

高职院校电子商务专业产教融合创新创业人才培养的策略研究——以《网络营销》课程为例

蔡宗霞，廖媛媛

广东省外语艺术职业学院，广东 广州 510000

DOI:10.61369/EDTR.2026090003

摘 要：在经济高质量发展及产业结构调整背景下，电子商务行业对复合型、创新创业型人才需求激增。企业数字化转型使人才需求呈多样化，创新创业能力成为核心竞争力。然而，现有电子商务课程与创新创业教育融合存在诸多问题，如课程体系与产业需求脱节、师资实践经验匮乏、资源与机制缺位以及创新创业氛围薄弱等。本文以《网络营销》课程为例，提出应基于产业需求重构课程体系、加强“双师型”队伍建设、优化实践教学体系、营造双创氛围，提升学生实践能力，促进电子商务课程与创新创业教育深度融合，弥合人才培养与市场需求的差距。

关 键 词：创新创业；产教融合；课程体系；电子商务

A Study on Strategies for Cultivating Innovative and Entrepreneurial Talents through Industry-Education Integration in E-commerce Majors of Higher Vocational Colleges — A Case Study of the Online Marketing Course

Cai Zongxia, Liao Yuanyuan

Guangdong Teachers College of Foreign Languages and Arts, Guangzhou, Guangdong 510000

Abstract： Against the backdrop of high-quality economic development and industrial restructuring, the e-commerce industry has seen a sharp surge in demand for interdisciplinary innovative and entrepreneurial talents. The digital transformation of enterprises has diversified talent requirements, and innovative and entrepreneurial competence has become the core competitiveness of practitioners. Nevertheless, many prominent problems remain in the integrated development of e-commerce professional courses and innovation & entrepreneurship education, including the disconnection between curriculum systems and industrial demands, the lack of practical working experience among teaching staff, insufficient supporting resources and institutional guarantees, as well as a weak campus atmosphere for innovation and entrepreneurship. Taking the Online Marketing course as a research case, this paper puts forward targeted countermeasures: reconstructing the curriculum system based on industrial demands, boosting the development of dual-qualified teaching staff, optimizing the practical teaching system and creating a favorable atmosphere for innovation and entrepreneurship. These measures are designed to improve students' practical capabilities, realize the in-depth integration of e-commerce courses and innovation & entrepreneurship education, and bridge the gap between talent training standards and market demands.

Keywords： innovation and entrepreneurship; industry-education integration; curriculum system; e-commerce

一、电子商务人才需求现状

（一）宏观经济发展与产业结构调整驱动人才需求

当前，中国正处于经济高质量发展的关键阶段，特别是在粤港澳大湾区建设等国家战略推动下，传统产业数字化转型加速，如社交电商、直播电商、跨境电商等新兴电商模式蓬勃发展。根据《2023年中国电子商务人才发展报告》显示，目前我国电子商务直接从业人员规模已突破7000万，但复合型人才缺口仍高达15%–20%。产业结构升级对电子商务人才提出了更高要求，不仅

需要掌握传统的运营、营销技能，还需具备数据分析、供应链管理、跨境贸易等综合性能力。

（二）企业数字化转型催生复合型人才需求

随着人工智能、大数据、区块链等技术在电商领域的深度应用，企业对人才的需求呈现多样化的特征。需掌握数据分析工具应用、用户画像构建方法、智能推荐算法优化等数字化技能；电商与物流、金融、制造业的边界逐渐模糊，要求人才具备跨行业资源协调与商业模式创新的跨界整合能力；跨境电商人才需具备熟悉国际支付、海外仓储运营、跨文化营销等国际化视野和知识。^[1]

基金项目：本文系广东省外语艺术职业学院青年课题“产教融合背景下电子商务专业课程体系与创新创业教育融合的策略研究”资助（课题编号：2024QN01）成果。

（三）创新创业能力成为核心竞争要素

在“双创”政策引导下，电子商务行业对人才的创新实践能力要求显著提升，大型电商企业更注重人才的商业模式设计、用户增长策略等顶层思维能力；中小企业侧重直播运营、私域流量转化等实操能力，且要求人才具备“一专多能”特质。

因此，在数字经济与产业转型的双重驱动下，电子商务行业的人才需求正从单一技能向创新创业的复合型能力跃迁，而当前人才培养体系与市场需求的错位，亟需通过校企协同合作机制加以弥合。

二、当前电子商务课程与创新创业教育的融合现状

（一）课程体系与产业需求脱节，缺乏系统性融合

部分高校虽已开设创新创业课程，但课程与电子商务专业的融合度欠佳。这些课程在逻辑架构上呈现出简单且分散的状态，难以与专业课程形成有效的串联，无法充分整合课程资源并发挥其优势。^[2]双创课程内容脱离专业实际，多为“纸上谈兵”式的创新创业理论讲解，针对性不强，无法切实满足电子商务专业学生在创新创业实践中的实际需求。还有些课程专为创新创业竞赛而设，却忽视了项目落地过程中的实际问题，导致创新创业教育流于表面，沦为“花拳绣腿”。

（二）师资队伍实践经验匮乏，教学能力滞后

在大多数高校中，承担创新创业教学任务的教师普遍缺乏创业经历，甚至部分教师连基本的实践经验都较为匮乏。仅依靠“从学校到社会的教师”来开展创新创业教学，显然难以契合当下社会与产业的现实需求。多数创新创业教师仅通过校内组织的有限培训便匆忙开展教学工作，在教学过程中缺乏实践能力的有力支撑，教学效果大打折扣。

（三）资源与机制缺位，项目孵化难以持续

在教学过程中，教师虽能发掘一些具有创新创业潜力的学生“好苗子”，然而，由于学生面临经费短缺、实际操作能力不足等问题，致使项目往往仅停留在策划书阶段。对于项目的具体落地及后续推进工作，缺乏行之有效的支持机制，严重阻碍了项目的孵化进程，使得真正意义上的创新创业难以实现。

（四）创新创业氛围不浓

电子商务所属的商贸类专业，相比理工类专业，创新创业氛围明显不足。理工类专业凭借专业特性，项目成果易转化为实际产品或服务，更易落地实施，且能较轻松地吸引相关企业的关注与支持。反观商贸类专业，学校对创新创业项目的支持机制极不完善。多数情况下，学校仅依据竞赛要求临时组织项目活动，缺乏长期、系统的规划与组织制度。日常教学中，也未充分营造创新创业氛围，未能开展常态化活动激发学生兴趣。这使得电子商务专业学生缺乏创新创业意识与实践机会，极大限制了其创新创业能力的培养与提升。^[3]

除此之外，现阶段高职院校电子商务专业双创教育还存在评价体系单一、育人导向模糊的突出问题。多数院校对学生创新创业能力的考核仅依托期末试卷、课程作业、竞赛获奖情况进行评

判，过度侧重理论成绩与竞赛荣誉，忽视了学生的项目实操能力、问题解决能力、团队协作能力以及商业创新思维的综合考评。单一的评价模式导致学生重理论、轻实践，重参赛、轻落地，难以真正实现创新创业能力的长效培养。同时，部分院校的产教融合合作模式较为浅层，校企合作多停留在挂牌合作、短期讲座、参观学习等形式层面，缺乏常态化、深度化、项目化的协同育人机制。企业未能深度参与课程研发、课堂教学、实训指导、考核评价等核心育人环节，学校的人才培养方案无法及时对接行业最新技术、岗位标准与市场动态，进一步加剧了人才培养与产业需求的脱节。^[4]

另外，高职学生普遍存在双创认知薄弱、职业规划模糊的问题。多数学生对电子商务行业的创新创业认知局限在于开店、直播带货等浅层形式，对商业模式创新、品牌运营、私域流量精细化管理、数字化营销升级等高阶双创内容认知不足。同时，学生普遍缺乏商业思维、风险把控意识和市场研判能力，在项目策划、成本核算、市场推广、客户维护等实操环节存在明显短板。加之学校缺乏系统化的双创启蒙教育和常态化的实践锻炼平台，学生难以积累真实的创业经验，面对市场竞争和运营难题时极易出现畏难情绪，主动创新、自主创业的积极性不足，严重制约了双创人才培养质量的提升。在数字电商高速迭代的当下，行业岗位更新速度极快，短视频营销、AI智能营销、全域电商运营等新型岗位不断涌现，传统固化的教学模式已经无法适配行业发展节奏，改革课程育人模式、深化产教融合、完善双创培育体系已然成为高职电商专业教学改革的核心任务。

三、电子商务课程体系与创新创业教育融合的策略建议：以《网络营销》课程为例

（一）基于产业需求的课程体系重构策略



电子商务专业人才培养方案的修订，需深度调研产业需求。校企双方应围绕网络营销领域的前沿问题展开深度合作，通过联合申报横向课题、开展研究项目等形式推动理论发展与创新。将企业实际需求与学院研究成果紧密结合，有力促进网络营销领域的技术进步与产业升级。针对大湾区校企合作项目，对接专项企业实践教学项目内容，开展基于真实企业业务项目的教学任务项目设计、考核评价模式设计等。如图《网络营销》课程教学项目任务设计所示：

《网络营销》课程教学项目任务设计

（二）加强“双师型”队伍建设，强化校企协同育人

一方面，鼓励教师依托企业真实项目搭建产教融合工作室，以工作室为载体，引导师生共同参与真实企业项目，提升教师自身的实践能力。与此同时，强化教师下企业实践，除寒、暑假实践形式外，通过让老师到企业进行顶岗实践进一步拓宽教师在创新创业实践的深度与广度。另一方面，不仅要让教师“走出去”，更要让企业导师“走进来”，吸引不同的企业导师参与网络营销课程授课，协同育人。《网络营销》课程组建由“学院专任教师+企业导师”的双导师团队，共同承担教学任务。学院专任教师负责理论知识传授，如课程项目一和项目二，包括网络营销基础认知、市场定位等内容的授课。^[1]企业凭借丰富实践经验，主要教授课程项目三至五，包括网络推广、内容营销、创意营销的工具及策略的认识和使用，企业在课程中为学生提供实践指导与案例分析，助力学生更好地理解和掌握网络营销的实际应用。项目六网络营销项目策划与管理由专任教师与企业导师共同合作、相互补充，构建完整教学体系。

（三）建立创新创业长效机制

鉴于《网络营销》课程与电商行业创新创业实践紧密相连，可以每年从学生的课程作业、小组项目中挖掘具有潜力的创业项目开展试点工作。在项目构思阶段，依托《网络营销》课程中的市场调研、用户分析等知识，引导学生精准定位市场需求，明确项目方向。教师利用课程所学的营销策略制定、品牌塑造等内容，全程为学生提供专业指导，协助学生进行项目孵化。在项目推进过程中，鼓励学生运用《网络营销》课程里的网络推广技巧、内容营销方法，为项目吸引流量与关注。学校与企业合作，引入企业实际案例与资源，助力学生将项目逐步落地。例如，邀请企业导师依据课程实践经验，对学生项目的网络营销策略进行评估与优化。从项目启动到成功落地的整个周期，学校都持续提供支持，为学生创新创业营造长期稳定的环境，促使学生将《网络营销》课程知识充分转化为实际的创新创业成果。

为进一步完善双创长效培育机制，院校可专门搭建电商创新创业孵化平台，整合校企资源，为学生提供项目孵化场地、运营经费、技术指导、渠道对接等一站式服务。同时，建立健全项目遴选、培育、孵化、落地、复盘的全流程管理制度，定期开展项目评审会、双创沙龙、行业交流会，邀请电商行业从业者、优秀创业毕业生、企业运营专家开展讲座分享，帮助学生精准把握行业风口，优化项目运营方案。针对优质学生创业项目，学校可对接合作企业提供流量扶持、货源支持、运营指导，助力学生实现从项目策划、模拟运营到真实落地的完整闭环，彻底解决学生双创项目落地难、持续性差的问题。同时，将双创项目实践成果纳

入课程考核、学分认定、评优评先体系，充分调动学生参与创新创业实践的主动性与积极性。

（四）“三层递进”实践体系，营造常态化创新创业氛围

校企双方合力构建“三层递进”的实践环节，以此系统提升学生的网络营销实践能力。

第一层课内实训，紧密贴合企业实际需求，着重传授网络营销的基础知识。通过在课堂内开展模拟实训，精心模拟企业营销决策场景，让学生初步了解企业营销流程，熟悉各类决策因素的考量，为后续实践筑牢理论根基。第二层项目实训，则直接承接企业真实需求。学生得以参与并完成诸如网络营销推广、网络内容策划、创意策划等企业短期任务。在这一过程中，学生将课堂所学知识运用到实际项目里，亲身体验企业网络营销工作的复杂性与挑战性，提升解决实际问题的能力。第三层顶岗实习，学生能够深入企业网络营销部门，参与长期性任务与工作。在真实的企业环境中，全方位锻炼自身网络营销能力，包括但不限于客户关系维护、营销策略执行与调整等，深度融入企业运营，为未来步入职场做好充分准备。借助企业丰富资源，学校致力于让学生持续参与实践项目，确保实践学习的连贯性与深入性，持续提升校园双创氛围。

在此基础上，院校可依托“三层递进”实践体系，打造常态化双创育人活动体系，定期开展网络营销技能大赛、电商创业策划大赛、短视频创意营销大赛等专项赛事，以赛促学、以赛促创，激发学生的创新思维和实践热情。同时，搭建校园电商创业社团、双创实践工坊，鼓励学生自主组建创业团队，开展校园直播带货、校园文创推广、本地好物营销等轻量化创业实践，让学生在日常实践中积累运营经验、锻炼团队协作能力、培养商业创新思维。此外，学校可联动本地电商产业园、中小企业、跨境电商企业，搭建常态化校外实践基地，为学生提供持续性的实习、实训、创业机会，打通校园学习与行业实践的壁垒，全方位营造人人敢创新、人人愿创业、人人能实践的良好育人氛围。

同时，为适配数字化电商发展趋势，课程实践可融入AI营销、短视频矩阵运营、私域流量精细化运营、全域电商营销等前沿内容，紧跟行业数字化转型步伐，更新实践教学内容。通过前沿知识与实操技能的融合培育，打破传统网络营销课程的内容局限，让学生掌握新时代电商创新创业的核心技能，真正实现学以致用、用以促创，全面提升高职电商专业学生的就业竞争力与创业能力。

综上所述，校企合作与产教融合的发展对新时代下创新创业人才的培养具有重要意义，只有不断拓宽校企合作与产教融合的深度与广度，才能培养出符合产业需求的双创型人才。

参考文献

- [1]李媛媛.“双创”视阈下的校企合作与产教融合[J].山西财经大学学报,2024,46(S1):281-283.
- [2]韩玉会,文小森.跨境电商特色人才培养创新路径研究——基于阿里巴巴数字贸易产业学院建设实践[J].创新创业理论与实践,2025,8(16):134-136.
- [3]杨洲.数字经济背景下电子商务人才培养模式的创新研究[J].现代职业教育,2024(32):112-114.
- [4]李丽.高职《网络营销》课程产教融合与双创教育融合路径探析[J].职业教育论坛,2022(04):78-82.
- [5]王静.数字化转型下高职电子商务专业“双师型”教师队伍建设研究[J].职业时空,2023,19(03):56-60.