

高校电子商务专业设置与就业 PDF转换可能丢失图片或格式  
，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/61/2021\\_2022\\_\\_E9\\_AB\\_98\\_E6\\_A0\\_A1\\_E7\\_94\\_B5\\_E5\\_c40\\_61882.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/61/2021_2022__E9_AB_98_E6_A0_A1_E7_94_B5_E5_c40_61882.htm) (一) 电子商务正在经历一个体验经济时代 不少消费其实不属于服务范畴，而是体验。个人以为，高校收费后，上大学可算一个长期体验消费的例子，特别是本科阶段的消费体验。以下我们从我国某些高校本科阶段电子商务学位授予现状来看高校本科段的电子商务专业定位：电商学位有些不着调 这几年，某些电商学生有这样的消费体验：接到入学通知书时洋气，开学后泄气，学来学去丧气，毕业时叹气。上了大学，拿了学位，还不那么顺气，不知是谁的不对了。仔细想想，除了学生自身的原因外，的确不能排除高校课程设置不合理、定为不明确的因素。作为教育产品的提供者，许多高校没有给学生提供一条清晰的职业发展脉络，教学计划似是而非，比较混乱，这从授予电商学生的不同学位，可看出某些问题。上网查了一些高校电商专业的介绍和教学计划，发现电子商务因学校不同，竟有四种不同的学位，分别是：理学学士、工学学士、经济学学士和管理学学士。该专业所在的院系也五花八门，分别有：商学院、信息学院、经济管理学院、经济学院、经济与金融学院、计算机与电子信息学院等。要是涉及课程，差异就更大。高校对电子商务专业就像早晨的林中鸟各唱各的调。听得多了，发现有些不太着调；虽有人怕我张嘴，我还是愿听听别人的“旋律”。电商应该什么调 电子商务专业发出的调门不同，关键在于：什么是电子商务教育的主音？偶的答案是商务，不是电子，理由如下：首先，从汉语

语法角度来说，“电子商务”是个短语。看出这个短语的重心所在，不需要非得是语法学家。举一些和“电子”有关的词汇，比如：电子产品、电子地图、电子杂志、电子商情、电子竞技、电子元器件，这些词组的重心都是后半部分，“电子”表明其属性或特征而已。因此，电子商务以商务为主符合汉语语法规则。其次，从历史角度来说，业内组织和专业人士正式承认“电子商务”出现是在1995年。这一年7月一个叫杰夫贝佐斯（Jeff Bezos）的小伙子注意到潜在的商机，在互联网上开办了一家网上书店，书店雄心勃勃的与世界最长河流同名，叫：亚马逊。留意去年的互联网，可以看到纪念电子商务十周年的活动和议论。这一历史事件值得思考：正因为亚马逊等在线交易场合的出现，商家才惊讶买卖还可以这么搞，人们才接受它是一种新商务方式电子商务！如果说电子商务以电子为主，此前，在网络、软件、计算机、通讯等“电子”手段频频出现时，为什么不说电子商务出现了呢？否则，去年纪念电子商务发展就不是十周年了，而是十五、二十年，甚至更长。再次，如果我们观察这个行业，业内公司都是以提供信息、服务和交易为主，而不是自己开发硬件“电子”应用产品。比如：新浪、搜狐、网易“三大”门户；淘宝、易趣、阿里巴巴、当当、卓越等，这些都是国内公认的电子商务主力军。他们的收入来源，基本以在线销售和各类信息增值服务为主，“电子”对这些网站的作用，提供技术支持而已，而提供技术支持，当属软件、网络工程类学生吃饭的家伙。去年10月28日到30日，阿里巴巴出面搞了一次“电子商务人才培养、实践与就业论坛”，在论坛上，马云的观点依旧是“把电子商务还给商人”。最后，必

须明确在劳动力市场上电子商务专业学生的卖点是什么。从高校电子商务专业设置现状反思我院电子商务专业的定位（二）国内电商教育的基调 目前，国内电子商务专业的核心课程体系一般包括：电子商务概论、网络营销、物流、支付、网络安全、数据库、网络基础、电子商务系统规划与设计等，基本出发点是以电子商务交易系统涉及的技术、功能为中心开设课程，而不是以商务职能或某项技术为中心。都说电子商务是复合型专业、交叉学科，但总觉得一些人理解“复合型”人才有歇斯底里狂吼般的感觉，以为电子商务专业是交叉学科，课程设置时下料很猛。能看到这样的“菜单”：政治经济学、西方经济学、c语言、网页设计、多媒体应用技术等课程缠到一起；数据结构、计算机基础、电子商务法律、会计学、电子商务安全同时进入电子商务专业课。课程设置之糙、之广让人惊叹。就算电子商务是交叉学科，这样设置课程，也叉得太开了。不是说这些课程不能设，而是其层次、作用、地位缺乏内在逻辑性，找不到中心。这不是“复合”，学生以后倒需要重新“复活”，需重新确定自己的优势领域。复合也要在有一技之长的基础上复，人才市场大量需要的是专才。比较遗憾，许多高校的电商教学计划还是看不出“交叉点”所在，让人不能不感慨“电子商务”是个筐，什么都往里面装；电子商务是头驴，什么课程都来骑。许多教学计划只看到机器和技术，忽略人！岂不知电子商务的核心依旧是“人”的问题，是满足人需求的问题。许多教学计划看不到消费心理学、商务谈判、公关、商务交流、贸易等与人密切相关的课程。 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](http://www.100test.com)