

我国电子商务人才培养模式探析电子商务考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/515/2021_2022__E6_88_91_E5_9B_BD_E7_94_B5_E5_c40_515530.htm

[摘要]我国电子商务迅速发展，急需大量的不同类型不同层次的电子商务人才，近几年电子商务教育体系虽已初步形成，但电子商务人才培养还存在诸多问题，针对这些问题本文提出了电子商务人才培养模式的创新思路。 [关键词]电子商务；人才需求；培养模式

一、电子商务人才需求状况

1.电子商务人才的总需求 随着经济全球化的纵深发展和互联网的普及，各行业和各领域都在积极开展形式多样的电子商务与电子政务活动，电子商务持续、广泛、深入的发展导致对电子商务人才的大量需求。据预计，我国未来10年将有1万亿资金投入到电子商务、电子政务项目建设中。由此将会引发超过200万的电子商务专门人才缺口。因此，加强电子商务人才的培养是我国发展电子商务之根本。

2.电子商务人才类型分析 从层次来看，电子商务人才可分为：实务层、实施层、策划和决策层。实务层是指电子商务项目运营中的实务操作层次；实施层是指电子商务项目的实施过程。项目实施能力是岗位的主要要求；策划和决策层是指能够根据环境和企业的具体条件策划其电子商务规划，并能辅助论证、决策重大项目。从知识、能力和素质结构来看，电子商务人才可分为：技术型操作人才、商务型实务人才、综合型管理人才。技术型操作人才主要指信息技术领域、信息服务领域中的专业技术开发人员，以及传统企业中的软件人员、硬件人员和网络人员。这类人才要求具有娴熟的信息技术开发、配置、维护能力，还应该对企业的

流程、管理需求以及消费者心理有一定了解，懂得“如何做”电子商务；商务型实务人才主要从事企业网络营销业务、网上国际贸易、网络服务商的内容服务、电子商务支持系统的推广等工作。这类人才是网络虚拟市场的使用者和服务者，是企业或部门中的一般管理人员和业务人员，他们既要熟悉网络虚拟市场下新的经济规律，又要掌握网络和电子商务平台的基本操作，懂得电子商务“能做什么”；综合型管理人才主要从事企业电子商务整体规划和综合管理工作，以经营管理为主，兼懂信息技术知识。这类人才需求量不大，他们是从宏观上把握商务网站发展的高、精、尖人才，既要对计算机、网络和社会经济有深刻的认识，又要具备项目管理能力，能够从战略上分析和把握电子商务的发展特点和趋势，具有前瞻性思维，懂得“为什么要做”电子商务。这类人才的培养途径一般是对企业高层管理人员进行系统化、专业化的电子商务知识培训。从职业资格来看，电子商务人才可分为电子商务员、助理电子商务师、电子商务师和高级电子商务师。电子商务员和助理电子商务师主要从事网页设计、信息收集、网络使用、电子交易的操作性和分析性工作；电子商务师在传统企业中可以从事企业信息化、企业商务管理工作，在中小企业中可以作为总经理助手负责企业信息化和商务事务，在大型企业中可以在信息部门和商务部门服务，参与领导决策；高级电子商务师主要从事网站与信息化建设的规划、实施与管理等工作。

3. 电子商务岗位分析

从社会需求来看，电子商务人才主要分布在信息技术、信息服务和传统企业领域，以及大中专院校和科研院所。在信息技术领域中是指专门从事与电子商务应用有关的系统软件开发、为传

统企业提供电子商务解决方案的专业技术人员，一般在IT企业工作；在信息服务领域是指专门从事公共信息网络经营服务的业务技术人员，一般在新兴的网络企业工作；在传统企业中是指从事实施信息化改造、信息化管理和信息化应用等工作；在大中专院校和科研院所是指专门从事电子商务科研和教学的专业人才。从电子商务岗位产生的来源来看，电子商务岗位可划分为两大类：一是传统岗位与信息技术、互联网技术相结合而产生的新岗位，如网络营销和推广人员；二是计算机技术、信息技术和互联网应用到社会生活的各方面而产生的新岗位，如网站设计师、网站美工等新型岗位。从对技术和商务要求的侧重点的不同，电子商务岗位可划分为三大类：一是以技术为主的电子商务岗位。如网站设计和数据库维护人员等；二是以商务为主的电子商务岗位，如网络营销、网络市场调查等岗位；三是电子商务项目经理、电子商务系统设计和研发员等岗位。

二、电子商务人才培养体系

近几年我国政府非常重视电子商务人才的培养，现已初步形成由大中专院校、教育培训机构和远程教育构成的电子商务人才培养体系。

1.大中专院校的学历教育

为了适应电子商务发展对人才的需求，教育部2001年首次批准13所普通高校开展电子商务本科专业的招生工作。到2005年全国共有270多所普通本科院校、700余所高职院校、上千所中等职业学校开设了电子商务专业。此外还有许多非电子商务专业也开设了电子商务方面的课程，形成了不同层次的学历教育体系，大中专院校成了电子商务人才的培养基地和主力军。

2.教育培训机构的短期培训

1999年劳动和社会保障部制定了《电子商务师国家职业标准》，将电子商务职业岗位设为4个等级：电子

商务员、助理电子商务师、电子商务师、高级电子商务师。从2001年起。全国许多教育培训机构和职业技能鉴定中心开始推行电子商务师培训和认证工作，培养了数万名电子商务员和助理电子商务师以及数百名电子商务师。

3. 远程教育

由于时间、空间的限制，许多在职人员无法参加集中培训和大中专院校的学历教育，采用远程教育就成了电子商务人才培养的又一方式。利用Internet，学员可以选择自己感兴趣的电子商务课程，可以在网上与专家讨论、与学员交流、完成作业、直至网上考试。通过网上培训，既可以节省学员的培训时间和成本，又可以实现大规模的培训服务。如二十一世纪电子商务网校、FM365网校等远程教育机构，在电子商务知识的普及和人才培养等方面做了大量工作。

三、电子商务人才培养存在的问题

我国电子商务起步较晚，电子商务人才培养滞后，在人才培养过程中还存在诸多问题，这些问题主要表现在以下几个方面：

1. 培养目标定位不准、方向不明

电子商务是个新兴行业，市场对人才的需求具有多样性，需要的是不同层次、不同类别的电子商务人才。许多学校在开设电子商务专业时缺乏严格而科学的论证，对电子商务概念的界定、理论体系、培养模式等方面缺乏理论研究和实践，人才培养目标定位不准、方向不明。培养的是学术型的电子商务人才，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？对这些问题有的学科负责人和专业教师也说不清。可想而知，在这种情况下培养出来的人才，必然缺乏针对性和适应性，出现需求旺但就业率低的矛盾也就不足为奇

。 2.课程设置和教学内容缺乏针对性 由于人才培养目标方向不明、定位不准，导致课程设置和教学内容出现盲目性，课程体系缺乏对培养目标的支撑，教学内容与就业岗位需求严重脱节。在课程建设上或注重电子技术内容，或注重商务教学，或把电子技术和商务课程简单叠加和重组，缺乏融电子技术与商务于一体的综合性核心课程。在教学内容上，如何针对电子商务岗位的知识、能力和素质要求进行取舍、优化整合，做到该弱化的弱化，该强化的强化，在这方面改革力度不大，往往是将传统的电子技术类或商务类课程内容进行简单的删减。

3.师资力量薄弱 目前，高校从事电子商务教学的教师，基本上是由两部分组成。一部分是由计算机专业教师转行而来，另一部分是从经济管理、企业管理、市场营销等专业教师转行而来。他们基本上是通过自学、参加有关电子商务的研讨会或培训班获得这些方面的知识，因此，这两部分教师的知识结构都存在着缺陷，计算机方面转过来的教师对商务了解得少，懂商务的教师的计算机操作技能又非常有限，更重要的是大多数教师缺乏在企业从事电子商务的实践经验。

4.实践条件欠缺 目前，电子商务专业的实践教学主要采取两种方式：一是在学校内部使用模拟教学软件，通过模拟软件的操作，使学生了解电子商务的各个环节以及操作流程。但模拟软件的功能还不太完善，升级换代不及时，与电子商务的实际环境差距较大，显然，仅靠这种方式学生难以实现“零距离”就业；二是校外实习，主要是建立校外实训基地，为学生和教师提供实习的场所。但我国的电子商务还停留在较低的层次，国内真正实现网上交易、网上业务处理、网上支付的企业很少，所以学校要建立电子商务实习基

地还比较困难。四、电子商务人才培养模式的创新思路 人才培养模式改革和创新的焦点在于：学校应根据社会对电子商务人才需求的变化，及时对人才培养方案与人才培养途径进行合理的调整，使人才培养方案、培养途径更好地与人才培养目标、培养规格相协调。

百考试题收集整理

1.加强专业建设，准确定位培养目标

社会对电子商务人才的需求具有多样性，不同层次、不同类型、不同岗位群的电子商务对人才要求的标准及其类型是不一样的。因此，培养电子商务人才必须树立多元意识，着眼培养多类型的电子商务人才。学校和教育培训机构必须根据电子商务人才需求的多样性设置不同的专业方向并确定人才培养目标，从目前电子商务发展的应用和需求看，大专院校应该立足于培养技术型、技术偏管理型和管理偏技术型人才，而商务型实务人才主要依靠中等教育、职业培训、成人教育进行培养。理工科院校适合设置技术型和技术偏管理型电子商务专业，而管理类的院校适合设置管理偏技术型电子商务专业。学校还可以根据不同岗位群对知识、能力和素质结构的不同要求进一步细分专业方向，使不同专业方向对应着不同的岗位群。一所学校还可以设置几种不同类型的电子商务专业，或者在一个电子商务专业之下设置几个电子商务专业方向。

2.按“厚基础、宽口径”原则构建课程体系

在电子商务课程体系的构建上，应按照“厚基础，宽口径，强能力，高素质，广适应”的原则优化课程体系，更新教学内容，培养出基础扎实，知识面宽，能力强，素质高的专门人才。“厚基础”的目的是使学生打好理论知识的基础，把握科学的研究方式方法。所设置的课程不是针对某单一职业岗位，而是针对相关岗位群所必须的知识和

技能，着眼于学生的可持续发展，着眼于专业技术的训练、着眼于转岗能力和实践能力的培养，强调人才培养基础知识的全面性。“宽口径”的目的是使人才满足多样化、实用化的需求状况。课程和教学内容要适应岗位群对知识、能力和素质结构的要求，要以专业技能训练为主，以就业为导向，着眼于能力的培养，强调人才培养的适应性和针对性。

3.加强师资队伍建设 教师素质高低直接影响人才培养目标的实现，在建设电子商务专业师资队伍时可以采取以下措施：第一，组织相关教师参加有关院校及社会团体举办的培训班，或以进修方式攻读电子商务研究生课程；第二，组织教师参与电子商务课程教学方法和教学心得的交流活动，鼓励教师参加电子商务学术交流；第三，鼓励教师积极承担或参与电子商务课题研究；第四，建立高校教师到企业实践制度，鼓励教师到电子商务企业挂职、参与企业电子商务项目研发；第五，制定和完善兼职教师聘用制度，支持高校面向社会聘用工程技术人员、高技能人才担任专业课教师或实习指导教师。

4.加强实践教学 电子商务的实践教学环节主要包括3个方面：一是电子商务条件下的商务实践，如网上市场调研、网络广告设计与实务、网络营销方案设计等；二是模拟电子商务全过程运作的实验，即电子商务模拟实验；三是电子商务系统设计与开发实验。目前，可以采取以下途径加强实践教学：第一，建立学校与企业之间密切交流、合作的机制，为学生提供电子商务实践机会；第二，建立校内电子商务专业的实验室。校内电子商务实验室至少具有两大功能：一是以电子为主演示商务流程的功能，使学生在掌握电子商务专业理论知识的同时，能对有些专业课程进行实际操作，二是初步

模拟商务流程的功能，学生通过模拟教学软件来理解电子与商务的关系；第三，将一个教学班分成多个小组，以小组为单位建立电子商务网站、开设网上网店，培养学生的团队精神，积累从事电子商务的实战经验。

5.大力推行校企合作的人才培养模式 校企合作是实现学校、学生、企业三赢的一种人才培养模式。学校可以在企业建立实训基地，教师可以在企业挂职锻炼，丰富实践经验。企业可以利用学校资源为企业进行岗位培训、产品开发和设计、市场调研等。学生通过在企业实习实训，可以提高操作技能，积累实战经验，有利于“零距离”上岗。根据我国电子商务发展的现状，可以通过以下方式加强校企合作：一是学校与实施信息化改造的传统企业或IT企业进行横向合作。学校为传统企业开发、建立电子商务应用系统，与企业合作开发电子商务项目，解决企业在电子商务中的实际问题，将IT企业的电子商务方案引入教学，让学生实习和应用；二是鼓励学生利用寒暑假，节假日和毕业实习的时间到相关企业进行实践锻炼，提高其操作技能水平。如到大型连锁超市、物流企业、IT企业、局域网健全和网络技术应用广泛的企业参与企业电子商务业务活动；三是学校与企业开展“订单式”人才培养，根据电子商务岗位对知识、能力和素质结构的要求，学校和企业共同拟定人才培养方案，共同培养电子商务人才。

F8F8" 100Test 下载
频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问

www.100test.com