英来自一线岗位，有着丰富的实践经验，对行业发展前沿具有敏锐的观察力，对于专业建设具有独到的见解。制定专业人才培养方案时，广泛听取行业专家的建议，引入行业企业技术标准开发专业课程，按照“实战教学，项目导向”的原则，与企业联合开发校企合作教材3本。同时，吸纳行业企业参与电子商务专业的人才培养与评价，在学校与行（企）业之间形成良性互动。

表 5-7-9 专业课程建设一览表

序号	核心课程	建设内容	建设目标	负责人
1	网络营销 (网络分销)	1、采用企业真实任务、项目； 2、明确知识、技能、素质要求 3、核心课程标准制定 4、实施网络课程教学资源库建设 5、实训指导书行业标准	省级精品资源共享课	丁昭巧
2	电子商务活动策划		校级精品资源共享课	董丽雅
3	商务网站设计		精品资源共享课	胡现玲
4	网络客服管理		精品资源共享课	李巧丹

表 5-7-10 教材建设规划一览表

教材名称	编写时间（年）	负责人
网络分销	2016年	丁昭巧
电子商务活动策划	2017年	董丽雅
网上电子商务实战	2018年	朱志辉

3. 按照分类标准建设资源共享平台

校企共同开发“项目一体化教学平台”，根据一定的分类标准，对课程资源素材进行必要的梳理和归类，建设成课程资源库。教学资源库里包含文本库、文献库、超文本库、视频库、图片库等，课程资源库要求

信息量大、形式多样、专业特色明显，利用信息技术把各组各类资源库有机连接起来，为教学实施提供多重服务和深度支持。

（四）依托职业岗位技能，建设独具专业特色的生产性“电子商务实训园”

1. 组建电商企业学院，建立生产性实训基地

一是在合作办学共建的“电子商务与现代物流”省级实训基地的基础上，探索建立“校中厂”、“厂中校”的实习实训基地。采用引进、联办形式，建立集生产、教学一体的“校中厂”，即“电子商务实训园”，实现校企运营“校园 O2O 平台”和“物流配送平台”合作。联合中山美居产业园建立汇智电商学院，依托美居产业园内 200 多家电商企业，开办“电商”学徒制培养班，学员与企业人力资源部门一起，经过考核、面试筛选，组成企业的“电商学徒班”，学生除了正常参加电子商务专业设置的课程教育之外，可以系统地接受企业的业务培训和指导，以企业相关岗位的具体工作和要求设计课程，由企业选派人员与专业教师联合开展教学和实训活动。同时，利用节假日、寒暑假在企业的各个岗位进行轮岗实习，在企业一线业务骨干的指导下，使学生们在岗位上现场学习并锻炼，强化现场操作。

二是利用《电子商务物流一体化工作室》作为“企业电子商务服务平台”，利用企业学院的优秀师资与实践条件，积极开展对外培训。培训的对象包括信息服务企业的从业人员、参加工作的高中毕业生、传统企业中从事电子商务的人员、非电子商务专业的在校大学生等，依托企业优势的客客户资源，为经过培训、符合企业用人标准的结业人员提供工作岗位，从而形成培训人员、学校、企业三方共赢的局面。

2. 依据实际工作标准，完善实训室制度建设

不断完善原校内实训室运行规章制度。依照企业仿真格局和企业实际工作标准，结合学生实训需要，充实校内实训室的制度建设，建成布局合理、仪器先进、设备完善的高标准、高质量、高起点的校内电子商务实训基地，使之具备单项电子商务、综合电子商务实训条件，并兼顾社会发展对电子商务专业需求，使学生在校就能够逐渐熟悉电商运营公司或企业工作环境，实现学生与实际电子商务岗位的零距离，成为向省内输送电子商务专业技能型人才的的教学基地和电子商务人力资源开发中心。

3. 结合企业运营实际，拓展实训基地教学功能

加强校外实训基地的建设，加强校企合作，实施“院园融合”、“工学结合”，在电子商务专业建设指导委员会专家指导下制订工学结合的人才培养方案。充分利用目前电子商务专业拥有的8家校外实习基地，保证“实战化”的技能型人才培养模式的顺利实施。与广东德讯电子商务股份有限公司、中山银曼照明有限公司、飓风集团等8家企业签订了合作办学协议，使其成为电子商务的实习实训基地。实训基地一览表，参见表5-7-11。

表 5-7-11 电子商务专业实训基地一览表

基地名称	实训基地的功能	主要实训项目
德讯实训基地	工学交替、师资队伍建设、校企合作教材开发、顶岗实习、学生就业等	网站建设、后台维护 客户服务、网络营销
银曼实训基地	顶岗实习、学生就业、实证研究等	营销管理、网上外贸、
雅恒实训基地	校企合作教材开发、师资队伍建设、工学交替、顶岗实习、学生就业等	网站建设、网络营销 网站推广
飓风实训基地	学生就业、工学交替、教材建设等	客户服务、网络营销
景心实训基地	工学交替、顶岗实习、学生就业等	网站建设、网络营销
紫光文祥实训基地	学生就业	网络调研、网络营销
祥云实训基地	教材建设、学生就业、师资队伍建设	客户服务、营销策划 市场调研
品能实训基地	顶岗实习、师资队伍建设等	营销策划、市场调研 客户服务



（五）立足中山经济，搭建“企业电子商务服务平台”，增强服务能力

结合学校电子商务专业的特点，我们将发挥自身优势，坚持专业建设、人才培养与当地产业发展相适应，主动面向中山市专业镇区的重点产业和特色产业，培养优秀电子商务专门人才，为中山市区域经济社会发展提供人力资源支撑。具体做法：一是积极走出去，为中山市本地中小企业提供必要的网络技术支持；二是充分发挥教育资源优势，为传统的中小企业普及电子商务业务提供相关支持；三是对外来务工人员，开展电子商务营销、物流等方面知识的培训，为加速中山市城镇化进程助力；四是继续做好电子商务专业职业资格认证工作，借助我校被批准为电子商务职业技能培训的平台，拓展电子商务省级实训室开放功能，充分发挥实训场所及考证基地的效用，组织学生进行培训和技能操作考核认证；五是积极拓展社会服务功能，以先进的教学设施为依托，以强大的师资队伍为保证，以《电子商务物流一体化工作室》为“企业电子商务服务平台”，扩大学校的社会服务功能，承担各级、各类型的电子商务职业技能的培训任务，为电商运营人员提供专业电子商务知识培训，以电子商务技能岗位资格和认证考核为突破口，充分发挥特色专业在职业教育领域的示范作用和辐射作用。

围绕市场需求，校企共建“电子商务创业园”，形成校企合作长效机制，从中山市经济发展的实际出发，考虑市场发展的需要，主动与企业进行沟通，与广东德讯电子商务股份有限公司共建电子商务创业园；使校企合作进一步融合，建立稳定长效的校企合作机制，作为建设和提高专业服务能力的重要保障。扩大与企业合作的范围和深度，开展产学研合作与交流，共享研究成果，参见图 5-7-5。



1. 积极践行“院园融合”的“工作室”合作育人模式

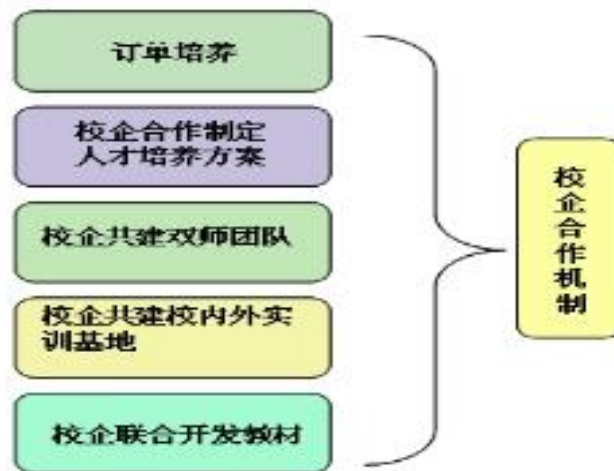


图 5-7-5 校企合作机制

“现代学徒制培养模式”是高职院校与企业深度合作的一种重要形式，也是提高专业适应当地区域行业、企业一线建设需求和发展需要的具体体现。通过校企联合培养将教学活动与生产实践、社会服务、技术推广及技术开发紧密结合起来。对于学校和企业双方，是一种双赢的合作模式。筹建董事会作为校企合作专职管理机构，由专职管理人员负责现代学徒制培养模式的人员选拔、管理、服务工作，与广东德讯电子商务股份有限公司、飓风集团、中山市品能科技有限公司合作进行现代学徒制培养，逐步实现“电商企业学院”。

2. 与企业合作，加强专业建设和加大对外服务力度

在现有签订校企合作协议的校外实训企业的基础上，利用电子商务专业覆盖行业广的特点，经过仔细论证，认真筛选，扩大实训基地的行业覆盖面，并精选行业内的顶尖企业洽谈合作，“以院园融合为先导，以教学改革为核心，以教学基本建设为重点，注重提高质量，努力办出特色”作为宗旨，用现代的人才观、质量观、教学观来指导本专业的教学改革，在专业教学改革中充分体现创新能力、创业能力和实践能力的培养，体现人文

精神和科学精神的结合，增强毕业生的就业竞争能力和职业转换的适应能力，增强学生的自学能力和可持续发展潜力。同时，充分发挥自身专业的技术优势，在为相关企业提供订单式高素质技能型人才培养的基础上，积极开展职工培训、技术服务等工作，协助合作企业攻克技术难题，增强企业技术创新能力和市场竞争力，加大校企合作企业的技术指导。

（六）探索并努力践行对外合作与交流

1. 积极探索国际合作育人机制，培养具有国际视野的高素质技术技能人才。

寻求与台湾职业院校以及发达国家（地区）的职业院校的交流，加强在学生交流学习、教师培训、专业建设等方面的合作，共同开发课程教材等，实现人才培养国际化、师资培训国际化、课程建设国际化。具体任务是：

——与境外同类高校互派学生交流，接收境外交流学生数量达 2-3 人次，学生境外交流率达 5%。

——引进境外教材体系。

——建设期内，派出 3 名专任教师赴境外参加培训，专任教师境外培训率达 50%。

2. 加强与国内高水平职业院校合作，实现优质教育资源共享。

研究分析国内高职院校的建设情况和人才培养特色，寻求专业对口、资源互补的高职院校进行合作，通过互派学生、教师交流，在专业标准、课程建设、实习实训室资源、校企合作以及就业等方面，取长补短，充分发挥不同教育的优势，实现学生跨区域的培养，使学生院际交流率达 10%。。具体任务是：

——与三所高水平高职院校建立密切联系，开展人才培养和师资队伍



建设方面的合作;

——建设期内, 与合作的高职院校交流学生约 30 人次;

——开展教育教学研讨与交流, 建设期内, 共开展教师研讨与交流 3 次。

五、进度安排

建设内容		2016年9月-2017年12月 (预期目标、验收要点)	2018年1月-2019年8月 (预期目标、验收要点)	2019年9月-2020年7月 (预期目标、验收要点)
教育教 学改革	1、人才培养机制	<p>预期目标:</p> <p>1、实施学分制和弹性学制; 2、完成二类品牌专业建设项目。</p> <p>验收要点:</p> <p>1、制定学分制和弹性学制实施细则; 2、搭建“项目一体化”教学平台;</p>	<p>预期标志性成果:</p> <p>1、探讨形成电子商务产教融合协同创新中心运行机制,初步搭建电子商务产教融合协同创新中心; 2、二类品牌专业建设项目。</p> <p>验收要点:</p> <p>1、电子商务产教融合协同创新中心; 2、二类品牌专业建设项目。</p>	<p>预期标志性成果:</p> <p>1、完成电子商务产教融合协同创新中心建设工作</p> <p>验收要点:</p> <p>1、电子商务产教融合协同创新中心</p>
	2、教学教育改革	<p>预期目标:</p> <p>1、通过社会行业调查及专业调研,确立人才培养目标,形成体现高职人才培养规律的特色鲜明的人才培养方案; 2、开展专业核心课小班教学; 3、研制中高本一体化的电子商务专业教学标准和课程标准。</p> <p>验收要点:</p> <p>1、专业人调调研报告; 2、与行业、企业共同制订的人才培养方案; 3、中高本一体化的电子商务专业教学标准和课程标准。</p>	<p>预期目标:</p> <p>1、实施杰出技术技能人才培养; 2、专任教师与兼职教师同授一门课。 3、完善中职学段(三年)和高职学段(二年)一体化的人才培养方案</p> <p>验收要点:</p> <p>1、专任教师与兼职教师同授一门课实施过程材料; 2、杰出技术技能人才材料; 3、中高本一体化的人才培养方案。</p>	<p>预期目标:</p> <p>1、构建“两园五平台”的分段式教学; 2、构建实战型技术技能人才培养模式; 3、完成高职教育教学改革与实践。</p> <p>验收要点:</p> <p>1、高职教育教学改革与实践校级项目9项 2、高职教育教学改革与实践国家级项目1项。</p>

	<p>3、创新创业教育</p>	<p>预期目标: 探索创新教育课程体系。</p> <p>验收要点: 1、初步形成创新教育课程体系; 2、学生创新创业大赛获得省级以上奖励 1 项。</p>	<p>预期目标: 1、初步构建创业教育课程体系; 2、创立电子商务创业园; 3、对有意愿、有潜质自主创业的学生制定创新创业能力培养计划;</p> <p>验收要点: 1、创新创业课程; 2、电子商务创业园。</p>	<p>预期目标: 1、开发电子商务创新创业教育专门课程; 并,获得创新创业教育专门课程项目 1 项; 2、学生创新成果显著; 3、完成省级大学生创新创业训练计划项目 1 项。</p> <p>验收要点: 1、电子商务创新创业教育专门课程项目; 2、学生创新创业成果; 3、省级大学生创新创业训练计划项目。</p>
	<p>4、学生成长与发展</p>	<p>预期目标: 1、学生实践能力、创造能力、就业能力和创业能力强。 2、高职院校技能大赛省赛中得高等级奖项。</p> <p>验收要点: 1、毕业生的教学满意度$\geq 90\%$,届毕业生获取高级以上证书的获取率$\geq 80\%$,毕业生对母校的满意度$\geq 95\%$;毕业生工作与专业相关度$\geq 80\%$;毕业生的就业现状满意度$\geq 80\%$ 2、高职院校技能大赛省级奖项 1 项。</p>	<p>预期目标: 1、开展大学生创新创业大赛。 2、开展第二课堂活动</p> <p>验收要点: 1、开展学生创新创业大赛 2、高职院校技能大赛省级奖。</p>	<p>预期目标: 1、学生实践能力、创造能力、就业能力和创业能力强。 2、在创新创业竞赛、高职院校技能大赛中获得高等级奖项。</p> <p>验收要点: 1、应届毕业生中,自主创业学生所占比例大于 3%; 2、应届毕业生取得高级以上职业资格证书的学生达到 80%。</p>

	<p>5、质量保证</p>	<p>预期目标: 1、建立毕业生跟踪调查体系,与第三方合作机构共同进行毕业生质量跟踪调查; 2、建立大学生学习成果评价体系,开展建立大学生学习成果评价分析。 验收要点: 1、毕业生质量跟踪调查报告; 2、大学生学习成果评价分析报告。</p>	<p>预期目标: 与第三方合作机构共同进行毕业生质量跟踪调查,制定专业自我诊断与改进机制,建立专业质量诊断与改进体系。 验收要点: 1、毕业生质量跟踪调查报告。 2、专业质量诊断与改进体系</p>	<p>预期目标: 1、继续完善的专业自我诊断与改进机制。 2、完成技术教育(TAC)认证(国家级) 验收要点: 1、完成撰写质量跟踪报告,对本专业毕业生就业率、就业质量、企业满意度、创业成效等进行全面追踪; 2、技术教育(TAC)认证(国家级)。</p>
	<p>1.激励和约束制度</p>	<p>预期目标: 走访相关院校和企业,探索激励和约束机制。 验收要点: 1、积极探索教学改革,改进教学方法,进行课题研究,申报校级、省级课题; 2、鼓励高层次技能型兼职教师进行项目申报。</p>	<p>预期目标: 1、建立科学合理的绩效考评体系 2、完成基层教学组织创新建设与管理改革,建立教研室教师发展激励机制; 3、完成兼职教师的培训与管理机制。 验收要点: 1、建立科学合理的绩效考评体系; 2、成功申报省级高职教育教学改革与实践项目1项。</p>	<p>预期目标: 省级高层次职能型兼职教师项目 验收要点: 1、省级高层次技能型兼职教师的培养与管理项目1项。 2、“深海探珠工程”成果</p>
<p>教师发展</p>	<p>2.教学团队</p>	<p>预期目标: 建设跨界“教练型”双师专业教学团队,完善骨干教师培养培育计划、青年教师培养培育计划,每年5名以上骨干教师参加省级以上的各种培训,培养青年教师成为教学能手、技能能手,重点培养2名高级职称教师 验收要点: 1、每年5名以上骨干教师参加省级以上的各种培训;</p>	<p>预期目标: 1、完成电子商务省级优秀教学团队(省级)建设。 2、形成实践技能课程主要由具有相应高技能水平的兼职教师讲授的机制。 3、引进省高层次技能型兼职教师人数,建立一比一的专兼教师队伍。 验收要点: 1、电子商务省级优秀教学团队项目;</p>	<p>预期目标: 1、培养一名在全省有较大影响的教学名师,在省级行业组织团体中任职 2、高职教育教学改革与实践项目(省级) 3、微课竞赛获奖1项(国家级) 验收要点: 1、高职教育教学改革与实践项目(省级) 2、微课竞赛获奖1项(国家级)。</p>

		<p>2、学年参加专业培训的专任教师占专业专任教师的比例$\geq 80\%$;</p> <p>3、专业专任教师生师比≤ 20;专业专任教师高级职称比例$\geq 30\%$，“双师素质”专业专任教师比例$\geq 90\%$;青年教师中具备研究生学历或硕士、博士学位的比例$\geq 60\%$;专任教师人均年企业实践≥ 21.88天,具有3年以上行业企业工作经历专任教师比例$\geq 30\%$。</p>	<p>2、实践技能课程主要由具有相应高技能水平的兼职教师讲授;</p> <p>3、引进1名高层次技能型兼职教师(省级);</p> <p>4、一比一的专兼教师队伍,兼职教师担任实践课程数量、课时比例达50%以上。</p>	
	3.专业带头人培养	<p>预期目标:</p> <p>1、校企合作制定专业带头人培养计划。</p> <p>验收要点:</p> <p>1、进一步完善专业带头人及骨干教师培养机制;</p> <p>2、联系企业建立教师挂职锻炼合作关系。</p>	<p>预期目标:</p> <p>1、通过承接项目、企业兼职锻炼、参与企业技术改造与创新等途径提高技术服务能力。</p> <p>验收要点:</p> <p>1、挂职锻炼1个月;国内培训1~2次;</p> <p>2、主持1项技术服务项目;</p> <p>3、主持科研课题1项;</p> <p>4、主持建设精品在线开放课程1门。</p>	<p>预期目标:</p> <p>1、培养1名专业带头人。</p> <p>验收要点:</p> <p>1、挂职锻炼1个月;</p> <p>2、国内外培训2人次;</p> <p>3、累计主持1~2项技术服务项目;</p> <p>4、累计主持1~2项科研课题;</p> <p>5、累计指导青年教师1~2人。</p>
教学条件	1. 核心课程建设	<p>预期目标:</p> <p>1、教师与企业一线工程师共同确定专业的优质核心课程建设思路。</p> <p>2、完成升级精品课程《网店经营与管理》建设工作。</p> <p>3、完成在线开放课程的初步建设工作。</p> <p>验收要点:</p> <p>1、确定专业的核心课程及建设步骤;</p> <p>2、《网店经营与管理》精品开放课程。</p>	<p>预期目标:</p> <p>1、完成1门省级精品在线开放课程申报。</p> <p>2、实施翻转课堂、任务驱动等教学方法,实施教学做一体化教学实践。</p> <p>验收要点:</p> <p>1、1门省级精品在线开放课程;</p>	<p>预期目标:</p> <p>1、完成精品课程和在线开放课程的验收。</p> <p>验收要点:</p> <p>1、完成在线开放资源建设任务;</p> <p>2、课堂教学满意度先祖提升、学生及企业反馈良好,并呈现上升趋势。</p>

	<p>2. 教材建设</p>	<p>预期目标: 1、完成校企合作教材《网店经营与管理》的教材升级编辑工作; 2、专业所有核心课程实验指导书的修订编辑工作。 验收要点: 1、校企合作教材《网店经营与管理》的教材; 2、专业核心课程实验指导书。</p>	<p>预期目标: 1、完成3本十三五规划教材。 2、继续完成专业所有核心课程实验指导书的修订编辑工作。 验收要点: 1、校企合作教材《网络分销》、《电子商务活动策划》、《网上电子商务实战》。 2、专业所有核心课程实验指导书。</p>	<p>预期目标: 1、建设国家级规划教材1门。 2、完成软件著作权(国家级)1项 验收要点: 1、国家级规划教材1门。 2、软件著作权(国家级)1项</p>
	<p>3. 教学资源库建设</p>	<p>预期目标: 1、制定专业资源库的总体方案与实施步骤。 验收要点: 1、规划专业资源库建设总体方案; 2、完成企业信息库、岗位信息库建设,将职业标准、技术标准、业务流程、作业规范、操作流程等流程的收集与整理工作。</p>	<p>预期目标: 初步建立6门核心主干课程专业教学资源库 验收要点: 制定专业课程资源开发计划;</p>	<p>预期目标: 完成6门核心主干课程专业教学资源库的建设 验收要点: 完成6门核心课课程标准、课件及教案;微视频,课堂实录、教学评价、测试习题课程资料收集与入库工作。</p>
	<p>4. 实习实训建设</p>	<p>预期目标: 1、改善校外实习实训环境; 2、完成电子商务物流省级实训基地建设; 3、新建5个校外实训基地。 验收要点: 1、5个校外实训基地; 2、电子商务物流省级实训基地建设。</p>	<p>预期目标: 1、建设一个电子商务实训园; 2、建设电子商务创业园一个; 3、建立物流配送平台、O2O平台、创业平台、企业服务平台; 4、建成5家校外实训基地 验收要点: 1、电子商务实训园一个; 2、电子商务创业园一个; 3、5家左右的校外实训基地。</p>	<p>预期目标: 1、新建10家校外实训基地; 2、完成一个大学生省级校外实践教学基地建设 验收要点: 1、10个校外实训基地; 2、大学生省级校外实践教学基地一个。</p>

<p>社会服务</p>	<p>1.社会服务</p>	<p>预期目标: 1、制定社会服务系列管理文件; 2、华南职业教育教育产学研合作实验基地</p> <p>验收要点: 1、校企双方共同制定工作室管理办法、激励措施及与运行制度; 2、聚销网“双创”平台建设项目(华南职教基地项目)1项。</p>	<p>预期目标: 1、成立生产性公共服务平台; 2、成立应用技术研发平台</p> <p>验收要点: 1、生产性公共服务平台; 2、应用技术研发平台; 3、生均学年为社会、行业企业技术服务收入≥ 169元/生</p>	<p>预期目标: 1、培育中小微企业技术服务平台; 2、完成重点科研项目立项1项。</p> <p>验收要点: 1、重点科研项目立项1项 2、中小微企业技术服务平台 3、生均学年为社会、行业企业技术服务收入≥ 169元/生</p>
<p>对外交流与合作</p>	<p>1.国外交流与合作</p>	<p>预期目标: 1、深化国际交流与合作,探索国际合作育人机制。</p> <p>验收要点: 1、赴境外参加培训的专业专任教师所占比例50%; 2、学生互换交流率5%。</p>	<p>预期目标: 1、引入国际职业认证标准,构建与国际接轨的人才培养模式; 2、引进境外优质教育资源,引进境外教材体系。</p> <p>验收要点: 1、赴境外参加培训的专业专任教师所占比例50%; 2、引进境外教材体系。</p>	<p>预期目标: 1、实施“走出去”战略,接收境外交流学生; 2、与境外同类高校建立合作关系。</p> <p>验收要点: 1、赴境外参加培训的专业专任教师所占比例50%; 2、接收境外交流学生数量达2-3人次与国际接轨的课程体系;</p>
	<p>2.国内交流与合作</p>	<p>预期目标: 1、与行业龙头企业开展认证培训; 2、与国家示范高职院校合作,加大专业内涵建设, 3、与专业电子商务公司深入合作,共建电子商务平台,开展订单培养。</p> <p>验收要点: 1、校企合作电子商务平台; 2、互派学生,教师相互交流,学生校外交流率约10%(约30人次)。</p>	<p>预期目标: 1、继续与国家示范高职院校合作; 2、与广东科学技术职业学院、义乌工商职业技术学院、湖南科技职业学院三所示范(骨干)高校建立姊妹专业关系</p> <p>验收要点: 1、与高职院校建立良好的合作关系,互派学生,学生校外交流率约10%(约30人次)。</p>	<p>预期目标: 1、继续与国家示范高职院校合作; 3、举办全国性教学交流研讨会。</p> <p>验收要点: 1、学生校外交流率约10%(约30人次); 2、全国性教学交流研讨会。</p>

六、经费预算

本项目经费预算为 910 万元，用于 5 个子项目建设，其中，省财政专项经费 450 万元，举办方经费 450 万元，其他投入 10 万元，具体见表 5-7-11 和表 5-7-12。

表 5-7-11 电子商务专业分年度建设经费预算表

建设子项目		年度	建设经费预算及来源（万元）			总计
			省财政投入	举办方投入	其他投入	
序号	合计		450	450	10	910
1	教育教学改革	2016 年	0	0	0	0
		2017 年	32	33	0	65
		2018 年	30	30	0	60
		2019 年	15	15	0	30
		2020 年	13	12	0	25
2	教师发展	2016 年	0	0	0	0
		2017 年	40	40	0	80
		2018 年	34	35	0	69
		2019 年	20	20	0	40
		2020 年	6	5	0	11
3	教学条件	2016 年	0	0	0	0
		2017 年	105	105	0	210
		2018 年	55	55	10	120
		2019 年	30	30	0	60
		2020 年	10	10	0	20
4	社会服务	2016 年	0	0	0	0
		2017 年	5	6	0	11
		2018 年	5	4	0	9
		2019 年	0	0	0	0
		2020 年	0	0	0	0
5	对外交流与合作	2016 年	0	0	0	0
		2017 年	18	19	0	37
		2018 年	20	19	0	39
		2019 年	12	12	0	24
		2020 年	0	0	0	0



表 5-7-12 电子商务专业建设经费来源及预算表

建设项目		建设经费来源及预算					
		申请省财政专项投入		举办方投入 (来源: 火炬区)		其他投入 (来源: 行业企业)	
		金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)	金额 (万元)	比例 (%)
合计: 910 元		450	49.45	450	49.45	10	1.1
教育教学改革	1.人才培养机制	10	50	10	50	--	--
	2.教学改革	42	50	43	50	--	--
	3.创新创业教育	13	50	12	50	--	--
	4.学生成长与发展	15	50	15	50	--	--
	5.质量保证	10	50	10	50	--	--
	小计: 180 万元	90	50	90	50	--	--
教师发展	1.激励和约束机制	25	50.0	25	50.0	--	--
	2.专业带头人	10	50.0	10	50.0	--	--
	3.教学团队	65	50.0	65	50.0	--	--
	小计: 200 万元	100	50.0	100	50.0	--	--
教学条件	1.优质教学资源	62	50.0	63	50.0	--	--
	2.校内实践条件	123	50.0	122	50.0	10	--
	3.校外实践条件	15	50.0	15	50.0	--	--
	小计: 410 万元	200	48.8	200	48.8	10	2.4
社会服务	1.技术服务推广平台	6	50.0	6	50.0	--	--
	2.社会服务激励机制	4	50.0	4	50.0	--	--
	小计: 20 万元	10	50.0	10	50.0	--	--
对外交流合作	1.具有国际视野人才培养	41	50.0	41	50.0	--	--
	2.国内交流合作	9	50.0	9	50.0	--	--
	小计: 100 万元	50	50.0	50	50.0	--	--



七、保障措施

专业建设是高校办学工作重点，是提高教学质量、确保培养优质人才的举措，也是教学部门工作改革的重点和难点。中山火炬职业技术学院一直把专业建设作为最重要的基本建设，提出了专业建设的中长期发展目标，制定了“深海探珠”计划，采取了一系列有效措施，保障了学校专业建设的稳步开展。

（一）组织保障

采用项目管理办法，成立专业建设领导小组，分管院长为龙头，以专业系为基础，教务、财务、实训等部门参与，以专业标准和电商行业示范为标准，建立财政支持下的专业建设体系。成立专业建设指导委员会，以企业骨干为主体，为提高专业建设的针对性、科学性提供智慧保障。成立课题建设团队，以教研室为单位，专业带头人负责，在系主任领导下完成本专业建设任务。

（二）制度保障

建立项目建设领导责任制度和项目负责人制度，在从事管理、绩效考核给予政策支持，形成有效激励机制。建立专业建设管理、教学督导教学检查、教学队伍建设、实训设施基地建设、教学资源建设、教学质量考核、毕业生就业指导等系列制度，保障项目规范、高效运作。

（三）经费保障

严格执行专业建设方案中经费支出，制订经费专项预算，专款专用，保障重点为实验实训设施、师资培训、教学研究、课程与教学资源、教材开发等。

具体措施如下：

——建立了专业、课程建设保障体系。为保证学校专业及课程建设各



项工作健康有序开展，学校对专业及课程建设经费支持、考核奖励等做了明确规定，并把精品课程建设成果作为年终对各系教学考核的重要内容之一。这些激励措施的实施，促进了学校精品课程建设健康规范发展。

——成立了专业、课程建设领导小组。学校成立了专业建设领导小组负责全院的专业建设统筹。为加强对专业建设的管理与指导，系课程建设领导小组由系主任任组长，教研室主任任副组长，专业骨干教师为主要成员。对课程建设团队结构做了明确要求，定期召开教研会议，保证了课程开发队伍的专业教学水平和科研能力，为专业、课程建设提供了组织保障。

——加强对教改课程建设小组的管理。配备高水平的课程教学队伍，设置了课程负责人、主讲教师、任课教师等岗位，调动了教师参与课程建设的主动性和积极性。各专业成立了专业指导委员会，邀请了校外部分有指导能力的企业参与专业建设和课程改革。要求教改课程负责人具有副高及以上职称，主讲该门课程至少 3 年以上，具备高水平的教研教改能力，综合评价良好，等等。每门教改课程要求配备 2—3 位企业兼职教师。

——配套建设条件先进的实训室。学校先后投入 300 多万元建设专业校内实训室。校内实训室基本能满足各课程实践教学任务的要求，同时也为科研开发、对外社会服务创造了条件。2013 年立项省级实训基地（电子商务与现代物流）学校重点把省级实训基地建设成生产性、服务型的基地或车间，融教学、培训、职业技能鉴定和技术研发功能于一体。

八、预期效益

（一）提高专业综合实力

力争建立具备全省一流的师资、一流的教学条件、一流的教学管理、一流的教学科研水平、一流的社会服务能力，达到在全省高职院校



同类专业中名列前茅，在全国具有一定影响力和竞争力，力争在第三方机构专业排名中显著前移，形成高水平、办学特色明显、个性独具的专业特色。

（二）人才培养质量

不断提高人才培养质量，应届毕业生获取高级以上证书的获取率 $\geq 30\%$ ，应届毕业生初次就业的平均起薪线 \geq 工商管理类全省高职院校上一届毕业生平均月收入*120%，教学满意度 $\geq 90\%$ ，毕业生初次就业率达到 95% 以上，毕业生对母校的满意度 $\geq 95\%$ ，毕业生工作与专业相关度 $\geq 80\%$ ，毕业生工作与职业期待吻合度 $\geq 60\%$ ，毕业生对基本工作能力总体满足度 $\geq 90\%$ ，毕业生对核心知识的总体满足度 $\geq 90\%$ ，毕业生的就业现状满意度 $\geq 80\%$ ，就业质量稳步提升。

（三）社会认可度

通过提高综合实力和提高人才培养质量，从而提高本专业的综合社会认可度，达到本专业新生第一志愿投档录取率达到 100%。普通高考统考招生录取中，第一志愿投档线超过所在录取招生批次分数线 20 分以上。新生报到率达到 92% 以上，生源质量稳步提升。毕业生对母校的满意度和推荐度较高。

（四）教师发展

建设一支数量充足、结构合理、专兼结合、德技双馨的专业教学团队，专业专任教师生师比 ≤ 20 ；专业专任教师高级职称比例 $\geq 30\%$ ，“双师素质”专业专任教师比例 $\geq 90\%$ ，青年教师中具备研究生学历或硕士、博士学位的比例 $\geq 60\%$ ，专任教师人均年企业实践时间 ≥ 21.88 天。具有 3 年以上行业企业工作经历专业专任教师比例 $\geq 30\%$ 。校外兼职教师学年承担 b 和 c 类课程教学工作量占比。学年参加专业培训的专任教师占专业专任教师的



比例 $\geq 80\%$ 。实践技能课程由高技能水平兼职教授授课的比例 $\geq 20\%$ 等。

（五）教学条件

建立优质教学资源，建立优质选用国家级规划教材、省级重点教材、校企合作开发使用的校本教材或讲义等优秀教材和最近 2 年出版的新教材占比 80% 以上等。与行业企业紧密结合，厂校合作，不断改善实训基地条件，文科专业生均实训设备总值 ≥ 8321 元/生，文科专业生均学年校内实践基地使用时间 ≥ 405.32 学时/生等。

（六）社会服务

建立和完善专业教师紧密联系企业、为社会服务的激励制度，搭建产学研结合的技术推广服务平台，主动面向行业企业开展技术服务、成果转化，文科专业生均学年为社会、行业企业技术服务收入 ≥ 169 元/生。

九、辐射带动

（一）发挥引领作用，增强专业辐射能力

电子商务专业坚持以就业为导向，采用实战化、企业化、项目化教学方法，突出职业能力的培养，全面提高教学质量，在办学条件、师资力量、人才培养模式、课程体系与教学改革、教学方法与手段、教学设施与管理、人才培养质量及工学结合等方面形成自己独特的优势；通过电子商务品牌专业的建设，带动市场营销、物流管理两个专业的全面发展。形成以电子商务专业为龙头，以市场营销、物流管理专业为支撑的专业群；融合各相关专业的发展，实现资源共享，把电子商务专业群建设成为多种技术相互渗透与集成的专业群。使该专业群拥有现代的教学理念，教学管理灵活，综合实力强大的、专兼结合的专业教学团队，形成高就业质量、多种技术相互渗透与集成的专业互动优势。



（二）基于品牌效应，做好院校社会服务

学校是国家高职骨干建设院校之一，发挥辐射、影响、帮助、带动作用，是国家骨干建设院校应尽的社会义务，同时也是高职院校社会服务工作的重要内容。示范作用，包括引领、带动、辐射、帮助等方面的作用，带动一般院校共同做好社会服务工作，从提升自身高职教育的整体社会服务能力，从这个意义上理解，这是更大效益的社会服务。

（三）发挥优势开展师资培训

利用暑假面向省内中高职院校开展电子商务“骨干教师”教师培训，培训重点是教师的专业技能和职业能力，使他们在实用技术培训、鉴定等社会服务的能力得到较大提高，同时开展高等职业教育理论、先进的职业教育方法和应用现代化教育技术能力的培训，使受训教师在提高动手能力的同时教育理念有所更新，教学水平有所提高，成为其所在院校教学和社会服务的骨干力量。

（四）构建平台进行帮扶带动

电子商务专业主动与省内对口专业的院校提供对口支援、对口交流，承担对本地区和对口行业高职院校的带动责任。主要通过对其教师和课程培训、互派教师学习或指导、互派教师访问交流，共同研究制定专业人才培养方案、共同开发课程和实训项目、共同开发社会服务项目等形式，让更多的院校分享建设成果，在共同提高专业教学水平的同时，带动一批院校提高社会服务能力。