

吉林省应用型本科院校电子商务人才培养现状分析

郭鑫

长春光华学院 吉林 长春 130000

【摘要】：在数字经济与“新工科”背景下，电子商务已成为应用型本科院校重点建设的交叉学科之一。本文以吉林省9所应用型本科院校为样本，结合教师、学生与企业的问题与访谈数据，分析电子商务专业在课程体系、师资结构、实践教学、校企合作及就业质量等方面的现状与问题。研究表明，吉林省应用型本科院校在电子商务人才培养方面虽已初步形成专业体系，但仍存在课程与岗位能力脱节、实践教学薄弱、教师“双师型”比例偏低、校企合作层次不高等问题。本文从新工科教育理念出发，提出构建“产学研协同、能力导向、多元实践、评价融合”的电子商务人才培养体系，以期为区域高校专业改革与地方经济发展提供借鉴。

【关键词】：新工科；应用型本科；电子商务；人才培养；教育改革

DOI:10.12417/2982-3803.25.08.038

电子商务作为新经济的重要组成部分，正在重塑产业结构与人才格局。《“十四五”数字经济发展规划》明确提出，要加快数字产业化和产业数字化，推动高校电子商务类专业改革升级。吉林省作为老工业基地转型地区，近年来积极推动新兴数字经济产业集群建设，对复合型电子商务人才的需求持续增长。然而，省内多数应用型本科院校在专业设置、教学内容和实践平台建设方面仍沿用传统模式，难以匹配行业发展需要。

1 吉林省应用型本科院校电子商务人才培养现状

1.1 专业布局与发展趋势

截至2025年，吉林省共有11所院校开设电子商务本科专业，其中应用型本科院校占比81.8%。多数高校近三年增设了“跨境电商”“直播电商”等方向性课程，体现出对产业新业态的响应能力。但总体上，课程体系仍偏重理论，综合创新模块较少。

表1 吉林省电子商务本科专业分布与趋势发展

序号	专业名称	院校名称	类型	设立时间
1	电子商务	吉林财经大学		2003年
2	电子商务	吉林外国语大学	应用型本科院校	2005年
3	电子商务	长春工业大学		2002年
4	电子商务	吉林农业科技	应用型本	——

		学院	科院校	
5	电子商务	吉林工商学院	应用型本科院校	2008年
6	电子商务	长春科技学院	应用型本科院校	——
7	电子商务	长春建筑学院	应用型本科院校	2002年
8	电子商务	长春工业大学人文信息学院	应用型本科院校	2002年
9	电子商务	长春光华学院	应用型本科院校	2020年
10	电子商务	长春财经学院	应用型本科院校	2004年
11	电子商务	长春大学旅游学院	应用型本科院校	——

1.2 师资队伍结构

对吉林省9所应用型本科院校电子商务专业教师、学生及毕业生进行抽样调查，共发放问卷300份，回收有效问卷283份。通过调研数据显示，电子商务教师中硕士学历占比73%，副教授及以上职称仅为21%，具有“双师型”资格的教师不足30%。

作者简介：郭鑫（1991-），女，吉林长春，硕士，研究方向为电子商务。

基金项目：吉林省教育科学规划项目（GH22823）：“新工科”背景下吉林省应用型本科院校电子商务专业人才培养体系研究

中国民办教育协会项目（CANQN250680）：民办高校电子商务专业智能化转型升级路径研究

长春光华学院校级教研课题（2024GHJY02004）：产教融合背景下“双核三融四递进”的电子商务专业人才培养模式构建与实践研究

依据《全国应用型本科高校建设与发展报告（2021）》及《中国高等教育质量报告（2022）》的统计，全国应用型本科院校教师中硕士及以上学历平均占比约81%，副高及以上职称约33%，双师型教师比例约45%。吉林省在教师复合实践能力方面明显不足，直接影响实践教学质量。

表2 师资结构与“双师型”比例情况

指标	吉林省平均水平	国家应用型高校平均水平
硕士及以上学历	73%	81%
副高及以上职称	21%	33%
双师型教师比例	29%	45%

1.3 课程体系结构

根据调研结果，吉林省应用型本科院校电子商务专业的课程体系主要由基础课程、技术课程和创新实践课程三大模块构成，其中基础课程如管理学、市场营销偏重理论知识，技术课程侧重电商平台操作与信息技术应用，创新实践课程则包括电商项目实训和跨境电商综合实训等内容。总体来看，课程结构仍以理论教学为主，实践环节相对薄弱。

调查数据显示，78%的教师认为现有课程体系偏重理论讲授，实践内容比例不足；62%的学生反映实训课程时长有限，难以获得完整的业务体验；仅有35%的高校建立了系统的校企联合实训项目。这说明当前课程体系尚未实现知识传授与技能培养的有效融合，难以满足行业对复合型、实战型电子商务人才的培养需求。

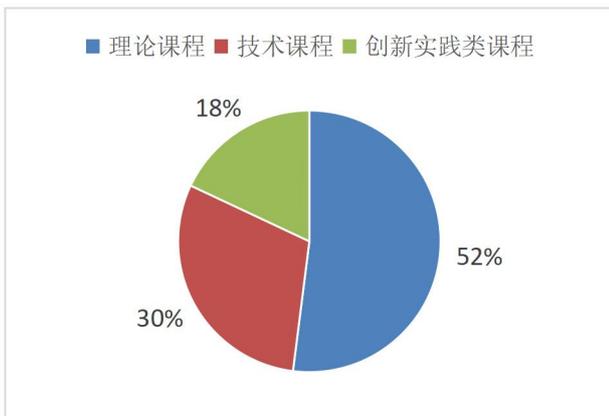


图1 吉林省高校电子商务课程类型占比图

1.4 实践教学与校企合作

调查显示，吉林省多数高校已建成电子商务实训室和线上教学平台，具备一定的实践教学基础，但校企合作层次整体偏

低。虽然大部分学校与企业建立了实训联系，但仅有38%的高校与企业签订长期合作协议，合作内容多集中于短期实习或岗位参观，缺乏深度项目共建与持续实践机制。

企业在调研中普遍反映，高校学生在数据分析、跨境营销、平台运营管理等核心岗位能力上仍存在明显短板，理论知识掌握较好，但实践应用能力不足。由此可见，当前高校与企业之间的合作仍停留在表层互动阶段，未能形成高质量、系统化的产教融合格局，这在一定程度上限制了学生实践能力和职业胜任力的提升。

表3 校企合作模式与参与度统计

合作类型	占比	主要问题
实训基地合作	64%	缺乏持续项目
企业导师制度	27%	指导时间短
订单式培养	9%	机制不完善

1.5 学生就业与能力适配

根据调研数据，吉林省应用型本科院校电子商务专业毕业生的就业对口率约为58%，就业领域分布较为集中。多数毕业生进入电商运营、网络推广、客服管理等岗位，体现出行业基础岗位吸纳能力较强。与此同时，新兴业态如直播营销、跨境电商等岗位需求快速增长，但对数据分析、平台管理及外语能力要求较高，学生适应度相对较低。

总体来看，毕业生就业方向呈“传统岗位稳中有升、创新岗位潜力巨大”的结构特征，反映出电子商务专业人才培养与行业结构调整之间的动态联动关系。

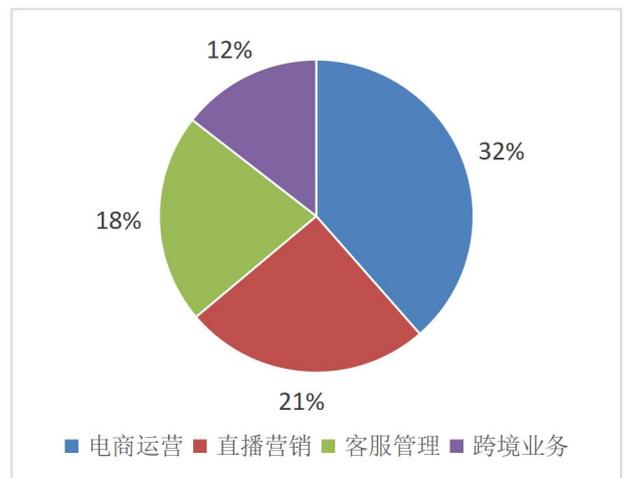


图4 电子商务毕业生就业岗位结构图

2 主要问题及原因剖析

2.1 课程体系与岗位能力脱节

当前吉林省应用型本科院校在电子商务课程体系建设方面,普遍存在“理论导向强、岗位导向弱”的问题。多数院校的课程仍以传统的《管理学》《市场营销》《电子商务概论》等基础理论为主,缺少与产业实际紧密结合的课程模块。随着电商行业的数字化、智能化转型,岗位需求逐渐向“数据分析”“智能推荐算法”“短视频与直播营销”等新领域集中,但高校课程更新滞后,未能形成与行业需求同步的教学内容。

2.2 实践教学薄弱

实践教学作为应用型人才培养的核心环节,在吉林省多数高校仍处于配角地位。部分院校虽然设立了电商实验室或虚拟仿真平台,但多数实验项目停留在“模拟操作”“案例演示”的层面,缺少真实数据与企业项目支撑。学生在实训中面对的往往是封闭的系统环境,无法体验平台流量、消费者行为和供应链协作的动态变化。

2.3 师资队伍复合化不足

电子商务作为跨学科、实践性强的专业,对教师提出了更高的复合能力要求。然而,吉林省应用型本科院校中电子商务专业教师结构普遍偏向理论型,缺乏行业背景与项目经验。调研显示,具有“双师型”资格的教师比例仅为29%,远低于国家应用型高校平均水平(45%)。部分高校虽有博士、硕士比例较高,但教师的研究方向集中在电子政务、网络营销理论等领域,与新兴业态的契合度不足。

2.4 校企合作机制不完善

产教融合是应用型高校人才培养的关键途径,但吉林省多数高校在校企合作方面仍停留在“实训基地”层面,合作形式单一、深度不足。数据显示,仅有27%的院校建立了企业导师制度,9%的院校实行订单式培养,且合作周期短、内容浅。多数校企合作项目以短期实践、讲座或参观为主,缺乏系统课程共建与项目孵化机制。企业参与积极性不足,主要因合作模式缺乏利益共享机制、成果转化路径不清晰。

2.5 评价体系单一

在电子商务专业教育评价方面,吉林省应用型本科院校普遍沿用以知识记忆和理论考试为主的传统模式,缺乏对学生综合能力的全过程、多维度考核。调查显示,近80%的教师仍以期末笔试成绩作为主要评价依据,而创新设计、团队协作、数据分析等关键能力难以量化体现。部分高校虽引入“课程考核+项目作业”模式,但缺乏统一标准,评价过程流于形式。

3 优化对策与体系重构路径

3.1 重构“新工科”导向的课程体系

在新工科教育理念的引领下,应重构以能力为核心的课程体系。电子商务专业需突破传统学科边界,形成“基础层—专业层—拓展层”三层递进体系。基础层聚焦经济学、信息管理、市场营销等通识课程,夯实学生的商学与信息基础;专业层强化电商平台运营、网络营销与数据分析能力,注重工具应用与项目操作;拓展层引入跨境电商、直播电商、AI智能营销等新兴模块,提升学生创新与复合实践能力。通过模块化整合,构建“通识+专业+创新”的知识结构,形成知识链与能力链的双向贯通。此外,应建立课程动态更新机制,根据行业变化每两年至少修订一次课程标准,确保课程体系与电商产业技术迭代保持一致,实现以新工科理念引领课程体系现代化转型。

3.2 构建“产教融合、项目驱动”的实践体系

针对实践教学薄弱的问题,应建立“校内虚拟仿真实训+校外企业实训+创新创业孵化”三位一体的实践教学体系。校内依托虚拟仿真技术构建电商全流程操作环境,使学生在安全、可控的情境中完成项目演练;校外通过与企业共建实训基地、签订长期实习协议,提升学生真实运营经验。创新创业环节则依托学校众创空间与电商孵化平台,形成从课堂项目到创业实践的能力跃迁。同时,建议推广“2.5+0.5+1”培养模式,即2.5年校内理论与实训学习、0.5年企业岗位实践、1年创新创业孵化,实现“学—做—创”贯通式培养。通过项目驱动方式,将理论知识、技术能力与产业应用深度融合,培养学生真实场景下的问题解决能力和团队协作精神。

3.3 提升“双师型”教师比例

师资力量是电子商务专业建设的关键支撑。为解决教师结构单一、实践经验不足的问题,应实施“双轮驱动”机制:一方面,通过校内提升,鼓励教师定期赴企业挂职锻炼或参与企业项目,拓展行业视野;另一方面,通过校外引进,吸纳具有丰富实战经验的电商运营专家、跨境从业者、直播导师等担任兼职教师。高校应建立“双师型教师认定与激励制度”,在职称评审、绩效考核中增加企业经历和实践成果的权重。同时,可通过校企联合培养、企业研修基地建设等方式,推动教师形成“理论研究+行业实践”的复合能力结构。目标三年内“双师型”教师比例提升至50%以上,逐步形成稳定的“双导师”教学团队,增强专业教学的应用导向与产业契合度。

3.4 建立校企协同创新平台

校企协同是电子商务人才培养模式创新的核心。应在政府主导、高校牵头、企业深度参与的基础上,建立“吉林省电子商务产教融合联盟”,实现资源共享与协同育人。联盟可定期

举办“产业需求—课程设计”双向对接会，推动企业将真实项目、岗位标准嵌入教学环节，实现课程共建、教材共编、实训共管、评价共用。高校可与龙头企业共同设立“联合创新中心”，引入真实电商运营数据与案例，供学生分析与实操，从而提升学习的真实性与挑战性。同时，应通过政策扶持和成果激励机制，鼓励企业参与课程评估与学生能力认证。通过制度化的产教协同平台，构建“政—校—企—生”多方互动机制，为吉林省电子商务人才培养提供持续创新动力。

3.5 完善多元化评价体系

为了改变评价体系单一、导向不明的问题，应构建“知识

+技能+创新+社会服务”四维综合评价体系。知识维度主要考察学生理论掌握与系统理解；技能维度注重实训表现、岗位操作与项目完成质量；创新维度评估学生在电商策划、创业项目及数字化运营中的原创思维与应用能力；社会服务维度则关注学生参与电商竞赛、公益营销及创业活动的实际成效。高校应依托教学管理系统，建立“学习档案+数字化画像”平台，实现全过程可视化考核。同时，教师绩效评价应与学生能力提升挂钩，形成“教与学”双向反馈机制。通过建立多元、动态的评价体系，可有效激发学生学习的积极性，推动教学质量从“结果导向”向“能力导向”转变，为电子商务人才培养质量提升提供科学支撑。

参考文献：

- [1] 张金香.基于多元协同视域的应用型高校直播电商人才培养路径研究[J].兰州职业技术学院学报,2025,41(03):92-96.
- [2] 冯晓兰.应用型高校电子商务专业校企协同育人的路径[N].黑龙江日报,2025-09-17(008).
- [3] 梁莹莹,盖叶萍,邱长华.数字经济背景下应用型高校跨境电商人才培养探索研究[J].大学,2025,(14):51-54.
- [4] 黄冰毅.数智时代应用型本科高校电子商务专业人才培养问题与对策研究[J].黑龙江教育(理论与实践),2024,(04):94-97.
- [5] 何明慧,王东波.应用型本科高校电子商务专业“三型”人才培养模式探究[J].海峡科技与产业,2022,35(11):53-55.
- [6] 骆芳.应用型高校基于工作室的电商直播人才培养模式[J].就业与保障,2022,(02):145-147.
- [7] 张海波.民办本科高校电子商务专业应用型人才培养模式研究与实践[J].四川民族学院学报,2021,30(03):46-50.
- [8] 彭岚,王娟涓.高校电子商务应用型人才培养的问题与对策[J].教育理论与实践,2020,40(30):13-15.