

# 2022年电子商务专业群 人才培养质量报告

# 目录

<b>一、电子商务专业群概况</b> .....	<b>1</b>
(一) 专业群简介 .....	2
(二) 专业群人才培养定位 .....	3
(三) 双高建设 .....	4
(四) 发展规模 .....	5
(五) 办学条件 .....	8
<b>二、学生发展</b> .....	<b>9</b>
(一) 党建引领 .....	10
(二) 立德树人 .....	10
(三) 在校体验 .....	11
(四) 就业质量 .....	17
(五) 创新创业 .....	21
(六) 技能大赛 .....	21
<b>三、教育教学质量</b> .....	<b>26</b>
(一) 课程建设质量 .....	27
(二) 教学方法改革 .....	32
(三) 教材建设质量 .....	35
(四) 数字化教学资源建设 .....	37
(五) 师资队伍建设 .....	38
(六) 教师培训 .....	39
<b>四、服务贡献质量</b> .....	<b>42</b>

(一) 服务行业企业 .....	46
(二) 服务地方产业发展 .....	46
<b>五、挑战与应对 .....</b>	<b>50</b>
(一) 现有挑战 .....	51
(二) 应对措施 .....	52

OVERVIEW



# 电子商务专业群概况

OVERVIEW OF E-COMMERCE PROFESSIONAL GROUPS

## （一）专业群简介

2019年12月18日，教育部、财政部联合发布了《关于公布中国特色高水平高职学校和专业建设计划建设单位名单的通知》（教职成函〔2019〕14号），我校成功入选高水平专业群建设单位（A档），是安徽省唯一入选的财经商贸类高等职业院校。电子商务专业群面向现代服务业，对接新零售生态圈，主动把握人工智能、大数据、物联网和移动互联网等新一代信息技术应用，用新零售重构“人、货、场”，构建涵盖电子商务、市场营销、现代物流管理、连锁经营管理等专业的“一核三翼”专业群结构，培养适应数字经济产业发展需求的高素质复合型技术技能人才，服务“五大发展美好安徽”建设和“电商安徽”战略。

电子商务专业为教育部“现代学徒制”试点专业、省级教学改革试点专业，安徽省地方技能型高水平大学建设专业、创新行动发展计划建设专业。培养掌握现代经济贸易理论，熟悉电子商务业务与技术要求，能独立从事网店运营、网店美工、网络营销、网店推广、电商数据分析、ERP、电子商务软件应用等业务的高素质技能型专业人才。近年来，在国内各项电子商务大赛中，电子商务专业各项成绩表现优异，2016年荣获教师教学信息化大赛全国一等奖，2018年全国电子商务职业技能竞赛荣获省赛一等奖、国赛二等奖，2021、2022年全国电子商务职业技能竞赛分别获国赛一等奖、二等奖，2022年获首届世界职业院校技能大赛“跨境电商”赛项银奖。

市场营销专业为安徽省级教学改革专业、国家高职高专市场营销示范试点专业、国家骨干建设立项重点建设专业。培养面向工商企业的客户代表、市场开发专员、市场调查员、营销主管、营销策划员、部门经理和区域销售经理岗位的高

素质技术技能型人才。该专业于2012年、2017年两次斩获全国职业院校技能大赛高职组汽车营销团体一等奖；2015年荣获全国高职院校市场营销技能大赛一等奖；2021—2022年皆获得全国高职院校市场营销技能大赛二等奖；2017年荣获全国房地产营销能力大赛一等奖；2019年全国教师教学能力大赛中获得二等奖。

现代物流管理专业是国家示范（骨干）院校建设重点专业、省级特色专业、省级综合改革试点专业，全国电商物流产教联盟副盟主单位，安徽省快递人才培养基地，拥有中央财政支持建设的现代化物流实训中心。培养掌握现代物流管理理论和专业技能，能胜任采购管理、物流信息管理、仓储、运输和配送管理等岗位的高素质技术技能型人才。2010年—2022年，该专业共9次获得安徽省高职物流技能大赛一等奖，其中，2018年、2019年分别获得全国高职物流技能大赛二等奖、三等奖。

连锁经营与管理专业是中央财政支持重点建设专业、省级特色专业、省级综合改革试点专业，拥有省级校企合作创新实践基地。培养适应现代化、国际化连锁经营业态发展需要，掌握连锁经营基本理论，熟悉企业业务流程，具备现代连锁企业经营管理能力的高素质技能型人才。该专业学生在2015-2017年连续三年在全国“明日店长之星”职业技能大赛中荣获一等奖，在2018年、2022年中国零售新星大赛荣获一等奖，2019年在中国零售新星大赛中获得二等奖。

## （二）专业群人才培养定位

电商专业群人才培养以立德树人为根本任务，将社会主义核心价值观教育贯穿技术技能人才培养全过程。深化以职业能力培养为核心的人才培养模式创新，



以适应区域经济和新零售生态圈发展需求为目标，以培养职业综合能力为主线，构建符合新零售生态圈的“4334”人才培养模式（四主体三阶段三主线四能力）。

坚持校企合作、育训结合，强化学生认知能力、合作能力、创新能力和职业能力培养的同时，引导学生养成严谨专注、敬业专业、精益求精和追求卓越的品质。加强创新创业教育，着力培养适应安徽和长三角区域经济社会发展及产业结构转型升级，满足“新零售”生态圈人才需求，富有创新精神和数字化运营、新媒体营销、智能物流、智慧门店管理等实践能力的高素质技术技能人才。

### （三）双高建设

学校坚持“高”“强”“特”绩效目标引领，聚焦高质量发展，严格按照“双高计划”任务书中设定的建设目标、建设任务和资金投入计划，全面推进学校十大任务建设，以省内排名第二的成绩顺利通过“双高计划”项目中期省级绩效评价，在教育部验收中获评“优秀”等级。

电子商务专业群“双高计划”的具体项目包括9个：人才培养模式创新、课程教学资源建设、教材与教法改革、教师教学创新团队、实践教学基地建设，打造技术技能平台，社会服务，国际交流与合作，可持续发展保障机制。在建设期内，专业群“双高计划”项目建设获得了一系列的突破。其中，2021年9月-2022年8月，取得国家级成果包括：

表 1-1 2021 年 9 月-2022 年 8 月电子商务专业群获得国家级成果一览表

序号	成果名称	备注
1	全国职业院校学生技能大赛	市场营销技能二等奖一项 电子商务技能二等奖一项
2	承办 2022 年全国职业院校技能大赛高职组 “电子商务技能”赛项	连续第二年承办
3	首届世界职业院校技能大赛“跨境电商”赛项	银奖一项

4	电子商务专业群“333”虚拟仿真人才培养模式研究	专项课题
5	教育部2021年产教融合校企合作典型案例	—
6	第九届中国零售新星大赛	一等奖一项

数据来源：安徽商贸职业技术学院双高办公室。

## (四) 发展规模

### 1. 在校生规模

2021—2022 学年,电子商务专业群招生培养对象达 50 个班级<sup>1</sup>,总计 2241 人,其中,社招班(非在校生) 11 个,社招生规模达 310 人;分类招生、普通高考、三二分类等在校生班级为 39 个,在校生规模达 1931 人。

在校生中,分专业来看,电子商务专业有 15 个班,在校生计 775 人<sup>2</sup>,市场营销专业共有 10 个班,在校生计 500 人;现代物流管理专业共 8 个班,在校生计 389 人;连锁经营管理专业共 6 个班,在校生计 267 人。在校生中,分生源结构来看,普通高考 984 人,占比 50.96%,分类招生 820 人,占比 42.46%，“3+2”班的 127 人,占比 6.58%,各专业生源情况详见表 1-2~表 1-5。

表 1-2 2021-2022 学年电子商务专业在校生情况

专业	年级	班级数	在校生人数	招生性质			
				普通高考	分类招生	三二分段	社会招生(未纳入在校生统计)
电子商务	2020级	5	255	187	35	33	47
	2021级	5	252	113	110	29	62
	2022级	5	268	107	96	65	0
合计		15	775	407	241	127	109

<sup>1</sup> 统计对象中,未含联合培养的本科班级。

<sup>2</sup> 由于报到后,可能有应征入伍、转专业、培养场所的变化等因素影响,报到人数与在校生规模数值有一定的差异。



表 1-3 2021-2022 学年现代物流管理专业在校生情况

专业	年级	班级数	在校生人数	招生性质			
				普通高考	分类招生	三二分段	社会招生(未纳入在校生统计)
现代物流管理	2020级	3	146	53	93	0	13
	2021级	3	149	56	93	0	36
	2022级	2	94	0	94	0	0
合计		8	389	109	280	0	49

表 1-4 2021-2022 学年市场营销专业在校生情况

专业	年级	班级数	在校生人数	招生性质			
				普通高考	分类招生	三二分段	社会招生(未纳入在校生统计)
市场营销	2020级	4	178	128	50	0	98
	2021级	3	166	103	63	0	54
	2022级	3	156	97	59	0	0
合计		10	500	328	172	0	152

表 1-5 2021-2022 学年连锁经营与管理专业在校生情况

专业	年级	班级数	在校生人数	招生性质			
				普通高考	分类招生	三二分段	社会招生(未纳入在校生统计)
连锁经营与管理	2020级	2	80	45	35	0	0
	2021级	2	94	48	46	0	0
	2022级	2	93	47	46	0	0
合计		6	267	140	127	0	0

表 1-2~表 1-5 数据来源：安徽商贸职业技术学院教务处统计。

## 2. 新生录取情况

2022 年，电子商务专业群共计录取新生 672 人，实际录取 672 人，实际

报到 641 人，报到率达 95.39%。其中，分类招生计划招生 308 人，实际录取 308 人，实际报到 296 人，报到率为 96.1%；普通高考计划招生 271 人，实际录取 271 人，实际报到 253 人，报到率为 96.1%，；三二分段计划招生 93 人，实际录取 93 人，实际报到 92 人，报到率为 98.92%。详见表 1-6。

表 1-6 2022 年新生录取情况一览表

招生口径	计划招生数 (人)	实际录取数 (人)	录取后报到数 (人)	报到率(%)
分类招生	308	308	296	96.10%
普通高考	271	271	253	93.36%
三二分段	93	93	92	98.92%
<b>合计</b>	<b>672</b>	<b>672</b>	<b>641</b>	<b>95.39%</b>

数据来源：安徽商贸职业技术学院招生就业处统计。

## 2. 新生生源口径

专业群 2022 年报到新生 641 人，其中普通高考 253 人，分类招生 296 人，三二分段 92 人。详见表 1-7。

表 1-7 2022 年新生生源口径一览表

招生口径	人数(人)	各类招生口径所占比例 (%)
分类招生	296	46.18
普通高考	253	39.47
三二分段	92	14.35
<b>合计</b>	<b>641</b>	<b>100.00</b>

数据来源：安徽商贸职业技术学院招生就业处统计。

## 3. 新生生源地分布

专业群 2022 年实际报到 641 人。其中芜湖市生源 165 人，安徽省生源 610 人。详见表 1-8。

表 1-8 2022 年新生源地分布

生源地	人数	百分比(%)
本市生源	165	25.74%
本省生源(含本市)	610	95.16%
西部地区生源	0	0

数据来源：安徽商贸职业技术学院招生就业处统计。

## (五) 办学条件

学校（包括专业群）持续加强办学基础条件建设，不断完善教学硬件、软件，其中，具有研究生学位教师占专任教师的比例为 100%，双师素质教师占比为 79.25%，具有高级职称教师占专任教师的比例为 37.74%，生均教学科研仪器设备值为 11927.44，生均图书达 138.61 册，人才培养质量基础得到进一步夯实。详见表 1-9。

表 1-9 本专业群办学基本条件一览表

基本监测指标	本专业群数据
具有研究生学位教师占专任教师的比例(%)	100
双师素质教师占比 (%)	79.25
具有高级职称教师占专任教师的比例(%)	37.74
生均教学科研仪器设备值(元/生)	11927.44
生均图书(册/生)	138.61
生均占地面积(平方米/生)	34.94
生均宿舍面积(平方米/生)	7.91
百名学生配教学用计算机台数(台)	47.48
生均年进书量(册/生)	3.02

数据来源：学校 2021/2022 学年人才培养工作状态数据采集平台。

DEVELOPMENT



# 学生发展

STUDENT DEVELOPMENT

## （一）党建引领

在学校党委坚强领导下，电子商务专业群把加强党的建设贯彻“双高计划”建设全过程，把党组织的领导力和组织力转化为推进专业群建设工作的强大动力。不断完善基层组织，促进党的建设与人才培养不断融合。积极推进党建“双创”工作，将电子商务学院学生第二党支部培育成“战斗堡垒骨干党支部（样板支部）”。深入实施教师党支部书记双头人“尖兵”培育工程，开展教师党支部书记双带头人“尖兵”认证，择优遴选1个“尖兵”工作室建设培育，教育引导教师党员在教育教学、管理服务等方面发挥模范作用，推动党建工作不断提质增效。深入探索“党建+”模式，不断提高党建质量，以高质量党建引领产教融合、校企合作，不断增强基层组织的生机活力，引领教育事业高质量发展。

## （二）立德树人

### 1. 思想教育协同推进

电商专业群充分发挥思政课程引领作用，推动思政课程与课程思政协同育人。积极动员学生参加讲思政课比赛(决赛)暨思政课实践教学成果展示、课程思政案例主题演讲比赛等特色活动，促使学生亲身参与到课程思政的建设当中。2021-2022年度，电商专业群学生获得安徽省“大学生讲思政课”皖南片比赛一等奖一项，“新时代·新思想·新青年”安徽省大学生学习马克思主义理论成果大赛三等奖一项，课程思政建设产生了一定的成效。

电商专业群大力推进课程思政建设，借助安徽省高校课程思政教育联盟平台，运用学校搭建的课程思政一体化共建平台，开展了课程思政教学研讨活动，申报了课程思政教研课题，积极报送课程思政优秀教学设计或优秀教学案例。

### (三) 在校体验

#### 1. 母校满意度、推荐度

学校（含专业群）毕业生对母校的满意度持续较高。近三届毕业生对母校的总体满意度（分别为 97%、98%、97%）均保持在较高水平（如图 2-1），毕业生对母校的整体评价高。

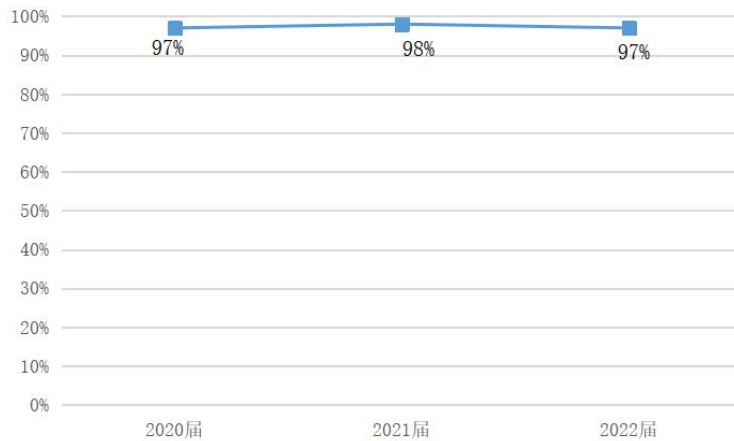


图 2-1 近三届毕业生对母校的总体满意度

数据来源：第三方机构新锦成-2022 届毕业生就业与培养质量调查。

校友推荐度保持在较高水平，毕业生对母校认可程度高。本校（含专业群）近三届毕业生愿意推荐母校的比例（分别为 88%、89%、89%）整体较高（如图 2-2），毕业生对母校推荐度较高。

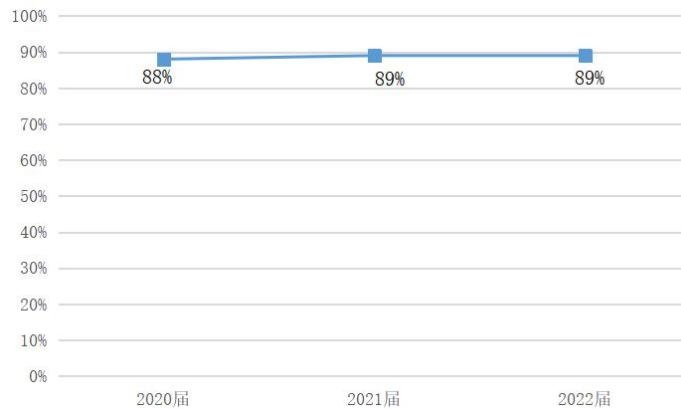


图 2-2 近三届毕业生对母校的推荐度

数据来源：第三方机构新锦成-2022 届毕业生就业与培养质量调查。



## 2. 体育与文化设施

学校拥有室外标准足球场、田径场 1 个，标准室外篮球场 12 个，标准室外排球场 2 个，标准室外网球场 4 个，室外投掷区 1 个，室外健身路径 1 套，标准室内篮球场 3 个，标准室内排球场 2 个，标准室内羽毛球场 6 个，室内乒乓球室 2 间，室内多功能训练教室 8 个，可利用教学广场 1 个，共计面积四万余平方米，人均约 4 平方米。学校拥有大学生活动中心、学术报告厅和室内活动排练室等各种文化活动场所达 1000 余平方米。

## 3. 社团活动

电子商务专业群学生加入学校各类社团，包括：文史专研类社团、体育运动类社团、素质拓展类社团，生均加入社团约 1.5 个。本学年，专业群学生积极参加学校社团组织开展的“百团大绽”、“社团风采展示晚会”、“新徽商游园会(第二季)”等各级各类社团活动，内容涵盖艺术表演、文化传播、户外拓展、青年公益、应用实践、社会服务等方面，学生社团已成为高水平技能型人才培养的重要载体。

学校、学院发挥活动引领学生、浸润学生、塑造学生的育人功能，围绕立德树人根本任务，构建社团活动普及化，院级活动特色化，校级活动品牌化的活动体系。其中，学校开展品牌活动 40 余项，学院开展主要活动 20 余项，为学生提供了展现自我、挑战自我、充实自我的大舞台，营造了青春、健康、向上的校园文化氛围。详见表 2-1 与表 2-2。

表 2-1 学校组织的主要学生活动一览表

时间	活动名称
2021 年 9 月	第六届“学宪法、讲宪法”活动
2021 年 10 月	以美育人启智润心——一位“普通”学生的个人画展

2021年11月	安全与健康系列活动
2021年11月	2020-2021学年校园十佳班集体和先进班集体评选
2021年11月	第九届“一站到底”暨双高建设校园知识竞赛活动
2021年11月	弘扬新徽商精神构建节约型校园——第六届“跳蚤市场”活动
2021年11月	携手共美育书信传真情——书信活动
2021年12月	“冬奥梦·我的梦”主题征文比赛
2021年12月	“美，塑造心灵”为主题的12.5心理健康日
2021年12月	祭民族之殇 筑复兴之梦——2021年国家公祭日缅怀活动
2021年12月	“迎冬奥 为梦想奔跑”——学校成功举办首届迷你马拉松赛
2022年1月	第五季“我来开讲”大学生讲思政课比赛
2022年2月	共读一本书 共建一座城——学校教师应邀参加“悦读芜湖”读书会分享活动
2022年3月	“6S”宿舍评比
2022年3月	举办校运会会徽征集活动
2022年3月	学生赴锦瑞直播电商产业园参观交流
2022年3月	学生赴弋江区开展学雷锋志愿服务活动
2022年3月	情系半边天幸福商贸人——三八妇女节系列活动
2022年3月	春暖花开种植未来——学校举办3.12植树节系列活动
2022年3月	结核病防治系列活动
2022年4月	“防疫抗疫进课堂”主题“大思政课”活动
2022年4月	“喜迎二十大奋进新征程”讲好中国故事比赛(第六季)
2022年4月	强国有我，核你一起宣讲团
2022年4月	青春献礼二十大，强国有我新征程主题团日活动
2022年4月	新徽商精神主题海报设计大赛
2022年4月	组织师生收听收看北京冬奥会冬残奥会总结表彰大会
2022年4月	弘扬新徽商，展现“箏”风采——风筝文化节
2022年4月	疫情期间心理调适系列活动
2022年4月	强健体魄共克疫情——第六届“谁是达人”全民健身大挑战活动

2022年5月	“宅校不宅心青春不emo”第十六届5.25大学生心理健康月
2022年5月	组织收看庆祝中国共产主义青年团成立100周年大会
2022年5月	“迎五四致青春向未来”校园舞蹈大赛
2022年5月	学校组织收看庆祝中国共产主义青年团成立100周年大会
2022年5月	看见手艺守护匠心——手工制作美育实践活动
2022年5月	劳动创造美——举办“创意拼盘，乐享美味”水果拼盘活动
2022年5月	“把青春唱给你听献礼党的二十大”校园歌手大赛
2022年6月	图书馆志愿服务劳动教育实践活动
2022年6月	学校师生赴华强社区开展“多彩课堂”暑假实践活动
2022年6月	学校召开2022年第二季度“5+1+N”联席会
2022年6月	2022年暑期“三下乡”社会实践活动
2022年6月	2022届学生毕业典礼
2022年8月	“繁昌农作物采摘节”
2022年8月	寻找“最美劳动者”系列活动
2022年8月	2022年弋江区文明创建志愿服务
2022年9月	芜湖市大学生歌手舞蹈展演

材料来源：安徽商贸职业技术学院学生工作处、团委、基础教学部统计。

表 2-2 电子商务学院组织的主要学生活动一览表

时间	活动名称
2021年9月	电商学院第一届“电商大先生”评比。
2021年9月	“我把非遗讲给你听”之中秋故事、实践活动
2021年9月	宿舍主题月（中秋主题风采展示）
2021年10月	重拾徽商情、重学徽商史、重走徽商路活动。
2021年10月	遇见电商遇见你之“我与电商”摄影大赛
2021年10月	趣味运动会
2021年10月	微团课评比之温顾红色记忆，传承爱国主义
2021年10月	宿舍主题月
2021年11月	“减压节活动”

2021年11月	"与爱同行，学会感恩"校园活动
2021年11月	"有声温暖青听声音"志愿活动
2021年12月	现场书画及钢笔书法比赛
2021年12月	学院厨王争霸赛
2021年12月	校园才艺大比拼
2021年12月	元旦文艺汇演暨艺术节闭幕式
2022年1月	"一碗腊八粥，温暖一座城"公益活动
2022年3月	电商运动会
2022年3月	绿色校园活动
2022年3月	雷锋月系列活动
2022年3月	电商专业活动
2022年4月	青年演说家
2022年4月	徽商记忆录视频拍摄
2022年4月	红色光辉、激情问答
2022年5月	红五月唱红歌歌唱比赛
2022年5月	浓情五月，母爱无边
2022年5月	赛传统棋艺，展创新思维
2022年5月	"如果珍惜"活动
2022年6月	端午节工艺品制作
2022年6月	红色主题配音秀

材料来源：安徽商贸职业技术学院电子商务学院团总支统计。

#### 4.入学教育课时

学校（包括专业群）坚持以生为本，积极探索新生教育工作的新模式，逐步构建起一套系统化、人性化、制度化的新生教育体系。入学教育主要围绕理想信念教育、校史校情校规校纪教育、成长教育、成才教育四个部分开展，总课时为105学时。

通过入学教育，促使新生实现角色转换，适应大学生活，明确肩负责任；树

立正确“三观”，熟悉校规校纪，培养文明行为；营造健全人格，学会人际交往，建设优良集体；明确成才目标，坚定理想信念；能以良好的精神风貌迎接崭新的大学生活，在奋斗中开拓人生，在集体中寻求发展，实现人生价值。

### 5. 学生资助类型与数量

学校建立了国家奖学金、国家励志奖学金、国家助学金、生源地助学贷款、应征入伍国家资助、退役士兵学费资助、勤工助学、校内奖助学金、困难补助、学费减免及新生入学“绿色通道”等相结合的资助政策体系。电子商务专业群学生全年受资助人次达 1581 人次，受资助金额达 259.81 万元，取得了较丰硕的育人实效，受到了师生及家长的广泛好评。详见表 2-3。

表 2-3 电商专业群学生受资助类型和数量

资助类别	资助额(万元)	占资助总额的比例 (%)	资助学生人数 (人次)	占资助学生总数的比例 (%)	人均资助额 (元)
校内助学金 (非国家助学金)	4.33	1.67	71	4.49	609.86
学费减免	4.19	1.61	61	3.86	686.89
勤工助学	3.6225	1.39	37	2.34	979.05
临时困难补助	3.37	1.30	62	3.92	543.55
应征入伍学费补偿代偿、退役复学、直招士官	20.5	7.89	32	2.02	6406.25
国家奖学金	1.6	0.62	2	0.13	8000
国家励志奖学金	33	12.70	66	4.17	5000
国家助学金	146.1	56.23	427	27.01	3421.5
优秀学生奖学金	35.7	13.74	471	29.79	757.96

单项奖学金	0.28	0.11	14	0.89	200
安商奖学金	0.4	0.15	2	0.13	2000
学业进步奖	6.72	2.59	336	21.25	200
<b>合计</b>	<b>259.8125</b>	<b>100</b>	<b>1581</b>	<b>100</b>	<b>—</b>

数据来源：安徽商贸职业技术学院学生工作处。

## 6.就业服务满意度

学校（包括专业群）2022届毕业生对学校各项就业教育/服务的满意度均在97%以上，其中，对“生涯规划/就业指导课”（98.37%）、“职业咨询与辅导”（98.04%）、“学校发布的招聘信息”（97.71%）的满意度相对较高(如图2-3)。

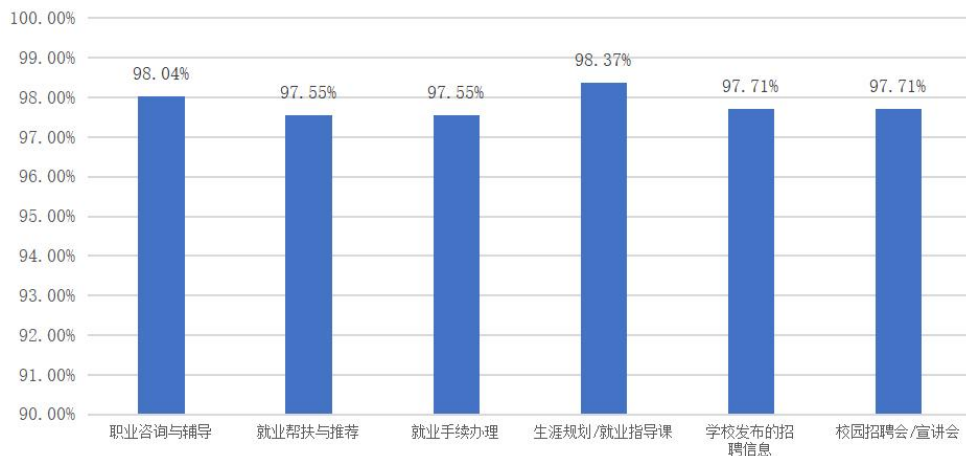


图 2-3 2022 届毕业生对学校就业教育/服务的评价

数据来源：第三方机构新锦成-2022 届毕业生就业与培养质量调查。

## (四) 就业质量

### 1.毕业生就业去向落实率

电子商务专业群 2022 届毕业生共 786 人。截至 2022 年 12 月 20 日,2022 届电子商务专业群毕业生的毕业去向落实率为 96.57%，详见表 2-4。

表 2-4 毕业生就业去向一览表

类别	人数	比例 (%)
----	----	--------



合计(不含 1 毕业去向落实)	786	100.00%
1.毕业去向落实	759	96.57%
2.协议和合同就业	541	68.83%
3. 自主创业	12	1.53%
4.灵活就业	12	1.53%
5.升学	194	24.68%
6.暂不就业	1	0.13%
7.待就业	26	3.3%

数据来源：安徽商贸职业技术学院招生就业处统计。

## 2.专升本比例

2022 届电子商务专业群毕业生专升本报名人数 351 人，升学录取 194 人，报录比为 55.27%，升学率为 24.68%。

## 3.毕业生月收入

2022 届电子商务专业群毕业生税前月均收入为 4701 元，其中，现代物流管理相对较高，为 4919 元。详见图 2-4。

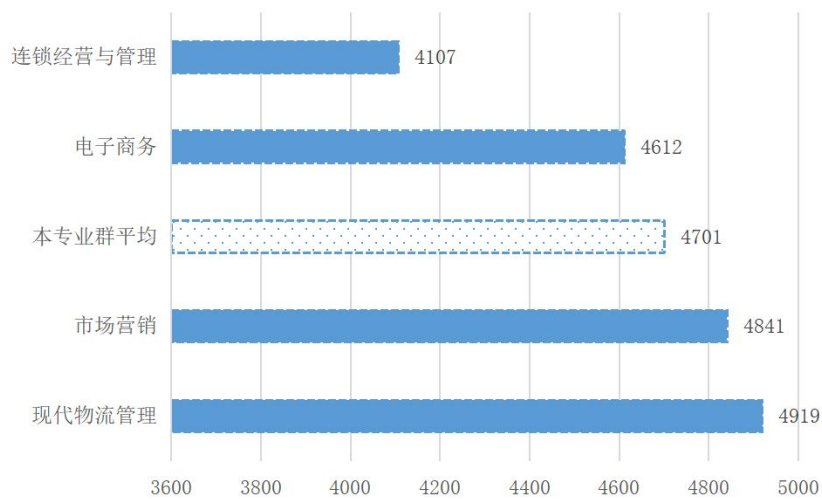


图 2-4 2022 届毕业生月收入

数据来源：第三方机构麦可思-2022 应届毕业生培养质量评价报告。

## 4.就业满意度

电子商务专业群 2022 届毕业生对目前工作总的满意度为 97.73%。对工作内容、职业发展前景、薪酬的满意度分别为 97.73%、97.73%、93.18%；可见毕业生对初入职场的工作岗位和工作内容等方面均比较认同（如图 2-5）。

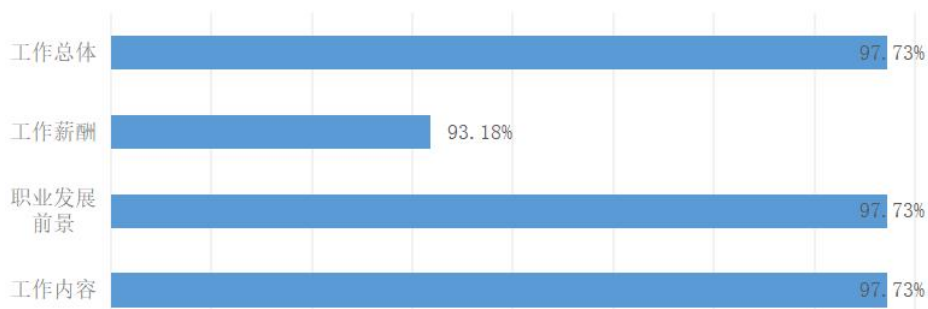


图 2-5 2022 届毕业生对就业工作满意度的评价

数据来源：第三方机构新锦成-2022 届毕业生就业与培养质量调查。

## 5.工作专业对口度

电子商务专业群2022届毕业生中，认为目前就职岗位与所学专业很对口、对口与基本对口的比例分别为：22.73%、18.18%与36.36%，可见毕业生所学专业知识和技能与实际工作的契合度较高，能够学以致用（如图2-6）。

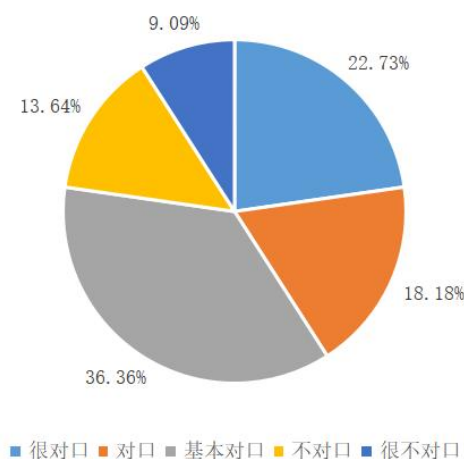


图 2-6 2022 届毕业生专业对口度分布

数据来源：第三方机构新锦成-2022 届毕业生就业与培养质量调查。

## 6.用人单位满意度

用人单位对学校（包括专业群）2022 届毕业生很满意占比 78.46%、满意

占比 16.92%、基本满意占比占比 4.62%（如图 2-7）。

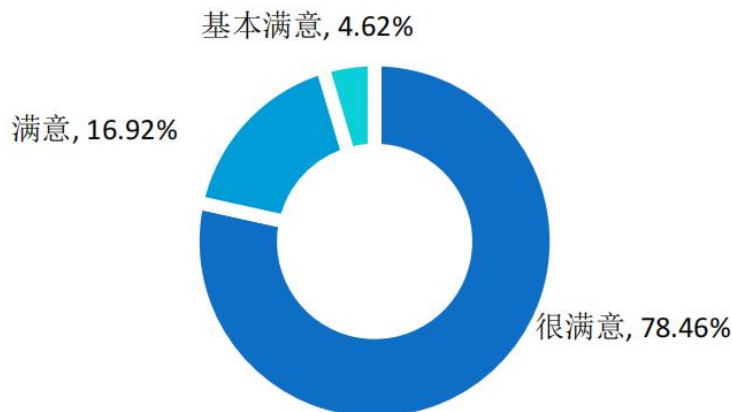


图 2-7 用人单位对 2022 届毕业生的总体满意度

数据来源：第三方机构新锦成-2022 届毕业生就业与培养质量调查。

用人单位对学校（包括专业群）毕业生各项能力素质满意度均达到 98.46% 及以上。其中，用人单位对毕业生的“职业能力”、“专业知识”、“职业道德”、“合作与协调能力”、“创新能力”和“政治素养”等满意度相对较高，如表 2-5 所示。

表 2-5 用人单位对毕业生各项能力素质的满意度评价一览表

默认	很满意	满意	基本满意	不满意	很不满意
职业能力	73.85%	9.23%	16.92%	0.00%	0.00%
专业知识	72.31%	10.77%	16.92%	0.00%	0.00%
职业道德	58.46%	30.77%	10.77%	0.00%	0.00%
合作与协调能力	78.46%	10.77%	10.77%	0.00%	0.00%
创新能力	63.08%	18.46%	18.46%	0.00%	0.00%
政治素养	83.08%	10.77%	6.15%	0.00%	0.00%
动手实践能力	61.54%	24.62%	12.31%	1.54%	0.00%
心理素质及抗压能力	50.77%	38.46%	9.23%	1.54%	0.00%
沟通能力	78.46%	9.23%	10.77%	1.54%	0.00%

数据来源：第三方机构新锦成-2022 届毕业生就业与培养质量调查。

## (五) 创新创业

### 1. 创新创业教育

学校重视创新创业教育，年均投入 400 余万元，成立了创新创业学院，联动二级学院与相关职能部门，配备 5 名专职工作人员和 49 名专兼职教师、100 多名双创导师。学校完善双创制度，形成了“三全四化五融合”双创教育保障机制，实现了双创课程全覆盖。校内外建设近 7000 平米创业园等双创实践基地和 4 个专用信息化培训室，双创课程惠及电子商务专业群学生近 700 人/年。

本年度，电子商务专业群学生积极参加第十二届全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛、第八届安徽省“互联网+”大学生创新创业大赛、第八届中国国际“互联网+”大学生创新创业大赛、2022 年“挑战杯”大学生创业计划竞赛、第三届中华职业教育创新创业大赛等创新创业类竞赛，斩获多项奖项，有力地强化了学生的创新意识与创业思维。

### 2. 创业比例

学校实施创新创业扶持计划，成立大学生创新创业指导课教研室，将创新创业教育及实践课程列为必修课。2022 年，电子商务专业群学生通过参与新徽商创业实践基地、大学生创业园等方式实现创业人数为 67 人，创业比例为 3.47%。

## (六) 技能大赛

学校构建了“校级、省级和国家级”三级技能竞赛体系，充分发挥“以赛促学，以赛促教，以赛促改，以赛促建”的作用，持续提升学生专业综合技能水平，增强职业教育的适应性。

## 1. 校级技能竞赛

电子商务专业群对二年级学生实现校级大赛全覆盖,全面检验人才培养质量水平。2022年5月23日—28日,电商专业群各专业举办了校级专业技能竞赛。

本年度,电子商务专业举办“电子商务技能”竞赛,该赛项以网店开设装修、运营推广等关键任务完成质量以及选手职业素养作为竞赛内容,全面考察选手的数据分析能力、视觉营销能力、营销策划能力、网络营销能力、网店运营能力、商品整合能力和团队合作能力。

本年度,市场营销专业进行校赛改革,首次举办了“短视频营销创意”技能竞赛,该赛项要求选手在掌握一定的商业思维和销售展示技巧,具有较好的营销学、推销学素养的前提下,融合受众个性与需求、短视频拍摄方法、后期剪辑等,展示出现新媒体人的职业技能。比赛重视考察学生短视频制作实操技能和推广创意技能,如现代营销观念的使用(客户为中心)、短视频拍摄、剪辑、配音技能、良好的推广技能等。

本年度,现代物流管理专业举办“智慧物流作业方案设计与实施”竞赛,赛项通过制定储存与配送作业优化设计方案,继而实施储存与配送作业设计方案,选手选择最佳时机并根据作业任务需求向租赁中心租赁托盘、堆高车、地牛、手推车等设备和工具;购买折板箱和纸箱等包装物;执行入库作业计划;执行出库作业计划,本赛项考验每个选手物流行业相关岗位的实操能力,检验代表队的团队协作能力。

本年度,连锁经营与管理专业进行校赛改革,举办“零售企业数据分析技能”,通过竞赛,考查学生零售企业数据收集、数据清洗、数据分析、数据展示与数据

应用的能力,提升参赛选手在组织管理、团队合作、创新思维等方面的职业素养,提高学生应用专业技能的能力。



图 2-8 本年度电商专业群举办的校级技能大赛

## 2. 国家级技能竞赛或省级、协会级获奖情况

本年度,电子商务专业群学生参加省级、国家级职业技能大赛、行业协会比赛,获得了丰硕的成果,见表 2-6 所示。其中,全国职业院校技能大赛高职组“电子商务技能”赛项连续 2 年在我校成功举办;学生获得首届世界职业院校技能大赛“跨境电商”赛项的银奖一项,获得全国职业院校技能大赛电子商务技能二等奖一项,获得全国职业院校技能大赛市场营销技能二等奖一项。

表 2-6 本专业群学生主要获奖统计表(部分)<sup>3</sup>

级别	竞赛名称	参赛学生	获奖等级
----	------	------	------

<sup>3</sup> 本表所统计的赛项未含创新创业类大赛。



世界级	首届世界职业院校技能大赛“跨境电商”赛项	陈敏、赵如、Kanyarat Singsut、Mintra Yormin	银奖
国家级	2022全国职业院校技能大赛高职组电子商务技能赛项（高职组）	金锁、潘宗强、胡小娟、刘子轩	二等奖
国家级	2022全国职业院校技能大赛高职组市场营销技能赛项（高职组）	张雅晴、韩雨晴、张楠、潘伟	二等奖
省级	2022安徽省职业院校技能大赛高职组电子商务技能赛项（高职组）	金锁、潘宗强、胡小娟、刘子轩	一等奖
省级	2022安徽省职业院校技能大赛市场营销技能赛项（高职组）	张雅晴、韩雨晴、张楠、潘伟	一等奖
省级	2022安徽省职业院校技能大赛智慧物流作业方案设计与实施技能赛项（高职组）	吴孔椿、高一搏、张世均、周世俊	一等奖
行业级	“博导前程杯”全国电子商务运营技能竞赛	林阳、刘超、饶子心	一等奖
行业级	“博导前程杯”全国电子商务运营技能竞赛	宋豪豪、孙雨欣、王文斌	一等奖
省级	全国大学生市场调查与分析大赛	陈燕燕、李冉冉、马可可、潘子信、史雅文	一等奖
省级	全国大学生市场调查与分析大赛	宋伟伟、吴飞扬、张敬怡、徐静、周王慧	一等奖
行业级	全国大学生智慧供应链创新创业挑战赛	陈婷婷、陈栩泽、李望望、刘璇璇	二等奖
行业级	全国大学生智慧供应链创新创业挑战赛	刘云凤、张克涵、张伟、赵小雨	二等奖
行业级	全国供应链大赛	樊杨、高一博、刘雪红、周晓伟	二等奖
省级	全国零售新星大赛	金梦杰、张天赐、张雅晴	三等奖

数据来源：安徽商贸职业技术学院教务处。



图 2-9 学生技能大赛获奖照片

### 3. 培育和传承“工匠精神”

学校通过课程劳育、实践劳育、“双创”劳育、思政劳育、志愿服务劳育等劳动教育形式，培育和传承“工匠精神”，将“工匠精神”与思想政治教育、专业教育、社会实践、创新创业教育以及校园文化等相结合，有机融入学校人才培养的各个环节。

学校在开设《劳动教育》、《大国工匠》等线上课程的同时，丰富第二课堂，通过开展“最美劳动者”、“社区联动”、“支部共建”、“繁昌农作物采摘节”、“垃圾分类”等育人实践活动，关注真实劳动情景，联合学校、社会和家庭等多个主体共同参与，构建家庭、学校、社会联动的互动机制，通过各类志愿服务、社区实践锻炼了专业群学生的劳动能力，开展劳动精神，劳模精神，工匠精神专题教育等榜样学习，陶冶学生的劳动情操，培育和传承“工匠精神”。

EDUCATION



# 教育教学质量

EDUCATION AND TEACHING QUALITY

## （一）课程建设质量

依据教育部《职业教育专业目录（2021年）》、教育部《高等职业学校专业教学标准（试行）：财经商贸大类》等文件，电子商务专业群教学团队联同校企合作单位起草了专业群人才培养方案，调整了课程设置，完善了“平台课程+模块课程+方向课程”的课程结构体系。如表3-1所示。

表 3-1 电商专业群课程结构

课程模块		课程名称				
一级模块	二级模块	电子商务专业	现代物流管理专业	市场营销专业	连锁经营与管理专业	备注
专业群平台课程	群公共基础	数据思维、经济学基础、管理学基础、徽商文化				
	群通用基础	市场营销理论与实务、网上贸易实务、物流基础、新零售概论				
专业群模块课程	核心能力模块	电子商务美工 直播电商实务 网店运营 电子商务数据分析 新媒体营销 网络营销	仓储管理实务 配送管理实务 物流信息技术 供应链管理 运输管理实务	市场调查与信息分析 渠道建设与维护 营销与客户管理 商务谈判 广告原理与实务	门店促销策划 门店开发与设计 门店运作实务 品类管理 零售数据分析与应用 网店运营	面向本专业开设
		电子商务美工 网络营销	仓储管理实务 配送管理实务	营销心理学 推销技术	品类管理 零售数据分析与应用	面向专业群其他专业开设
	专业实践课	视觉营销 短视频运营	储运业务实训 供应链管理实训	市场调研实训 市场营销实训	门店促销实训 门店开发实训	

			企业跟岗 实习 毕业论文 与毕业设 计 毕业顶岗 实习	企业跟岗实 习 毕业论文与 毕业设计 毕业顶岗实 习	企业跟岗实 习 毕业论文与 毕业设计 毕业顶岗实 习	
专业群 方向课程	专业选修 模块	电子商务沙 盘实训 网店运营实 训 电子商务综 合实训	电商物流 技术 行业物流 管理	房地产市场 营销 汽车市场营 销	供应链管理 客户服务	

电商专业群课程主要分为理论课（A类）、理论+实践课（B类）、实践课（C类）三种类型，其中理论+实践课（B类）占比最多，占据总学时的半数以上，符合职业教学课程设置规律。

### 1.各专业课程设置情况

#### (1) 电子商务专业

根据《2022级电子商务专业群人才培养方案》，电子商务专业总课时数为2536，其中理论课课时数为496，理论+实践课课时数为1296，实践课课时数为744。专业课程中，《网上贸易实务》、《网店运营》、《电子商务客服》、《网络营销》等课程为省级大规模在线开放课程（MOOC）；《新媒体营销》本年度入选为省级精品课程，《网店运营》本年度入选为职业教育国家在线精品课程。

表 3-2 电子商务专业课程结构

课程类型	课程门数（门）	学时（课时）	占总学时的比例（%）
理论课（A类）	9	496	19.60%

理论+实践课 (B类)	23	1296	51.10%
实践课 (C类)	4	744	29.30%
<b>合计</b>	<b>36</b>	<b>2536</b>	<b>100</b>

### (2) 市场营销专业

根据《2022级电子商务专业群人才培养方案》，市场营销专业总课时数为2682，其中理论课课时数为440，理论+实践课为1078，实践课课时为1164。专业课程中：《市场调查与信息分析》、《渠道建设与维护》、《房地产市场营销》三门课程为省级大规模在线开放课程（MOOC）；《市场营销理论与实务》本年度入选为省级示范金课。

表 3-3 市场营销专业课程结构

课程类型	课程门数 (门)	学时 (课时)	占总学时的比例 (%)
理论课 (A类)	7	440	16.41
理论+实践课 (B类)	20	1078	40.19
实践课 (C类)	5	1164	43.4
<b>合计</b>	<b>32</b>	<b>2682</b>	<b>100</b>

### (3) 现代物流管理专业

根据《2022级电子商务专业群人才培养方案》，现代物流管理专业总课时数为2570，其中理论课课时数为750，理论+实践课课时数为932，实践课课时数为888。专业课程中：《仓储与运输管理实务》、《供应链管理》、《物流客户服务》、《物流信息技术》等课程为省级大规模在线开放课程（MOOC）。

表 3-4 现代物流管理专业课程结构

课程类型	课程门数 (门)	学时 (课时)	占总学时的比例 (%)
------	----------	---------	-------------



理论课 (A类)	13	750	29.18%
理论+实践课 (B类)	17	932	36.27%
实践课 (C类)	6	888	34.55%
<b>合计</b>	<b>36</b>	<b>2570</b>	<b>100%</b>

#### (4) 连锁经营与管理专业

根据《2022级电子商务专业群人才培养方案》，连锁经营与管理专业总课时数为2592，其中理论课课时数为278，理论+实践课课时数为1276，实践课课时数为1038。专业课程中：《门店开发与设计》、《门店促销策划》为省级大规模在线开放课程（MOOC）。

表 3-5 连锁经营与管理专业课程结构

课程类型	课程门数 (门)	学时 (课时)	占总学时的比例 (%)
理论课 (A类)	8	278	10.73%
理论+实践课 (B类)	22	1276	49.23%
实践课 (C类)	4	1038	40.05%
<b>合计</b>	<b>34</b>	<b>2592</b>	<b>100.00%</b>

#### 2. 毕业生对所学专业课程的教学满意度

教学满意度是毕业生对专业群的课程教学，包括教学内容、教学方法等方面的综合评价，反映教学的整体效果。根据对2022届毕业生的培养质量追踪调研结果，电子商务专业群教学满意度为94%，其中，电子商务专业教学满意度相对较高。



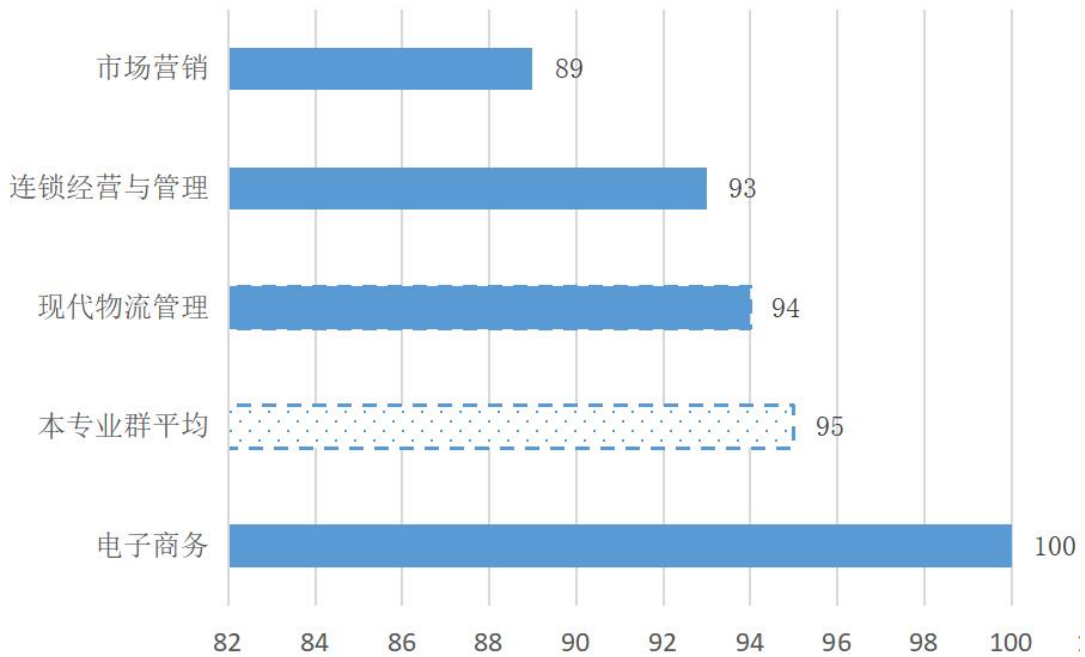


图 3-1 2022 届毕业生反馈的教学满意度

数据来源：第三方机构麦可思-2022 应届毕业生培养质量评价报告。

### 3. 毕业生对所学专业核心课程的重要性评价

课程重要度反映了课程内容的设置是否与实际工作需求相匹配，课程满足度反映了课程教学效果是否满足实际工作的需求。根据对 2022 届毕业生的培养质量追踪调研结果，如表 3-6 与表 3-7，反映了课程内容设置与教学效果与实际工作需求有较高的契合度。

表 3-6 2022 届毕业生反馈的各专业课程重要度与满足度

专业名称	重要度 (%)	满足度 (%)
电子商务	79	92
现代物流管理	100	99
市场营销	89	84
连锁经营与管理	80	93
<b>专业群均值</b>	<b>90</b>	<b>90</b>

数据来源：第三方机构麦可思-2022 应届毕业生培养质量评价报告。

表 3-7 2022 届毕业生反馈的主要课程重要度与满足度（部分）

课程名称	重要度 (%)	满足度 (%)
网络营销	89	75
电子商务数据分析	88	80
电子商务客服	84	94
网店运营	83	67
推销技术	100	94
商务谈判	100	93
市场营销理论与实务	94	87
网店经营	94	67
营销与客户管理	92	88
渠道建设与维护	85	78
广告原理与实务	80	—
房地产市场营销	73	—
汽车市场营销	67	—

数据来源：第三方机构麦可思-2022 应届毕业生培养质量评价报告。

## （二）教学方法改革

### 1. 产教融合

学校与二级学院立足产教融合与校企合作，强化专业设置与产业需求、课程内容与职业标准、教学过程与生产过程“三对接”，创新校企合作育人的途径与方式，促进学生职业能力的提高；以项目为抓手，依托现代学徒制、混合所有制办学试点，创新产教深度融合体制机制，推动校企协同育人，提升骨干专业“含金量”，本年度，电子商务专业群通过校企共建松鼠电商、顺丰物流产业学院（表 3-8），促进产教深度融合；通过形成制度成果、理论成果和典型案例，发挥了示范带动作用。

表 3-8 电商专业群协同企业共建的产业学院

序号	产业学院名称	合作企业	共建专业
1	松鼠电商产业学院	三只松鼠股份有限公司	电子商务
2	顺丰物流产业学院	顺丰速运(集团)有限公司	现代物流管理

## 2. 中国特色现代学徒制

在总结教育部第二批现代学徒制试点经验基础上,形成了独具特色的“双主体治理一体化培养迭代式构建”现代学徒制模式。2021/2022 学年,电子商务专业群涉及的“松鼠班”、“顺丰订单班”入选芜湖市人才设班支持项目,获得芜湖市政府人才培养支持奖励;“校企互融协同培育的新零售人才培养模式创新与实践——电子商务专业教育部现代学徒制试点典型案例”,入选了教育部产教融合校企合作典型案例。

## 中国教育发展战略学会

### 关于公布 2021 年产教融合校企合作典型案例名单的公告

2021 年 7 月,教育部发布《关于征集产教融合校企合作典型案例的启事》,向社会公开征集产教融合、校企合作案例。中国教育发展战略学会产教融合专业委员会受教育部职业教育与成人教育司委托,组织了案例的申报及遴选,遴选出 485 个典型案例,现将案例名单予以公布(见附件),以供各地各校进行学习和参考借鉴。

附件:2021 年产教融合校企合作典型案例名单

中国教育发展战略学会产教融合专业委员会



162	贵州轻工职业技术学院	聚集团合力育人人才 服务酿酒产业发展
163	天津城市职业学院	项目引领促成长、双向协同谋发展——社区管理与服务专业建设探索
164	重庆科创职业学院	智能制造技术专业群“双驱动,六协同”校企合作模式探索与实践
165	黑龙江农垦科技职业学院	技能大师工作室+企业项目体——“开放·创新·融合”的产教融合特色育人模式
166	石家庄理工职业学院	产教融合育工匠 教学改革促发展——基于“四维三同二融一体”的人才培养模式
167	长春职业技术学院	校企深度融合 培养奥迪售后服务人员——长春职业技术学院奥迪现代学徒制项目
168	闽江师范高等专科学校	建立校企工作室共同体,实现产教深度融合
169	湖南生物机电职业技术学院	跨界协同 一生一案:乡村振兴本土化人才培养研究与实践
170	青岛职业技术学院	助力青岛国际时尚城市建设 创新现代学徒制双育人机制——青岛职业技术学院基于“六联”的校企双育人模式改革
171	湖北三峡职业技术学院	构建“双元八共”产业学院共建模式,打造绿色化工人才培养高地
172	烟台工程职业技术学院	产学研创深度合作 构建特种机器人技术创新平台
173	重庆能源职业学院	产教融合、工学互嵌、校企双元育英才——重庆能源职业学院与东风小康汽车有限公司校企合作案例
174	兰州石化职业技术大学	波紋法兰产品开发引领的装备制造类专业技术技能型人才培养
175	运城职业技术大学	校企命运共同体背景下教培研一体化大型教学矿井建设与应用
176	黑龙江幼儿师范高等专科学校	德技并修新理念 育训结合展成果——黑龙江幼专现代学徒制产教融合人才培养模式研究与实践
177	安徽商贸职业技术学院	校企互融协同培育的新零售人才培养模式创新与实践——电子商务专业教育部现代学徒制试点典型案例
178	青岛职业技术学院	产教深度融合,校企共育发展——校企共建混合所有制京东校园云仓生产性实训基地

图 3-2 入选教育部产教融合校企合作典型案例

## 3. 课堂革命专项行动

2022年3月,电子商务学院正式发布《关于实施课堂革命专项行动的通知》,以课堂革命专项行动为契机,打造“活力电商”品牌。专项行动从4个维度、12条倡议向教师发出了活力课堂改革的冲锋号。从师德师风层面,倡导教师做有理想信念、道德情操、扎实学识、仁爱之心的大先生;从职教适应性层面,倡导教师做融入新模式、新标准、新规范、新工艺、新技术的工匠之师;从课堂氛围层面,倡议打造以学生为中心、以教师为主导的活力课堂;从融合式教学层面,倡议打造平台推动、工具联动的“线上+线下”融合课堂。

专项行动基于“以学生为中心、价值观引领、德技并育”的教育理念,着力提升教师授课“成就感”,提高学生课堂“参与感”,让学生感受到电子商务双高专业群建设所带来的“获得感”。

## 安徽商贸职业技术学院处室函件

电院字〔2022〕1号

### 电子商务学院关于实施课堂革命专项行动的通知

各教研室、各位老师:

为贯彻落实《国家职业教育改革实施方案》,实施好《深化新时代职业教育“双师型”教师队伍建设改革实施方案(2020-2023)》,深化教师、教法、教材改革,促进教师综合素质、专业化水平和创新能力全面提升,打造高水平、结构化教师教学团队,健全学分制体系,现启动全院实施课堂革命专项行动,具体方案如下:

#### 一、总体目标

践行“以学生为中心、价值观引领、德技并育”的教育理念,引导教师多维度、全方位提升课堂教学活力,推动电子商务专业群课堂教学改革,旨在提升教师授课“成就感”,提高学生学习“参与感”,感受到电子商务专业群建设“获得感”,形成电子商务专业群合力课堂,活力课堂不流转变。

#### 二、行动推进步骤

##### (一) 逐教研室推进计划

##### 第一批次 竞聘试点(2022年4月开始)

先行先试,首先由行政课教师、教研室主任、课程教学名师和教坛新秀获得者、教学能力大赛省赛一等奖及以上获得者、高级职称教师竞聘方案进行试点,试点教师将向全院师生公开讲课,实施跟踪行动,欢迎全院师生随机听课、监督。其他教师如有意愿,也可申请试点。



图 3-3 实施课堂革命专项行动

## 4. 推进 1+X 证书制度试点工作

为深入贯彻《国家职业教育改革实施方案》,学校印发《高质量推进 1+X 证书制度实施方案(试行)》,优化指导 1+X 证书高质量试点工作。本年度,电子商务专业群开展了电子商务数据分析、呼叫中心客户服务与管理等 8 个证书培训

与考核。申报学员达 476 人，进一步提升了学生的职业技能，增强人才培养与产业需求的吻合度。

表 3-9 2022 年 1+X 证书培训与考核计划一览表

序号	参与试点的证书	证书等级	申报人数
1	电子商务数据分析	中级	40
2	呼叫中心客户服务与管理	中级	50
3	品类管理	中级	86
4	数据营销	中级	50
5	数字营销技术应用	中级	100
6	网店运营推广	中级	50
7	物流管理	中级	50
8	跨境电子商务多平台运营	中级	50
合计			476

### (三) 教材建设质量

电子商务专业群紧密结合高等职业教育发展新趋势，全方位推进教材建设工作，加大教材建设力度，2021 年 9 月—2022 年 8 月，专业群教师主编的教材出版情况详见 3-10。

表 3-10 本年度专业群教师主编的教材出版情况

序号	教材名称	出版社	备注
1	物流设施设备	高等教育出版社	高等职业教育在线开放课程新形态一体化教材
2	商务谈判与推销	中国铁道出版社	高等职业院校“十四五”规划教材
3	商务数据采集与处理	人民邮电出版社	智慧商业创新型人才培养系列教材
4	物流信息技术应用	安徽大学出版社	高职高专规划教材

5	物流信息管理	高等教育出版社	高等职业教育在线开放课程新形态一体化教材
6	电子商务数据分析	大连理工大学出版社	新世纪高等职业教育电子商务类课程规划教材

此外，专业群教师团队着力打造培根铸魂、启智增慧的精品教材，推动商科类教材建设质量水平的提升。

**积极申报“十四五”职业教育国家规划教材。**根据《教育部办公厅关于组织开展“十四五”首批职业教育国家规划教材遴选工作的通知》(教职成厅函〔2021〕25号)要求，学校推荐14本教材申报“十四五”首批职业教育国家规划教材，其中，电子商务专业群的《物流信息管理》、《网上贸易实务》被学校遴选上报。

**探索开发契合新零售行业发展的新形态教材。**电子商务专业群积极探索“产教融合、校企合作”的“双元”创新型教材。深度挖掘思政育人元素，融通“岗课赛证”，将“1+X”证书制度试点成果和经验融入教材建设，开发双元立体化、活页式、融媒体教材，突显职业教育类型特色。为进一步做好教材开发和管理的工作，电子商务专业群组建了新零售教材战略委员会，获批第二批国家级职业教育教师教学创新团队课题研究项目子课题“电子商务专业新形态教材开发”。



第二批国家级职教团队课题研究项目 专业领域课题立项推荐名单					
专业领域	评审编号	申报单位	课题名称	课题类别	负责人
财经商贸(一)	ZH2021010101	苏州经贸职业技术学院	新时代职业教育电子商务专业领域团队教师教育教学改革创新与实践	主课题	盛立强
	ZI2021010101	哈尔滨职业技术学院	电子商务专业创新团队建设的组织制度和运行机制研究	子课题方向1	孙百鸣
	ZI2021010102	河南工业职业技术学院	电子商务专业群人才培养方案研究	子课题方向2	贾庆成
	ZI2021010110	江苏省南通中等专业学校	“大双元”视角下的电子商务专业人才培养方案研究	子课题方向2	陈建明
	ZI2021010103	广东轻工职业技术学院	跨境电子商务专业对接职业标准的课程体系研究	子课题方向3	韩宝国
	ZI2021010104	浙江商业职业技术学院	电子商务专业群双向精准定位的团队协作模块化教学模式和方法研究	子课题方向4	张枝军
	ZI2021010105	安徽商贸职业技术学院	电子商务专业新形态教材开发研究	子课题方向5	夏名首
	ZI2021010106	浙江工贸职业技术学院	高职院校教师教学创新团队教学质量评价体系研究-以电子商务类专业为例	子课题方向6	魏振锋

图 3-4 第二批国家级职教团队课题研究项目子课题立项

#### (四) 数字化教学资源建设

本着“以学生为中心”的教育理念，以岗位需要和职业标准为依据，电子商务专业群按照“任务驱动、工学结合、能力培养”原则，推进精品课程和优质教学资源建设。突出课程标准的性质、目标、框架、实施“4个规范”，强化活动设计、电子教材、课程案例、演示文稿、习题试题、实训项目、视频、图片、动画、网络课程等“10大类”课程资源开发和提供利用。基于MOOC、SPOC等线上资源，打造线上线下混合教学模式，将传统课堂“教师教为中心、学生静听”转变为“学生学为中心，教师协助”的方式，促进教与学方式的变革。2022年新增数字化教学课程3门，详见表3-11。

表 3-11 2022年新增数字化教学课程一览表

序号	课程名称	课程级别	主持人	课程类型
----	------	------	-----	------



1	电子商务客服	省级	王从辉	专业必修课
2	移动商务	省级	虞昌亮	专业必修课
3	新媒体营销	省级	胡计虎	专业必修课

数据来源：安徽商贸职业技术学院教务处统计。

## (五) 师资队伍建设

电子商务专业群现有专任教师 120 人，其中，校内专任 53 人，各类兼任教师、企业导师计 67 人，建成了一支混合多元、专兼结合、业务素质好的师资队伍。

### 1. 职称结构

就校内专任教师而言，从专业技术职务结构来看，具有高级职称的教师 20 人，占专任教师总数的 37.74%；具有中级职称的教师 22 人，占专任教师总数的 41.51%；具有初级职称的教师 11 人，占专任教师总数的 20.75%，专业群的专业技术职务结构合理，形成了良好的学术梯队。详见表 3-12。

表 3-12 校内专任教师职称结构一览表

职称等级	人数 (人)	百分比 (%)
高级职称	20	37.74
中级职称	22	41.51
初级及以下职称	11	20.75
<b>合计</b>	<b>53</b>	<b>100</b>

### 2. 学位结构

就校内专任教师而言，从学位结构来看，具有博士及以上学位（含在读博士）的教师 11 人，占专任教师总数的 20.75%；具有硕士学历的教师 42 人（不含博士及在读博士），占专任教师总数的 79.25%。

表 3-13 校内专任教师学位结构一览表

学位等级	人数 (人)	百分比 (%)
博士及以上 (含在读)	11	20.75
硕士	42	79.25
学士	0	0
<b>合计</b>	<b>53</b>	<b>100</b>

### 3. 双师素质教师所占比例

学校高度重视双师素质师资队伍建设, 不断加强对专业带头人、骨干教师和青年教师的培养, 积极安排教师进行专业学习和实践锻炼, 努力使每位专业教师既具备扎实的专业知识和较高的教学水平, 又具有较强的专业实践能力和丰富的实际工作经验, 逐步实现教师一专多能, 努力提高双师素质教师比例。就校内专任教师而言, 电子商务专业群双师素质教师为 42 人, 双师素质教师占比 79.25%。

## (六) 教师培训

学校出台《教职工攻读学历学位管理暂行办法》、《教师赴海外攻读博士学位管理办法》等制度, 鼓励、支持教师提升学历层次、学识水平, 截至到 2022 年 8 月, 本专业群国内攻读博士学位 2 人, 海外攻读博士学位 8 人。受疫情影响, 2021/2022 学年度, 专业群教师外出线下培训活动有所减少, 线上培训活动有所增多, 教师参与校外进修、培训、交流的情况如表 3-14。

表 3-14 本年度专业群教师参与培训进修情况 (节选)

项目名称	人次	培训进修地点
1+X 呼叫中心客户服务与管理证书高级师资培训	1	线上

1+x 网店运营推广职业技能登记考评 员培训	2	线上
1+x 证书网络直播运营职业技能等级 证书师资培训（中级）	2	线上
1+X 证书制度物流管理职业技能等级 证书师资培训（中级）	2	线上
2021 安徽省高职教师素质提高计划 国家级培训跨境电商班	1	合肥市
2021 年安徽省高职教师素质提升计 划国家级培训智能物流技术专业	1	合肥市
2021 年—2022 年度寒暑期教师研修	17	各专业对应的校企合作单位
2022 年全国“数字商贸”系列课程师 资能力开拓班培训	1	北京（因疫情改为线上）
2022 年暑期专题培训暨课程思政示 范课程建设与教学设计创新工作坊	1	六安市金寨县
2022 年职业院校教师科研能力提升 研修班	1	线上
创办企业培训（SYB）课程师资培训	1	阜阳市
安徽省高校管理人员学习贯彻党的十 九届六中全会精神网络培训班	4	线上
安徽省高校管理学会市场营销分会	1	黄山市
党支部书记履职能力提升专题网络提 升班	1	线上
第二批国家级职业教育教师教学创新 团队“电子商务专业共同体”培训班	2	线上
电子商务人才培养与职业技能标准对 接专题研修班	1	线上
高校辅导员科研意识培养与科研能力	1	线上

提升		
高校青年教师国内访学	1	浙江大学
国家级教师教学创新团队“电子商务共同体”2022年度培训	1	线上
国家级职业教育教师教学创新团队研修班	5	线上
呼叫中心客户服务与管理高级师资证书培训	1	线上
黄山松精神干部担当专题暨党史学习教育教育培训班	1	安庆市岳西县
课程思政高质量推进线上研讨周（职教）	1	线上
全国高校辅导员工作创新研讨会暨大学生思想政治工作研修班	1	青岛市
全国职业院校物流类专业教师课程思政教学能力提升培训	1	线上
网络创业讲师培训班	1	芜湖市
新提拔干部培训班	1	线上
职业本科教学办学定位和专业设置与人才培养模式改革线上讲座	1	线上
职业教育教师素质能力提升高级研修班	1	国家教育行政学院
职业院校教育科学规划课题申报与职业教育论文写作	1	线上

数据来源：学校 2021/2022 学年人才培养工作状态数据采集平台。

SERVICE



# 服务贡献质量

SERVICE CONTRIBUTION QUALITY

## （一）服务行业企业

### 1.对主要职业的人才贡献

根据长三角新零售生态圈的人才需求,电子商务专业群进一步梳理和明确了专业服务面向,调整完善了人才培养定位与目标,不断提升服务贡献质量,多方位输送高质量毕业生人才。其中,本专业群 2022 届毕业生就业量较大的职业类为销售 (19.0%)、行政/后勤 (11.1%)、餐饮/娱乐 (9.5%)、互联网开发及应用 (8.7%)、物流/采购 (5.6%), 详见表 4-1。

表 4-1 2022 届毕业生对主要职业的人才贡献比例一览表

职业类名称	占比 (%)
销售	19.0
行政/后勤	11.1
餐饮/娱乐	9.5
互联网开发及应用	8.7
物流/采购	5.6
金融 (银行/基金/证券/期货/理财)	5.6
房地产经营	4.0
人力资源	4.0
媒体/出版	4.0

数据来源: 第三方机构麦可思- 2022 应届毕业生培养质量评价报告。

### 2. 对主要行业的人才贡献

2022 届电子商务专业群毕业生就业的行业领域主要集中于零售业(13.2%)、信息传输、软件和信息技术服务业(9.1%), 详见表 4-2。

表 4-2 2022 届毕业生对主要职业的人才贡献比例一览表

行业类名称	占比 (%)
零售业	13.1
信息传输、软件和信息技术服务业	10.7

教育业	7.1
住宿和餐饮业	7.1
金融业	6.0
建筑业	4.8
其他制造业	4.8
政府及公共管理	4.8

数据来源：第三方机构麦可思-2022 应届毕业生培养质量评价报告。

### 3. 对不同类型用人单位的人才贡献

2021—2022 届电子商务专业群毕业生就业的主要用人单位为民营企业/个体，占比超过 75%，其次为国有企业，占比近 7%，在民办非企业单位（组织）中就职的较少，详见图 4-1。

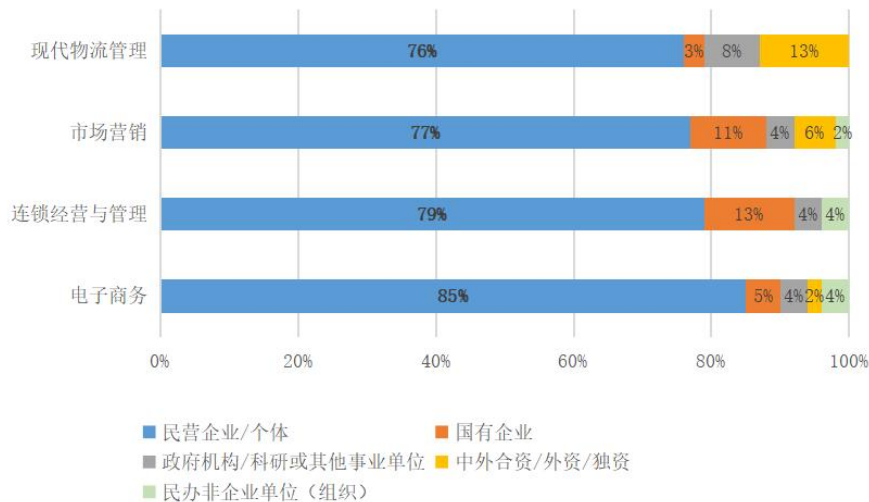


图 4-1 2022 届毕业生对不同类型用人单位的人才贡献

数据来源：第三方机构麦可思-2022 应届毕业生培养质量评价报告。

### 4. 开展高质量培训

近年来，学校积极推动新业态职业培训扩容提质，在管理、服务、培训数据等方面取得显著成效。本年度，学校狠抓落实，面向全校建立职业培训项目库及兼职管理人员库，健全多方协同培训机制。注重双向并举，2022 年获批 11 个职业技能等级认定职业(工种)的认定资格，其中，归属电子商务专业群的主要有 3 个：电子商务师、物流服务师、营销师。



此外，本年度，专业群依托资源优势，发挥政（行）校企合作特色，开展各类型社会培训 20 余项，受益人员累计达 1521 人，详见表 4-3。通过多渠道开展多种形式的社会培训，为进一步提升专业群社会服务能力添砖加瓦，同时有效助力了区域经济社会发展。

表 4-3 2021 年 9 月—2022 年 8 月专业群教师开展的社会培训（部分）

培训时间	培训项目	培训人数
2021.12	农村电商培训	341
2022 年 5 月 11 日	无为市十里墩镇电子商务专题培训	50
2022 年 5 月 23 日-24 日	四川省 2021 年度“国培计划”专题培训	150
2022 年 6 月 9 日	鸠江区党组织领办合作社专题培训	49
2022 年 6 月 17 日	专业群人才培养专题讲座	102
2022 年 6 月 22-24 日	2022 年繁昌区残疾人新媒体直播电商职业培训	200
2022 年 6 月 22-24 日	2022 年镜湖区残疾人信息化职业培训	42
2022 年 7 月 5 日	零售业发展历程及未来	29
2022 年 7 月 5 日	门店社群运营管理	50
2022 年 8 月 10 日	人工智能机器人在电商客服工作中的实践与应用	16
2022 年 7 月 3 日-7 月 4 日	2022 年经开区残疾人职业技能培训	35
2022 年 7 月 18 日-7 月 19 日	2022 年芜湖市残疾人职业技能计算机操作培训	50
2022 年 8 月 3 日	1+X 证书制度种子教师培训	30
2022 年 7 月 22 日	基于甲方需求的营销策略探讨	122
2022 年 7 月 15-26 日	呼叫中心客户服务与管理 1+X 种子教师中职培训	24
2022 年 7 月 5 日	零售业发展历程及未来	50

2022年7月5日	门店社群运营管理	50
2022年8月9日	赋能快递, 服务创新	28
2022年8月30日	赋能快递, 服务创新	58
2022年9月16日	安全与创新赋能快递培训	45
<b>合计</b>		<b>1521</b>

## (二) 服务地方产业发展

### 1. 对本地区的人才贡献及质量

电子商务专业 2022 届毕业生就业区域面向长三角区域, 就业地点主要分布于安徽省, 本省就业比例达 74.4%, 其中在本校所在地——芜湖市就业的比例较高, 为本市培养了较多的技术技能类人才。从就业重点产业来看, 在本省就业的毕业生就业领域多元, 以零售业、信息传输/软件和信息技术服务业等为主, 为相关产业优化升级提供了有力支撑。

### 2. 与本地企业共同开发课程

电子商务专业群不断夯实校企合作长效机制, 推进产教深度融合, 积极推动各专业与企业开展紧密合作, 共同开发课程 21 门 (见表 4-4), 课程开发数量有了明显提升。本专业群依托优势专业, 科学定位人才培养目标, 构建紧密对接产业链、创新链的课程体系, 进一步提升了专业课程内容与职业标准、教学过程与生产过程的吻合度。

表 4-4 校企合作开发课程一览表

课程名称	合作企业名称
网店运营	安徽傲傲电子商务有限公司
直播电商实务	安徽傲傲电子商务有限公司
门店促销策划	安徽邻几便利店有限公司
门店运作实务	安徽邻几便利店有限公司

配送管理实务	安徽顺丰速运有限公司芜湖分公司
物流客户服务	安徽顺丰速运有限公司芜湖分公司
市场调查与预测	安徽晓庄信息技术有限公司
消费者行为学	安徽晓庄信息技术有限公司
品类管理	安徽学辅星教育发展有限公司
采购管理实务	百世物流(科技)有限公司南京分公司
供应链管理	百世物流(科技)有限公司南京分公司
市场营销软件模拟实战	北京软都科技股份有限公司
电子商务客服	三只松鼠股份有限公司
三只松鼠品牌运营管理	三只松鼠股份有限公司
网上贸易实务	三只松鼠股份有限公司
新媒体营销	芜湖东昊网络科技有限公司
品牌推广策划	芜湖凡臣电子商务有限责任公司
新媒体营销策划	芜湖凡臣电子商务有限责任公司
跨境电商客服与管理	芜湖禾邦电子商务有限公司
跨境电商物流与海外仓操作	芜湖禾邦电子商务有限公司
促销策划	芜湖南京新百大厦有限公司

数据来源：安徽商贸职业技术学院教务处统计。

### 3. 为本地企事业单位提供咨询服务

本专业群教师主动适应本地经济社会发展新常态，积极为本地企事业单位发展提供咨询服务等支持，2021年9月—2022年8月，电子商务专业群教师为9家单位提供咨询服务，收入金额达105.8万元，详见表4-5。

表4-5 为本地企业提供咨询服务的收入一览表

序号	单位名称	收入金额(万元)
1	芜湖市商务局	19.8
2	繁昌县祥胜物业管理有限公司	16
3	安徽聚悦软件科技有限公司	10

4	芜湖雅慕信息科技有限公司	2
5	安徽希慕信息技术有限公司	21
6	安徽智擎企业管理有限公司	10
7	颍上科技学校	3
8	安徽问途人力资源有限公司	15
9	安徽云工享网络科技有限公司	1
<b>合计</b>		<b>105.8</b>

数据来源：安徽商贸职业技术学院科研与校企合作处统计。

#### 4. 服务乡村振兴

职业教育是推动乡村振兴战略实施的关键抓手，能够通过多元化的教育内容乡村振兴培养专业人才，提升乡村居民的职业能力与职业素养，满足其参与农业、工业与服务业发展的就业需求。

**开展新农商职业培训。**本年度，学校以安徽省乡村振兴服务研究院为平台，通过积极推进芜湖县九灵粮食种植专业合作社“新农商”项目，将区域产业开发和职业人才培养同步推进，让职业培训为区域产业发展提供人力资源和技术支持，结合专业群教师下乡培训，提升了新型农商经营者的思想素质，改进耕作模式，在九灵粮食种植专业合作社“新农商”项目中，培养出程传云、刘庆萍等一批新农商职业经理人，让新时代的职业农民迅速成长，打造出一批新农商特色品牌项目，提升了电子商务专业群服务能力和服务发展水平，有效促进地方经济社会效益。

**“乡振直播团”公益助农。**2022年5月20日—21日，首场“供销助农·津津有味”农产品线上线下集中直播带货活动在湾沚区湾沚镇桃源村举行，电子商务201班的刘婷等14名学生主播赴现场开展了为期两天的公益直播带货，帮助当地农户销售藕带、小龙虾等农产品。在两天的直播带货活动中，“乡振直

播团”认真分析、挖掘当地农产品的独特卖点，在编制了专业主播脚本后，带着直播装备走进田间地头，以场景化的直播镜头和富有感染力的主播讲解，把湾沚藕带、龙虾、莲子等特色农产品推向全国各地。同学们专业的直播技能和热情洋溢的助农情怀得到了现场领导、专家和农户的一致好评。



图 4-2 “乡振直播团”公益助农 服务乡村振兴

— CHALLENGE —



# 挑战与应对

CHALLENGE AND RESPONSE



## （一）现有挑战

### 1. “双高专业群”项目建设迎来终期“大考”

电子商务专业群的“双高计划”项目的目标设置高、绩效指标多、任务节点繁，虽然经过了2019-2022年四年的建设，取得了诸多成效，中期验收成绩也较为理想，但是应该看到，近四年来，“双高计划”项目推进中“蒸馏”出很多的难点、堵点，况且，2023年的各项绩效指标与任务要求更高、更有挑战性。在不到一年的时间内，在完成各项常规教学、科研任务的同时，做好“双高计划”项目的建设具有较大的压力。

### 2. 具备高层次人才的师资力量有待进一步加强

电子商务专业群一直不断加强师资队伍建设，师资团队力量不断增强，但受区域经济社会发展条件、科研条件和高职院校的社会认可度等因素限制，仍然存在高层次人才短缺的问题，这也是制约专业群发展的与职教本科申报的瓶颈因素。主要表现在：按照人才标准划分的高层次基金、计划、项目主持人等领军人才、省部级教科研奖项获得者等拔尖人才较为缺乏；长期专注、坚持高等职业教育研究的学者、具有博士学位的二级教授或高职院校在岗博士生导师较少；熟悉行业企业、作为文化或者技术传承人的技术技能大师等特殊高技能人才稀缺。

### 3. 专业群内涵建设有待进一步提高

近几年随着职业教育很多大的政策文件的出台，大大促进了职业教育的发展，但也产生了一些负面效应，主要是由于部分专业群教师热衷于追求各项“业绩成果”，对职业教育政策文件关注度不足，理解不透彻，忽视了学校的立校之本——“内涵建设”。



## (二) 应对措施

### 1. 协调推进，确保高质高效完成“双高计划”所有目标任务

2023年是第一轮双高计划的收官之年，更是攻坚之年，正所谓“路阻且长，行则将至”。“双高专业群”计划项目将对照绩效目标与任务要求，补缺补差，并进一步梳理既往开展过程中的堵点、难点，及时反馈给学校相关职能部门与领导，加强项目内部成员间的沟通，相互配合密切合作，群策群力迎难而上、凝聚合力，高质量完成本项目建设的所有目标任务。

### 2. 引育结合，逐步打造含高层次人才的高水平教学团队

电商专业群将根据学校的人才强校计划，继续大力落实学校的“1243”师资队伍建设战略。从以下几方面完善专业群师资队伍建设，一是在建立师德师风建设长效机制的基础上，加大领军人才引育力度，实施“英才”计划、做好高层次人才储备，实施教学创新团队目标考核和动态管理、突出大师和核心团队引领，打造高水平结构化教学创新团队。二是大力引进新相关专业前沿岗位人才，引进行业领军人才构建动态调整的兼职教师库，强化教师企业实践进修，建立职教双师共育平台，校企联合制定双师队伍建设标准，培养高水平金牌双师”。三是加大科研创新拔尖人才培养力度，培养科研创新拔尖人才。

### 3. 多措并举，强化职业教育的内涵建设

专业群走上高质量发展、可持续发展之路，强化内涵建设是核心。其一，以育人为根本，持续提升契合区域产业的技能型人才培养质量。通过深化区域产业群的调研，专业群人才培养标准的变更，专业课程的优化、群内专业的动态调整等人才供给侧改革的措施，培养契合区域产业群需要的高素质复合型人才，不断增强人才培养的区域适应性，提高毕业生培养质量。其二，学校将建立健全成果

转化机制,形成具体的成果转化方案,将质量工程项目建设、教师教学能力比赛、职业院校技能大赛与专业设置、师资队伍建设、人才培养方案设置等进行深度融合,确保标志性成果能到老师、进课堂,不断推进教育教学改革与创新,充分发挥成果的引领作用,扩大受益覆盖面,全面提高专业群的内涵建设。