
湖南工艺美术职业学院
HUNAN ARTS AND CRAFTS VOCATIONAL COLLEGE

2020 年电子商务艺术设计与制作专业 人才培养调研报告

视觉传播设计学院

2020 年 11 月

目 录

目 录.....	
2020 年包装艺术设计专业人才培养调研报告.....	1
一、调研背景.....	1
(一) 电子商务产业发展现状与趋势分析.....	1
(二) 电子商务艺术设计专业建设现状及服务产业.....	2
二、调研目的与意义.....	3
(一) 调研目的.....	3
(二) 调研意义.....	3
三、调研思路与对象.....	4
(一) 调研思路.....	4
(二) 调研对象.....	4
四、调研内容.....	4
(一) 行企业调研的主要内容.....	4
(二) 毕业生与在校生调研的主要内容.....	5
(三) 同类院校调研的主要内容.....	5
五、调研方法.....	5
(一) 文献检索法.....	5
(二) 网络调查法.....	5
(三) 实地考察法.....	5
(四) 电话访谈法.....	6
(五) 问卷调查法.....	6
六、调研结果分析与总结.....	6
(一) 行业发展现状和人才需求分析.....	6
(二) 相关职业岗位对素质、知识与能力的要求.....	9
(五) 本专业省内招生及本校毕业生就业情况.....	10
七、人才培养的对策与建议.....	12
(一) 人才培养的对策.....	12
(二) 人才培养的建议.....	16

2020 年包装艺术设计专业人才培养调研报告

一、调研背景

(一) 电子商务产业发展现状与趋势分析

根据商务部电子商务司发布的《中国电子商务报告 2019》，对 2019 年中国电子商

务发展情况、发展特点以及未来发展趋势进行了总结盘点。

1、电商规模品质加速提升。

2019 年，中国电子商务市场规模持续引领全球，服务能力和应用水平进一步提高。中国网民规模已超过 9 亿人，互联网普及率达 64.5%；全国电子商务交易额达 34.81 万亿元，其中网上零售额 10.63 万亿元，同比增长 16.5%，实物商品网上零售额 8.52 万亿元，占社会消费品零售总额的比重上升到 20.7%；电子商务从业人员达 5125.65 万人。党中央、国务院高度重视电子商务发展，商务部积极主动作为，持续优化电子商务发展环境。大力开展《电子商务法》宣传贯彻，逐步完善配套法规。强化示范引领，遴选首批 60 家数字商务企业，新增 13 家电子商务示范基地。深化电子商务诚信建设，大力推动企业开展诚信承诺，完善诚信档案。细化公共服务，开通全国电子商务公共服务平台，印发关于加强电子商务统计监测分析工作的指导意见，深入推进部省电商大数据共建共享，指导行业健康发展。

2、电商结构效益更加优化。

2019 年，农村电商进入规模化专业化发展阶段，跨境电商成为外贸转型升级的重要方向。全国农村网络零售额达 1.7 万亿元，同比增长 19.1%；农产品网络零售额 23975 亿元，同比增长 27%。截至 2019 年，电子商务进农村综合示范对全国 832 个国家级贫困县实现全覆盖，电商扶贫对接、“三品一标”认证深入实施，工业品下行、农产品上行的双向渠道进一步畅通，“下沉市场”的消费潜力得到释放。通过海关跨境电子商务管理平台零售进出口商品总额达 1862.1 亿元，同比增长 38.3%。新增 24 个跨境电商综合试验区，截至 2019 年年底，试验区总数达到 59 个，成熟的经验做法加快向全国复制推广，跨境电商政策体系不断完善。

3、电商模式业态持续创新。

2019 年，电子商务新模式新业态不断涌现。人工智能、大数据、小程序等技术广泛应用，直播电商、社交电商、跨境电商海外仓等模式深化创新，顺应了时下多元化、个性化、重视体验的消费需求。与此同时，电子商务带动线上线下融合发展的趋势更加明显，餐饮企业、零售门店主动拓展线上市场空间，传统实体经济在数字化转型方面做出新的探索和尝试。网络零售向智能制造领域延伸，电子商务平台与产业链中的各方建立数字化连接，对于提升供应链运营效率和助推产业转型升级成效明显。

今年以来，电子商务为我国对冲新冠肺炎疫情影响、保持经济社会平稳健康发展发挥了重要作用。在保障物资供应方面，电商平台千方百计扩大货源、畅通物流，有效保障了居民生活必需品供应和部分医疗物资配送；在助力复工复产方面，电商企业积极推出远程办公、在线会议、共享员工等新模式新工具，有效解决了劳动力短缺和人员聚集风险之间的矛盾；在推动消费回补方面，商务部会同有关部门举办第二届“双品网购节”，带动同期全国网络零售额超 4300 亿元，同比增长 20.8%，有力激发了消费市场活力。2020 年政府工作报告强调，“电商网购、在线服务等新业态在抗疫中发挥了重要作用，要继续出台支持政策，全面推进‘互联网+’，打造数字经济新优势”。

3、随着全球信息革命和产业变革的不断深入，数字技术的广泛与深度应用将进一步加速，电子商务在推动新旧动能转换、经济提质换挡、产业转型升级中将发挥更加重要的作用。商务部将坚决贯彻落实党中央、国务院部署，坚持新发展理念，深入推进供给侧结构性改革，加快 5G、物联网、区块链、人工智能等数字技术应用和战略性新兴产业发展，积极推动线上线下融合和传统产业数字化，促进电子商务高质量发展，为全面建成小康社会作出更大贡献。

(二) 电子商务艺术设计专业建设现状及服务产业

1.本专业建设现状

电子商务艺术设计目前在校学生 120 多人，累计培养电子商务艺术设计专业毕业生 2000 多名，极大程度的支持了珠三角、江浙、长株潭等地区的经济建设。本专业师资队伍结构合理，学术水平高，有一支由“教授+大师”领衔、骨干教师支撑的校企双导师队伍组成教学创新团队，其中专业教师应占比 70%、企业导

师应占比 30%，双师素质教师专业教师比达 90%，现专任教师队伍高级职称比例达到 50%。本专业实训条件优越，建有校内摄影实训基地，拥有一系列相关实训工作室，已建成电脑设计实训室、电商运营实训室、电商模拟沙盘实训室等，能充分满足电商艺术设计专业学生校内实习实训。教师指导学生参加多项国家级、省级专业赛事中屡获佳绩。

二、调研目的与意义

(一) 调研目的

为收集较为全面和客观的数据，以配合制定我院 2020 级电子商务艺术设计人才培养方案、专业技能抽查标准和题库的修订等工作，本团队在全国范围内开展了多方面和多层次的调研活动。本次调研活动的开展，旨在考察电子商务艺术设计专业所对应产业的发展趋势、人才结构与需求情况、同类院校本专业的办学情况与培养现状、高职人才培养定位及教学中存在的问题等，进一步明确电子商务艺术设计专业职业教育的专业定位和专业内涵，提出电子商务艺术设计专业人才培养方案和专业技能考核（标准与题库）的修订建议，构建以职业生涯为目标、以学生就业为导向、职业能力为基础、工作结构为框架、工作任务为主线、模块化课程为主体的电子商务艺术设计专业课程体系。

(二) 调研意义

通过全面开展对企业、学校和毕业生的调研，及时准确地把握电子商务行业的发展现状、发展趋势，了解电子商务专业人才结构现状、技术技能人才需求状况，了解企业职业岗位设置人员需求情况，了解职业院校的培养目标、人才规格和培养模式，了解毕业生就业状况及对学校教学情况的反馈，对人才在知识、能力、素质等方面的提出相应要求，旨在为客观、合理修订《高等职业院校电子商务人才培养方案》提供第一手资料。通过对调研数据的综合分析，了解企业需求与高职人才培养、学生能力发展三者之间的矛盾，获得人才培养在知识、技能和素质等方面的核心要求，了解高职院校课程设置、专业建设方面的主要问题，为电子商务艺术设计专业人才培养方案的修订工作提供比较全面、客观的依据。

三、调研思路与对象

(一) 调研思路

1. 组建由专业带头人、骨干教师和专任教师组成的调研团队，立足于区域经济发展趋势和电子商务产业特点的大背景，以市场为导向、以行业需求为依据、与能为基础、以学生为中心进行本次调研。

2. 通过全方位地了解电子商务艺术设计专业人才需求状况、专业面向的就业岗位与能力素质目标、以及本专业工作岗位的工作职责与任职要求等方面内容，收集、分析、整体和统计相关数据，为本专业人才培养方案的形成提供基础资料 and 依据。

(二) 调研对象

1. 行业：研究国务院、发改委、商务部等权威部门发布的报告、麦可思专业咨询公司的分析报告以及中国电子商务等协会报告。

2. 企业：调研了湖南澜旭网络科技有限公司等分布在省内的 10 家不同类型电商企业。对于外省企业，由于疫情影响出行，本次外地企业主要是参考的网经社电子商务研究中心的《2019 年度中国电子商务人才状况调查报告》数据。

3. 学校：近年，随着互联网和电子商务的快速发展，全国绝大多数高职院校开设了电子商务专业，本次重点调研了 15 所省内院校和 5 所省外院校共 20 所院校。

4. 学生：通过电子商务专业历年毕业生进行线上问卷调查。

四、调研内容

本次调研涵盖产业发展、岗位的人才需求、专业方向、课程设置、教学方法等方面，主要内容如下：

(一) 行企业调研的主要内容

电子商务产业转型背景下，电子商务设计行业新设备、新技术、新趋势的发展情况；电子商务设计企业的基本情况、业务范围、岗位设置、企业人才需求现状及未来需求趋势；电子商务艺术设计专业毕业生在相关企业的就业岗位；企业

对学校毕业生的素质、知识与能力要求；电子商务设计企业对学校毕业生持证上岗的要求，以及证书种类与等级要求。

(二) 毕业生与在校生调研的主要内容

对本专业已经毕业并在行业发展较好的学生和优秀在校学生访谈：毕业学生既是前期人才培养方案的培养对象，也是行业从业人员，对包装设计的教学过程和行业的人才需求都有着充分的了解；在校学生是人才培养方案的实施对象，他们对课程设置和实践教学体现比较了解。因此，就课程设置、实践教学等征求他们对人才培养方案的意见和建议。

(三) 同类院校调研的主要内容

同类院校关于电子商务设计专业的建设方案、人才培养、课程结构、教学实施、师资培训与实训条件建设等方面的经验。

五、调研方法

通过直接调研与间接调研相结合的方式，对包装艺术设计专业人才培养方案的修订进行了系统的调研，具体调研方法如下：

(一) 文献检索法

针对本专业调查报告的内容与范围，搜集与整理国内相关电子商务艺术设计专业的教学内容、课程开设与行业标准等文献资料，如湖南民政职业学院、长沙旅游商贸职业学院、益阳职业技术学院、湖南信息职业学院、湖南铁道信息职业学院等相关专业资料；搜集国家相关电子商务设计政策、法规与标准等资料、新闻媒体报道等。

(二) 网络调查法

了解包装电子商务企业基本情况、业务范围、岗位设置、企业人才需求现状及未来需求趋势；企业对本专业毕业生的素质与能力要求；对毕业生持证上岗的要求与证书种类、等级要求，以及企业近期急需、和五年内对毕业生的需求情况。

(三) 实地考察法

利用顶岗实习和专业考察机会，本专业老师走访设计企业与相关院校，了解包装行业现状及发展趋势；企业人才状况及需求；对高职院校学生培养的建议；

对电子商务艺术设计专业课程设置及教学内容改革的建议；对专业人才培养方案改革的经验等。

(四) 电话访谈法

对毕业生进行跟踪调查，岗位、技能需求、可持续发展、岗位迁移能力、职业晋升途径、薪水、福利待遇；后续进修等。

(五) 问卷调查法

对在校生、毕业生等相关人员进行课程设置、教学效果、深造计划等反馈意见收集。

六、调研结果分析与总结

(一) 行业发展现状和人才需求分析

单位：万人

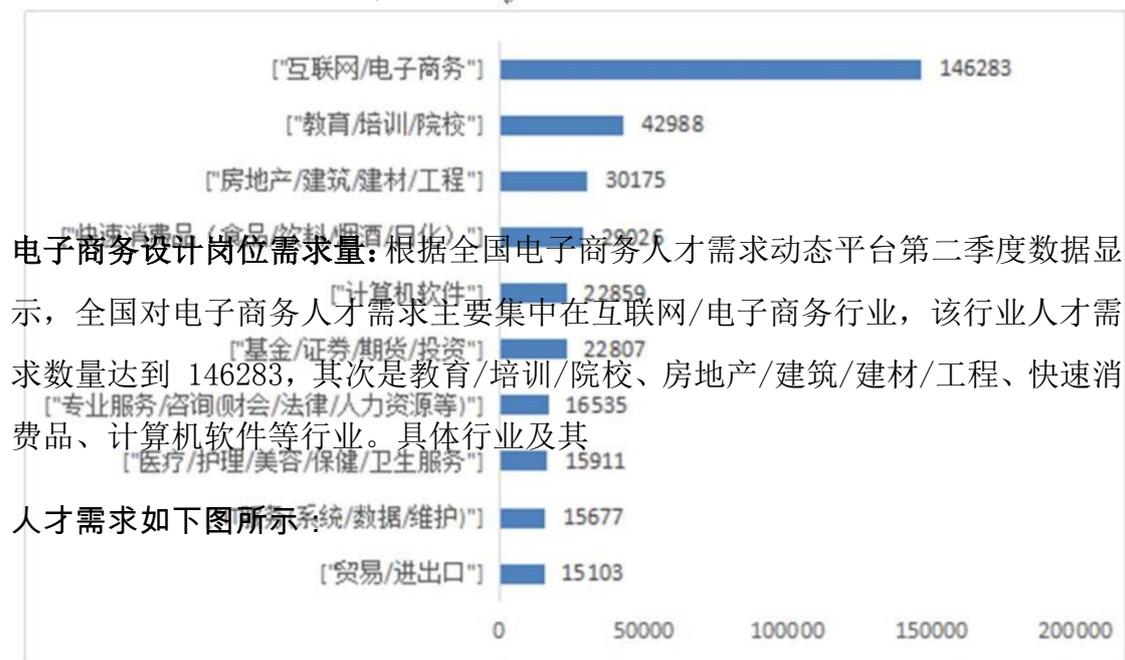
1. 行业发展现状分析

我国电子商务的发展引领全球，电子商务从业人数大幅增长，电子商务高素质技能人才需求缺口大。1、网络购物用户规模大，使用频率高，电商产业大有可为。根据中国互联网信息中心统计，截止 2020 年 3 月，我国网络购物用户规模达到 7.1 亿，较 2018 年增长 1 亿，占网民整体的 78.6%。手机网络购物用户达到了 7.07 亿，较 2018 年增长 1.16 亿，占手机网民的 78.9%。



图一、2015-2020 网络购物用户规模及使用率

2. **人才需求分析**通过对各地企业发布的电子商务岗位信息数据进行统计分析，可获知以下几个方面的电子商务设计人才需求信息。（该数据为本团队根据前程无忧、中华英才网、智联招聘网、中华人才热线等各招聘网站统计而来，数据会有所偏差，仅供参考）



电子商务设计岗位需求量：根据全国电子商务人才需求动态平台第二季度数据显示，全国对电子商务人才需求主要集中在互联网/电子商务行业，该行业人才需求数量达到 146283，其次是教育/培训/院校、房地产/建筑/建材/工程、快速消费品、计算机软件等行业。具体行业及其人才需求如下图所示

电子商务设计岗位基本条件分析：据统计，企业对于包装设计岗位学历要求，大专学历要求的占比最多，达 47.1%； 电商是一个变化快、实践性要求比较高的行业，有持续学习能力人有更大机会。从调查数据来看，大专学历的员工仍然占

主导。

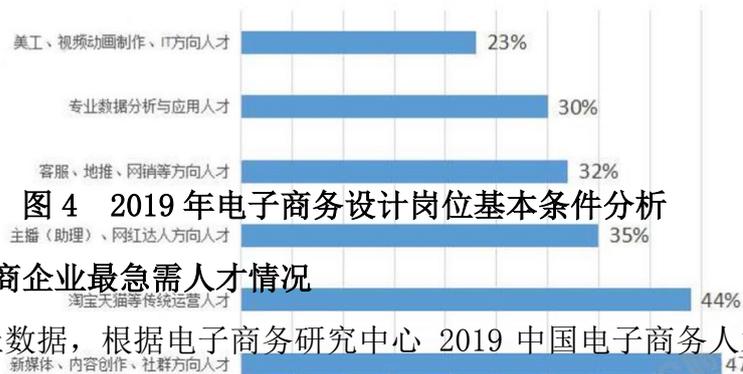


图4 2019年电子商务设计岗位基本条件分析

2019年电商企业最急需人才情况

来自网经社数据，根据电子商务研究中心 2019 中国电子商务人才状况调查报告，被调查企业中，47%的企业急需新媒体、内容创作、社群方向人才；44%的企业急需淘宝天猫等传统运营人才。35%的企业急需主播（助理）、网红达人方向人才；32%的企业急需客服、地推、网销等方向人才；30%的企业急需专业数据分析与应用人才。



图4 全国电子商务 TOP10 行业人才需求情况

(二) 相关职业岗位对素质、知识与能力的要求

1. 企业对毕业生素质、知识与能力要求

2018年至2019年年底,本团队对电子商务相关企业进行了走访和问卷调查。虽然走访调查的企业性质、规模、资质有差别,但通过调查发现用人单位对学生素质、知识及能力要求共性很多。从企业对包装专业人才的素质要求情况来看,企业比较看中的电子商务设计人才应具备良好的职业道德、素养,标准、规范和生产意识以及较强的责任心、团队协作精神,由此可以看出企业比较看重的是包装艺术设计专业人才的经验和能力。(如图6所示)

2. 毕业生反馈的素质与能力要求

据毕业生(毕业三年)的调查,电子商务艺术设计专业学生素质和能力需求的反馈结果来看,企业最看中本专业毕业生的“交流共同能力”和“积极的工作学习态度”,其次才是“电商设计能力、电商运营能力、电商活动策划能力等”的掌握。(如图9所示)

图9 电子商务艺术设计专业毕业生应具备的能力

序号	能力	所占百分比(%)
----	----	----------

1	交流与沟通	90
2	积极的工作学习态度	85
3	电商设计能力、电商运营能力、电商活动策划能力等专业核心技术能力	65
4	服务意识	58
5	团队协作	46
6	团队策划执行	32

3.同类院校调研分析

各院校都形成了相对完整的电子商务专业人才培养方案，方案包括课程体系、教学实施、教学管理、教学评价、质量保障、师资队伍、实习实训条件、配套资源等，但是由于地区差异性不同，专业定位侧重不同，培养目标不同，部分院校的专业课程设置有所区别。

1、电子商务专业全国院校开设数量很多，近年取得很高成效，但人才培养方案、课程设置等方面仍较滞后，很难适应快速发展的电商行业。

2、各院校都在通过校企深度合作，在平台建设、项目运营、实验室共建等方面进行实践，有针对性多方向培养电商复合型人才成为大家的共识。

（四）毕业生调研分析

1、基本工作能力重要度排序“专业知识”指标位居榜首，专业化技术型人才培养需求趋势明显。

2、结合岗位需求的专业课程重要度排序，《网店装修》、《电商运营实务》、《电商网站设计》重要性排名靠前。

3、针对培养教学建议调研，“专业技能实训”成为人才培养的短板，校企合作产教融合力度有待深入。

（五）本专业省内招生及本校毕业生就业情况

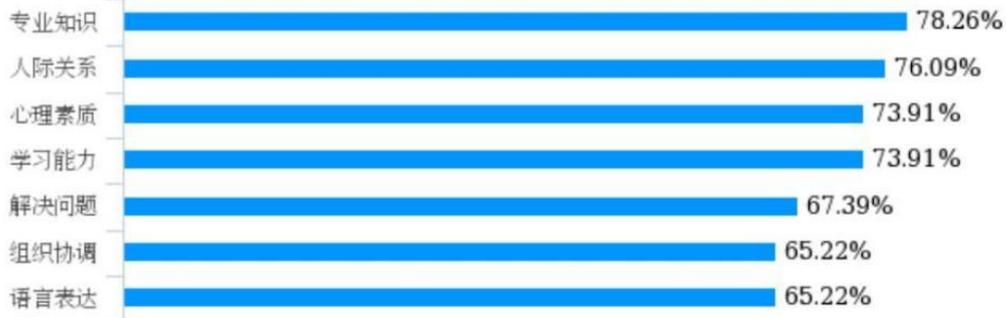
表 12 湖南省省内高职电子商务设计类专业近三年招生情况

序号	学校	专业	招生人数	备注
1	湖南民政职业学院	电子商务	2020年：32人	单招实招人数

			2019年：31人	
			2018年：24人	
2	湖南化工职业技术学院	电子商务	2020年：41人	招生计划人数
			2019年：40人	
			2018年：39人	
3	娄底职业技术学院	电子商务	2020年：40人	招生计划人数
			2019年：33人	
			2018年：30人	
4	南京信息职业技术学院	电子商务艺术设计	2020年：34人	实际报到人数
			2019年：66人	
			2018年：48人	

(数据来源于 2018-2019 年各院校招生信息网)

通过对本校电子商务艺术设计专业近三年招生与就业情况进行统计分析,可了解到目前本专业毕业生受到人才市场的青睐,就业前景非常客观。



通过调研,了解毕业生情况、岗位名称、岗位工作描述、必备的职业技能、必备的专业知识、必备的职业道德和行为规范、入职前三年的工作岗位或主要工作职责,对在校期间课程设置的满意度、对在校期间所授知识、技能的实用程度。

获取随着电商发展,电商岗位群对应的工作方式变化情况。重点分析电子商务专业面向岗位群的职业能力需求变化。本次调研的毕业生来自不同地区、不同层次就业的高职院校的电子商务专业,涉及岗位有网店运营、客服、美工、推广岗位,以及一些细分的新媒体营销、网络直播、商务数据分析等岗位。利用微信问卷的形式共发放调查问 280 份,其中有效问卷

265 份。总有效率 94.6%, 具体调研分析如下。



表 13 湖南工艺美术职业学院电子商务艺术设计专业近三年招生与就业情况

专业	毕业年份	毕业人数	初次就业	就业类别				就业率
				对口	入伍	升学	创业	
电子商务艺术设计	2020 年	31 人	25 人	20	0	5	0	100%
	2019 年	31 人	25 人	22	0	3	0	100%
	2018 年	48 人	20	18	0	2	0	95.2%

(数据来源于 2018-2019 年湖南工艺美术职业学院动态就业信息统计)

七、人才培养的对策与建议

(一) 人才培养的对策

1. 专业培养目标

本次调研结果表明,电子商务设计专业学生应做到工作态度端正、知识面宽、专业技能扎实,人际交往能力强并具备一定的创新能力。对于用人单位来说,不仅看重学生的知识技能,更看重其沟通能力、工作态度、学习态度、团队协作、

创新能力、团队精神等。

具体而言，本专业应培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神。较强的就业能力和可持续发展的能力，熟悉电子商务设计流程与方法，了解电商基础运营、推广方法原理及客服管理等基本理论知识，具备电商内容输出的能力以及店铺管理运营能力。能在网络公司、新媒体传播公司、广告公司、传统转型企业等企事业单位等，从事网络营销推广、网络信息编辑、网络客服、运营助理、新媒体推广、网络美工等的高素质技术技能人才。

2.专业岗位定位

调研表明，电子商务设计专业目标初始岗位为电商美工、电商运营助理，职业发展岗位为电商美术总监、店铺店长，职业迁移岗位为摄影师、界面设计师等。从这些岗位可以看出，电商美工、电商运营是电子商务设计专业就业的两大主要职业面向，学生在学习过程中要根据自己的兴趣和特长，逐渐明确自己的专业定位。（如表 14 和 15 所示）

表 14 本专业职业面向

所属专业大类 (代码)	所属专业类 (代码)	对应行业 (代码)	主要职业类别 (代码)	主要岗位群或 技术领域举例	职业资格证书或 技能等级证书举 例
文化艺术(65)	艺术设计类 (6501) 电子商务 类(6308)	数字内容服 务 (6591) 互联网广告 服务 (7251) 其他广告服 务	其他信息传 输、软件和信 息技术服务人 员(4-04-99) 专业化设计服 务人员 (4-08-08)	营销推广专员； 运营管理专员； SEO 专员； 网络营销策划； 新媒体编辑； 网站策划； 网络编辑； 网店美工；	电子商务运营 师； 电子商务设计 工程师； 网页设计师； 平面设计师； A dobe 平面设计 师 ICAD。

表 15 毕业生职业发展路径

岗位典型	预计年限	岗位名称
目标岗位	2	电商美工、电商运营助理
发展岗位	5	电商美术总监、店铺店长

迁移岗位	2	摄影师、界面设计师
------	---	-----------

3.课程体系构建

通过对职业岗位（群）与典型工作分析，进行课程设置，建立课程体系。课程体系以培养成具备良好职业素养、够用专业知识及熟练操作技能的高职类专业人才为目标，实现学生“能力递进”的人才培养模式进行构建。因此，从“岗位—能力—知识—课程”出发，系统优化专业课程体系，形成与岗位相对应的课程群。本专业的课程模块应由六部分组成，即公共必修课程模块、公共选修课程模块、专业基础课程模块、专业核心课程模块、专业拓展课程模块与专业综合实践课程模块六部分。

4.课程内容调整

(1) 开设相关专业课程

以本专业岗位技能要求，创意文化产业、新技术新工艺等要求，开设相关专业课程。

课程类别	课程性质	课程名称	课程代码	总学分	总学时	理论讲授	课内实践	各学期周数分配						考核方式	考证课程	
								第一学年		第二学年		第三学年				
								一	二	三	四	五	六			
专业课程	专业基础课程	字体与图形设计	02400091	4	64	10	54	16/4							★	
		电商数据采集	02500021	2	32	10	22			16/2					★	
	专业核心课程	网店视觉设计	02500066	6	96	10	86				16/6					
		电商运营实务	02500022	5	80	10	70					16/5				

(2) 更改专业群基础课程

课程	课程	课程名称	课程代码	总学	总学	理论	课内	各学期周数分配						考核	备注
								第一学年		第二学年		第三学年			

类别	性质			分	时	讲授	实践	一	二	三	四	五	六	方式	
公共基础课程	公共选修课程	非物质文化遗产理论与实务	06200009	1	18	18	0			2/9					
		国学智慧	10300002	2	36	36	0	1-5 学期内修完学分							
		中华民族精神	10300003												
		现代商务礼仪	10300004												

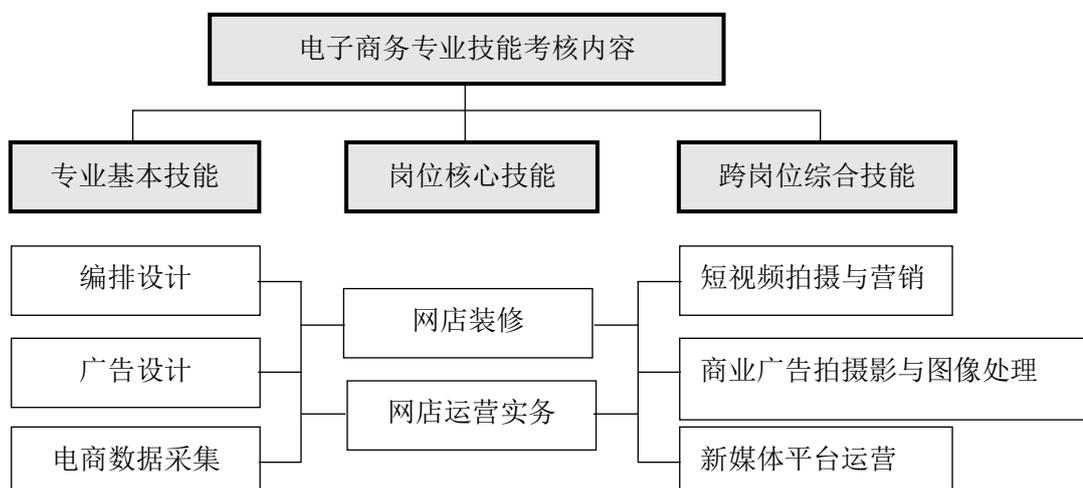
(3) 调整课程学时

根据学生的学习效果与教师的教学反馈，适当增加或缩减相关课程的学时

课程性质	课程名称	课程代码	总学分	总学时	理论讲授	课内实践	各学期周数分配						考核方式	考证课程
							第一学年		第二学年		第三学年			
							一	二	三	四	五	六		
必修	电商运营实务	02500022	5	80	10	70					16/5			
必修	广告文案写作	02500036	3	48	10	38		16/3					★	
必修	网络客户服务	02500068	2	32	10	22					16/2			

5. 专业技能及考核架构完善

以本专业岗位技能的内容为出发点，构建专业基本技能、核心岗位技能和跨岗位综合技能三大考核模块，具体如下图所示：



(二) 人才培养的建议

根据教高提出“人才培养模式改革的重点是教学过程的实践性、开放性和职业性，实验、实训、实习是三个重要关键环节”的指导精神，我院包装艺术设计专业在人才培养方案上进行了大量的调研、总结，对于适时修订和优化专业人才培养方案有以下几点建议，具体如下：

1.培养目标的明确

明确专业人才培养应具备的知识、技能、岗位工作能力。充分结合就业情况以及学生的就业需求和目标就业岗位有针对性地修订完善人才培养方案。本专业主要培养掌握网络时代新商务的客服、营销、设计、运营等专业知识和专业技术技能，具备认知能力、合作能力、职业能力等支撑终身发展、适应时代要求的关键能力，具有较强的就业创业能力和可持续发展的能力；面向网络时代新商业领域（互联网零售、互联网批发、互联网服务）的网络客服、网络营销推广、美工设计、文案设计、电商运营职业群（或技术技能领域），能够从事企业电子商务活动的策划、市场开拓推广、网络文案信息设计、客户关系管理、商务运作与管理等工作，以及能够从事网商创业的高素质技术技能型人才。

2.以赛促建，积极推进 1+X 电子商务相关技能证书试点项目

一方面，继续做好电子商务专业比赛与竞赛活动，提高学校及专业的品牌影响力。另一方面，积极推进 1+X 电子商务证书试点项目，通过证书试点项目，推进职业教育改革，全面深化三教改革，提高专业人才培养的质量。

3.积极适应行业发展新要求，加强师资培养，多元化培养专业人才

本专业在电子商务运营、推广、客服、美工等核心模块上建立了比较完善的培养体系。在此基础上，结合电子商务技术发展对人才培养提出的新要求，积极探索顺应电子商务行业及技术发展方向的课程或教学单元、教学模块，引导师资积极开发或参与培训学习“互联网+”“信息化+”等代表电子商务方向相关课程，如新媒体运营、商务数据分析等相关课程，同时积极开展校企合作，通过校内外实训基地引入相关真实项目实训。