

生成式人工智能助推高职电子商务专业人才培养 范式转型探析

江莉花, 赵红敏, 钱易

重庆电讯职业学院, 重庆 402247

DOI: 10.61369/ETR.2026020009

摘 要 : 生成式人工智能的爆发性发展, 正在深刻重塑电子商务行业的生态与技能需求, 对高职电子商务专业人才培养提出了前所未有的挑战与机遇。本文旨在探讨生成式人工智能如何驱动高职电商人才培养范式的根本性转型。首先, 从行业变革、技能重构、教学创新与个性化发展四个层面, 阐述了转型的紧迫性与战略意义。进而, 重点剖析了转型的具体路径, 提出应从课程体系与内容的重构、教学流程与方法的再造、学生高阶能力培养的转向以及评价体系的智能化革新四个维度系统推进。本研究认为, 生成式人工智能不仅是教学工具, 更是触发人才培养理念、模式、评价全方位范式革命的核心动能。高职院校必须主动拥抱变革, 构建“人机协同、知行创合一”的新范式, 方能培养出适应智能电商时代的高素质技术技能人才。

关 键 词 : 生成式人工智能; 高职教育; 电子商务专业; 人才培养; 范式转型

An Analysis of Generative AI Boosting the Paradigm Transformation of Talent Training in Higher Vocational E-Commerce Major

Jiang Lihua, Zhao Hongmin, Qian Yi

Chongqing Telecommunication Polytechnic College, Chongqing 402247

Abstract : The explosive development of generative AI is profoundly reshaping the ecology and skill demands of the e-commerce industry, presenting unprecedented challenges and opportunities for talent training in higher vocational e-commerce majors. This paper aims to explore how generative AI drives the fundamental paradigm transformation of e-commerce talent training in higher vocational colleges. Firstly, it elaborates on the urgency and strategic significance of the transformation from four dimensions: industry reform, skill restructuring, teaching innovation, and personalized development. Furthermore, it focuses on analyzing the specific paths of transformation, proposing that systematic advancement should be carried out from four aspects: the reconstruction of curriculum system and content, the reengineering of teaching processes and methods, the shift towards cultivating students' higher-order abilities, and the intelligent innovation of evaluation systems. This study holds that generative AI is not only a teaching tool but also a core driving force triggering an all-round paradigm revolution in talent training concepts, models, and evaluation. Higher vocational colleges must proactively embrace changes and construct a new paradigm of "human-machine collaboration and integration of knowledge, practice, and innovation" to cultivate high-quality technical and skilled talents adapting to the era of intelligent e-commerce.

Keywords : generative AI; higher vocational education; e-commerce major; talent training; paradigm transformation

引言

随着 ChatGPT、Midjourney、Sora 等生成式人工智能技术的迅猛发展和普及应用, 我们正步入一个“内容与创意生成成本急剧降低、人机交互方式深刻变革”的新时代。电子商务作为数字经济的前沿领域, 首当其冲地受到冲击与重塑: 从智能客服、个性化推荐、营销文案与视觉设计, 到供应链预测、虚拟试妆、直播脚本生成, 生成式 AI 已渗透至电商运营的全链条^[1]。这一技术革命不仅改变了行业的操作流程与效率标准, 更从根本上动摇了传统电子商务职业岗位的技能结构。在此背景下, 探究生成式人工智能如何助推高职电商专业人才培养实现从理念、目标、内容到方法、评价的范式性转型, 不仅关乎专业自身的存续与发展, 更是支撑我国电商产业智能化升级、培育新质生产力的关键教育命题。

一、生成式人工智能助推高职电子商务专业人才培养的意义

（一）应对行业颠覆性变革，确保人才培养的前瞻性与适应性

生成式人工智能并非简单的效率工具，而是对电商行业进行了“基因级”重塑。它使得海量、高质量、低成本的文本、图像、视频、代码等内容生成成为可能，极大地压缩了传统美工、初级文案、基础客服等岗位的生存空间。同时，它又催生了“AI 训练师”“智能运营策划师”“人机协同内容审核师”“数字分身经纪人”等一系列新岗位与新需求^[1]。这意味着，高职电商专业若固守原有培养方案，其毕业生将难以适应快速迭代的职场环境，造成结构性失业与人才短缺并存^[2]。因此，借助生成式 AI 助推转型，核心意义在于将行业的前沿变化快速映射到教育过程中，将人才培养的焦点从“熟练操作现有工具”转向“理解和驾驭新型智能工具”，从“执行既定流程”转向“定义和优化人机协作流程”，从而确保教育产出的前瞻性与市场适应性，使高职人才不仅是技术的使用者，更是智能化工作流程的设计者与优化者。

（二）重构核心技能体系，推动能力培养向高阶与复合化演进

传统高职电商技能培养常陷入“重技能、轻思维，重操作、轻策划”的窠臼。生成式 AI 接管了大量重复性、模式化的任务，迫使人才培养必须进行技能体系的重构。基础软件操作、简单图文排版、标准化客服应答等低阶技能的重要性相对下降，而围绕生成式 AI 的提示词工程能力、批判性评价与优化能力、人机协同创意能力、AI 工具工作流整合能力以及数据伦理与 AI 治理意识，成为新时代电商人才不可或缺的高阶复合技能。转型的意义在于，将教育重心从“手把手教操作”升级为“创设复杂情境，训练人机协同解决问题的能力”，引导学生从“工具操作员”成长为“智能工作流架构师”和“创意与策略的主导者”，实现能力结构的质的飞跃^[4]。

（三）赋能教学创新革命，破解传统实训教学的瓶颈与困境

因为项目真实性和教师企业经验缺失以及不能进行个性化指导，而让高职电商实训教学举步维艰，但生成式人工智能却给我们带来翻天覆地的教学变革机会。高职电商教师可以通过生成式人工智能快速构建出海量真实的商业环境、市场动态、消费人群、竞争对手等等。这就大幅丰富了教学材料类型和提高了时效性，在实践中学生能够利用 AI 制作各类营销文案、广告初稿图片、视频脚本等内容，将注意力集中在优化、整合、策略等层面，有效提升练习效率和思维层次^[5]。其次，AI 还可以成为“永不疲倦的私人教师”，例如扮演不同顾客来进行商务谈判训练，或是依据学生的规划提供若干改进建议。这样就可以实现“规模化的个性化教育”，使老师从对知识点的灌输中解放出来，而更多地从事导师、教练、设计者的角色的工作。因此，变革的核心在于利用 AI 解决实习教育中的资源、测评以及个性化的问题，并构建交互性强、响应速度快并以学生探索性学习及创造性学习为主的教学环境。

二、生成式人工智能助推高职电子商务专业人才培养范式转型路径

（一）重构课程体系与教学内容，促进 AI 融合岗位工作

实现范式转型，首先应进行课程体系重构，这不是简单开设一门“AI 应用”的课程就能解决的问题，而是一项系统工程。所以要把《人工智能通识与数字伦理》作为基础性学科来为学生建立认知框架。对核心专业课彻底融合生成式人工智能技术重构教育内容^[6]。如《网络营销》这门课的教学目标应是教会学生进行品牌的策划战略以及利用 AI 进行关键词的选择及新内容的生产，而非教会学生运用 photoshop 制作图片。再如《视觉设计》。它并不是教学生如何使用 photoshop 中的各项功能，而是教会他们怎样用 AI 制作出自己想要的图片，再利用专业软件对图片进行精修及合成。而《电商运营》就需要将 AI 应用于市场调研预测、竞品分析、定制化营销策划等工作环节中。同时应开设诸如《提示词工程与 AI 合作》《AI 数字内容生产实践》《电商智能数据分析》类前沿课程或章节，最后构建以“人机合作”为主线并视 AI 为全程市场调查、产品定位、内容生产、促销推广、客户服务以及数据分析各环节基本功的新课体系。

（二）优化教学流程与方法，实现人机协同项目探究

教学方法是范式转型的实践载体，要打破以往教师单向灌输、学生被动接受的教学模式，转变为以“真实或者高度仿真的项目”为驱动力、“人机协同”成为常态的新教学生态，教师的角色将从单纯的知识传授者转变为项目设计者、过程引导者、思维启迪者。借助数据分析软件制图出报告）快速生成多种初步解决方案；第二步，对方案进行批判性评价和完善：在组间相互展示自己的 AI 结果并对其进行专业化的批判性讨论、比较、完善的过程，在此过程教师要积极介入引导，帮助学生建立评判标准；第三步，整合改进后的方案并进行迭代升级：学生整合自己的优化方案，形成最终策划方案，并再次可能利用 AI 生产演示材料，做好汇报工作^[7]。在这个过程中，AI 起到学生“导师”的作用，帮助其探索新知，并形成新思想；而教师的作用是设定目标、指引方向、引发思考、传授 AI 无法替代的商务智慧、审美判断以及道德决策。教学模式应广泛采用基于项目的、以案例为驱动的、以工作组形式开展的教学方法、虚拟企业经营等手段，目的在于让学生能真正通过实践了解如何实现人机协同进化的劳动方法^[8]。

（三）转换高阶能力培养重心，强化策略思维与创新领导力

在 AI 开始承担简单工作后，人才培养重心就应该转移到只属于人类的、高阶而不可替代的能力素养上去，在所有教学中都应该突出并强化这些因素。一是培养学生的思辨判断力，大量安排学生对 AI 成果进行鉴别、判断、筛选甚至编辑；强化他们独立思考的能力。第二是复杂的沟通与协作能力，能让他们学会如何在跨部门团队中清晰地表达自己的诉求，能够倾听别人的意见并达成共识，在人机混合工作场景下协同管理作业流。第三是创新能力及创业意识，激励他们在利用 AI 来降低创新试错成本的基础上勇于产生新商业模式、新营销创意、新产品方案，并能学会有效

地整合资源、判断风险、推动项目落地，进而塑造其由被动到主动的思想意识及实操技能^[9]。最后，教师要增强学生终身学习的态度与多种手段的应用能力。营造快速适应环境的学习场景，学生能找到适合自己的新的 AI 学习方式，并具备在新技术高速发展年代中一直不被时代淘汰的能力。而这些能力不可能单纯地靠说教来形成，只能在复杂性、开放性和不确定性并存的项目实践中反复锤炼，才能内化成自身的能力。

（四）革新教学评价体系，强调过程与创造力

要对目前的评价体系进行大刀阔斧的改革，来适应新的教学理念和教学方法。电商教师应将终结性的、静态的、模式化的艺术品作为评价对象，将关注点转移到更加动态化、体现思维过程以及协作过程、具有创意的作品上^[10]。评价的内容应该包括但不限于以下几项：一是程序性证据，如反复使用的词表、不同 AI 版本之间的对比研究分析报告、小组中他人的批判性意见、项目日志等。这都是可以体现学生人机协同能力和思维过程的表现方式。第二是创意性和谋略性，即最终成果是如何体现出自己独到的设计理念、深刻的产品洞见以及细致入微的人工智能配置方案，而不仅仅作为手段本身存在。第三，需要关注的是人工智能产出的文章质量如何，教师可以通过对比最初的人工智能结果以及最终成品作品来看学生对专业知识进行提取、优化及再创作能

力。第四，还要注意道德标准和社会责任问题，例如是否考虑过数据安全、版权风险、人工智障等。所以评委也应该多样化，可以是老师、同行、公司指导员甚至是 AI 的部分数量化分析，如文字的感情色彩、创新力打分等进行综合评判。评价的目的由定级升级为发展、诊断问题、发现创新点，真正发挥出“导航仪”的作用，带领师生进入新范式。

三、结语

综上所述，生成式人工智能的浪潮不可阻挡，它并非高职电子商务专业教育的“可选项”，而是驱动其进行深层范式转型的“必然性”核心力量。这种转型，远不止于引入几款新软件或开设几门新课，而是一场从教育理念、到课程体系、教学方法、评价标准的全面而深刻的革命。其核心目标是从培养“数字化工具的操作者”转向培养“智能化进程的参与者与引领者”，塑造能够与 AI 协同共舞、具备强大策略思维、创新精神和人文关怀的复合型电商人才。这要求高职院校管理者、专业带头人和教师必须具备前瞻视野和改革勇气，积极构建“产-教-研-创”联动的生态系统，与企业共同开发融合 AI 的课程与项目，大力开展教师 AI 应用能力培训，并营造鼓励探索、包容失败的创新文化。

参考文献

- [1] 俞伯阳. 生成式人工智能助推高职电子商务专业人才培养范式转型探析[J]. 黄河水利职业技术学院学报, 2024, 36(04): 75-80.
- [2] 徐明. AI 技术驱动职业院校电子商务专业教学变革[J]. 中国电子商情, 2024, (19): 88-90.
- [3] 吴波. 元宇宙技术赋能高职电子商务专业人才培养模式研究[J]. 连云港职业技术学院学报, 2024, 37(03): 60-64.
- [4] 王晓春. AI 技术在高职电子商务专业教学中的应用研究[J]. 科技经济市场, 2024, (08): 136-138.
- [5] 高尉集. 生成式 AI 驱动下高职电子商务专业课程思政的融入路径探究[A]. 第五届高等院校数字化教学与课程思政建设研讨会论文集[C]. 北京大学出版社、大理大学经济与管理学院, 北京未名智慧教育科技有限公司, 2024: 7.
- [6] 陈媛媛. 数字经济时代高职电子商务专业“三教”改革研究[J]. 新课程研究, 2024, (21): 38-40.
- [7] 潘昭利. AI 赋能电子商务专业实操教学应用研究[J]. 科学咨询, 2024, (13): 159-162.
- [8] 王亚婕. 数字化升级改造背景下高职电子商务专业群构建研究[J]. 环渤海经济瞭望, 2024, (06): 114-117.
- [9] 蒋良骏, 张炫, 同铭, 朱霓雯. 人工智能时代高职电子商务专业人才培养——基于就业岗位的视角[J]. 河北职业教育, 2020, 4(03): 40-43.
- [10] 李罡. 人工智能在电子商务营销技术服务的应用[J]. 集成电路应用, 2020, 37(06): 98-99.