

高职院校新商科专业数字化能力的内涵界定 与核心维度

毛莉杰

河南应用技术职业学院，河南 郑州 450007

DOI: 10.61369/SSSD.2025200049

摘 要： 在数字经济深度渗透的背景下，高职院校新商科专业作为培养应用型商科人才的核心载体，其数字化能力建设成为提升人才培养质量的关键。本文基于高职院校职业教育定位与新商科发展特性，明确新商科专业数字化能力的内涵，从数据分析、数字营销、电子商务运营及数字技术应用四个核心维度展开分析，为高职院校新商科专业数字化人才培养体系构建提供理论支撑与实践指引。

关 键 词： 高职院校；新商科专业；数字化能力；内涵界定；核心维度

Connotation Definition and Core Dimensions of Digital Capability in New Business Majors of Higher Vocational Colleges

Mao Lijie

Henan Technical Institute, Zhengzhou, Henan 450007

Abstract： Against the background of the in-depth penetration of the digital economy, new business majors in higher vocational colleges, as the core carriers for cultivating applied business talents, their digital capability construction has become the key to improving the quality of talent cultivation. Based on the vocational education orientation of higher vocational colleges and the development characteristics of new business, this paper clarifies the connotation of digital capability in new business majors, and conducts an analysis from four core dimensions: data analysis, digital marketing, e-commerce operation and digital technology application. It aims to provide theoretical support and practical guidance for the construction of the digital talent cultivation system of new business majors in higher vocational colleges.

Keywords： higher vocational colleges; new business majors; digital capability; connotation definition; core dimensions

引言

数字经济的蓬勃发展推动商业模式迭代与产业结构升级，新商科作为传统商科与数字技术深度融合的产物，成为高职院校商科教育改革的方向。高职院校新商科专业以培养适应数字经济需求的应用型人才为目标，而数字化能力是核心培养指标^[1]。当前，学界对新商科专业数字化能力的界定尚未统一，核心维度划分缺乏针对性。明晰其内涵与核心维度，既是高职院校新商科专业人才培养方案设计的前提，也是提升人才就业竞争力的关键，对推动商科教育数字化转型具有重要意义。

一、高职院校新商科专业数字化能力内涵界定与核心维度

（一）高职院校新商科专业数字化能力内涵界定

高职院校新商科专业数字化能力的内涵界定，需立足职业教育类型特征、新商科专业属性及数字经济发展需求三重逻辑。从本质来看，其并非单纯的数字技术操作能力，而是以数字技术为

支撑，融合商科专业知识与职业素养，实现商业活动高效开展的综合性能力。与本科院校相比，高职院校新商科专业数字化能力更凸显应用型与实操性，聚焦岗位实际需求，强调技术应用与业务场景的结合。从构成来看，该能力以数字思维为引领，以商科专业知识为基础，以数字技术应用为手段，涵盖数据处理、营销创新、运营管理等多方面的能力集合^[2]。具体而言，其体现为在商业实践中，能够运用数字工具获取与处理信息，通过数据分析挖

基金项目：2024年度河南省教育科学规划一般课题“‘专创融合’背景下高职新商科专业人才数字化能力培养研究”（2024YB0493）。

作者简介：毛莉杰（1997—），女，河南商人，硕士研究生，研究方向：“专创融合”、物流与供应链管理。

掘商业价值，借助数字平台开展营销与运营活动，最终实现商业效率提升与价值创造的能力，同时包含适应数字技术迭代的持续学习能力与职业伦理素养。

（二）高职院校新商科专业数字化能力核心维度

1. 数据分析能力

数据分析能力是新商科专业数字化能力的基础维度，也是数字经济下商科人才的核心素养。该能力要求从业者具备数据获取、处理、分析与应用的完整能力链条。在数据获取阶段，能够熟练运用各类数字工具从企业内外部平台采集销售、客户、市场等多维度数据，确保数据的完整性与有效性。数据处理环节，需掌握数据清洗、转换与整合的方法，剔除无效信息，将分散数据标准化处理，为后续分析奠定基础^[3]。分析阶段，要能够运用统计分析方法与数据可视化工具，挖掘数据背后的关联与规律，比如通过用户消费数据精准定位需求偏好。应用层面，需将分析结果转化为商业决策建议，如根据市场数据调整产品库存、优化定价策略，为企业经营提供数据支撑，这一能力直接决定企业对市场需求的响应速度与决策科学性。

2. 数字营销能力

数字营销能力是新商科专业数字化能力的关键应用维度，聚焦数字场景下的营销活动开展。该能力以数字平台为载体，以用户需求为核心，实现营销精准化与高效化。从业者需熟悉各类数字营销渠道的特性，包括社交媒体、搜索引擎、直播电商、短视频等，能够根据产品定位与目标受众选择适配的营销渠道组合。同时，要具备用户画像构建能力，通过数据分析梳理用户年龄、消费习惯、行为偏好等特征，实现精准营销内容推送。在内容创作方面，需结合数字媒介特点，制作图文、视频、直播等多样化的营销内容，提升用户关注度与转化率^[4]。此外，还需掌握营销效果监测与优化的方法，通过分析点击率、转化率等数据指标，实时调整营销策略，提升营销活动的投入产出比，适应数字营销场景的快速变化。

3. 电子商务运营能力

电子商务运营能力是新商科专业数字化能力的核心实践维度，直接对接电商岗位的核心需求。该能力涵盖电商平台运营的全流程，包括店铺搭建、产品管理、流量运营、客户服务等关键环节。在店铺搭建阶段，能够根据平台规则与品牌定位完成店铺装修、类目设置等基础工作，打造符合用户体验的店铺界面。产品管理方面，具备产品选品、上架、定价与优化的能力，结合市场数据选择潜力产品，通过优化产品标题与详情页提升搜索排名。流量运营是核心环节，需掌握自然流量优化与付费流量投放的技巧，通过搜索引擎优化、平台活动报名、直播带货等方式提升店铺流量^[5]。客户服务环节，能够运用智能客服工具与客户沟通，及时解决咨询与售后问题，提升客户满意度与复购率，确保电商业务的持续稳定运营。

4. 数字技术应用能力

数字技术应用能力是新商科专业数字化能力的支撑维度，为其他维度的落地提供技术保障。该能力并非要求掌握复杂的技术开发，而是聚焦商科场景下数字工具与系统的熟练运用。首先，

需掌握基础数字工具的使用，如 Excel、SPSS 等数据处理工具，Photoshop、剪映等内容制作工具，以及微信、抖音等社交与营销工具^[6]。其次，要熟悉主流商科数字系统的操作，包括企业资源计划系统、客户关系管理系统、电商平台后台管理系统等，能够通过系统完成数据录入、流程审批、运营监控等工作。此外，还需具备数字技术风险防范意识，了解数据安全、隐私保护等相关法规，在技术应用过程中确保商业数据的安全与合规，同时能够快速适应新的数字技术与工具迭代，保持技术应用的时效性与有效性。

二、高职院校新商科专业数字化能力培养策略

（一）构建模块化课程体系，融合数字技术与商科知识

课程体系是数字化能力培养的核心载体，需打破传统商科课程的学科壁垒，以数字能力培养为主线构建模块化课程体系。基础层面设置数字素养模块，涵盖数字技术基础、数据思维、商业数据分析基础等课程，帮助学生掌握数字工具使用与数据处理的基本方法，为后续专业学习奠定基础。专业融合层面设计场景化模块，将数字技术与市场营销、电子商务、财务管理等专业课程深度融合，例如在市场营销课程中融入数字营销策划、社交媒体运营等内容，在电子商务课程中强化直播电商运营、跨境电商数字化操作等实操内容^[7]。同时，增设实战导向的综合模块，以企业真实项目为依托，设置数字商业综合实训课程，让学生在模拟商业场景中综合运用数据分析、数字营销、电商运营等能力解决实际问题。课程内容需定期根据行业技术迭代与岗位需求更新，引入区块链、人工智能在商科领域的应用等前沿内容，确保课程的时效性与针对性。

（二）打造双师型师资队伍，强化数字教学能力

师资队伍的数字化素养直接决定培养质量，需以双师型为建设目标，构建“校内培育+校外引进”的师资建设机制。校内培育方面，建立常态化数字能力培训体系，定期组织教师参与数字技术应用、数字化教学方法等专题培训，鼓励教师深入企业挂职锻炼，参与企业数字化项目运营，积累实战经验。例如安排市场营销专业教师到电商企业参与数字营销 campaign 策划，电子商务专业教师到平台企业熟悉后台运营逻辑。校外引进方面，重点吸纳企业一线数字化运营人才、数字技术专家担任兼职教师，通过专题讲座、实操指导等方式将行业前沿经验融入教学^[8]。同时，组建跨专业数字化教学团队，整合商科教师与信息技术教师资源，共同开发数字化教学资源、设计实训项目，形成教学合力。此外，建立师资数字教学评价机制，将数字化教学成果、企业实践经历等纳入考核指标，激励教师提升数字教学能力。

（三）搭建多元化实践平台，衔接岗位实际需求

实践教学是高职教育的核心环节，需搭建“校内仿真+校外实战”的多元化实践平台，实现数字能力培养与岗位需求的无缝衔接。校内层面建设数字化仿真实训中心，引入电商平台模拟系统、数字营销实训软件、商业数据分析工具等，模拟真实商业场景开展实操训练，让学生在安全可控的环境中熟悉数字化运营流

程。例如通过仿真系统开展店铺装修、产品上架、流量推广等全流程电商运营实训，借助数据分析软件对模拟销售数据进行挖掘与应用。校外层面深化校企合作，与电商企业、数字营销公司、互联网平台等建立稳定的实训基地，安排学生进行顶岗实习，参与企业真实项目运营，如协助企业开展直播带货、进行用户数据分析、优化营销方案等^[9]。同时，积极组织学生参与各类数字化技能竞赛，如全国电子商务职业技能大赛、商业数据分析大赛等，以赛促学、以赛促练，通过竞赛检验培养成效，提升学生的实战能力与竞争力。

（四）创新多元化评价体系，保障培养质量实效

传统单一的考核方式难以全面评价学生的数字化能力，需构建多元化评价体系，实现过程性评价与结果性评价的有机结合。过程性评价聚焦学生学习过程中的能力提升，通过课堂表现、实训报告、项目完成情况、数字工具使用熟练度等指标进行综合评定，例如在数字营销实训中，根据学生的营销方案设计、平台操作流程、数据监测分析等环节进行阶段性评分。结果性评价注重能力产出，采用实战项目考核、技能认证等方式，如要求学生完成企业真实商业项目策划并提交成果报告，鼓励学生考取电子商

务师、数据分析工程师等职业技能等级证书，将证书获取情况与课程成绩挂钩^[10]。同时，引入第三方评价机制，邀请企业导师对学生的实践表现、岗位适配度进行评价，结合毕业生就业质量、企业满意度等数据反馈，形成闭环评价体系。通过多元化评价及时发现培养过程中的问题，针对性调整培养方案，保障数字化能力培养质量。

三、结语

数字经济背景下，高职院校新商科专业数字化能力培养是人才供给与产业需求对接的关键。本文明确其内涵为数字技术支撑下商科知识与职业素养融合的综合能力，厘清数据分析等四大核心维度，并提出课程、师资、实践、评价四位一体培养策略。研究为新商科教育数字化转型提供理论框架，也为人才培养方案优化提供实操指引。未来需结合技术迭代与产业变革，持续深化校企协同，动态调整能力维度与培养路径，助力高职新商科人才更好适配数字经济发展需求。

参考文献

[1] 史云珊, 刘芳. 数字化赋能高职新商科教育的价值、困境与路径 [J]. 江苏经贸职业技术学院学报, 2025, (05): 67-70.
[2] 马志越, 王赫. 数字经济背景下新商科专业人才数字化培养模式与提升路径 [J]. 河北企业, 2025, (08): 145-148.
[3] 刘灿亮. 数字经济背景下高职院校新商科数字化人才培养创新研究 [J]. 广东职业技术教育与研究, 2025, (06): 48-54.
[4] 陈丹, 庆来刚. 新商科数字化场景中应用人才培养质量评价的重要维度及实现路径 [J]. 产业创新研究, 2025, (11): 168-171.
[5] 龙璇, 陈姣, 麦锐. 数字化转型背景下高职新商科人才培养路径探析 [J]. 职业技术, 2025, 24 (02): 34-39.
[6] 潘荟有, 赵冬婧, 韩素军, 等. 数字经济背景下新商科人才培养路径探索与研究 [J]. 上海商业, 2024, (10): 202-204.
[7] 张雪玉. 新商科视角下工商管理专业提升数字素养的价值与实践 [J]. 大学, 2024, (25): 64-67.
[8] 赵红梅, 于辉, 菅志宇. 资源行动视角下高职新商科专业群的数字化赋能研究 [J]. 高等职业教育探索, 2024, 23 (04): 32-38.
[9] 彭聪. 面向数字经济的新商科人才数字化能力培养模式探索与实践——以物流管理专业为例 [J]. 物流科技, 2024, 47 (08): 179-181.
[10] 王哲. 新商科背景下经管类教师数字化转型需求与能力提升路径 [J]. 信息系统工程, 2024, (01): 71-74.