

数字经济背景下高职工商管理专业人才培养模式改革

郑志健

顺德职业技术大学, 广东 佛山 528300

DOI: 10.61369/SSSD.2026090009

摘 要： 数字经济的快速发展重塑了全球商业格局，催生了商业形态的迭代升级，也对高职工商管理专业人才培养提出了全新要求。高职教育以培养高素质技术技能人才为核心，其工商管理专业传统人才培养模式已难以适配数字经济下企业对复合型、实践型管理人才的需求，出现人才供给与市场需求脱节的问题。本文基于数字经济的时代特征，结合高职院校办学定位，分析高职工商管理专业人才培养的现状，从管理工具、创新意识、能力训练三个维度，提出针对性的改革路径，旨在优化人才培养模式，培养出适配数字经济发展、兼具系统思维与实战能力的高素质工商管理技术技能人才，为高职院校相关专业改革提供参考，助力数字经济高质量发展。

关 键 词： 数字经济；高职；工商管理专业；人才培养模式

Reform of Talent Cultivation Model for Business Administration in Higher Vocational Education under the Background of Digital Economy

Zheng Zhijian

Shunde Polytechnic University, Foshan, Guangdong 528300

Abstract： The rapid development of the digital economy has reshaped the global business landscape, spurred the iterative upgrading of business forms, and posed new requirements for talent cultivation in business administration at higher vocational institutions. Focused on cultivating high-quality technical and skilled talents, the traditional talent cultivation model for business administration in higher vocational education has found it challenging to meet the demands of enterprises for composite and practical management talents in the digital economy era, leading to a disconnect between talent supply and market demand. Based on the characteristics of the digital economy era and the positioning of higher vocational colleges, this paper analyzes the current situation of talent cultivation in business administration at higher vocational institutions. It proposes targeted reform paths from three dimensions: management tools, innovative awareness, and ability training. The aim is to optimize the talent cultivation model, cultivate high-quality business administration technical and skilled talents who are well-suited to the development of the digital economy and possess both systematic thinking and practical capabilities, provide references for the reform of relevant majors in higher vocational colleges, and contribute to the high-quality development of the digital economy.

Keywords： digital economy; higher vocational education; business administration major; talent cultivation model

引言

当前，新一轮科技革命与产业变革加速演进，数字经济已成为推动我国经济高质量发展的核心动能，人工智能、大数据、云计算等数字技术广泛渗透到工商管理的各个领域，推动企业管理从传统模式向数字化、智能化转型。《中共中央关于制定国民经济和社会发展的第十五个五年规划的建议》提出，“深入实施教育数字化战略，优化终身学习公共服务”，为新时代职业教育高质量发展锚定航向，也为高职工商管理专业人才培养提质增效提供了根本遵循。在此背景下，立足数字经济背景，加快高职工商管理专业人才培养模式改革，破解人才培养与市场需求脱节的难题，成为高职院校实现内涵发展、服务产业升级的必然选择。

一、数字经济背景下高职工商管理专业人才培养的现状分析

（一）数字化管理工具应用能力培养不足

目前，一些高职院校的工商管理专业课程设置仍主要以传统

的管理理念为主，不能及时反映社会经济发展特别是产业升级过程中对于新知识、新技术的需求。

一方面，在许多企业已经使用 ERP、CRM 等信息化管理系统的情况下，课堂上还只是对这些概念进行简单介绍以及画出其工作原理图，而忽视让学生接触并掌握这些系统的使用方法。比

如，在 CRM 的教学过程中只是一味地讲解客户分类及客户关系管理的方法而不让学生有机会在真实的或者仿真的环境中去分析客户的资料、捕捉商机以及配置自动化的营销方案等。因此造成了学生毕业后对于公司所使用的系统一无所知需要花费大量时间去熟悉这个过程从而不能马上开展工作。

另一方面，实践教学环节设计一般缺少与业务场景结合紧密的技术平台。有些学校有实训课，但是所用软件版本过时，界面以及功能与企业现有系统有很大区别，无法及时地反映出目前主流技术应用情况；一些实训项目只是让高职生照着规定的方式录入数据，没有涉及到对于各种突发问题如何解决、不同部门之间合作流程设置等问题，降低了学生对于系统整体性和灵活性的认识；在市场营销、运营管理等课程上，老师本来可以通过信息化手段来进行需求预测、价格变动及业绩展示等工作，但是在上课时却很少使用这些工具进行演示，导致学生们形成不到利用数据做决定的认识。

（二）数字化商业模式创新意识培养滞后

目前，一些高职院校在培养学生商业模式意识时，很少关注数字化时代新出现业态及其特点，学生对于基于互联网平台商业模式知之甚少，在课堂上很少讲解平台型企业是如何利用大数据、网络外部性和双边市场进行价值创造，很少分析共享经济如何改变人们拥有权与使用权关系以及长尾理论在跨境电商中实践。

其次，在教学中，教师一般会采用一些固定化案例进行讲解，例如沃尔玛供应链管理或者耐克品牌塑造，而对于字节跳动内容分发机制、美团生活服务平台搭建以及拼多多利用社交媒体进行裂变式推广等则较少涉及。另外，在课堂上师生交流也比较单一，教师较少让高职生参与到数字化商业运营模拟中去。

高职生在实习、实训过程中接触真正的数字化创业较少，在校企合作的企业大多数是传统的工商业企业，提供的岗位工作内容主要是日常的文档管理工作，无法接触到商业上对于模式创新的思考。因为缺少相应的试错机会，高职生对数据资产化、流量变现、订阅制的服务转型等问题只是知道这些名词概念而没有形成一种思维方式，在快速变化的数字化时代只能跟在其后学习而不是走在前面进行创造。

（三）数字营销策略制定能力训练欠缺

数字经济时代，营销模式发生巨大改变，在大量用户行为数据支撑下实现精准化、个性化营销。社交媒体营销、直播营销、短视频营销等各种新型营销方式不断涌现，使企业和消费者之间沟通方式发生变化。但是，在培养学生数字营销能力上，高职院校工商管理专业相对欠缺。

第一，一些学校的市场营销课程仍是以产品、价格、渠道、促销 4P 为基础的教学模式，未能跟上数字经济发展下营销理念的变化。课堂上对于大数据分析、社交媒体运营、搜索引擎优化、程序化广告投放等内容涉及不多，使学生对数字营销仅停留在表面了解上，不能理解其精髓也无法动手操作。

第二，教材更新较慢，很多都是使用一些老的经典案例，比如宝洁传统电视广告、可口可乐传统地推等，这些案例虽然有代

表性但是并不符合现在以用户画像为基础的数字化营销理念，学生通过学习这些案例并不能学会如何使用 Google Analytics、百度统计、抖音巨量引擎等软件对网站流量以及效果进行分析，也不能了解 A/B Test、转化率优化、私域流量运营等现代化营销手段的本质。

第三，实训平台建设不足，模拟环境单一^[7]。高职生在面对复杂的数据来源和多样化的触达渠道时，往往表现出策略整合能力弱、应变能力差的问题。行业对具备数据驱动思维和实战能力的营销人才需求持续上升，而现有培养模式输出的人才结构与此趋势存在脱节。

二、数字经济背景下高职工商管理专业人才培养模式的创新路径

（一）强化数字化管理工具应用能力培养

对于高职生数字化管理工具应用能力较差问题，高职工商管理专业应该从以下几个方面的改进着手开展教学改革工作^[8]。

在课程体系设置上，高职院校应当打破传统的工商企业管理课程重理论讲解而轻实践操作的局面，在课堂教学之中融入数字化管理手段的学习与运用。如在 ERP 教学中，学校可搭建一套基于真实的企业运作过程的沙盘，在该平台上设有采购、生产、销售、库存以及财务结算等各个方面的内容，之后由任课老师带领同学们进行角色扮演完成系统的设置与信息流动的过程，由不断的变化经营数据得到系统回复的结果，使学生们了解这些不同的部分是如何相互联系的，从而对整个企业的运行有一个全面的认识。

在实践教学过程中，教师应注意整合资源并再现场景，在线寻找相关网站如 SAP 官网、用友云官网、金蝶 EAS 官网等提供的免费在线课程让高职生接触行业领先数字化工具，比如教师可使用虚拟仿真建立小企业数字化转型案例库，以客户关系管理系统、商业智能分析工具等为主题组织实训活动使学生掌握通过数据做出预测及改进的方法。

此外，教师队伍建设还要注重提高教师数字素养。学校要制定专门培养方案，让教师参加各种数字管理软件证书课程学习，促进“双师型”教师发展，在校企合作教师实习基地中，让教师到企业信息化部门或者数字化转型小组去，在一线参与整个项目操作过程以增强实际操作技能。

（二）注重数字化商业模式创新意识培育

随着数字经济蓬勃发展，高职院校工商管理专业的教学应注重提升学生的高职生对数字化商业模式创新能力的认识。

第一，教师需要在教学内容上靠近数字经济时代要求，及时更新课程内容，把一些有代表性数字化商业实践活动带到课堂里给学生讲解，比如在课堂上讲拼多多“社交+电商”，让学生了解什么是用户裂变、社群运营还有低成本获取客户的背后原理等；第二，再如“抖音+直播+电商”，这是一种新的内容营销方式也是新的销售渠道，教师可以组织学生在这种新事物进行讨论，分析它如何把流量变成钱、提高转化率和建立品牌信任

感等。

其次，教学资源丰富使高职生有更多学习途径。利用慕课、微课等网络教育资源，高职生可以不受时间和空间约束，自由选择学习内容，了解数字化商业模式基本构成以及发展状况。这些平台上汇集了众多高校及企业优秀课程资源，包括对平台经济、共享经济、订阅制等新型模式介绍及案例分析，有利于高职生建立较为完整知识体系。教师也可以为学生推荐一些相关课程作为辅助材料，引导他们进行进一步学习以及进行案例研究，培养他们探究精神与创新能力。

最后，高职院校应致力于构建产学研深度融合人才培养模式。引导教师与互联网企业、电商平台或者科技型企业开展合作，研发符合具体应用背景的新课程内容。采取校企联合授课、共建实验室或实训基地等方式，把企业真实项目引入课堂，让高职学生在解决实际问题的同时提高自身能力，在此基础上逐渐具备感知数字化商业的变化的能力。

（三）加强数字营销策略制定能力训练

近年来，数字营销已成为驱动业务增长的重要引擎，工商管理类专业必须加快人才培养模式革新，增强高职生的数字营销策略制定能力^[11]。

一方面，教学内容需紧跟行业动态，聚焦真实商业场景中的有效实践。课程教师可以将头部企业的数字营销案例纳入课程体系，引导高职生理解策略背后的逻辑架构与执行细节。以抖音平台的“种草”现象为例，其本质是通过内容激发用户兴趣，实现从种草到拔草的消费闭环。教学中，教师可以先系统拆解典型

“种草”视频的内容结构、情绪调动方式、KOC 合作模式以及话题运营技巧，然后逐步引导高职生归纳出高传播性内容的关键要素，如痛点切入、场景还原、信任构建与行动引导。通过对多个成功案例进行横向对比，帮助高职生建立可迁移的内容创作思维框架，而不仅限于模仿单一形式。

另一方面，教师可以采用工作坊形式组织教学。例如，设置基于真实产品或服务的数字营销项目，要求高职生从市场调研出发，明确品牌定位与目标人群特征，进而选择适配的数字渠道组合。项目过程中融入数据工具的应用训练，如利用百度指数分析关键词热度、借助社交舆情监测平台识别用户关注点，使策略制定建立在数据洞察基础之上。在方案实施环节，通过模拟流量反馈与转化率变化，促使高职生动态调整投放节奏与内容方向，在实践中形成系统的数字营销思维模式。

三、结束语

综上所述，数字经济时代对工商管理人才的能力提出了全新要求，高校必须主动适应这一变化，深化工商管理类专业人才培养模式改革。本文通过分析当前工商管理类专业人才培养模式存在的问题，提出了相应的人才培养模式优化策略，旨在帮助高校培养具备数字化思维和技能的复合型工商管理人才。未来，高职院校应继续加强与企业、行业协会的合作，密切关注数字经济发展趋势和企业人才需求变化，持续推进人才培养模式改革，不断提升人才培养质量，为数字经济高质量发展提供坚实的人才支撑。

参考文献

[1] 宁宁. 数字赋能开放教育工商管理专业人才培养模式变革 [J]. 中国信息界, 2024, (05): 134-135.

[2] 李星佳. 数字经济时代工商管理类人才培养路径研究 [J]. 大陆桥视野, 2024, (09): 35-37.

[3] 冯攀攀, 呼延云鸽. 数字经济时代高校财务管理专业人才培养路径 [J]. 西部素质教育, 2024, 10(20): 168-171.

[4] 李青, 闫炎, 陈玉清. 数字经济环境下工商管理专业产教融合协同治理的路径研究 [J]. 中国管理信息化, 2024, 27(21): 219-222.

[5] 张艺. 数字经济时代工商管理类专业人才培养模式探析 [J]. 中国管理信息化, 2024, 27(22): 239-241.

[6] 胡小玲. 数字经济背景下应用型本科院校工商管理专业人才培养模式改革研究——基于新文科建设视角 [J]. 重庆电力高等专科学校学报, 2025, 30(01): 57-61.

[7] 孔妍娜. 数字经济时代工商管理类人才培养路径研究 [J]. 今日财富, 2025, (06): 85-87.

[8] 陈维维. 数字经济时代工商管理类人才培养路径探析 [J]. 产业创新研究, 2025, (11): 187-189.

[9] 钟晶灵. 数字经济时代工商管理类人才培养路径研究 [J]. 商业文化, 2025, (13): 192-194.

[10] 马彦勤. 数字经济背景下职业院校数字化人才培养路径研究——以企业管理专业为例 [J]. 江苏商论, 2025, (11): 115-118.

[11] 傅小龙. 数字经济背景下高职工商企业管理专业人才培养模式创新 [J]. 现代商贸工业, 2026, 47(03): 33-35.