

梅州农业学校电商专业人才培养诊改标准

随着电子商务行业的迅猛发展，对电商专业人才的需求日益增长，同时也对人才培养质量提出了更高的要求。为了适应行业发展需求，提升电商专业人才培养水平，特制定本电商专业人才培养诊改标准。本标准旨在明确电商专业人才培养的各个环节的规范和要求，通过建立科学、合理、可操作的诊改机制，不断优化人才培养过程，提高人才培养质量，为社会输送更多高素质的电商专业人才。

一、专业建设

（一）专业定位

每学年开展至少一次区域电商行业发展调研，形成详细调研报告，明确专业培养目标与区域电商产业需求的契合度。

根据调研结果，及时调整专业方向和人才培养目标，调整方案需经过专业指导委员会审议通过。

定期评估专业定位的准确性和适应性，评估周期为每两年一次。

（二）课程体系

建立课程体系动态调整机制，每年根据行业发展和企业需求，更新不少于 20% 的课程内容。

确保专业核心课程与职业标准对接，制定课程标准时邀请企

业专家参与，比例不低于 50%。

实践教学课程占总课程比例不得低于 55%，实践教学项目需涵盖电商运营的各个环节，如网店运营、网络营销、客户服务等。

每学期对课程体系实施效果进行评估，评估内容包括课程内容的实用性、教学方法的有效性、考核方式的合理性等，根据评估结果及时调整课程体系。

（三）教学资源

教材选用需经过严格审核，优先选用国家规划教材和行业优秀教材，教材更新周期不超过三年。

每年开发不少于 3 门校本教材或实训指导手册，内容紧密结合区域电商行业实际。

建设专业教学资源库，资源库内容包括课程课件、教学视频、案例分析、试题库等，每年更新资源不少于 20%。

图书馆专业书籍和期刊每年新增数量不少于 50 册，定期向学生推荐电商行业前沿书籍和期刊。

二、师资队伍

（一）师资结构

制定师资队伍建设规划，明确每年教师引进和培养计划。

专业教师数量按照师生比不高于 1:25 配备，其中具有高级职称教师比例不低于 15%，“双师型”教师比例不低于 85%。

每学期邀请至少 2 名行业企业专家、技术骨干担任兼职教师，参与教学和实践指导。

建立教师团队年龄、学历、职称结构合理的目标，每年进行一次师资结构分析，针对问题及时调整。

（二）教师素质

制定教师培训计划，每位教师每年参加不少于 72 学时的培训，培训内容包括专业知识更新、教学方法改进、企业实践等。

鼓励教师参加各类教学比赛和科研项目，每年至少组织一次教学观摩活动，提高教师教学水平。

建立教师师德师风考核机制，考核结果与教师绩效、职称评定等挂钩。

每位教师每两年至少到企业实践锻炼不少于两个月，实践锻炼期间需完成实践报告和成果转化。

（三）教学团队建设

组建专业教学团队，明确团队负责人和成员职责，制定团队建设目标和工作计划。

教学团队每年开展不少于 3 项教学研究和教学改革项目，形成教学成果并推广应用。

定期组织团队成员开展教学研讨和经验交流活动，每学期不少于 4 次。

对教学团队进行年度考核，考核结果作为团队建设经费分配和成员奖励的重要依据。

三、教学实施

（一）教学管理

建立健全教学管理制度,包括教学计划管理、教学运行管理、教学质量管埋、教学档案管理等。

严格按照教学计划和教学大纲组织教学,教学进度偏差不得超过 5%。

每月开展一次教学检查,检查内容包括教学计划执行情况、教师教学资料准备情况、课堂教学效果等,检查结果及时反馈并整改。

建立学生教学信息员制度,定期收集学生对教学的意见和建议,及时处理并反馈。

(二) 教学方法与手段

鼓励教师采用项目教学、案例教学、模拟教学等多种教学方法,教学方法多样化比例不低于 70%。

教师运用现代信息技术进行教学的比例不低于 80%,如在线课程、虚拟仿真教学、多媒体教学等。

每学期开展一次教学方法与手段创新交流活动,推广优秀教学方法和手段。

定期对教学方法与手段的实施效果进行评估,评估结果作为教师教学质量评价的重要指标。

(三) 考核评价

建立多元化考核评价体系,包括过程性考核和终结性考核,过程性考核占总成绩比例不低于 40%。

过程性考核内容包括课堂表现、作业完成情况、项目实践成

果等，终结性考核采用考试、作品展示、项目答辩等形式。

制定考核评价标准，标准需明确、具体、可操作，考核评价过程严格按照标准执行。

每学期对考核评价结果进行分析，总结经验教训，为教学改进提供依据。

四、实训基地

（一）校内实训基地

制定校内实训基地建设规划，明确建设目标和步骤。

校内实训基地设备先进、齐全，能够满足专业实践教学需求，设备完好率不低于 95%。

建立校内实训基地管理制度，包括设备管理、安全管理、开放管理等，确保实训教学安全有序进行。

每年对校内实训基地进行一次升级改造，更新实训设备和软件，提高实训基地的现代化水平。

（二）校外实训基地

与不少于 5 家企业建立稳定的校外实训基地，签订合作协议，明确双方权利和义务。

校外实训基地能够提供真实的工作环境和实践项目，每个基地每年接收学生实习人数不少于 20 人。

建立校外实训基地管理机制，定期对基地进行评估和考核，淘汰不合格基地。

安排专人负责校外实训基地的联系和管理，及时解决实习过

程中出现的问题。

五、人才培养质量

（一）学生综合素质

制定学生综合素质培养方案，包括思想道德素质、职业素养、创新精神、团队合作精神等方面的培养内容和措施。

开设综合素质拓展课程和活动，如职业生涯规划、创新创业教育、社团活动等，学生参与率不低于 80%。

建立学生综合素质评价体系，评价结果作为学生评优评先、推荐就业的重要依据。

每学年对学生综合素质培养效果进行评估，根据评估结果及时调整培养方案和措施。

（二）职业技能证书获取率

鼓励学生参加职业技能鉴定，明确学生毕业前需获取的职业技能证书种类和级别。

为学生提供职业技能培训和辅导，培训覆盖率不低于 90%。

职业技能证书获取率不低于 85%，逐年提高证书获取的级别和含金量。

（三）就业质量

建立毕业生就业跟踪调查机制，对毕业生就业情况进行持续跟踪，跟踪率不低于 90%。

毕业生初次就业率不低于 95%，对口就业率不低于 80%。

用人单位对毕业生满意度不低于 85%，根据用人单位反馈意见

见及时调整人才培养方案。

六、社会服务

（一）技术服务

成立电商技术服务团队，为企业提供电商平台搭建、网络营销策划、数据分析等技术服务。

每年开展不少于 3 项技术服务项目，服务企业不少于 5 家。技术服务收入逐年增长，增长率不低于 10%。

（二）培训服务

面向社会开展电商培训，培训内容包括电商基础知识、网店运营、电商创业等。

每年举办不少于 5 期电商培训班，培训人数不少于 200 人。建立培训质量反馈机制，根据学员反馈意见不断改进培训内容和方法。

（三）文化传承与创新

结合专业特点，开展电商文化传承与创新活动，如电商文化节、电商创业大赛等。

活动参与人数不少于专业学生总数的 80%，活动影响力逐年提高。

总结活动经验，形成电商文化传承与创新成果，如活动报告、案例集等。