

广东省高职院校高水平专业群建设项目

自评报告

学校名称： 广东茂名农林科技职业学院

专业群名称¹： 电子商务专业群

专业群代码： 530701

专业群负责人： 郑信朝

填表日期： 2021年4月15日

¹ 为统一规则，使用群内最能够体现专业群特色的专业名称命名；专业群代码为该专业的专业代码；本表专业名称和代码，应以教育部公布的新版高职（专科）专业目录为准。

一、专业群建设现有基础

1. 教师队伍建设，为专业建设提供了可靠的支持

我院自开办以来，电子商务专业已初步形成了独特的办学风格，并已建立起一支由 54 人组成的结构合理、专兼结合、德艺双馨的高素质教师队伍。其中专任教师 50 人，外聘兼职教师 4 人。专任教师 50 人中，高级讲师及高级实验师共 8 人、讲师 2 人；全部具有本科学历，其中研究生学历 12 人，8 人具有“双师”资格；有茂名市高校骨干教师和青年名师各一人。按照要求，教师能够利用假期到合作的相关行业企业进行社会实践锻炼，还鼓励教师参加各项职业技能竞赛，并辅导学生参加省市中职学校学生技能竞赛（部分老师从中职学校转入），多次获得省市级技能大赛二等奖和三等奖各奖项。同时，这支队伍也经历了中职学校国家示范校建设的洗礼，对职业教育人才培养模式与课程体系改革，以及校企合作长效机制建设都有了深刻的认识和理解。这样一支高素质教学团队完全可以为我院电子商务专业群建设和改革发展提供强有力的支持。

2. 人才培养模式改革成效显著，为电子商务专业建设打下了专业基础

通过中职阶段多年的改革探索，为我院开设高职电子商务专业群打下了坚实的专业基础。在此基础上，我院将进一步建立完善“三位一体”的“校企合作、工学结合”、“双证”并举的人才培养模式，即由学校、企业和学生形成三位一体、多向互动，将专业与产业对接，并在此基础上将进一步明确和细化电子商务专业人才的培养目标，

坚持“能力本位”的培养原则，推进“1+X”职业技能等级证书试点制度改革，高度重视学生的职业道德教育，注重培养学生的诚信品质、敬业精神和责任意识。中职阶段电子商务专业人才培养模式改革，为专业建设提供了专业基础。

3. 校内外实训基地初具规模

目前已投入运作使用的校内实训基地包括电子商务与营销实训基地以及电子商务专业创新创业基地，设备总值 602 万元。其中电子商务与营销实训基地由摄影及美工实训室、市场营销实训室、电子商务基础实训室、互联网+移动电子商务实训室、市场营销实训室等实训室组成，电子商务专业创新创业基地又包括了家产品展销大厅、旅游电子商务及 VR 体验实训室、创客空间、新媒体直播实训室、电子商务物流实训室、校企合作工作室等。与北京博导前程信息技术股份有限公司、粮道供应链管理（黑龙江）有限公司、东莞市虎门等镇电子商务协会、茂名市七色广告有限公司等行业企业开展校企合作，为专业群建设提供有力支持。

4. 专业群专业建设取得较好成绩

学院坚持从“立德树人”根本任务出发，以学生为中心，以德智体美劳全面发展为目标培养学生职业能力和创新创业能力，开展教育教学改革。同时注重参加各类大赛，“以赛修德、以赛促学、以赛促教、以赛保训”，在参赛中取得较好成绩。在第十届全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛广东赛区选拔赛中，有一个团队荣获一等奖、三个团队荣获二等奖、二个团队荣获三等奖，并且学院也

荣获优秀组织奖，是全省唯一获得此殊荣的高职院校；在第十二届全国大学生广告艺术设计大赛广东赛区的竞赛中，全省不分本科专科职校，我院广告策划与营销专业学生在全省 13000 多件参赛作品中，有 4 人次 4 件作品荣获平面类三等奖。通过参加技术竞赛，从另一个侧面上也反映了我们专业群建设取得的教育教学成果。

5. 经费保障有力

我院作为省市共建高等职业院校，得到财政资金的大力支持，分两期投资近 10 亿元进行建设，资金经费保障有力；同时，2019 年我院秋季招生实际报到学生 3091 人，2020 年招生实际报到近 4200 人，生源非常充足，这将为我院电子商务专业群建设提供强大的资金支持，经费保障有力。

二、专业群培养定位准确

专业群培养具有优秀的思想道德和职业品德、信息素养和品牌意识、敬业精神和工匠精神的、符合区域经济和社会发展需要，较系统掌握本专业基本理论、专业技能和计算机应用能力，面向行政事业单位、各类型企业单位、社会团体及其他经济组织，能从事电子商务运营、项目策划与设计、营销策划、网站推广、网络营销、网络客服、广告策划、广告设计、文化创意、印刷、商务文秘、行政及经济管理等岗位工作及自主创业的复合型高素质技术技能人才。

专业群面向的岗位群包括：电子商务运营助理、营销策划员、市场调研员、销售助理、微店运营助理、采购供应、仓储配送调度、外贸跟单、商务助理、跨境贸易等，主要定位于产品经营企业初、中级

销售管理人员，生鲜连锁店或大型超市生鲜初、中级管理人员，产品网络营销初、中级管理人员，产品物流初、中级管理人员，产品进出口业务和跨境电商初、中级业务人员。

三、专业群组建逻辑

专业群课程体系紧扣电子商务和广告营销等产业链，专业与产业无缝衔接。专业群依托“互联网+全媒体广告营销”技术，专业群内专业各有侧重，电子商务专业侧重于国内电子商务运营活动，跨境电子商务专业侧重于国际电子商务运营活动，广告策划与营销专业侧重于商务的策划与营销，以互联网为商务平台，运用全媒体技术手段开展商务活动。以培养电子商务与营销行业企业的复合型高素质技术技能人才为目标，构造一个集运营、策划、营销与管理为一体，内贸与外贸相结合、线上线下相统一，信息流、资金流、物流“三流合一”的高水平专业群。专业群共享课程、师资和实训基地，有效提高各类存量教学资源的效率，也在知识技能结构上的局限性。

四、专业群生源状况

电子商务专业群生源充足、质量高。2020年，专业群三个专业计划录取了837人，实际报到732人，报到率87.5%。其中电子商务专业实际报到406人，跨境电子商务专业实际报到103人，广告策划与营销专业实际报到232人，高出广东省高职院校平均新生报到率。

专业群 2020 年招生录取情况分析

群内专业	招生计划数 (人)	实际录取数 (人)	新生报到数 (人)	新生报到比 例(%)
电子商务	465	465	406	87.3%

跨境电子商务	117	117	103	88.0%
广告策划与营销	255	255	223	87.5%
总计	837	837	732	87.5%

五、专业群短板及努力方向

与省内外的知名院校对比，电子商务专业群在以下几个方面有着差距：

(1) 教学团队欠缺行业企业实践经验，“双师”素质有待提升

专业群内教学团队年轻教师比例大，部分教师尚未达到硕士研究生学位学历，欠缺行业企业实践经验，专业带头人的行业影响力不够，骨干教师的综合能力和“双师”素质有待提升。教育教学质量的关键在专业教师，在后续专业群建设中，需加大力度加强教学团队建设，从机制上激励专业教师到行业企业一线岗位去学习、去锻炼，提升行业企业实践能力和“双师”素质。

(2) 专业群各专业校企合作有待深化，产教融合有待加强

校企合作尚在处于浅层次合作，合作有待深化，合作长效运行机制有待完善，产教融合有待加强。校企合作是职业院校的重点领域，在后续专业群建设中，建立和完善校企合作长效机制，在与行业企业开展产教融合合作；实施“1+X”职业技能等级证书制度，课证融通，将行业企业相关岗位能力标准和与教学标准对接，深化产教融合。

(3) 人才培养模式有待创新

人才培养模式单一，有待进一步创新培养模式。在后续专业群建设中，除了要根据行业企业需求优化和完善专业课程体系之外，对标

企业用人标准与行业企业探索订单培养等，探索校企双元育人。

（4）校校交流、合作有待加强，国际交流与合作有待突破

与兄弟院校之间的合作、交流有待加强、深化，尚未开展国际与合作，职教理念有待更新。在后续专业群建设中，要积极开拓校校交流、合作以及国际交流与合作的渠道，力争取得新的突破。