

2020年电子商务专业群 人才培养质量报告

安徽商贸职业技术学院电子商务学院

目录

一、电子商务专业群概况.....	1
(一) 专业群简介.....	2
(二) 专业群人才培养定位.....	3
(三) 生源情况.....	3
(四) 办学经费.....	5
(五) 办学条件.....	6
二、学生发展.....	7
(一) 学生活动.....	8
(二) 学生服务.....	10
(三) 就业创业指导.....	11
(四) 学生技能大赛.....	12
三、教育教学改革与成效.....	15
(一) 课程建设情况.....	16
(二) 师资队伍建设.....	18
(三) 校内外实训基地建设.....	22
(四) 开展 1+x 证书制度试点.....	26
(五) 健全内部质量保证体系.....	27
(六) 疫情线上教学.....	28
四、培养质量.....	32
(一) 毕业去向.....	33
(二) 就业率.....	33
(三) 教学满意度.....	34
(四) 主要专业核心课程有效性评价.....	34
(五) 专业能力达成度.....	35
(六) 实践教学对能力提升的帮助度.....	35
五、问题与展望.....	36
(一) 现有挑战.....	37
(二) 应对措施.....	37



一、电子商务专业群概况

（一）专业群简介

2019年12月，安徽商贸职业技术学院成功入选国家“双高计划”建设单位，学校的电子商务专业群为高水平高职专业群（A档）。电子商务专业群中各专业均为国内首批开设，建设积淀丰厚。秉承学校“百年安商、立德树人”的办学理念，面向现代服务业，对接新零售生态圈，形成以电子商务专业为核心，涵盖市场营销、物流管理、连锁经营管理等专业的“一核三翼”群组结构。

电子商务专业开设于2000年，2003年立项为省级教学改革试点专业，2015年立项为安徽省地方高水平大学建设专业，2016年立项为创新行动计划建设专业，2017年获批国家教育部现代学徒制试点专业，2017年荣膺中国职业院校电商专业竞争力排名第十，2018年立项安徽省高水平高职专业，2019年立项全国特色高水平高职学校骨干专业，2019年电子商务专业群入选国家特色高水平专业群A档；同时，本专业牵头推广“1+X”网店运营高级证书教材，牵头试点“1+X”网店运营证书制度的工作。电子商务专业获得省级教学成果特等奖1项、一等奖4项、二等奖4项、三等奖5项；创设省级大学生创客实验室5项、省级在线课程建设10余门；完成及在建各类省级质量工程项目、教科研项目20余项。本专业学生在各种职业技能竞赛中先后获得省级一等奖8次、二等奖4次，国家级一等奖1次、二等奖2次、三等奖2次。

市场营销专业起源于20世纪80年代的经济管理专业，于1999年正式命名为市场营销专业。市场营销专业在2000年成为安徽省教学改革专业；在2001年被确定为国家高职高专市场营销示范试点专业；在2011年被确立为国家骨干建设立项重点建设专业，并于2014年以优秀等级通过国家骨干建设验收；2014年通过专业人才培养个性评估。近年来，市场营销专业获得全国职业院校技能大赛市场营销技能赛项一等奖2项、二等奖1项、三等奖1项，全国职业院校技能大赛汽车营销赛项一等奖1项，全国职业院校技能大赛教师教学能力比赛二等奖一项。

物流管理专业设立于2004年，专业设置契合长三角及本地区经济社会发展对人才的迫切需求，专业为国家骨干高职院校重点建设专业、省级特色专业、省级教学综合改革试点专业、省级高水平专业。专业所在教研室为省级示范基层教研室。物流管理专业不断探索人才培养体制、机制创新，大力推进人才培养模式

改革，专业建设成效明显。形成了特色鲜明“三阶段递进”工学结合人才培养模式。近年来，学生在国家级职业技能大赛中获得了2个国家一等奖、8个省级一等奖。

连锁经营管理专业顺应连锁行业发展对高素质技术技能人才的迫切需求，于2005年设立，经过不懈建设，该专业现为中国连锁经营协会会员、中国连锁行业校企合作委员会成员、教育部商指委连锁经营管理专业教学指导委员会成员；2010年以来，该专业先后被批准为央财支持重点建设专业、省级特色专业、省级教学综合改革试点专业，并成功申报省级示范试验实训中心、省级校企合作创新实践基地、省级教学团队。

（二）专业群人才培养定位

电子商务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）生源情况

2019年-2020学年，电子商务专业群全日制普通高职共有53个班级，在校生2566人。分专业来看，电子商务专业有15个班，计728人，市场营销专业共有18个班，计910人，物流管理专业共14个班，计667人，连锁经营与管理共6个班，计271人；从生源构成中，普招938人，占比36.55%，分类招生1246人，占比48.56%，“3+2”班的62人，占比2.42%，社会招生的320人，占比12.47%。各专业生源情况如下：

1. 电子商务专业

电子商务专业2019-2020学年全日制普通高职共有15个班级，在校生728

人，专业分年级在校生人数及学生来源情况如表 1 所示。

表 1-1 2019-2020 学年电子商务专业在校生情况

专业	年级	班级数	人数	招生性质			
				普招	分类招生	3+2	社会招生
电子 商务	2017 级	4	231	111	120	0	0
	2018 级	5	232	100	107	25	0
	2019 级	6	265	102	110	0	53
合计		15	728	313	337	25	53

电子商务专业在校生来源构成中普招 313 人，占学生总数的 42.99%，分类招生 337 人，占学生总数的 46.29%，“3+2”班招生 25 人，占学生总数的 3.43%，社会招生 53 人，占学生总数的 7.28%。

2. 市场营销专业

市场营销专业 2019-2020 学年全日制普通高职共有 15 个班级，在校生 617 人，专业分年级在校生人数及学生来源情况如表 2 所示。

表 1-2 2019-2020 学年市场营销专业在校生情况

专业	年级	班级数	人数	招生性质			
				普招	分类招生	3+2 班	社会招生
市场营 销	2017 级	5	256	108	148	0	0
	2018 级	6	304	95	149	0	60
	2019 级	7	350	48	145	37	120
合计		18	910	251	442	37	180

市场营销专业在校生来源构成中普招 251 人，占学生总数的 27.58%，分类招生 442 人，占学生总数的 48.57%，“3+2”班招生 37 人，占学生总数的 4.07%，社会招生 180 人，占学生总数的 19.78%。

3. 物流管理专业

物流管理专业 2019-2020 学年全日制普通高职共有 14 个班级，在校生 657 人，专业分年级在校生人数及学生来源情况如表 3 所示。

表 1-3 2019-2020 学年物流管理专业在校生情况

专业	年级	班级数	人数	招生性质		
				普招	分类招生	社会招生
物流管理	2017 级	4	212	113	99	0
	2018 级	4	216	112	104	0
	2019 级	6	229	52	90	87
合计		14	657	277	293	87

物流管理专业在校生来源构成中普招 277 人，占学生总数的 42.16%，分类招生 293 人，占学生总数的 44.6%，社会招生 87 人，占学生总数的 13.24%。

4. 连锁经营与管理专业

连锁经营管理专业 2019-2020 学年全日制普通高职共有 6 个班级，在校生 271 人，本专业分年级在校生人数及学生来源情况如表 4 所示。

表 1-4 2019-2020 学年本专业在校生情况

专业	年级	班级数	人数	招生性质	
				普招	分类招生
连锁经营管理	2017 级	2	83	0	83
	2018 级	2	101	54	47
	2019 级	2	87	43	44
合计		6	271	97	174

本专业积极开展招生改革试点，在校生来源构成中普招 97 人，占学生总数的 35.79%，分类招生 174 人，占学生总数的 64.21%。

（四）办学经费

1. 生均培养成本

2019 年度专业群生均培养成本（办学经费总收入/在校生人数）为 24044 元，以财政拨款为主。

2.年度办学经费收支结构与比率

表 1-5 年度办学经费收支结构与比率

经费收入		经费支出	
项目	所占比例 (%)	项目	所占比例 (%)
财政拨款收入	74.79	教育支出	99.47
事业收入	24.46	科学技术支出	0.01
其他收入	0.75	社会保障和就业支出	0.47
		卫生健康支出	0.01
		住房保障支出	0.03
总收入	100	总支出	100
收支比率(总支出/总收入)		80.21%	

数据来源：安徽商贸职业技术学院财务处。

(五) 办学条件

表 1-6 专业群办学条件一览表

基本监测指标	专业群数据
双师型教师数量 (位)	40
具有研究生学位教师占专任教师的比例 (%)	100
具有高级职务教师占专任教师的比例 (%)	30.19
生均教学及辅助、行政办公用房面积 (平方米/生)	9.36
生均图书 (册/生)	81.40
生均占地面积 (平方米/生)	36.97
生均宿舍面积 (平方米/生)	8.37
百名学生配教学用计算机台数 (台)	44.87
新增教学科研仪器设备所占比例 (%)	10.38
生均年进书量 (册/生)	3.00

数据来源：安徽商贸职业技术学院办公室。



二、学生发展

（一）学生活动

1.生均体育与文化设施面积

学校（包括专业群）拥有室外标准足球场、田径场 1 片，标准室外篮球场 12 片，标准室外排球场 2 片，标准室外网球场 4 片，室外投掷区 1 片，室外健身路径 1 套，标准室内篮球场 3 片，标准室内排球场 2 片，标准室内羽毛球场 6 片，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 片，共计面积四万余平方米，人均约 4 平方米。学校大学生活动中心 430 平方米，学术报告厅 350 平方米。室内活动排练室 3 个，面积为 300 平方米，生均文化设施为 0.1 平方米。

2.学生活动内容

学校（包括专业群）围绕立德树人根本任务，持续深化内涵建设，举办学生品牌活动 30 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。在疫情防控的关键节点，开展了“绽放战疫青春坚定制度自信”主题教育实践活动、“用心防‘疫’、温暖前行”心理健康宣传月活动，进一步深化了思想政治引领，加强了制度自信教育，有高度有温度，三全育人显成效。

表 2-1 本校（专业群）学生活动内容

时间	活动名称
2019 年 11 月	2018-2019 学年先进班集体及校园十佳班集体评选
2019 年 10 月-12 月	第六届宿舍文化节系列活动
2020 年 6 月	诚信知识竞答（网络比赛）活动
2019 年 11 月	新生广播体操比赛暨第十届阳光体育节闭幕式
2019 年 10 月	学校学生女子排球赛
2019 年 10 月	学校学生男子篮球赛
2019 年 12 月	学校学生羽毛球团体赛
2019 年 10 月	学校学生男子足球联赛
2020 年 5 月 11 日-17 日	就业心理调查（线上问卷调查）
2020 年 5 月 18-5 月 24 日	战“疫”有你（以文字、照片或短视频的方式分享身边的战“疫”故事，记录心灵成长）
2020 年 5 月 25-5 月 31 日	心语心愿（在校生以抖音等短视频的方式分享复课以

	来的心情，在线上进行互动)
2020年5月25日	用心防“疫”温暖前行(笑脸征集大比拼，温暖前行你我他)
2020年6月1日-6月7日	抗疫防疫，我们在一起
2019年9月	2019年暑期“三下乡”社会实践活动
2019年9月	“致敬我亲爱的老师”教师节送祝福活动
2019年10月	“手拉手祝福新中国70华诞”活动
2019年10月	第二十届校学生会素质拓展活动
2019年11月10日-18日	第四届“小市场大惊喜”跳蚤市场活动
2019年11月-2020年5月31日	2019年“三走”群众体育锻炼之“健步校园”活动
2019年11月25日-11月27日	“笺寄初心，情满商贸”校园书信活动
2019年12月1日	第一届“红丝带”杯知识竞赛活动
2019年12月4日	“宪法宣传周，你我在行动”主题活动
2019年12月13日	“勿忘国耻，振兴中华”国家公祭日活动
2019年12月17日	第十八届春之声校园文化艺术节
2019年12月19日	“情随冬日起，校暖饺中藏”团学组织团建活动
2020年1月1日	社团风采展示系列活动
2020年2月1日	青春战“疫”共克时艰——商贸青年抗击疫情在行动
2020年3月17日-31日	雷锋月系列活动(绘画、征文、居家抗疫)
2020年3月-8月	线上“第二课堂”系列活动
2020年5月	2020年五四青年节主题团日活动
2020年5月	“绽放战疫青春·坚定制度自信”主题教育实践活动
2020年5月-6月	原创法治漫画、故事、微视频作品征集活动
2020年7月-8月	开展2020年大学生暑期“三下乡”政务实习活动
2020年7月	“光盘行动”系列活动

材料来源：安徽商贸职业技术学院学生工作处。

3. 社团活动

2019~2020 学年，全校(包括专业群)45 个社团共计招收新会员 4929 人次，会员总数为 9686 人次。各学生社团在团委及各相关部门的统筹指导下，围绕人才培养方案，开展思想引领、社会责任担当、文体素质提升等类别活动，共开展线下活动 600 多次，线上活动 500 多次，单次活动平均时长约 2 小时，平均参与

人数约 50 人；校级资助项目 20 项，每项活动参与总人数超过 100 人次，生均参与时长约 3 小时，另有举办社团招新、社团风采展示等大型活动，共吸引参与人数 15000 多人次，学生社团会员本校生均参加社团活动时间不低于 12 小时。

（二）学生服务

1. 生均参加入学教育的课时

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。通过一段时间的教育，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。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。自新手入学 9 月中旬至 11 月上旬，入学教育课时为 105。

2. 对学生工作、教学管理、后勤服务的满意度

经调查，学生对学生工作、教学管理、后勤服务满意度较高，均达到了 94% 以上，特别是教学管理满意度达到了 97.85%。

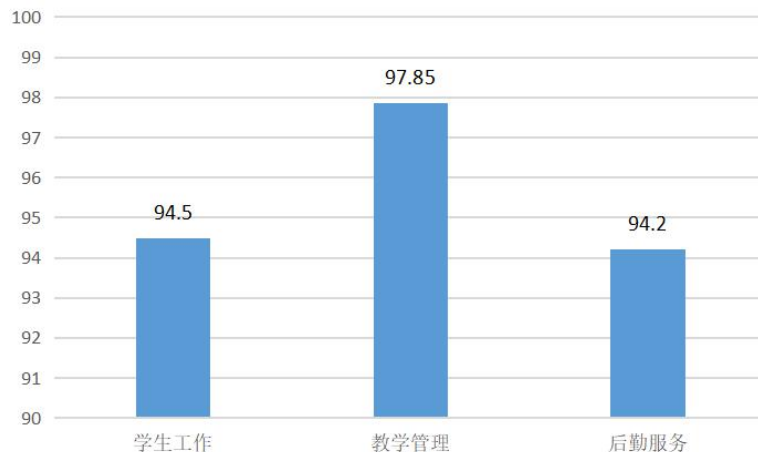


图 2-1 本校（专业群）在校生服务满意度

数据来源：安徽商贸职业技术学院教务处。

3. 学生资助类型和数量

我校（包括专业群）学生资助工作形成了一整套资助育人体系，包括助学贷款风险补偿金、国家奖助学金、奖学金、安商奖学金、单项奖学金、特殊困难补

助、学费缓缴减免、勤工助学、应征入伍服兵役学费补偿贷款代偿等。学生资助工作是一项德政工程、民生工程，学校（包括专业群）坚持标准，严格程序，始终本着公开、公平、公正、及时的原则，开展各项资助，取得了丰硕的育人实效，受到了广泛好评。

表 2-2 学生资助类型和数量

资助类别	占资助总额的 比例 (%)	占资助学生总数 的比例 (%)	人均资助额 (元)
国家奖学金	0.60%	0.07%	8000
国家励志奖学金	11.33%	2.26%	5000
国家助学金	63.00%	19.03%	3300
优秀学生奖学金	13.43%	16.22%	826
单项奖学金	0.16%	0.81%	200
安商奖学金	0.19%	0.09%	2000
学业进步奖	1.97%	9.83%	200
校内助学金	1.49%	40.99%	36
临时困难补助	1.32%	0.92%	1424
勤工助学	1.19%	0.77%	1533
孤儿学费减免	0.52%	0.14%	3668
应征入伍服兵役学费补 偿、贷款代偿	1.49%	0.24%	6076
退役复学学费资助	2.65%	0.29%	9122
助学贷款风险补 M 尝金	0.64%	8.31%	77

数据来源：安徽商贸职业技术学院学生工作处。

（三）就业创业指导

1. 毕业生接受就业服务的比例

本校（包括专业群）2020 届毕业生接受就业服务的比例为 100%，其中接受“大学组织的线下招聘会”求职服务的比例（53%）最大，其有效性为 83%；接受“辅导求职技能”求职服务的比例为 23%，其有效性（90%）最高。

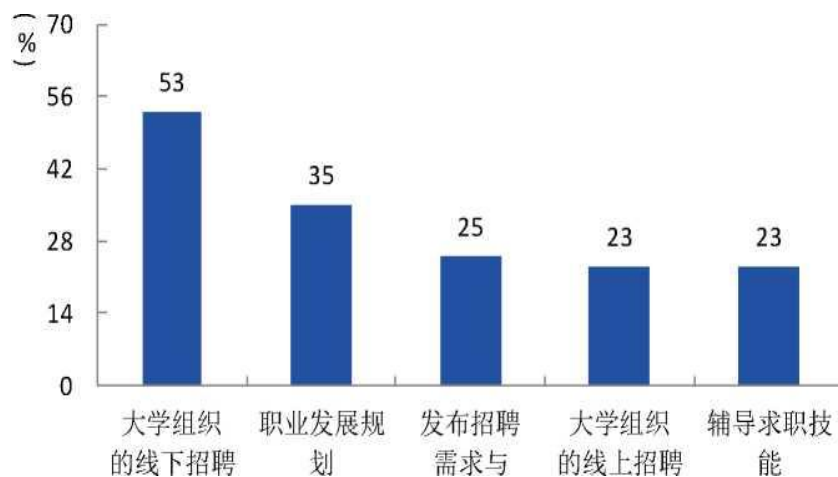


图 2-2 毕业生接受就业服务比例

数据来源：第三方调查机构。

2. 毕业生对就业服务的有效性评价

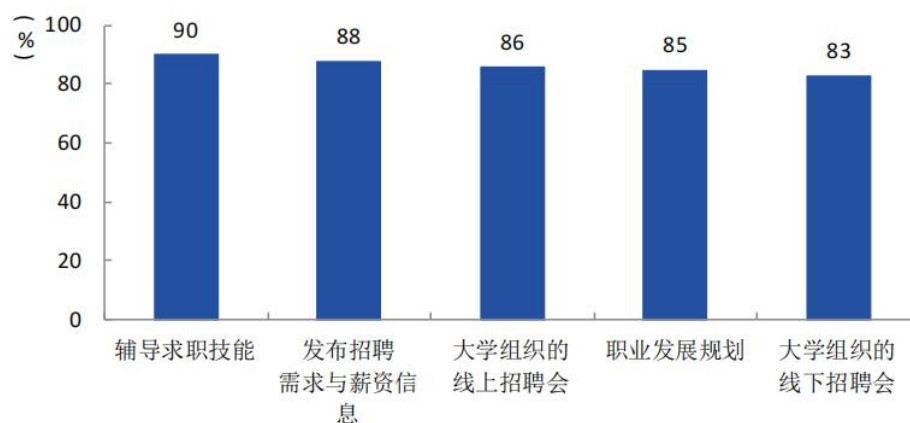


图 2-3 毕业生接受就业服务有效性

数据来源：第三方调查机构。

（四）学生技能大赛

电子商务专业群构建国家级—省级—校级的技能竞赛体系，以大赛为抓手，“以赛促学，以赛促教，以赛促改，以赛促建”，不断提升学生专业综合技能水平，促进学校教育教学改革，为新零售生态圈培养复合型技能人才。

1. 校级技能竞赛

本年度，电子商务专业举办“电子商务技能”竞赛，该赛项突出电商行业应用特点，依托 ITMC 竞赛平台，竞赛内容包括网店开设装修、运营推广、客户服务三个方面，全面检验学生的电子商务应用技能。

本年度，市场营销专业举办“汽车营销”技能竞赛，该赛项紧紧围绕专业特

点，专业技能性强。比赛对接汽车销售岗位需求，参照汽车营销国赛及行业赛的标准，包括情景模拟（汽车销售综合技能）、团队协作，考察选手们良好的汽车销售技能、礼仪与职业精神。

本年度，物流管理专业举办“智慧物流作业方案设计与实施”竞赛，赛项通过在物流实训中心中完成货物堆码、上架、拣选、出库等任务，以及叉车专业竞赛，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，连锁经营管理专业举办“零售新星技能大赛”，从软件对抗、案例汇报两个方面对学生进行了全面考核。通过软件对抗锻炼了学生门店目标规划能力、市场分析能力、门店运营管理能力和合作能力；“案例汇报”要求参赛选手具有扎实的连锁经营管理理论知识，能对零售行业的发展趋势有一定的了解。



图 2-4 本年度电子商务专业群举办的校级技能大赛

2.省级、协会级或国家级技能竞赛获奖情况

受疫情影响，2020 年度上半年大部分赛项取消或进行改革试点。本年度电商专业群学生参加协会级、省级技能竞赛计七项，获得较优异的成绩，见表 2-3。

表 2-3 本专业群学生获奖统计表

竞赛级别	竞赛名称	获奖级别
省级	第九届“挑战杯”安徽省大学生创业计划竞赛省赛	省赛金奖
协会级	2019“链战风云”全国大学生智慧供应链创新创业挑战赛	二等奖
协会级	2019“链战风云：全国大学生智慧供应链创新创业挑战赛	一等奖
协会级	全国零售新星大赛	二等奖
协会级	“博导前程杯”全国电子商务运营技能竞赛	二等奖
协会级	2019年中国技能大赛电子商务师竞赛	二等奖
协会级	2019年中国技能大赛电子商务师竞赛	一等奖
协会级	OCALE 全国跨境电商创新创业能力大赛	二等奖
协会级	第四届全国“互联网+”快递大学生创新创业大赛	三等奖

数据来源：安徽商贸职业技术学院教务处。



图 2-5 学生技能大赛获奖照片



2021.12.17

本学院一线指导教师



主讲教师：黄义兵
安徽商贸职业技术学院



门店开发与设计

李欣



主讲教师：黄义兵
安徽商贸职业技术学院



三、教育教学改革与成效

（一）课程建设情况

根据《2019级人才培养方案》，电子商务专业群的四个专业开设143门专业课程，其中，16门专业课程为省级精品课程；总课时数为2536，其中理论课课时数为1760，理论+实践课课时数为4540，实践课课时数为4050。根据学评教数据平台显示，本年度电子商务专业群课程的学评教满意度平均值超过97.5%。

1. 电子商务专业

电子商务专业2019级人才培养方案总课时数为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。专业核心课程中：《网上贸易实务》、《网店运营》、《电子商务客服》、《网络营销》四门课程为省级大规模在线开放课程（MOOC）；《网上贸易实务》为省级在线开放课程。

表 3-1 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	19.6%
理论+实践课（B类）	23	1296	51.1%
实践课（C类）	4	744	29.3%
合计	36	2536	100

表 3-2 电子商务专业课程建设情况

课程级别/类别	2018-2019 学年课程数 （门）	2019—2020 学年课 程数（门）	变化 （门）
国家级精品课程	0	0	0
省级精品课程	3	7	4
校级精品课程	0	0	0

2. 市场营销专业

市场营销专业2019级人才培养方案（普高）总课时数为2682，其中理论课课时数为968，实践课课时数为1714。专业核心课程包括：《市场营销理论与实务》、《市场调查与信息分析》、《商务谈判》、《渠道建设与维护》等。专业核心课程中：《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）；《市场调查与信息分析》为省级在线开放课程。

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)	12	412	15.4%
理论+实践课 (B 类)	19	1058	39.4%
实践课 (C 类)	5	1212	45.2%
合计	36	2682	100

表 3-4 市场营销专业课程建设情况

课程级别/类别	2018-2019 学年课程数 (门)	2019—2020 学年课程数 (门)	变化 (门)
国家级精品课程	0	0	0
省级精品课程	3	4	1
校级精品课程	0	0	0

3.物流管理专业

物流管理专业 2019 级人才培养方案总课时数为 2542，其中理论课课时数为 412，理论+实践课课时数为 1152，实践课课时数为 978。专业核心课程中：《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》四门课程为省级大规模在线开放课程（MOOC）；《物流信息技术》为省级在线开放课程。

表 3-5 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)	12	412	16.2%
理论+实践课 (B 类)	19	1152	45.3%
实践课 (C 类)	5	978	38.5%
合计	36	2542	100

表 3-6 物流管理专业课程建设情况

课程级别/类别	2018-2019 学年课程数 (门)	2019—2020 学年课程数 (门)	变化 (门)
国家级精品课程	0	0	0
省级精品课程	3	4	1
校级精品课程	0	0	0

4.连锁经营管理专业

连锁经营管理专业 2019 级人才培养方案总课时数为 2590，其中理论课课时数为 440，理论+实践课课时数为 1034，实践课课时数为 1116。专业核心课程中：《连锁门店促销管理》、《连锁企业品类管理》两门课为国家职业教育连锁经营管理专业教学资源库的配套教材；《门店开发与设计》为省级大规模在线开放课程（MOOC）。

表 3-7 连锁经营管理专业课程结构

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）	12	440	17.0%
理论+实践课（B类）	18	1034	40.0%
实践课（C类）	5	1116	43.0%
合计	35	2590	100

表 3-8 连锁经营管理专业课程建设情况

课程级别/类别	2018-2019 学年课程数 (门)	2019—2020 学年课程数 (门)	变化 (门)
国家级精品课程	0	0	0
省级精品课程	0	1	1
校级精品课程	0	0	0

（二）师资队伍建设

电子商务专业群中 4 个专业均有省级教学团队，通过多年建设和培养，建成了一支双师结构合理、学缘结构科学，业务素质好、混合多元、专兼结合的师资队伍。教师团队专任教师共有 99 人，其中，校内专任教师有 53 人，企业兼职教师为 46 人。校内教师中，教授 5 人，副教授 11 人，博士 4 人，硕士 49 人，具有“双师型”教师 40 人；校外教师来自于相关企业一线工作的管理及高级技术人才，具有丰富的实践经验。专业群中建有关电子商务应用研究所、现代物流技术研究所和市场调研与数据服务研究所，支持实现各专业产学研一体化发展。

1.各专业师资队伍建设情况

（1）电子商务专业

本专业现有专兼教师共 29 人，其中校内专任教师 18 人，企业兼职教师 11 人。校内教师中，教授 1 人，副教授 3 人；具有硕士及以上学位教师占到校内教

师的 100%。电子商务教师团队有省级专业带头人 1 人、省级教坛新秀 2 人，具有“双师素质”教师 12 人。

表 3-9 电子商务专业教师职称结构（校内）

职称等级	人数	百分比
高级职称	4	22.2%
中级职称	7	38.9%
初级及以下职称	7	38.9%
合计	18	100%

表 3-10 电子商务专业教师学历结构（校内）

学历等级	人数	百分比
博士及以上	0	0%
硕士	18	100%
学士	0	0%
合计	18	100%

（2）市场营销专业

本专业现有专兼教师共 25 人，其中校内专任教师 15 人，企业兼职教师 10 人。校内教师中，教授 1 人，副教授 3 人；博士 1 人，硕士 14 人，具有硕士及以上学位教师占到校内教师的 100%。其中，专业骨干教师 10 人，省级教学团队 2 个。

表 3-11 市场营销专业教师职称结构（校内）

职称等级	人数	百分比
高级职称	4	26.7%
中级职称	4	26.7%
初级及以下职称	7	46.6%
合计	15	100%

表 3-12 市场营销专业教师学历结构（校内）

学历等级	人数	百分比
博士及以上	1	6.67%
硕士	14	93.33%
学士	0	0%
合计	15	100%

(3) 物流管理专业

本专业现有专兼教师共 25 人，其中校内专任教师 13 人，企业兼职教师 12 人。校内教师中，教授 2 人，副教授 3 人；博士 2 人，硕士 11 人，具有硕士及以上学位教师占到校内教师的 100%。拥有省级专业带头人 1 名，省级教坛新秀 1 名，院级专业带头人 1 人，院级骨干教师 7 人。

表 3-13 物流管理专业教师职称结构（校内）

职称等级	人数	百分比
高级职称	5	57.1%
中级职称	5	28.6%
初级及以下职称	3	14.2%
合计	13	100%

表 3-14 物流管理专业教师学历结构（校内）

学历等级	人数	百分比
博士及以上	2	15.38%
硕士	11	84.62%
学士	0	0
合计	13	100%

(4) 连锁经营管理专业

本专业现有专兼教师共 20 人，其中校内专任教师 7 人，企业兼职教师 13 人。从职称结构看，具有教授、副教授等高级职称的校内教师 3 人，占专任教师总数的 42.86%，具有中级职称的教师 3 人，占专任教师总数的 42.86%；从学历结构看，全部具有硕士学位；从双师结构看，全部为“双师型”教师。本专业现有省级教学名师 1 名，专业带头人 1 名，专业骨干教师 4 名，已初步形成梯队合理、专兼结合的专业教师团队。

表 3-15 连锁经营管理专业教师职称结构（校内）

职称等级	人数	百分比
高级职称	3	42.86%
中级职称	3	42.86%
初级及以下职称	1	14.28%
合计	7	100%

表 3-16 连锁经营管理专业教师学历结构（校内）

学历等级	人数	百分比
------	----	-----

博士及以上	0	0%
硕士	7	100%
学士	0	0%
合计	7	100%

2. 参与校外进修、培训、交流的情况

本专业群参与校外进修、培训、交流的教师人次达45人次，共计投入资金达7.37万元。

3-17 本年度专业群教师参与校外进修、培训、交流的情况

进修、培训、交流项目	参与教师数（人次）	投入资金（万元）
物流管理“1+X”工作交流会	2	0.3
全国职业院校物流专业研讨会	3	0.7
教师教学能力比赛培训	1	0.1
快递双创大赛培训	2	0.8
全国高校大数据与人工智能双师型骨干教师培训	2	0.38
参加高校创新创业教育联盟年会 (2019年10)	1	0.4
全国职业院校“落实‘职教20条’，助推职业院校改革发展”专题培训	1	0.5
网店运营推广职业技能等级证书师资培训会	4	1.19
全国职业院校教学能力比赛高级研修班	1	0.6
“1+X”网店运营推广（中级）师资培训	18	0
2019 在线开放课程(MOOC)建设与应用、教师发展与教学改革研讨交流会	2	0.6
全国职业院校教师信息化教学技能培训	1	0.3
呼叫中心客户服务业“1+X”证书师资培训班	4	0.6
市场营销专业教师能力提升国培项目	1	0.3
“落实‘职教20条’，助推职业院校改革”培训	1	0.3
“1+X”网店运营推广职业技能等级证书线上师资培训	1	0.3

（三）校内外实训基地建设

电子商务专业群经过多年建设，采用政府投资、校企共建、自筹经费等多种方式，共建有物流管理实训中心、上海晓庄实习实训基地等综合实训基地。校内实训室建有电子商务美工实训室、网店运营实训室、企业经营管理沙盘模拟实训室、供应链实训室、市场调研实训室等；专业群还与三只松鼠股份有限公司、芜湖凡臣电子商务有限责任公司、苏宁云商集团、顺丰速运股份有限公司、芜湖南京新百大厦等企业共建校外实习基地 49 个，满足专业群学生的企业认知实习、跟岗实习和顶岗实习的需求。

1.校内实训条件

近年来，电子商务专业在校内实训条件建设中投入资金 200 余万元，建成了电子商务美工实训室、网页制作实训室、网店运营实训室、企业经营管理沙盘模拟实训室等一大批设施一流的实验实训设施，建设面积共 713 m²。物流管理专业建成了包含央财支持的物流管理实训中心、物流规划设计实训室、校园快递服务中心等一大批设施一流的实验实训设施，建设面积共 2345.6 m²。校内有跨专业营销综合实训室、市场营销模拟实训室、商务谈判实训室、市场调查实训室、营销策划实训室以及形体实训室。连锁经营管理专业在校内实训条件建设中投入资金 140 余万元，建成了连锁经营管理实训室，建设面积共 185.10 m²。

表 3-18 电子商务专业群校内实训条件概览

序号	实训室名称	级别	建设时间	建设面积	设备值（万）
1	电子商务美工实训室	高水平大学项目	2017	185.10	57.530
2	网页制作实训室	骨干项目	2012	171.40	73.310
3	网店运营实训室	骨干项目	2012	171.40	41.850
4	企业经营管理沙盘模拟实训室	——	2008	185.10	27.600
5	供应链管理实训室	骨干项目	2013	280.00	25.000
6	物流规划设计实训室	骨干项目	2012	231.40	80.250
7	物流管理实训中心	国家级	2008	1,200.00	260.000
8	校园快递服务中心	国家级	2018	171.40	10.000

9	市场调研实训室	骨干项目	2013	120	32.5
10	商务谈判实训室	骨干项目	2013	120	32.5
11	营销模拟实训室	骨干项目	2013	120	32.5
12	营销策划实训室	骨干项目	2013	120	32.5
13	VBSE 营销综合实训室	骨干项目	2015	200	150.45
14	盛和超市	骨干项目	2013	542.90	34.000
15	连锁经营信息管理实训室	国家级	2014	185.10	48.000
合计		/	/	4003	927.99

表 3-19 本年度电子商务专业群实训室利用情况

实习与实践项目	时间	生均学时	地点
电子商务专业综合实训	2019.10—2019.11	90	网页制作实训室
电子商务专业综合实训	2019.10—2019.11	90	网店运营实训室
电子商务沙盘实训	2020.1	30	网页制作实训室
电子商务沙盘实训	2020.1	30	网店运营实训室
电子商务沙盘实训	2020.1	30	电子商务美工实训室
电子商务沙盘实训	2020.1	30	企业经营管理沙盘模拟实训室
储运业务实训	2020.6	20	物流规划设计实训室
仓储与运输管理实务	2019.11---2019.12	12	物流管理实训中心
供应链管理	2020.6---2020.7	16	供应链管理实训室
物流管理概论	2019.9---2019.10	4	物流管理实训中心
市场调研实训	2020.7	30	市场调研实训室
VBSE 实训	2019.11---2019.12	30	跨专业营销综合实训室 VBSE
门店开发与设计	2019.9---2020.1	30	连锁经营管理实训室
门店促销管理	2020.6-2020.7	20	连锁经营管理实训室
品类管理	2020.6-2020.7	20	连锁经营管理实训室

2.校外实训条件建设

以专业群发展规划目标、专业教育教学和产学研的实际需求为依据，紧贴新零售生态圈人才市场需求，强化校企联动，整合合作企业优质资源，在“共建、共享、共赢”的原则指导下，强化“实境育人”实习实训基地建设。

电子商务专业自2010年就开始了校企合作改革，至今已有10个年头，取得了丰硕的成果。目前，与三只松鼠股份有限公司、芜湖凡臣电子商务有限公司等建成校外紧密型实训基地，形成集实践教学、职业培训与技能鉴定、技术咨询与服务、职业技能大赛等多位一体的校内外实习实训基地。

市场营销专业自2010年就开始了校企合作改革，至今已有10个年头，取得了丰硕的成果。目前，共拥有上海晓庄信息技术服务有限公司、苏宁电器股份有限公司、上海东方激光教育文化有限公司、荣事达电子电器集团有限公司、艾美仕市场调研咨询（上海）有限公司五个校外实训基地。

物流管理专业自2010年就开始了校企合作改革，至今已有10个年头，取得了丰硕的成果。目前，共拥有共生物流、顺丰速运、百世物流、苏宁物流、京东物流等6个深度合作的校企合作实践教学基地。专业各企业的合作不断深入，从最初的学生顶岗实习，逐步发展到建立订单班，实现人才校企共育。大大提升了实践教学的效果，为学生实现“零距离”就业创造了优越的条件。

连锁经营管理专业自校企合作办学以来，目前共拥有国际零售业巨头沃尔玛、浙江人本超市有限公司、南京肯德基有限公司、芜湖新百、安徽麦当劳等7个深度合作的校企合作实践教学基地。随着产教融合的不断深入，从最初的学生顶岗实习，逐步发展到创立企中校，共享优势教育资源。大大提升了实践教学的效果，为学生实现“零距离”就业创造了优越的条件。

表 3-20 电子商务专业群重点校外实践教学基地

序号	单位名称	建立时间	合作模式
1	三只松鼠股份有限公司	2012.5	跟岗实习、顶岗实习、现代学徒制培养
2	芜湖凡臣电子商务有限公司	2014.10	跟岗实习、顶岗实习、现代学徒制培养
3	芜湖乐慢电子商务有限公司	2014.10	跟岗实习、顶岗实习
4	新龙科技	2012.10	跟岗实习、顶岗实习

5	芜湖埠威电子商务有限公司	2015.10	跟岗实习、顶岗实习
6	共生物流	2017.9	跟岗实习、顶岗实习、订单班培养
7	顺丰速运	2012.2	跟岗实习、顶岗实习
8	苏宁物流	2013.2	跟岗实习、顶岗实习
9	百世物流	2014.7	跟岗实习、顶岗实习、订单班培养
10	京东物流	2017.4	跟岗实习、顶岗实习
11	上海晓庄信息技术服务有限公司	2010.9	跟岗实习、顶岗实习
12	苏宁电器股份有限公司	2009.2	跟岗实习、顶岗实习
13	上海东方激光教育文化有限公司	2010.2	跟岗实习、顶岗实习
14	荣事达电子电器集团有限公司	2010.7	跟岗实习、顶岗实习、订单班培养
15	艾美仕市场调研咨询（上海）有限公司	2014.7	跟岗实习、顶岗实习
16	芜湖南京新百大厦	2005.10	跟岗实习、顶岗实习
17	浙江人本超市有限公司	2004.09	跟岗实习、顶岗实习
18	南京肯德基有限公司（芜湖）	2014.03	跟岗实习、顶岗实习
19	芜湖沃尔玛	2006.09	跟岗实习、顶岗实习
20	安徽麦当劳	2016.09	跟岗实习、顶岗实习
21	邻几便利店	2017.09	跟岗实习、顶岗实习
22	鲜丰水果	2017.09	跟岗实习、顶岗实习
23	浙江一鸣（南京）	2020.09	跟岗实习、顶岗实习
24	盒马鲜生（南京）	2020.09	跟岗实习、顶岗实习

电子商务专业群毕业生参加实践的主要方式有企业认知实习、企业跟岗实习、企业顶岗实习等三种方式，所有学生均参加了相关实践，实践岗位与专业基本相关。

（四）开展“1+X”证书制度试点

为深入贯彻《国家职业教育改革实施方案》和《关于在院校实施“学历证书+若干职业技能等级证书”制度试点方案》的文件精神。根据《安徽省教育厅关于做好第三批“1+X”证书制度试点申报工作的通知》（皖教秘〔2020〕40号）的要求，我校电子商务专业群在2020年申报了5个“1+X”职业技能等级证书的430人培训与考核计划。

表 3-21 2020 年电子商务专业群“1+X”证书培训与考核计划一览表

序号	职业技能等级证书名称	等级	相关专业	培训与考核计划数
1	物流管理	中级	物流管理 物流信息技术	50
2	物流管理	高级	物流管理 物流信息技术	50
3	网店运营推广	中级	电子商务	200
4	电子商务数据分析	中级	商务数据分析 与应用、电子商务	50
5	呼叫中心客户服务与管理	中级	市场营销	80

电子商务专业主要对接的是网店运营推广“1+X”技能等级证书。网店运营推广（中级）职业技能等级证书考核分为理论与实操两部分，该证书主要面向搜索引擎推广、信息流推广等岗位（群），包括关键词挖掘与分析、商品标题制作、详情页优化、搜索推广策略制定、搜索推广账户搭建、搜索推广账户优化、信息流推广策略制定、信息流推广账户搭建、信息流推广账户优化等工作任务，全面考核学生的网店推广能力。

物流管理专业主要对接的是物流管理“1+X”技能等级证书，该认证考试由培训评价机构——北京中物联物流采购培训中心负责组织开考，认证考试内容为基础考核、综合应用考核及实操考核三部分组成，全面考查物流管理专业学生的理论素养和实操能力。

市场营销专业主要对接呼叫中心客户服务与管理“1+X”技能等级证书，我校是安徽省呼叫中心客户服务与管理技能等级证书牵头学校。呼叫中心客户服务与管理技能等级证书主要面向呼叫中心、客户服务中心、顾客联络中心、服务外包及电子商务等企业的客户服务、电话销售、电话回访、投诉处理、培训管理、质检质控、数据分析、运营管理等工作岗位（群），按技能难度等级从事客户服务交付、控制、改进、管理等工作，适用于呼叫中心中的班组长、业务支持、质检专员以及培训专员等工作岗位。

（五）健全内部质量保证体系

为切实保证电子商务专业群人才培养质量的提高，依托学校的质量监控及保障机制，建立政府、行业、企业、学校多方参与，学院、系部、教研室三级监控，以学生职业能力和职业素养培养为中心的人才培养质量评价和质量保障体系，如图 3-1 所示。



图 3-1 人才培养质量评价与质量保障体系

学院层面成立教学质量督导组，针对人才培养的各个环节，制定管理实施细则，对人才培养的目标、过程和结果开展全过程监控；强化毕业生就业质量调查，同时引入社会评价，以就业率等指标衡量人才培养质量，形成专业（群）就业质量报告，促进人才培养质量的提高。

同时建立诊断改进长效机制，依托学院十三五总体发展规划目标，在调研的基础上建立专业（群）建设、师资建设目标，依据目标链，建立专业（群）建设标准、课程建设标准等既相对独立又相互关联的标准体系，形成专业（群）建设的目标链和标准链。

实际运行中按照“8”字形螺旋运行单元，如图 3-2，在日常工作中随时对照专业（群）建设任务的完成进度与质量开展常态自诊，依据采集的数据、预警信

息等，对建设与运行中出现的问题随时纠正与改进。以年度为周期，依据采集数据，对照专业（群）自诊指标测量结果进行阶段自诊，完成年度自诊报告，对未达标项加以分析，形成自我诊断意见和改进措施。

通过专业（群）诊改，自主设立专业（群）发展目标、找准专业（群）发展标准，然后通过校内外相结合的方式诊断专业发展的不足，并对不足进行弥补、纠正和完善，从而促使专业（群）良性发展、人才培养质量不断提高。

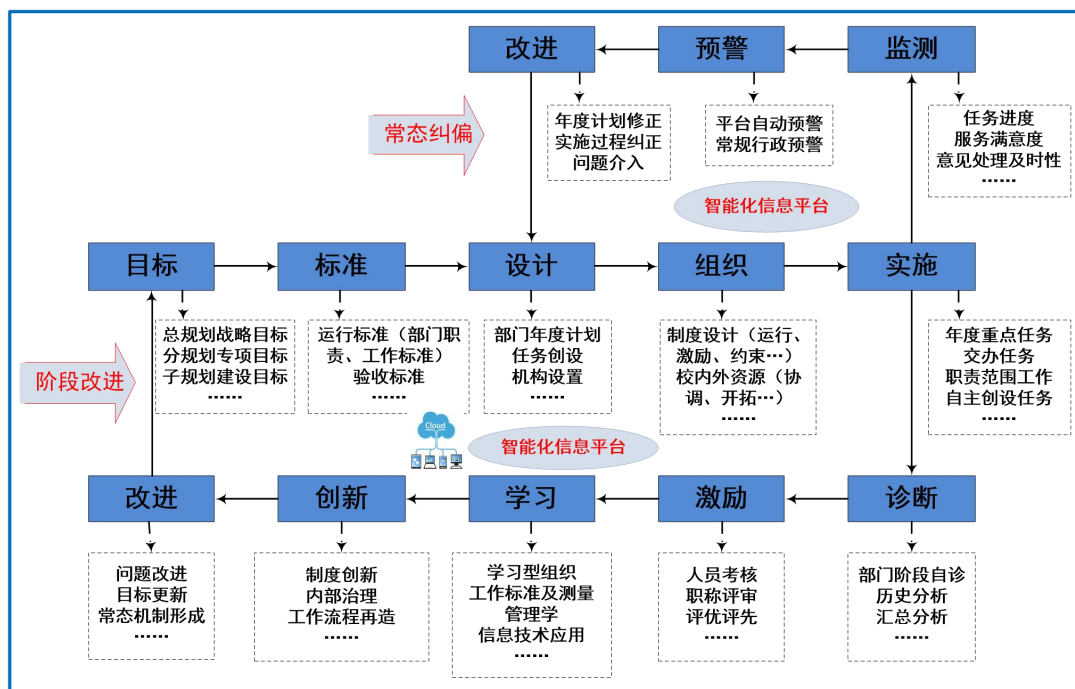


图 3-2 “8”字形螺旋

（六）疫情线上教学

疫情期间，学校成立了疫情防控期间教学工作落实小组，制定了线上开学工作方案和线上教学方案，修订各项教学制度，制定线上教学计划表，健全在线教学质量监督机制并及时开展线上教学检查活动。

电子商务专业群各相关专业率先建成学校自主运营的在线教学平台，为疫情期间线上教学实施提供了可靠的资源保障和平台支撑，顺利完成 2019/2020 学年第 2 学期 100 余条教学任务的实施。专业群既有利用中国大学 mooc、e 会学，职教云等优质公共资源平台开展教学，也有在学校 spoc 平台中创建课程资源，结合云班课、QQ、钉钉等软件实施线上教学。在圆满完成既定在线教务任务的同时，形成了在线教学研究与实践优秀典型案例。

表 3-22 疫情期间专业群开展线上学习主要课程及平台概况

线上教学课程名	课时数	采用的平台	课程网址
仓储与运输管理	192	E 会学	http://www.ehuixue.cn/index/Orgclist/course?cid=32027
物流信息技术	64	E 会学	http://www.ehuixue.cn/index/teacher/coursemanage?cid=30987
配送管理实务	128	职教云	https://zjy2.icve.com.cn/design/process/edit.html?courseOpenId=pvpwaikrrr9i0immbrewca
配送管理实务	128	职教云	https://zjy2.icve.com.cn/design/process/edit.html?courseOpenId=pvpwaikrrr9i0immbrewca
物流客户服务	256	E 会学	http://www.ehuixue.cn/index/Orgclist/course?cid=32155
供应链管理	128	E 会学	http://www.ehuixue.cn/index/courseteam/coursemanage?cid=32156
供应链管理	128	E 会学	http://www.ehuixue.cn/index/courseteam/coursemanage?cid=32156
电子商务美工(一)	64	学校 SPOC 平台	http://spoc.abc.edu.cn/course/6050
移动商务	64	学校 SPOC 平台	http://spoc.abc.edu.cn/course/6518
移动商务	64	学校 SPOC 平台	http://spoc.abc.edu.cn/course/6518
商务网站建设与维护	64	学校 SPOC 平台	http://spoc.abc.edu.cn/course/6324
电子商务数据分析	128	学校 spoc 平台	http://spoc.abc.edu.cn/course/6221
网店运营	64	中国大学 mooc	https://www.icourse163.org/course/ABC-1206705808?tid=1450610505
网络营销	128	学校 SPOC 平台	http://spoc.abc.edu.cn/course/5978
新零售连锁经营管理	56	学校 SPOC 平台	http://spoc.abc.edu.cn/course/6380
网络视频编辑(ZX)	56	学校 SPOC 平台	http://spoc.abc.edu.cn/course/6194
电子商务美工(二)	64	学校 SPOC 平台	http://spoc.abc.edu.cn/course/6042
电子商务美工(一)	128	学校 SPOC 平台	http://spoc.abc.edu.cn/my/course/6019
商务数据分析与应用	64	职教云	https://www.icve.com.cn/portal_new/courseinfo/courseinfo.html?courseid=nncjanqo5kxf8tbks2zvvg
网上贸易实务	128	安徽省网络课程学习中心	http://www.ehuixue.cn/index/Orgclist/course?cid=31956
美工综合实战	64	学校 SPOC 平台	http://spoc.abc.edu.cn/course/6220
网页制作技术	192	学校 SPOC 平	http://spoc.abc.edu.cn/my/course/6019

		台	
电子商务客服	64	学校 SPOC 平台	http://spoc.abc.edu.cn
渠道建设与维护	192	安徽省网络课程学习中心平台	http://www.ehuixue.cn/index/orgclist/course?cid=30447
广告理论与实务	192	智慧职教	https://www.icve.com.cn/study/directory/directory_list.html?courseId=quvfaa2k4klhfcpbmnbzeq
商务谈判	320	安徽省网络课程学习中心平台	http://www.ehuixue.cn/index/orgclist/course?cid=30425
市场调查与信息分析	320	安徽省网络课程学习中心平台	http://www.ehuixue.cn/index/orgclist/course?cid=31365
门店促销策划	128	智慧职教	https://www.icve.com.cn/

校园动态

【线上教学典型案例】化“危”为“机”：组建创新教学团队 提升学生线上学习体验

日期：2020-03-23 14:21 来源：经济贸易系 通讯员：梁月锋

为有效落实“停课不停教、停课不停学”精神，严格执行《中共安徽商贸职业技术学院委员会关于印发新冠肺炎疫情防控期间线上开学工作方案的通知》内容，经贸贸易系市场营销教研室4名专业课教师积极响应文件精神，积极利用线上教学平台创新性开展《市场调查与信息分析》课程教学。

一、团队教学，分工协助配合

《国家职业教育改革实施方案》提出要分专业建设一批国家级职业教育教师教学创新团队，“双高计划”正在稳步向世界展示中国职业教育品牌，影响中国职业教育的关键是高质量的师资队伍。如何组建高效师资队伍，产生“1+1>2”的效果，是影响课程质量的关键。《市场调查与信息分析》是专业核心课程，为提高工作效率，提升课程线上教学质量，成立了由黄义兵、刘玉林、刘名和梁月锋4名教师和5名班级学习委员组成教学团队。团队中教师相互分工协作，明确了各个学习任务任的主讲老师和辅助教师，并细化主讲教师和辅助教师的工作内容，并就学习任务安排和学生反馈及时沟通。学生助教协助老师开展班级管理，及时督促学生按时参加网络直播课程，收集、整理学生作业等具体任务。

校园动态

【线上教学典型案例】探讨基于“MOOC资源+云班课”模式下的“在线教学”——以《物流信息技术》线上教学为例

日期：2020-03-18 10:34 来源：工商管理系 通讯员：吴竞鸿

今年受疫情影响，各省教育厅发布了全国大中小学开展“在线教学”的通知要求。“在线教学”是指借助网络平台、PC电脑、移动终端、数字电视等媒体作为中介实现在线教学或远程教学。各学校在实践过程设计的教学方案，主要包含此四种类型：网络在线课程、网络直播教学、学生自主学习以及电视空中课堂。其中网络在线课程，是指将线下的教学内容及教学过程数字化，并以学习管理系统为载体，进行基于课程内容的线上教与学过程。

作为工商管理系物流管理专业教师，我承担了《物流信息技术》课程的线上教学任务，考虑到网络在线课程模式中学习时间较为灵活，交互效果较好。我采用了基于“MOOC资源+云班课”的网络在线课程模式下的“在线教学”。

一、网络在线课程资源建设简介

我院《物流信息技术》课程的授课对象是物流管理专业及物流信息技术专业的大一学生。本课程将涉及到的物流信息技术知识内容，分解成若干教学活动，将课程的主要理论知识点和实践教学环节分为若干小节，已采用碎片化的摄制方式，按

校园动态

【线上教学典型案例】多平台协同操作，提升网络教学质量——《门店促销策划》课程线上教学案例

日期：2020-03-16 20:44 来源：工商管理系 通讯员：郭伟

新冠疫情迫使我们改变传统的师生面对面的教学模式，利用网络平台进行线授课，学校多次开会研讨线上教学实施方案，鼓励授课教师利用现代化网络技术、结合自身课程资源来寻找恰当的授课平台和形式，实现“停课不停教、停课不停学”的教学目标。

一、完善和优化课程资源

《门店促销策划》是连锁经营管理专业的一门核心课程，也是国家教学资源库中的课程之一（在教学资源库中课程名为《连锁门店促销管理》），经过团队成员几年不懈的努力，课程的视频、动画、音频、课件、文稿、试题库、案例等教学资源日益丰富，职教云平台从原先的1.0版本升级到2.0版本后，平台性能更加稳定，结构体系越来越完善。在学校发出“停课不停教”的号召后，为了能够更好地完成线上教学任务，课程团队在2月20号之前进一步完善并优化课程资源。

二、齐心协力探讨线上授课形式

图 3-3 疫情线上教学案例展示

2019-2020 全国大学生
创新创业挑战赛

总决赛



四、培养质量

（一）毕业去向

2019 届电子商务专业群毕业生的毕业去向主要是受雇全职工作、专升本，具体见表 4-1。

表 4-1 电子商务专业群 2019 届毕业生毕业去向

专业名称	受雇全职工作	自主创业	自由职业	正在读本科	准备升学	无工作，继续寻找工作	无工作，其他
市场营销	58.3%	3.7%	2.8%	30.6%	2.8%	0.9%	0.9%
电子商务	56.7%	2.5%	3.3%	32.5%	0.8%	1.7%	2.5%
连锁经营管理	62.5%	2.5%	0	32.5%	0	0	2.5%
物流管理	52.5%	5%	2%	38.5%	1%	1%	0

数据来源：第三方调查机构。

（二）就业率

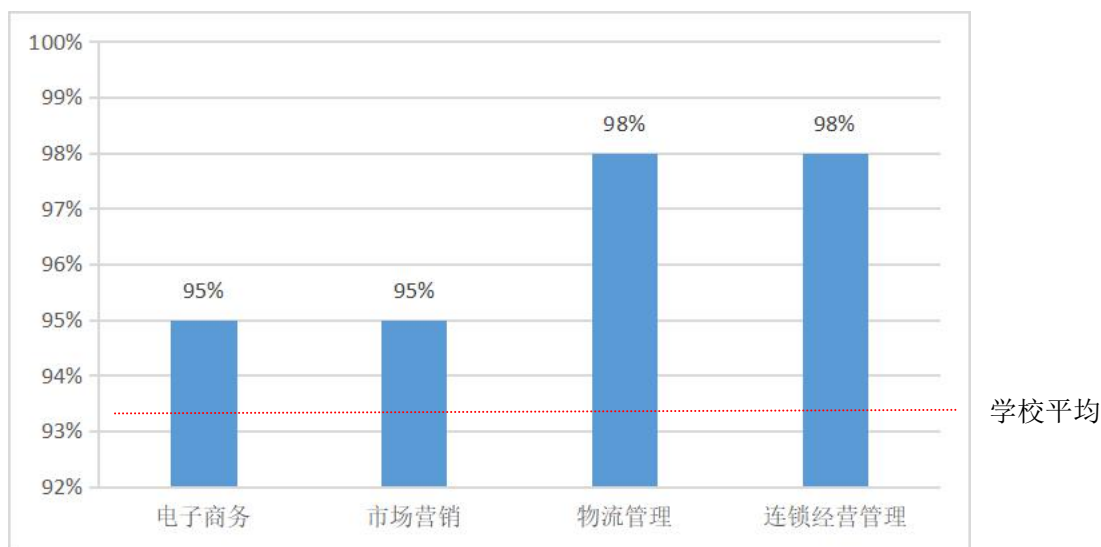


图 4-1 “毕业生就业率”统计图

数据来源：第三方调查机构。

电子商务、市场营销、物流管理、连锁经营管理专业 2019 年届毕业生就业率分别是 95%、95%、98%、98%。

（三）教学满意度

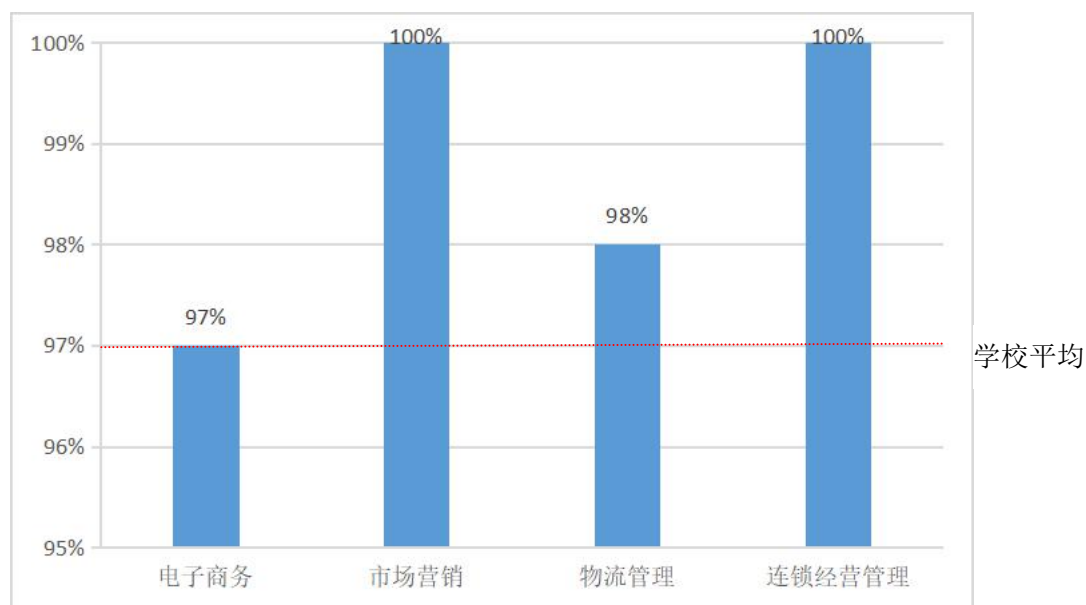


图 4-2 “教学满意度”统计

数据来源：第三方调查机构。

电子商务、市场营销、物流管理、连锁经营管理 2019 届毕业生教学满意度分别是 97%、100%、98%、100%。

（四）主要专业核心课程有效性评价

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。从第三方调研数据来看，电子商务与市场营销专业的核心专业课程重要度与满足度较高；物流管理与连锁经营管理专业的核心专业课程重要度尚可，满足度较高。

表 4-2 主要专业核心课程有效性综合评价

所在象限	专业名称	重要度 (%)	满足度 (%)
重要度高满足度高	电子商务	86	75
	市场营销	84	85
重要度低满足度高	物流管理	77	76
	连锁经营管理	78	74

数据来源：第三方调查机构。

（五）专业能力达成度

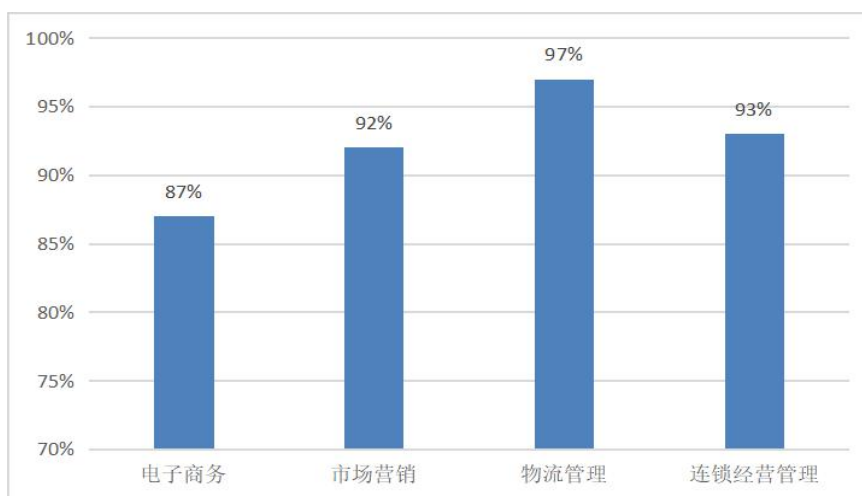


图 4-3 “专业能力达成度”统计

数据来源：第三方调查机构。

电子商务、市场营销、物流管理、连锁经营管理专业 2019 届毕业生专业能力达成度分别是 87%、92%、97%、93%。

（六）实践教学对能力提升的帮助度

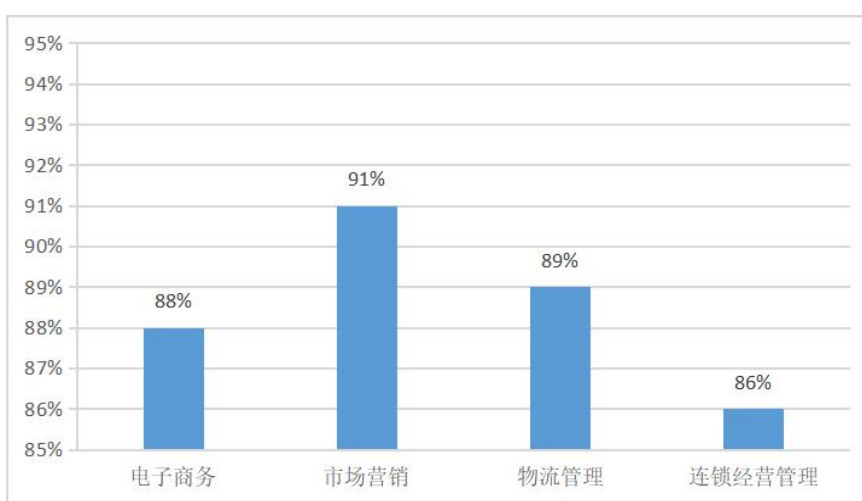


图 4-4 “实践教学对能力提升的帮助度”统计图

数据来源：第三方调查机构。

电子商务、市场营销、物流管理、连锁经营管理 2019 届毕业生认为实践教学对能力提升的帮助度分别是 88%、91%、89%、86%。



五、问题与展望

（一）现有挑战

1. 高职教育转型升级对专业群发展提出新任务

《国家职业教育改革实施方案》已明确，职业教育的办学模式要从普通教育转向类型教育。“双高计划”提出，要使职业教育成为支撑国家战略和地方经济社会发展的重要力量，形成中国特色职业教育发展模式。

我校电子商务专业群虽已立项成为中国特色高水平专业群 A 档，但建设目标较高，建设过程任重而道远。为适应高职教育转型升级，专业群的发展必须与时俱进，真正与社会发展接轨、与市场需求结合，必须通过改革，加速补齐短板，把提高培养质量放在重中之重。专业群必须进一步对接新零售产业发展趋势和市场需求，完善职业教育和培训体系，也必须进一步发挥商科优势，推出具有国际影响的高质量专业与教学标准，提升国际化水平。

2. 产业转型升级对专业群发展催生新要求

以“人工智能、大数据、物联网、移动互联、区块链”为特征的科技和产业革命，在人才需求的层次、结构和素养方面提出新的、更高要求。电子商务专业群作为区域经济发展的助推器和区域人力资源的直接提供者，必须加快适应新一轮科技和产业革命的迫切要求，培养更多满足产业结构转型升级需求的技术技能人才。为适应产业转型升级，专业群必须更紧密地对接国家重大战略，完善产教融合、校企合作的体制机制，实质性推动校企协同育人，深化人才培养模式改革，加大“三教”改革力度。

3. 培养对象愈加多元化、复杂化

国家正式明确建立职教高考制度，加之面向高中毕业生、退役军人、下岗失业人员、农民工和新型职业农民等多元群体扩招 100 万的招生方案，意味着当前基于普通高考体系的学生来源渠道和生源质量将发生重大变化，职业教育将从学历教育为主向学历教育与社会培训并重转变，进而引发高职院校专业教育教学方法改革。

（二）应对措施

1. 以加强党的建设为统领，引领发展

加强党对专业群建设工作的全面领导，推进党的建设与专业改革发展的“两促进、两提高”，通过政治建设、思想建设、组织建设、作风建设、纪律建设和

制度建设，为“双高计划”建设提供坚强的政治思想保证和组织保障。加强领导班子和干部队伍建设，增强党员干部的奋斗激情和责任担当，凝聚发展动力，激发改革活力。

2.创新新零售人才培养模式，打造新商科职教“新徽商模式”

传承新徽商精神，扎根全国新徽商企业，以新零售为抓手，打造中国新商科职业教育的“新徽商模式”。政行企校四方深入合作，邀请国内“新徽商”代表企业和知名专家学者共同组成高水平专业群建设指导委员会。深化人才培养模式创新，构建基于现代产业集群下的“高内聚、广外延”的新型专业群产业学院模式，形成产教融合生态圈。基于国家级现代学徒制试点经验，开设高端师徒班，建立现代学徒制下的“大师引领，德技兼修”的高端技能型人才培养模式。发挥“1+X”省内牵头院校核心作用，组建试点工作联盟，率先开展书证融通的课程体系改革，做好试点管理示范。牵头对接学分银行，实施弹性学分制，参与构建社会人员的终身学习体系，形成提升社会人力资源供给的新模式。

3.强化课证融合，建成国内领先的专业群教学资源库

通过建设开放共享型专业群教学资源库转变教学模式，专业群教学资源库以“国家教学资源库”为标准进行建设，遵循“一体化设计、结构化课程、颗粒化资源”的建构逻辑，“能学、辅教”的功能定位，服务于新零售复合型技术技能人才培养培训。

专业群教学资源库按照课程设计、资源开发、集成应用的流程进行建设：通过对接长三角区域新零售先锋企业，聘请行业企业专家，校企联合组建高端研发团队，聚焦行业前沿设计新课程，构建“基础共享、核心分立、拓展互选”国内领先水平新零售课程体系；引进先进技术，围绕职业素养、专业核心能力、新零售实习实训、X证书课证融通等开发新形态素材资源，包括专业资源、课程资源、素材资源等多种资源类型；通过对资源多维度集成应用，实现专业群资源库面向高端企业培训、商科院校教学、社会培训、社区教育等多方面的应用。

4.推行以产定教二元教学，构建品牌化教学和培训体系

面向学历教育，以“名企名校名社”牵头，立足高职、探索本科，开发职业教育新零售规划教材；面向职业培训，针对劳动力重新配置型岗位，打造“岗位对接 技能适配”职业培训教材。重构教学空间，构建未来教室，以45分钟课

堂为主战场，打造“以学生为中心 价值观引领 德技并育 一课一特”品牌课堂；探索“前店后校”“双师工作室”教学模式，以产定教，教学链与产业链融合，推动产教融合高质量教学；构建“分层、弹性、自助式”扩招教学方法，共建企业学区、社区教室，送教上门，订单式培训,开展高质量职业培训。

5.实施“三大工程”，打造国内领先的高水平结构化国家级创新团队

通过“名师工程”“骨干工程”“双师工程”，培育高水平带头人和骨干教师，打造一支国内领先的高水平、结构化国家级创新团队。引育并举，加大人才引进力度，提高“双能型”师资队伍比例，打造可支撑职教本科的师资队伍。成立长三角区域电子商务师资发展中心，制订专业群职业教育师资标准，开展专业群职业教育教学研究，研究前沿课题，培养具有国际视野的电子商务优质师资，打造电子商务专业职业教育教学研究、科学研究的区域教师发展基地。

6.对接新零售全渠道运营，打造多功能综合性实践教学基地

实践教学基地建设以适应专业群集群发展需要为目标，加强校企深度合作，全面实施实训条件改造提升工程和内涵建设质量工程，将电子商务专业群实践教学基地打造为一个产教深度融合、校企共建共享、集生产+教学+科研+培训+创新创业+社会服务+实习就业于一体的多功能综合型实践教学基地，并通过基地建设，形成一套可示范、可推广的高职商贸类实训教学条件建设标准。

根据电子商务产业向新零售全渠道运营转型升级的发展趋势，以支撑专业群产教融合协同育人体系建设为目的，通过创新基地建设模式，分别打造新零售产教融合平台、新商业综合实战平台、新零售创新创业工坊及高水平实习就业基地，共同组成电子商务专业群实践教学基地。

7.政行企校四方联动，构建新零售技术技能平台

通过四方联动机制，学校、企业、政府和行业组成校企协同的利益共同体，构建多类型技术技能平台，通过人才、技术、资金、信息等资源的优化配置，推动技术技能的积累与创新。具体建设思路见图 5-1。

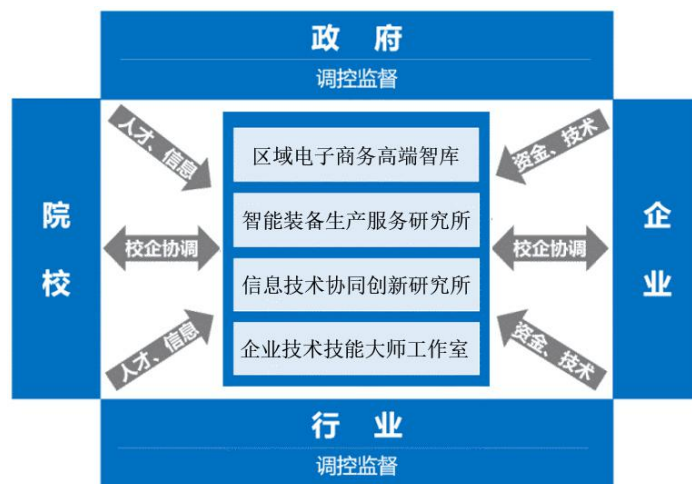


图 5-1 技术技能平台建设思路图

8.强化人才与智力输出，校企协同服务新零售产业发展

面向“长三角”区域经济社会发展和“五大发展 美好安徽”建设需求，主动引领把握“新零售”经济发展新常态，充分发挥学校人才、技术、场地、设备等资源优势，本着“产教融合、多方协同；立足芜湖、辐射长三角”的思路，不断提升专业群的创新能力、社会服务能力。

9.加大“学引转”力度，提升新商科国际职教影响力

专业群充分发挥学校承办“一带一路”人才培养论坛的国际影响力，适应国际环境下“新商科”业态的发展，通过“引进来”、“走出去”等多种途径开展国际交流与合作。

10.践行“动态调整、自我完善”举措，建设可持续发展保障机制

为实现专业群可持续发展，一是要通过开展专业群组群专业的动态调整，完善专业群动态调整机制，保障专业群可持续发展；二是要通过开展专业群人才培养质量的评价、追踪调查、改进及反馈等质量保障活动，建设专业群人才培养质量保障体系，保障专业群人才培养质量。