湖南民族职业学院
Hunan Vocational College for Nationalities

商贸旅游学院
2024级三年制跨境电子商务专业
人才培养方案



湖南民族职业学院

二〇二四年五月三十日

目录

一、专业名称/专业代码/所属专业群 1
二、入学要求 1
三、基本修业年限 1
四、职业面向 1
（一）职业面向 1
（二）典型工作任务与岗位职业能力分析 1
（三）职业发展路径 2
五、培养目标与培养规格 3
（一）培养目标 3
（二）培养规格 3
六、课程设置及要求 5
（一）课程设置 5
（二） 主要开设课程 7
（三） 核心课程标准 7
七、教学进程总体安排 7
（一）课程计划与进度总表 7
（二）教学总学时分、总学分分配表 10
八、实施保障 10
（一）师资队伍 10
（二）教学设施 11
（三）教学资源 15
（四）教学方法 17
（五）学习评价 18
（六）质量管理 19
九、毕业要求 20
（一）原则要求 20
（二）具体要求 20
十、附件与说明 22
（一）编制流程及主要成员 23
（二）学分制 23
（三）“1+X”证书制度及职业资格证 23
（四）动态调整机制 24
（五）附件 25
附件 1：三年制专科跨境电子商务专业课程设置及描述 26
附件 2：三年制专科跨境电子商务专业核心课课程标准 58
附件 3：跨境电子商务专业调研报告 212
附件 4：湖南民族职业学院专业人才培养方案审批表 248

湖南民族职业学院商贸旅游学院
2024 级跨境电子商务专业人才培养方案

一、专业名称/专业代码/所属专业群

跨境电子商务/530702/国际文化旅游专业群。

二、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业生或具备同等学力。

三、基本修业年限

标准学制三年；弹性学制 3-6 年。

四、职业面向

（一）职业面向

表 1 职业面向表

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）	主要岗位类别（或技术领域）	职业技能等级证书或职业资格证书举例
财经商贸大类（53）	电子商务类（5307）	批发业（51） 零售业（52） 互联网和相关服务（64） 商务服务业（72）	国际商务专业人员（2-06-07-01） 电子商务师（4-01-06-01） 互联网营销师（4-01-06-02）	目标岗：跨境电商运营推广专员、美工师、客服专员 发展岗：跨境电商运营主管、跨境视觉营销设计师、数据分析师 迁移岗：跨境物流专员、外贸业务员	跨境电商操作员证 1+X 跨境电商 B2B 数据运营职业技能等级证书（中级） 1+X 数字营销技术应用职业技能等级证书（中级）

（二）典型工作任务与岗位职业能力分析

表 2 典型工作任务与岗位职业能力分析表

序号	职业岗位	典型工作任务	职业能力分析	对应课程
1	跨境电商客服	客户关系维护 客户需求与异议处理 客户档案管理 客户关系搭建 售后服务	1.多语言沟通 2.产品知识 3.订单处理 4.投诉处理 5.售后服务	商务英语听说 国际商务文化与礼仪 跨境电商英语 跨境电商客户服务 跨境电商政策法规
2	跨境电商美工	产品拍摄与图片处理 店铺装修与美化 产品详情页编辑与处	1.熟练掌握软件设计 2.产品理解与展示力 3.创意与空间感知力	Photoshop 美工基础与网店装修 视觉营销设计

		理 形象策划与设计	4.团队协作能力	跨境供应链管理
3	跨境电商运营推广	商机获取与处理 店铺建设与维护 产品发布与更新 数据分析与应用 交易管理与跟踪	1.市场分析与精准定位 2.优化产品信息与展示 3.社交媒体推广 4.合作与联盟营销 5.数据监测与优化	跨境电子商务基础 管理学基础 跨境电商运营 跨境市场推广 跨境电商数据分析与应用

（三）职业发展路径

表 3 毕业生职业发展路径表

岗位类型	岗位名称	岗位要求
初始岗位	跨境电商运营推广专员	1.负责跨境平台产品的日常运营工作店铺日常维护及推广等 2.制定销售计划并按计划完成销售额目标 3.根据平台规则对违规行为进行处罚处理，并对相关数据进行分析和总结
	美工师	1.负责图片处理、海报设计 2.根据客户或外贸业务员的意见,做相关产品和 Logo 的效果图
	客服专员	1.反应灵活,思维敏捷,沟通协调能力强 2.工作积极上进,有良好的抗压能力和团队精神 3.负责解答客户咨询及对客户进行跟进处理
发展岗位	跨境电商运营主管	1.全面负责各跨境电商 B2C 平台 Amazon,Walmart,Shopee,Lazada 等账户，选品，运营等策略规划及落地执行 2.根据公司战制定产品线策略，开发规划，开发流程，对产品线的利润把控负责任 3.负责公司产品全面上线运营与推广，制定运营策略并组织执行，推动核心指标的增长，提升运营效益，确保运营目标的实现
	跨境视觉营销设计师	1.参与团队一起策划产品的拍摄方案，负责每一波新品的图片构思及搭配 2.可独立拍摄产品、创意视频，并剪辑和后期处理；配合运营策划，把控品牌调性，能独立完成有创意的店铺专题活动及常规页面的主视觉呈现 3.负责品牌营销视觉创意，通过视觉设计来提升点击率和转化率，促进销售
	数据分析师	1.负责用户及相关数据（订单、产品等）的分析与探索 2.基于业务场景进行专题分析，为业务决策提供数据支持 3.以提升用户体验及终身价值为导向，进行数据挖掘并产生应用价值 4.推动用户与销售经营生产数据的融合，通过用户指标、跨部门数据合作等不断推进用户数据应用
迁移岗位	跨境物流专员	1.协调处理跨境物流运输事宜 2.管理跨境物流文件和报关 3.跟踪货物运输和仓储管理 4.解决物流问题和处理投诉
	外贸业务员	1.配合公司的所需，及时作好翻译工作 2.熟悉产品，对产品专业知识熟悉掌握，并能独立分析其组成 3.熟悉产品在市场上的定位，找出报价时的不同 4.能独立开发客户，对外贸流程了解，对产品的规格、质量等都能给客

		户及时的答复

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业面向湖南、长三角、珠三角经济圈等就业地区。培养德智体美劳全面发展，践行社会主义核心价值观、良好的职业道德、人文素养、较强的语言表达、沟通交流、信息素养、团队协作、创新创业等能支撑终身发展的能力，掌握扎实的跨境电商推广、数据分析、网店美工、店铺运营和供应链管理知识等专业知识，能够从事跨境电商店铺运营、客户服务及美工等岗位，培养具有敏捷营销思维，高数智技能素养的复合型人才。学生毕业 1-2 年能胜任跨境电商运营推广专员、美工师、客服专员等岗位；3-5 年后,能胜任跨境电商企业中高层管理岗位工作,如跨境电商客服主管、跨境电商平台运营主管等。

（二）培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力方面达到以下要求。

1.素质目标（S）

S1：坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感。

S2：崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识。

S3：具有质量意识，较高的网络沟通素质。

S4：勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神。

S5：具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和 1-2 项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，以及良好的行为习惯。

S6：具有一定审美和人文素养，能形成 1-2 项艺术特长或爱好。

S7：具有一定的国际视野，能了解国际形势，对跨境电商行业有较深的认识。

S8：具有对产品排版精修，产品视觉美化，产品包装设计的专业认知。

S9:具有诚实守信的职业道德和互联网安全意识，对数字电商有敏锐嗅觉，遵守与跨境电子商务相关的法律法规。

12.能力目标（N）

N1：具有跨境电子商务平台使用能力，完成选品分析、店铺注册、产品发布、店铺运营、站内活动策划、数据分析与应用。

N2：具有结合产品和品牌特点，制订海外推广策划方案能力，能够开展搜索引擎营销、社会媒体营销、广告投放等站外推广。

N3：具有图形图像处理软件应用能力，根据跨境电子商务运营要求完成店铺、活动的视觉设计与内容优化。

N4：具有良好的跨文化沟通、商务沟通和外语沟通能力与技巧，能回复客户咨询、跟踪客户订单、分析客户数据、维护客户关系等。

N5：具有制订跨境电子商务物流方案能力，完成产品采购、仓储、发货、服务商管理、进程跟踪、物流数据分析、异常处理、风险预警。

N6：具有适应国际贸易数字化发展需求的信息技术、数字技术应用能力。

N7：具有良好的学习能力、表达沟通能力和团队合作精神，具有批判性思维、创新能力和创业能力。

N8：具有使用新技术、新工艺完成跨境电商业务的能力。

3.知识目标（Z）

Z1：熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、文明生产等知识。

Z2：掌握本专业所必需的应用文写作、经济数学、商务外语（以英语为主）、计算机及互联网等基础知识。

Z3：掌握开展跨境电商业务活动必需的信息检索、商务数据统计分析和报告撰写相关知识。

Z4：熟悉我国跨境电商产业发展状况、战略性新兴产业发展规划和全国经济社会发展总体战略和相关政策知识。

Z5：掌握跨境电子商务视觉设计、视觉营销相关的美学知识。

Z6：掌握跨境电商平台运营规则与流程、跨境供应链管理以及跨境市场推广、跨境电商数据分析的主要方法。

Z7：掌握形图像处理相关的美工基础以及网店装修等知识。

Z8：掌握商务英语听、说、读、写的基本知识。

Z9：掌握国际商务文化与礼仪，熟悉国际商务接待与谈判流程。

Z10:了解跨境电子商务市场交易中的新指南、新规范。

六、课程设置及要求

（一）课程设置

基于跨境电商专业市场调研报告，组织跨境电商行企专家、专业教师、跨境电商在校生、毕业生共同研讨与分析，明确跨境电商专业培养目标及人才培养规，确定职业岗位及典型工作任务，准确跨境电商职业岗位应具备的职业能力，跨境电商落实跨境电商认证要求，校企共建课程体系。

本专业隶属国际文化旅游专业群，按照“旅游管理、研学旅行管理与服务、商务英语、跨境电子商务专业”管理课程基础相通，依据跨境电商“跨境电商运营、跨境视觉美工、跨境电商客服”等职业岗位相关，健全“岗位精准对接、课证有效转化”多维融通机制，优化跨境电子商务专业课程与岗位衔接、课程与证书衔接、课程与比赛衔接“三衔接”专业课程体系生态系统。将专业精神、职业精神、劳动精神、工匠精神融入人才培养全过程，构建课程思政与思政课程大格局，体现以岗位（群）职业标准为基础，以职业能力培养为核心，促进跨境电商专业人才培养质量全面提升。

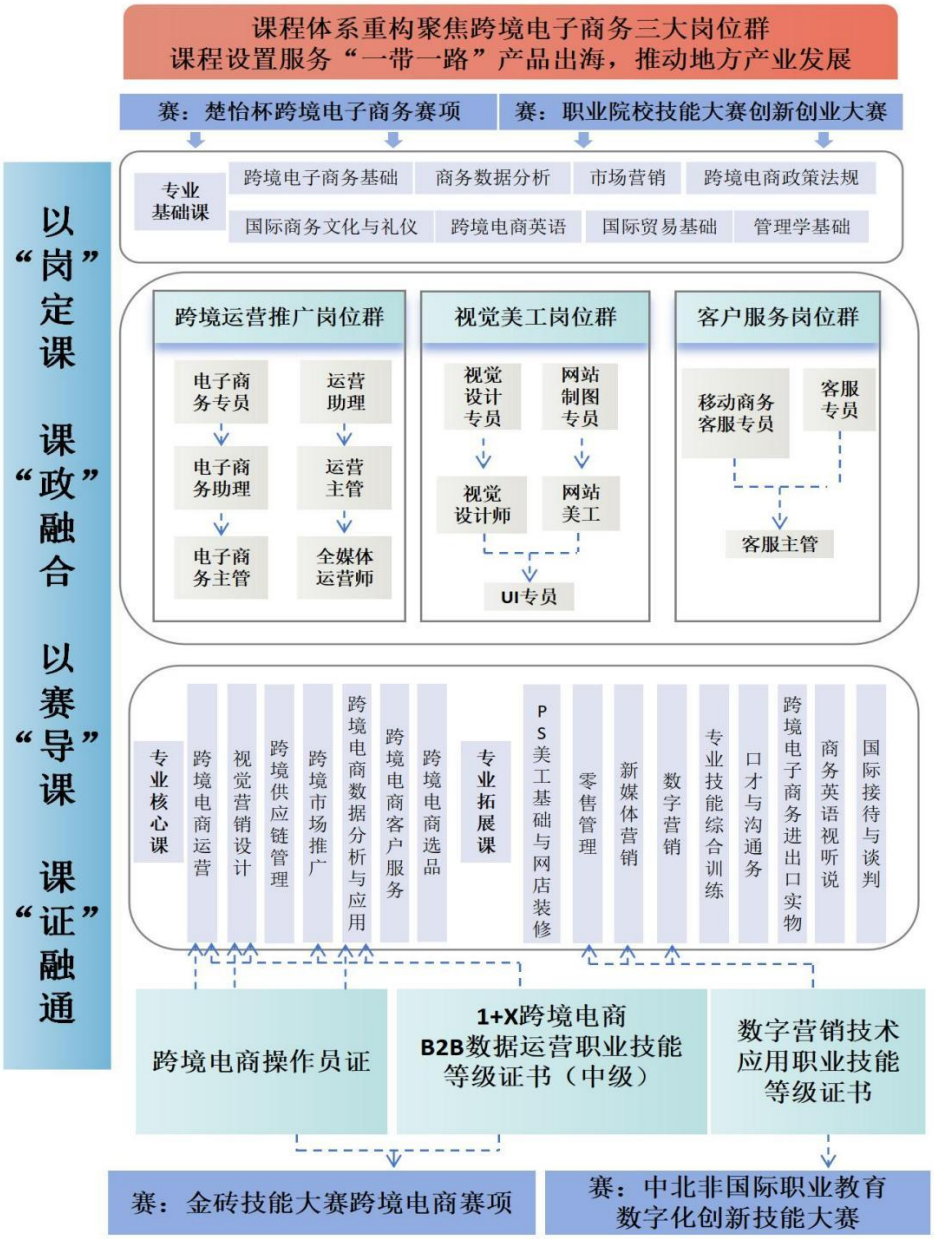


图 1 跨境电子商务专业“三衔接”专业课程体系图

（二）主要开设课程

课程设置服务“一带一路”产品出海，推动地方产业发展。本专业有公共基础课（包含必修课、限选课和任选课）、专业（技能）课（包含专业基础课、专业核心课、专业限选课与专业任选课）、集中实践活动等三大类课程。总共 46 门课，2664 学时，137.5 学分。如图 2 所示：



图 2 跨境电子商务专业主要开设课程图

（三）核心课程标准

三年制专科跨境电子商务专业核心课程标准详见附件 1

七、教学进程总体安排

（一）课程计划与进度总表

表 4 课程计划与进度总表

课程类别		课程名称及编号	学分	学时分配			考核方式	学年/学期分配//周课时数						备注
				总学时	其中			第一学年		第二学年		第三学年		
					理论	实践		一	二	三	四	五	六	
								20 周	20 周	20 周	20 周	20 周	20 周	
公共基础课	公共必修课	2101001 思想道德与法治	3	48	40	8	●	2*12	2*12					
		2301004 习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	48	36	12	●			3*16				分单双周开课
		2301003 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	32	28	4	●				2*16			
		2001005 形势与政策	1	40	40	0	▲	2*4	2*4	2*4	2*4	2*4		
		2401021 高职语文	1	16	10	6	●		2*8					
		2401111 中华优秀传统文化	1	16	10	6	▲	2*8						
		2201025 大学英语	8	128	64	64	●	4*16	4*16					
		2201028 体育与健康	6	108	12	96	●	2*16	2*18	2*10	2*10			
		2201033 创新创业基础	2	32	20	12	▲				2*16			
		2401034 信息技术	3	48	24	24	▲	2*10	2*14					
		2301071 就业指导	1	14	8	6	▲			2*7				1-7 周
		2301070 职业规划	1	18	10	8	▲	2*9						8-16 周
		2201072 大学生心理健康教育	2	32	24	8	▲		2*16					
		2201073 军事理论	2	36	36	0	●	36						
		2201123 国家安全教育	1	16	16	0	▲		2*8					
		2301127 劳动教育	1	16	16	0	▲			2*8				
	小计（16 门）		**38**	**648**	**394**	**254**		**13**	**15**	**7**	**7**			
	公共限选课	2101015 中国共产党史	1	16	16	0	▲	2*8						
		2201023 高等数学	3	48	38	10	●	4*12						
		2401121 健康教育	0.5	8	8	0	▲				2*4			
		2401075 大学美育	0.5	8	8	0	▲				2*4			
		2401122 职业素养	0.5	8	8	0	▲			2*4				
		2401123 习近平著作选	1	16	16	0	▲	2*8						
	小计（6 门）		**5.5**	**88**	**78**	**10**		**6**	**0**	**0.5**	**1**			
专业（技能）课	专业基础课	◆2405501 跨境电子商务基础	4	64	48	16	●	4*16						
		◆2405502 管理学基础	2	32	16	16	●	2*16						
		◆2405503 国际商务文化与礼仪	2	36	24	12	●		2*18					
		◆2405504 市场营销	2	36	24	12	●		2*18					
		◆2405505 跨境电商政策法规	2	36	18	18	●			2*18				
		◆2405506 国际贸易基础	2	64	42	22	●		4*16					
		◆2405507 跨境电商英语	4	64	44	20	●			4*16				
		◆2405508 商务数据分析	2	36	20	16	●			2*18				
	小计（8 门）		**20**	**368**	**236**	**132**		**6**	**8**	**8**	**0**			
	专业核心	★2405509 跨境电商运营	4	72	32	40	▲			4*18				
		★24055010 视觉营销设计	4	72	26	46	▲			4*18				
		★2405511 跨境供应链管理	4	72	30	42	●				4*18			
		★2405512 跨境市场推广	4	72	30	42	▲				4*18			

	课	★2405513 跨境电商数据分析与应用	4	72	36	36	●				4*18			
		★2405514 跨境电商客户服务	4	72	40	32	●				4*18			
		★2405515 选品管理	3	48	24	24	●		4*12					
	小计（7 门）		**27**	**480**	**218**	**262**		**0**	**3**	**8**	**16**			
	专业限选课	★2405516Photoshop 美工基础与网店装修	2	32	12	20	▲	2*16						
		★2405517 零售管理	2	36	18	18	●			2*18				
		◆2405518 新媒体运营	2	36	12	24	▲			2*18				
		★2405519 数字营销	2	36	18	18	▲				2*18			
		◆2405520 专业技能综合训练	6	96	0	96	▲					16*6		
	小计（5 门）		**14**	**236**	**60**	**176**		**2**	**0**	**4**	**2**	**6**		
	专业任选课	◆2405521 口才与沟通	2	36	18	18	▲				2*18			4 选 1
		◆2405522 跨境电子商务进出口实务			18	18	▲				2*18			
		◆2405523 商务英语视听说			18	18	▲				2*18			
		◆2405524 国际接待与谈判			18	18	▲				2*18			
	小计（1 门）		**2**	**36**	**18**	**18**					2			
	集中实践活动	2405525 军事技能	2	112	0	112	▲							
		2405526 认识实习	1	24	0	24	▲	1w						
		2405527 岗位实习	26	624	0	624	▲					7w	19w	
		2405528 毕业设计	2	48	0	48	▲					2w		
	小计（4 门）		**31**	**808**	**0**	**808**								
合计			**137.5**	**2664**	**1004**	**1660**		**27**	**26**	**27.5**	**28**	**6**	**0**	

备注：★校企课程◆校内课程●考核方式为考试▲考核方式为考查

（二）教学总学时分、总学分分配表

表 5 教学总学时分、总学分分配表

课程类别		课程性质	课程学分	学时			
				理论学时	实践学时	小计	占总学时比例（%）
公共基础课		必修	38	394	254	648	24.32%
		选修	5.5	78	10	88	3.31%
专业（技能）课	专业基础课	必修	20	236	132	368	13.81%
	专业核心课	必修	27	218	262	480	18.02%
	专业限选课	必修	14	60	176	236	8.86%
	专业任选课	选修	2	18	18	36	1.35%
	集中实践活动	必修	31	0	808	808	30.33%
合计			137.5	1004	1660	2664	100.00%
说明： 1.课内教学原则上以 18 学时为基准折算为 1 学分（个别课程可根据其开课性质、开课方式、开课学期做适量微调），集中实践教学环节以周为单位安排,每周计 24 学时/1 学分。 2.本专业总学时为 2664 学时，总学分为 137.5 学分，其中公共基础课学时 736，占比 27.63%；专业课程学时 1928，占比 72.37%；实践教学总学时 1660，占比 62.31%；选修课总学时 272，占比 10.02%。							

八、实施保障

（一）师资队伍

1.队伍结构

本专业教学团队要求教师理想信念坚定，具有良好的思政育人意识和能力，能够结合专业课程教学，将“五有”育人与专业教学相融合。专业教学团队由专业带头人、专任教师、兼职教师组成，形成年龄、职称结构合理、优势互补的合理梯队。其中，副教授及以上职称教师应占 30%以上，讲师职称应占 60%以上，助教占比不超过 10%。跨境电商一线兼职教师素质良好、队伍稳定学生数与本专业专任教师数比例不高于 18:1，“双师型”教师比例不低于 70%（见图 6）。同时建立专业教师库，实行动态更新。

表 6 专业教学团队结构

生师比	不高于 18：1			
专兼职比	7：3			
双师比	不低于 80%			
年龄	<30 岁	30-40 岁	40-50 岁	50-60 岁
	9.10%	45.45%	45.45%	/

学历学位	专科	本科	硕士	博士及以上
	/	22.73%	68.17%	9.10%
职称	助教（初级）及以下	讲师（中级）	副教授（副高）	教授（正高）
	23.54%	40.91%	36.36%	/

2.专业带头人

具有跨境电商相关专业硕士学位、副高及以上专业技术职称。有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心，具有5年以上跨境电商相关专业工作经验；能承担3-5门专业核心课程的教学。在区域内有一定的影响力，能够较好地把握国内外跨境电商行业、专业发展动态，了解行业企业对专业人才的实际需求；能组织专业教学团队完成课程开发、课程标准制定、实训实习基地建设等工作。爱岗敬业，严谨治学，组织管理能力和团队合作精神强，在科学研究、教育教学、社会服务等方面起到表率作用。

3.专任教师

具有高校教师资格和本专业领域有关证书；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力，能胜任2-3门专业课程的模块化教学，能够开展课程教学改革和科学研究；能够运用信息技术开展混合式教学等教法改革；能够跟踪新形势、新技术发展前沿，开展技术研发与社会服务；每2年累计不少于2个月的跨境电商相关机构实践经历，每5年不少于2个月实践时长。

4.兼职教师

具有良好的教师职业道德，具有国内中大型跨境电商企业2年以上工作经验，5年以上教学经验，本科以上学历，至少拥有一门跨境电商相关技能等级证书，对学生教育见习及实习有高水平指导能力。能把握国家对跨境电商教师的专业发展方向，广泛联系行业企业，了解各级各类跨境电商机构对跨境电商教师的需求实际。能遵守学校对兼职教师管理的各项规章制度。

（二）教学设施

主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、实训

室和实训基地。

1.专业教室基本条件

一般配备黑（白）板、75寸以上一体机或带音响投影设备、课桌、椅等，互联网接入或WiFi环境，并具有网络安全防护措施，能满足公共课程、专业基础课程、专业核心课程等理论教学任务，教学教室须安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

2.校内实训基本要求

按照100名学生规模对接真实职业场景或工作情境，建设校内实训室，开展跨境电商运营、选品管理、国际市场推广、数据分析与应用、客户服务、视觉营销设计、跨境物流管理等实训。

表6 校内实训室配置与要求

序号	实训室名称	面积/工位	主要实训项目	主要设备
1	电子商务视觉设计实训室	100平米/50个	1.平面、色彩、立体构成的视觉应用实训 2.电商图像素材的综合处理与制作实训 3.电商网店主题风格设计与店铺装修实训 4.电商网站前端页面的设计与制作实训	电脑50台、电脑桌椅50套、服务器1台、路由器1台、网络柜机1台、多媒体中控台1台、功率放大器1台、交换机3台、投影机1台、商品安检机一台、3D成像设备一套
2	跨境电商1+X考证培训中心	100平米/50个	跨境电商B2B店铺数据运营实操	电脑50台、服务器1台、功率放大器1台、交换机3台、投影机1台、跨境电商B2B数据运营实操软件、考证软件、监控设备
3	电子商务数据分析实训室	100平米/50个	1.数据采集与处理实训 2.数据分析模型构建实训 3.主题数据分析实训 4.数据挖掘与分析实训 5.数据化运营创新实训	OFFICE软件、电商教学系统、电脑50台、服务器1台、路由器1台、网络柜机1台、多媒体中控台1台、功率放大器1台、交换机3台、投影机1台、玻璃珠银幕、语音系统一套
4	客户服务与管理实训室	100平米/50个	1.网络客服话术实训（售前、售中、售后） 2.交易订单处理实训	电脑50台、电脑桌椅50套、服务器1台、路由器1台、网络柜机1台、多媒体中控台1台、功率放大器1台、交换机3台、投影机1台、语音系统一套
5	电子商务运营实训室	100平米/50个	1.网站（店）定位设计实训 2.网店开设与运营分析实	网站运营与推广实训软件、跨境电子商务实训软件、电脑50台、电脑桌椅50套、服务器1台、路

			训 3.移动商务活动策划实训 4.移动店铺运营与分析实训 5.跨境电子商务活动策划与管理实训	由器 1 台、网络柜机 1 台、多媒体中控台 1 台、交换机 1 台
6	智慧商业实训室	120 平米/50 个	1.智慧物流实训 2.智慧供应链实训	物流仿真实训软件、电脑 50 台、电脑桌椅 50 套、服务器 1 台、路由器 1 台、网络柜机 1 台、多媒体中控台 1 台、交换机 1 台

3.校外实训基地基本要求

在应用跨境电子商务的制造业、零售业、互联网和相关服务、批发业等行业内企业中，筛选建立稳定的校外实训实习基地不少于 4 家，能够提供从事跨境电商运营、选品管理、国际市场推广、数据分析与应用、客户服务、视觉营销设计、跨境物流管理等实习实训岗位 100 个以上，这些实训实习配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理，有保证实习生日常工作、学习和生活的规章制度，有安全及保险保障（见图 7）。

表 7 校外实训基地配置与要求

序号	实训基地类型	代表企业名称	数量	实训内容	基本条件与要求
1	跨境电商运营推广实训类型基地	倍思科技 深圳市闪魔数码科技有限公司 深圳市星翔羽科技有限公司	10	跨境电商运营、外贸业务、市场营销策划、选品管理	1.在中国注册的优质设计公司，或国外在中国注册的具有设计资质的公司； 2.能够为学生提供符合国家规定的安全岗位工作环境；企业为中型企业和大型企业，能容纳 50-100 名左右实习生； 3.具有与跨境电商推广相配套的实习实训设施设备，能够保障学生完成实习任务，并为学生提供便捷的学习场所； 4.企业能够提供实习工作岗位所涉及的工作流程、技术规范、操作规范、生产管理技术档案、视频影像信息、图书信息、文献信息等详细资料，并提供保证实习要求的网络信息环境。

2	跨境电商物流实训类型基地	深圳市南凯外贸电商科技有限公司 深圳市普莱斯科技有限公司 深圳市南凯物流有限公司	15	国际市场营销策划、国际货物运输及代理、外贸业务、物流通关与报关、供应链管理	1.在中国注册的优质设计公司，或国外在中国注册的具有设计资质的公司； 2.能够为学生提供符合国家规定的安全岗位工作环境；企业为中型企业和大型企业，能容纳50-100名左右实习生； 3.具有与跨境电商专业物流相关岗位相配套的实习实训设施设备，能够保障学生完成实习任务，并为学生提供便捷的学习场所； 4.企业能够提供实习工作岗位所涉及的工作流程、技术规范、操作规范、生产管理技术档案、视频影像信息、图书信息、文献信息等详细资料，并提供保证实习要求的网络信息环境
3	跨境电商客服实训类型基地	湖南凯晟产教融合科技有限公司 深圳东禾国际物流有限公司	15	客户服务、线上客服、售后跟进、客户维护	1.在中国注册的优质设计公司，或国外在中国注册的具有设计资质的公司； 2.能够为学生提供符合国家规定的安全岗位工作环境；企业为中型企业和大型企业，能容纳50-100名左右实习生； 3.具有与跨境电商专业数据分析相配套的实习实训设施设备，能够保障学生完成实习任务，并为学生提供便捷的学习场所； 4.企业能够提供实习工作岗位所涉及的工作流程、技术规范、操作规范、生产管理技术档案、视频影像信息、图书信息、文献信息等详细资料，并提供保证实习要求的网络信息环境
4	跨境电商数据分析类型实训基地	宝优汽车 深圳市雷恒网络科技有限公司	10	用户数据分析、用户数据与生产数据融合、用户数据应用	1.在中国注册的优质设计公司，或国外在中国注册的具有设计资质的公司； 2.能够为学生提供符合国家规定的安全岗位工作环境；企业为中型企业和大型企业，能容纳50-100名左右实习生； 3.具有与跨境电商专业美工相配套的实习实训设施设备，能够保障学生完成实习任务，并为学生提供便捷的学习场所； 4.企业能够提供实习工作岗位

					所涉及的工作流程、技术规范、操作规范、生产管理技术档案、视频影像信息、图书信息、文献信息等详细资料，并提供保证实习要求的网络信息环境
5	跨境电商美工类型实训基地	深圳市九叶灵枝电子商务有限公司 金三普电子			1.在中国注册的优质设计公司，或国外在中国注册的具有设计资质的公司； 2.能够为学生提供符合国家规定的安全岗位工作环境；企业为中型企业和大型企业，能容纳50-100名左右实习生； 3.具有与跨境电商专业美工相配套的实习实训设施设备，能够保障学生完成实习任务，并为学生提供便捷的学习场所； 4.企业能够提供实习工作岗位所涉及的工作流程、技术规范、操作规范、生产管理技术档案、视频影像信息、图书信息、文献信息等详细资料，并提供保证实习要求的网络信息环境。

表7 校外实训基地配置与要求

4.支持信息化教学方面的基本要求

具有一定网络软硬件条件及终端，能够提供中国大学MOOC、超星学习通、智慧职教云、专题资源库等交互式数字化教学平台的信息化教学资源，同时选用知网、万方、国家科技图书文献中心等文献资料平台，为学生打造一个系统化、全方位、立体式的数字化学习环境，满足学生专业学习、教师专业教学研究、教学实施和社会服务需要。引导鼓励教师开发并利用智慧职教、职教云APP、爱课程、超星、钉钉、腾讯云、学习通等互联网信息化教学资源、教学平台，创新线上线下混合的教学方法，引导学生利用信息化教学条件自主学习，提升教学效果。

（三）教学资源

主要包括能够满足学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施需要的教材、图书及数字资源等。

1.教材选用基本要求

本专业按照国家规定选用优质教材并依据课程标准执行，优先选用教

育部职教“十三五”规划教材，或专业相关国家一级出版社出版的教材，禁止不合格的教材进入课堂。经过规范程序择优选用国家级规划教材、高等职业教育十三五创新型规划教材、教育部教学指导委员会推荐教材、国家级及省部级精品课程教材、省部级获奖教材等教材。根据教学改革和人才培养需要鼓励教师积极开发专业校本教材，支持教师结合在线精品课程的建设开发专业立体化教材，专业课程教材应体现本行业新技术、新规范新标准、新形态。学校应建立由专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材 3 本（见表 9）。优先选用近三年出版的新教材，以体现职业教育与时俱进的教材选用原则，并制定了三年教材开发编写计划，鼓励校企合作开发活页式校本教材。

表 8 专业教材（部分）选用表

序号	课程名称	教材名称	教材类型	出版社	主编
1	跨境电商客户服务	跨境电商客户服务与管理	高等职业教育十三五创新型规划教材	北京理工大学出版社出版	徐娜
2		跨境电商客户服务	高等职业教育十三五创新型规划教材	大连理工大学出版社	杜艳红
3		跨境电子商务沟通与客服	高等职业教育十三五创新型规划教材	电子工业出版社	刘敏

2. 图书文献配备基本要求

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。我校图书馆现有馆藏纸本文献 30 余万册,纸质期刊近 6000 种，电子图书、硕博论文和电子期刊 150 余万种。图书文献（专业图书>600 册）配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅，每年定期对专业相关图书进行补充更新。专业类图书文献主要包括：一定数量的跨境电子商务行业法律法规、行业标准、技术规范及操作流程、操作手册等，跨境电子商务相关的图书、中外文期刊。及时配置跨境电子商务专业行业、产业新经济、新技术、新工艺、新材料、新管理方式、新服务方式等相关的图书文献。专业类图书文献主要包括：

（1）跨境电商数据分析、跨境电商平台运营、跨境市场推广等图书与

文献；

（2）跨境视觉营销设计、PS 的运用等图书与文献；

（3）国际贸易、跨境商务函电等图书与文献；

（4）跨境电商客户服务与管理、跨境电子商务沟通与客服、跨境商务谈判、等图书与文献；

（5）网络营销类图书与文献。

3.数字资源配备基本要求

建设各级精品在线课程，不断完善跨境电子商务专业教学资源库，建设、配备与本专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、数字教材等专业教学资源,种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。优先选用国家职业教育专业教学资源库内资源，形成定期更新，实时优化的丰富、优质线上资源（见表 10）。对部分课程利用教学资源平台，配备与跨境电子商务专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、数字教材等形成专业教学资源库，库内资源种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

表 9 专业数字化资源推荐选用一览表

序号	数字化资源名称	资源网址
1	网店视觉营销	https：//www.icourse163.org/course/DYC-1450294582?from=searchPage&outVendor=zw_mooc_pcssjg_
2	跨境电商实务	https：//www.icourse163.org/course/SZPT-1466006161?%20appId=null&outVendor=zw_mooc_pcsslx_
3	电子商务数据分析	https：//www.icourse163.org/course/JSCFA-1462939163?from=searchPage&outVendor=zw_mooc_pcssjg_
4	市场营销	https：//www.icourse163.org/course/SCU-1002146004?from=searchPage&outVendor=zw_mooc_pcssjg_
5	跨境电商客户服务	https://www.icve.com.cn/portal_new/courseinfo/courseinfo.html?courseid=h44hawmtjptkkhqdwtavgq

（四）教学方法

跨境电商教师应依据专业培养目标、课程教学要求等，根据学生的实际情况，因材施教，因需施教，鼓励创新教学方法和策略，广泛推行项目教学法、案例教学法、任务教学法、情境教学法、PBL 教学法、讨论式教学法等方法，加大信息技术在教育教学中的应用，以达成预期教学目标。

（1）专业技能课程主要采用教学方法：项目教学法、问题驱动法、任跨境电商务驱动法、案例教学法、小组合作法、情境教学法、研究教学法、

理实一体化教学法，推进教法改革，全面提高教学质量，提高实践技能，实现理论与实践，教、学、做一体化。利用现代教学手段，采用多媒体音像资料，拓展学生视野，调动多种感官，充分开发大脑的认识功能，提高教学效率和教学质量。

（2）公共基础课程主要采用教学方法：案例教学法、演示法、示范法、小组合作法，倡导体验式教学、启发式教学和讨论教学，实现讲练结合、读跨境电商写结合、个人活动与小组活动相结合、课内课外相结合、线上线下相结合。

（五）学习评价

本专业实施“全方位、多角度”的评价，专业技能（专业核心课程）课程采取教师、学生、社会（企业）第三方评价等多元主体评价方式，从学生的思想政治表现、专业技能、素质能力发展、情感态度形成等多方面来对学生进行综合评价。

1.主要采用的教学评价方式

为了检验教与学的效果，主要采取以下四种教学评价方式：

（1）形成性评价。教学实施中，观察学生的学习态度和对知识、技能的掌握情况，寻找其在学习过程存在的认知与态度偏差，指导学生掌握正确的学习方法和学习技巧，及时调整教学组织实施方案。

（2）诊断性评价。教学实施前，调查学生已有的知识水平、能力发展情况以及学习特点、学习态度，了解学生的学习准备状况及影响其学习的因素。根据调查结果设计学习领域、学习情境，选择适宜的教学内容、教学方法和教学组织形式，因材施教，顺利实施教学。

（3）增值性评价。建立增值性评价体系，重点关注学生个体成长、全面评价学生发展、提升教学质量。设立文化知识、专业知识、专业能力、职业素养四个维度，以初始学业水平、理论考试、技能抽查、职业资格证书、学生自评、教师评价为增值性评价依据，建立学生成长档案，监测学生个人成长，定期评选“成长之星”，树立典型、建立学生自信。

（4）总结性评价。教学实施后，评定学生的学习成绩，考核学生掌握知识、技能的程度和能力水平以及达到教学目标的程度。通过对毕业生的

跟踪调查、就业单位意见反馈和社会评价，对人才培养方案的科学性、合理性、适应性和毕业生的质量以及教学组织的满意度进行考察，为修订新的人才培养方案提供依据。

2.考核办法与考核标准

根据跨境电子商务专业学生学习场域的不同，将本专业考核内容分为两类，即校内学习课程考核和校外实习实践考核，并制订不同的考核办法。

（1）校内学习课程考核办法。校内学习课程主要通过在线网络平台学习记录、理论知识测试等渠道，采用闭卷、开卷、实操测试、综合作业等各种方法，着重考核学生的学习态度、学习品质、学习能力。

（2）校外实习实践考核办法。校外实习实践考核主要以用人单位为主体，以本校专业指导教师为辅，即学生课程考试评价由学校负责组织，但在用人单位里进行，将过程考核与结果考核、个人考核与小组考核结合起来。实习成绩由学校指导教师协同企业指导教师评定，并提交学院实习领导小组审定。成绩评定主要从实习态度、团结协作、实习记录、作业、实习报告等几个方面考核。实习成绩不合格者不予毕业，按照学校有关规定处理。

（六）质量管理

1.教学管理制度保障

学校和二级学院为保障教学顺利进行，建立一系列教学管理制度，出台《教师工作规范》《课程建设管理办法》《教学工作检查实施办法》《教学事故认定和实施办法》等日常教学规范管理制度；还制定了关于实践教学管理的制度，如《专业实践管理办法》《专业实践工作程序》等；制定了教师管理的《专任教师管理办法》、《兼职教师管理办法》等；制定了关于学生管理的《学生管理规定》、《学生考试违纪和作弊认定处理办法》等。

2.质量监控动态管理机制

健全教学质量监控动态管理制度。成立以院长为核心的教学质量监控小组，维护和督察学院日常教学秩序，组织常规教学检查、随机听课、教学资料抽查，定期开展公开课、示范课等教研活动。完善教学评价、实习

实训、毕业设计、资源建设、课程标准等方面质量标准建设。通过教学实施、过程监控、质量评价、持续改进，达成人才培养目标。

3.人才培养社会评价机制

建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制。通过对生源情况、在校生学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。完善毕业设计以及毕业生跟踪调研、专业调研，评价本专业培养目标与规格的达成度和人才培养质量，同时对跨境电商专业的生源情况、在校生学业水平等进行分析，做好人培方案的适时调整，保障人才培养质量的动态提升。

4.人才培养动态发展机制

建立对《专业人才培养方案》实施情况的诊改机制。三年为一个诊改周期，每学年对《专业人才培养方案》实施一轮诊改，充分利用评价分析结果有效改进专业教学，加强专业建设，持续提高人才培养质量。

九、毕业要求

（一）原则要求

1.具有坚定的社会主义信念和正确的世界观、人生观、价值观；遵纪守法、诚实守信；文明举止和行为习惯符合《高等职业学校学生日常行为规范》；

2.掌握高等职业学校必须的思想政治理论、科学文化知识，具有一定的人文素养和综合素质；

3.具有良好的职业道德和职业素养，能够从事本专业或专业方向就业面向岗位的工作；

4.身心健康，人格健全。

（二）具体要求

1.本专业毕业生所修课程考核全部合格，至少修满137.5个学分（其中包括军训4学分,劳动教育1学分,毕业设计2学分,顶岗实习26学分）；

2.符合学校其他制度规定的毕业要求，并且无纪律处分或已解除；

3.原则上获得以下计算机应用能力证书之一：湖南省计算机应用能力考试证书/教育部的“全国计算机等级考试（NCRE）—MSOFFICE”一级证书；

4.原则上取得普通话二级乙等（含二乙）以上证书、英语三级等证书；

5.技能考核合格，鼓励获得1+X跨境电商B2B数据运营职业技能等级证书、1+X数字营销技术应用职业技能等级证书（中级）、跨境电商操作员证等；

6.完成毕业设计，通过答辩。

本专业毕业生应达到以下要求：

表10跨境电商专业学生毕业要求

（一） 守道德	**1.职业道德素养** 深刻理解与自觉践行社会主义核心价值观,具有坚定的社会主义信念和正确的世界观、人生观、价值观；遵纪守法、诚实守信	**1-1 理想信念** 深刻理解与自觉践行社会主义核心价值观，增进对中国特色社会主义的思想认同、政治认同、理论认同和情感认同。 **1-2 道德规范** 遵守商业道德，自觉遵守跨境电子商务政策法规、跨境电商从业人员职业道德规范，具有诚实守法意识。 **1-3 职业追求** 以提供优质的客户服务为目的，追求高业绩，通过不断学习，提升自己专业素养，实现自我价值的持续增长。
	2.团队协作素养 热爱跨境电商事业,具备积极的情感、态度与价值观，尊重他人，有效沟通，共同完成跨境业务。	**2-1 职业情感** 热爱跨境电商事业、乐于与他人交流，愿意投身外贸事业，理解客户。 **2-2 职业理解** 认同跨境电商工作的意义和价值，认同跨境电商工作对我国外贸发展的价值。 **2-3 尊重客户** 具有人文底蕴和科学精神，尊重客户，富有同理心、责任心，工作细心、耐心。
（二） 学会操作	**3.跨境电商平台运营能力** 具有一定的抗压能力，熟悉亚马逊、速卖通等主流跨境电商平台，能够熟练操作跨境电商平台、进行店铺搭建、运营管理和优化。	3-1 跨境电商基础知识 掌握跨境电商的基本概念、发展历程、特点、趋势及商业模式等，了解国内外跨境电商的行业标准。 3-2 国际贸易知识 熟悉国际贸易的基本理论和实务操作，包括进出口流程、关税、汇率等，以确保贸易活动的合规性和效率。 3-3 电子商务技能 具备电子商务平台的操作和管理能力，能够熟练应用跨境电商平台进行店铺搭建、运营管理和优化。
	4.数据分析能力 熟悉数据分析工具和方法，如Excel表格等，能够进行市场分析、竞品分析、销售预测等，以支持决	**4-1 销售数据分析** 分析销售额、订单量、客单价、转化率等关键销售指标。 **4-2 消费者行为分析** 分析消费者的购买习惯、偏好、需求等信息，

	策和优化运营策略。	以深入了解消费者需求和市场趋势。 **4-3 竞争对手分析** 分析竞争对手的产品、价格、营销策略等信息，以了解竞争对手的优势和劣势，制定差异化的竞争策略。 **4-4 市场趋势分析** 分析行业趋势、市场热点、政策法规等信息，以把握市场机遇和规避市场风险。
	5.美工设计能力 综合运用各种设计工具，技巧和创意理念，对视觉元素进行处理和创作。	**5-1 基础设计能力** 熟练掌握设计软件，能运用这些工具进行图像编辑，区别良好的构图能力，让产品在图画中重点突出，布局合理。 **5-2 页面布局能力** 考虑用户体验，合理划分页面区域，精心编排内容顺序，引导消费者了解产品并产生购买欲望。 **5-3 视觉呈现能力** 懂得如何突出产品特点，能够结合产品的用途和目标市场的喜好进行创意设计，吸引消费者。
（三）会交流	**6.跨文化交流** 具备流利的英语或其它外语沟通能力，能够借助翻译软件与外国客户进行无障碍交流，理解不同市场的文化背景和商业习惯。	**6-1 跨文化理解** 了解不同国家和地区的客户文化背景，消费习惯和价值观，根据文化差异调整服务方式，针对不同国家的客户特点，提供个性化服务。 **6-2 跨文化语言沟通** 熟练掌握一门及以上外语，熟悉外语的商务沟通风格，能够准确理解客户需求，清晰的进行回复。
	7.客户服务能力 树立以客户为中心的理念，倾听客户的诉求，对于客户的常见问题，能快速有效的提供解决方案，妥善解决客户的问题。	**7-1 售前服务** 洞悉市场需求，了解产品性能，能够详细为客户介绍产品不同功能的优势，熟悉产品优势和卖点，精准向客户推荐产品并回答客户的咨询。 **7-2 售中服务** 能及时处理客户订单，并熟悉各种跨境支付条件，安排合适的物流方式进行发货，保持与客户的良好沟通。 **7-3 售后服务** 能及时收集客户反馈意见和建议，处理客户投诉，处理退换货，耐心和客户沟通，安抚客户情绪，提升整体的客户体验。
（四）学会发展	**8.学会反思** 具有反思教育教学实践的态度和能力，初步养成创造性和批判性思维，初步掌握反思方法和技能，具有一定创新意识，学会分析和解决问题，具有终身学习与专业发展意识。	**8-1 反思创新** 具有反思意识、创新意识，掌握基本的反思方法和技能，运用批判性思维关注、分析教育实践问题，主动收集分析相关信息，不断进行反思，并自我诊断和自我改进。 **8-2 终身发展** 具有终身学习和持续发展的意识，能合理规划专业学习和职业生涯。

十、附件与说明

（一）编制流程及主要成员

学院成立人培方案工作小组，由院长担任组长，各教研室主任协同骨干教师共同参与，展开形式多样的需求调研，聘请行业专家进行问题诊断，再召集用人单位进行质量检测，确保人培方案的科学性。

主笔人：跨境电商教研团队

主审人：商贸旅游学院审核专家团队

专业建设指导委员会：刘朝辉、李武、刘瑞蕾、李侃、姚师洵、谢羽萌、郑卉、蒋文、冯义飞、胡蓉

（二）学分制

实行学分制。学生可提前或推迟毕业，但学生在校修业年限不得少于2年，或超过6年。

（三）“1+X”证书制度及职业资格证

实行课证融通制度。鼓励学生在获得学历证书的同时，积极取得若干职业技能等级证书，我校将根据国家1+X职业技能等级证书相关要求适时调整人才培养方案，同时也鼓励学生取得职业资格证书。各类职业技能等级证书、职业资格证书可计算学分，也可置换相关课程，具体见下表：

表11 职业证书、技能比赛与专业学分置换表

序号	证书/获奖等级				可置换课程	可置换学分	置换要求
	类型	证书/赛项名称	主办单位	等级			
1	职业技能等级证书	1+X跨境电商B2B数据运营职业技能等级证书	清华大学服务外包研究院和阿里巴巴	准入级	Photoshop美工基础与网店装修	2	获得初级或以上证书
2		1+X跨境电商B2B数据运营职业技能等级证书	清华大学服务外包研究院和阿里巴巴	中级	跨境电商运营	4	获得中级或以上证书
3		1+X数字营销技术应用职业技能等级证书（中级）	中教畅享（北京）科技有限公司	中级	数字营销	2	获得中级或以上证书

4	专业技能竞赛（A 类赛）	湖南省职业院校技能大赛电子商务赛项	教育厅	省级三等奖及以上奖项	视觉营销设计	4	获省三等奖以上奖项即可置换任意 1 门课程学分
					跨境电商运营	4	
					跨境电子商务数据分析与应用	4	
5	专业技能竞赛（B 类赛）	跨境电子商务师	人社厅、湖南省电子商务师（跨境电子商务）职业技能大赛组委会	三等奖	跨境电商运营	4	获省三等奖以上可置换学分

表 12 职业资格证书转换学分、课程表

序号	职业资格（技能）证书类型	职业资格（技能）证书及可转换的学分		职业资格（技能）证书可置换的专业必修课程	备注
		等级	可折算的学分		
1	普通话等级证书	二级乙等	0.5	口才与沟通	1.具体置换方式为：由学生在获得证书的学期末或下学期初向学院提出申请，由学院集中审批。 2.可根据获得职业技能等级证书的等级所转换的学分，对等置换该学期或上学期考核未通过的课程学分；或者在毕业学期集中提出申请置换在校期间考核未通过的课程学分。 3.如若出现所获得的一个证书学分多于该门课程的实际学分，则多于学分置换某一门课程的学分后自动清零，不能累加。如若出现单个证书级别较低，不能置换某一门课程学分时，可用几个证书累加，然后对等置换某一门课程的实际学分，置换某一门课程学分后的剩余学分同样清零。
		二级甲等	1		
		一级乙等	1.5		
		一级甲等	2		
2	计算机等级证书	省级或国家级二级以上	2	信息技术	
		全国计算机软件资格、水平考试获程序员证书	4		
3	外语类等级证书	英语三级	1	大学英语 跨境电商英语	
		英语四级	3		
		英语六级	6		
4	湖南省互联网+创新创业大赛	一等奖	6	除专业核心课、实习实训课以外的专业基础课、专业选修课	
		二等奖	4		
		三等奖	2		

（四）动态调整机制

本方案根据经济社会发展需要和年度诊改结论，适时对课程和相关安排进行调整，以确保人才培养质量达到培养目标。

（五）附件

1.三年制专科跨境电子商务专业课程设置及描述；

2.三年制专科跨境电子商务专业核心课课程标准；

3.跨境电子商务专业调研报告；

4.学校党委会审定意见表。

附件 1：三年制专科跨境电子商务专业课程设置及描述

1.公共基础必修课

本专业开设《思想道德与法治》、《习近平新时代中国特色社会主义思想概论》、《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》、《形势与政策》、《高职语文》、《中华优秀传统文化》、《大学英语》、《体育与健康》、《创新创业基础》、《信息技术》、《就业指导》、《职业规划》、《大学生心理健康教育》、《军事理论》、《国家安全教育》、《劳动教育》16 门必修课，共计 38 学分。课程描述如下：

公共基础必修课课程描述

课程名称	课程目标、内容及要求		主要支撑培养规格
思想道德与法治	课程目标	**1.素质目标** （1）树立正确的人生观、价值观，坚定理想信念、弘扬中国精神，塑造社会主义核心价值观； （2）养成良好的思想道德素质和法治素养，成为自觉担当民族复兴大任的时代新人。 **2.知识目标** （1）了解人生观的主要内容，掌握人生价值的评价方法；理解理想信念的内涵与特征，领悟理想信念的重要性；理解以爱国主义为核心的民族精神和以改革创新为核心的时代精神； （2）掌握社会主义核心价值观的基本内容和重大意义；认识道德的功能与作用，理解社会主义道德的核心和原则，明确社会公德、职业道德、家庭美德、个人品德的基本要求； （3）理解我国社会主义法律的本质特征和运行，掌握习近平法治思想的主要内容，明确法治思维的基本内容和培养途径。 **3.能力目标** （1）能够将道德的相关理论内化为正确的道德认知，遵守道德规范，提高道德实践能力； （2）能够自觉遵守法律法规，运用相关的法律知识分析公共生活、职业生活、家庭生活等领域的现实法律问题。	**S1** **S2** **S4** **Z1** **N9**
	主要内容	1.担当复兴大任成就时代新人；2.领悟人生真谛把握人生方向；3.追求远大理想坚定崇高信念；4.继承优良传统弘扬中国精神；5.明确价值要求践行价值准则；6.遵守道德规范锤炼道德品格；7.学习法治思想提升法治素养。	
	教学要求	**1.师资队伍：**教学中始终坚持马克思主义立场、观点和方法，在政治立场、政治方向、政治原则、政治道路上同以习近平同志为核心的党中央保持高度一致；牢记习近平总书记对思政课教师提出的“六要”要求，在教学中贯彻落实“八个相统一”。 **2.教学设施：**智慧教室、触摸屏教学一体机 **3.教学资源：**教材使用高等教育出版社出版的《思想道德与法治》（2023 年版），并配套使用超星马克思主义学院思政资源库、中国大学 MOOC 线上慕课、思想政治理论课资讯平台、学习强国 APP 等数字化教学资源。 **4.教学方法：**以启发式教学法、任务驱动教学法、讲授教学法、案例教学法、情境教	

		学法为主，并利用“课堂—校园—社会”三大实践阵地，适时采用理实一体化教学法。	
课程名称	**课程目标、内容及要求**		**主要支撑培养规格**
习近平新时代中国特色社会主义思想概论	**课程目标**	**1.素质目标** 增强学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想的自觉性和坚定性，培养具有当代大学生的使命感和社会责任感，具备社会主义现代化事业合格建设者所应有的基本政治素质和相应的能力，以立德树人为己任，积极投身到中华民族伟大复兴伟大实践，成为社会主义现代化建设事业的建设者和接班人。 **2.知识目标** 能够了解新时代中国社会发展的规律，正确认识本国国情，全面掌握习近平新时代中国特色社会主义思想的科学体系、精神实质、理论品格、重大意义等，深化对新时代坚持和发展什么样的中国特色社会主义，怎样坚持和发展中国特色社会主义的认识。 **3.能力目标** 能够运用习近平新时代中国特色社会主义思想武装自己的头脑，学会运用所学理论知识提高自身认识、分析和解决现实问题的能力，能运用马克思主义立场、观点、方法指导实践，分析和解决教育教学中的实际问题，真正意义上使这一理论成果内化于心、外化于行。	**S1** **S2** **S4** **Z1** **N9**
	主要内容	1.马克思主义中国化时代化新的飞跃；2.坚持和发展中国特色社会主义的总任务；3.坚持党的全面领导；4.坚持以人民为中心；5.全面深化改革；6.以新发展理念引领高质量发展；7.社会主义现代化建设的教育、科技、人才战略；8.发展全过程人民民主；9.全面依法治国；10.建设社会主义文化强国；11.加强以民生为重点的社会建设；12.建设社会主义生态文明；13.全面贯彻落实总体国家安全观；14.建设巩固国防和强大人民军队；15.坚持“一国两制”和推进祖国统一；16.推动构建人类命运共同体中国特色大国外交；17.全面从严治党	
	教学要求	**1.师资队伍：**新时代要求教师在立德树人中发挥应有作用，坚持用习近平新时代中国特色社会主义思想铸魂育人。坚持不懈学习马克思主义基本理论，把课堂教学和实践教学有机结合起来，持续加强师德师风建设。以学生为本，在实践中提高本领、锻炼能力、服务社会。 **2.教学设施：**校内课堂教学采用“超星学习通”多媒体教学一体机等环境支持的教室、自动录播教室、合班教室、智慧教室、报告厅等，校外实践教学深入任弼时纪念馆、平江革命起义纪念馆、岳阳市中级人民法院等实践基地。 **3.教学资源：**教材使用马克思主义理论研究和建设工程重点教材，并配套使用学习强国 app、思想政治理论课教学云平台、中国大学 MOOC 线上慕课、超星马克思主义学院思政资源库等数字化教学资源。 **4.教学方法：**以启发式教学法、任务驱动教学法、讲授教学法、案例教学法、情境教学法为主，充分运用现代教育技术辅助教学，使教学更加直观、生动、形象，便于学生学习和理解；加强社会实践活动，丰富教学内容，打造培育学科核心素养的社会大课堂。	
课程名称	**课程目标、内容及要求**		**主要支撑培养规格**
毛泽东思想和中国特色社会主义	**课程目标**	**1.素质目标** 培育政治认同、科学精神；塑造责任担当、胸怀理想、实践创新的教育素养；强化中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信和文化自信，学会自觉融入坚持和发展中国特色社会主义、建设社会主义现代化强国、实现中华民族伟大复兴的奋斗之中。 **2.知识目标** 了解马克思主义的基本概念与内涵，准确把握马克思主义中国化理论成果的主要内容、精神实质、历史地位和指导意义。	**S1** **S2** **Z1** **N9**

理论体系概论		**3.能力目标** 掌握正确表达思想观点的能力、能够运用马克思主义的基本立场、观点、方法及党的路线、方针、政策分析和解决实际问题。	
	主要内容	1.马克思主义中国化及其理论成果；2.毛泽东思想；3.中国特色社会主义理论体系的形成发展；4.邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观。	
	教学要求	**1.师资队伍：**专任教师需具备较高的职业道德素养、扎实的马克思主义理论基础和较强的教育教学能力。在教学中能按习近平总书记提出的“六个要”的要求坚持以生为本，把立德树人贯穿到教育教学全过程，不断推进教学改革； **2.教学设施：**校内课堂教学采用“超星学习通”多媒体教学一体机等环境支持的教室、自动录播教室、合班教室、智慧教室、报告厅等，校外实践教学深入任弼时纪念馆、平江革命起义纪念馆、岳阳市中级人民法院等实践基地； **3.教学资源：**教材使用高等教育出版社《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论（2023年版）》，并配套使用学习强国app、思想政治理论课教学云平台、中国大学MOOC线上慕课、超星马克思主义学院思政资源库等数字化教学资源。 **4.教学方法：**充分运用讲授法、案例教学法、比较教学法、任务驱动法与合作探究法，打造培育学科核心素养的大课堂。	
课程名称	**课程目标、内容及要求**		**主要支撑培养规格**
形势与政策	**课程目标**	**1.素质目标** 通过课程教学，能正确分析和认识当前国内外形势，统一思想，培养正确理性思考和正确分析和判断的意识。 **2.知识目标** 掌握党的路线方针政策的基本内容，了解我国改革开放以来形成的一系列政策和建设中国特色社会主义进程中不断完善的政策体系。 **3.能力目标** 提高掌握正确分析形势和理解政策的能力，特别是对国内外重大事件、敏感问题、社会热点、难点、疑点问题的思考。	**S1** **S2** **Z1** **N8** **N9**
	主要内容	1.加强党的全面领导、全面从严治党；2.我国经济社会发展；3.港澳台工作；4.国际形势与政策。	
	教学要求	**1.师资队伍：**师资队伍力量雄厚，拥有一支精干技术过硬、学识渊博、教学经验丰富的师资队伍，为学生提供指导和帮助。 **2.教学设施：**教学设施齐全，配备有学术报告厅、多媒体设备、优秀教师等各种硬件、软件教学设施，确保《形势与政策》课教学的顺利开展。 **3.教学资源：**教材使用中宣部《时事报告》杂志社编辑出版的《时事报告（大学生版）》，并配套使用人民网、学习强国app，思想政治理论课教学云平台、超星学习通线上课程平台、试题库、资料库以及中国知网论文库等数字化教学资源。 **4.教学方法：**授课教师结合《形势与政策》课的内容和要求，利用教学平台开展信息化教学，充分运用理论讲授、案例教学、任务驱动、合作探究等教学方法。	
课程名称	**课程目标、内容及要求**		**主要支撑培养规格**
高职语文	**课程目标**	**1.素质目标** 热爱祖国语言文字和文学，热爱中华民族优秀传统文化，热爱生活，具有高尚的道德修养和审美情趣，以传承中华优秀文化为己任。 **2.知识目标** 通过学习优秀的文学作品，掌握一定的文学基本知识、应用文体写作知识和语言表达知识，夯实从业基础。掌握精读、略读、浏览等阅读方式，阅读优秀文学作品总量一般不少于400万字。	

		3.能力目标 具有正确阅读、理解和运用语言文字的能力，能进行日常应用文书写作，学会自我介绍、交谈、劝说等口语交际的方法和技能，能将所学语文知识内化吸收转化为知识储备。	**S1** **S2** **S6** **Z1**
	主要内容	本课程主要内容包括三大模块（文学作品、口语交际、应用写作），文学作品以中国文学作品为主，外国经典作品为辅，并辅以文学史常识，旨在提升高职学生的人文素养，口语交际和应用写作则注重培养学生的语言文字应用能力。	**Z2** **Z3** **N8**
	教学要求	**1.师资队伍：**（1）具有深厚的文化底蕴和语言文字功底，有较强的写作能力和口语表达能力，重视语文课程“立德树人”的育人功能，结合教育类专业特点，做好课程思政的系统设计，有机融入劳动精神、劳模精神等育人新要求，重视情感态度与价值观的正确引导；（2）了解学生特点，坚持以学生发展为本，能根据教育类专业学生特点，有针对性地开展教育教学活动，针对学生学习过程中遇到的困难和疑惑，适时地引导启发。 **2.教学设施：**多媒体教室。 **3.教学资源：**教材：高职高专人文素质系列教材《新编高职语文》，何哲群主编； **4.教学方法：**以任务驱动教学法、混合式教学法为主，使用云班课或学习通等辅助教学	**N9**
课程名称	**课程目标、内容及要求**		**主要支撑培养规格**
中华优秀传统文化	**课程目标**	**1.素质目标** 汲取中国优秀传统文化精髓，不断提高文化品位，丰富精神世界，形成良好的个性、健全的人格，促进职业生涯的发展。 **2.知识目标** 熟知并传承中国优秀传统文化的基本精神，领会中国传统哲学、文学、艺术、礼仪、科技等方面文化精髓。 **3.能力目标** 掌握学习传统文化的科学方法，养成学习传统文化的良好习惯，能从文化的视野分析、解读当代社会的种种现象。	
	主要内容	安排了哲学、文学、艺术、科技、礼仪、节日、中华传统美德等知识，共分为十个专题	
	教学要求	**1.师资队伍：**教师团队结构科学合理，均为硕士以上学历，且满足以下条件：（1）具有深厚的中国传统文化理论功底，深入了解中华民族文化的主要精神，理解中国传统文化的优秀要素和传统思维方式，能引导学生自觉传承传统文化，增强民族自信心和自豪感；（2）能根据现阶段各专业学生对传统文化的了解情况，有针对性地开展传统文化的教育教学活动。 **2.教学设施：**多媒体理论教学教室。 **3.教学资源：**教材选用教育部、湖南省教育厅规定范围内的优秀教材。结合学院图书文献、小学教育专业教学资源库等教学资源同步使用。 **4.教学方法：**（1）思想引领：以“立德树人”“以人为本”的教育思想为引领，加强对学生中国优秀传统文化素养的培养；（2）专题讲解：采取专题讲座向学生介绍中国传统哲学、传统文学艺术、传统生活习俗礼仪等文化，并针对一些重难点问题进行比较详细的讲解；（3）案例教学：通过一些具体案例和历史典故，让学生了解中国历史上文化巨匠对中国文化的贡献与认识；（4）答疑讨论：针对学生学习过程中遇到的疑惑，引导启发学生积极思考、讨论，加深对中国优秀传统文化的理解；（5）体验教学：组织学生观看相关教学资料片，让学生领会中国优秀传统文化在社会生活中的作用；（6）经典导读：有计划的对儒释道经典著作进行解读，引导学生养成读诵经典的习惯，从中感悟古圣先贤的真实智慧。	**S1** **S2** **S6** **Z1** **N9**

课程名称	课程目标、内容及要求		主要支撑培养规格
大学英语	课程目标	**1.素质目标** 培养具有坚定的理想信念，具有中国情怀、国际视野，具备职场涉外沟通、多元文化交流、语言思维提升和自主学习完善的核心素养，能够在职场中用英语进行有效沟通的高素质技术技能人才。 **2.知识目标** 掌握2700---3000的英语词汇；掌握必要的英语语音、词汇、语法、语篇和语用知识；掌握必要的跨文化知识；了解中国传统文化；促进语言、文化、思政的有机融合。 **3.能力目标** 能听懂发音清晰，语速中等的简短材料；能读懂语言较复杂，话题丰富的阅读材料；能写常用的应用文；能有效完成日常生活和职场情境中的沟通任务；能够有效完成跨文化沟通任务；能用英语讲述中国故事、传播中国文化；能够运用恰当的英语学习策略，制定学习计划，选择学习资源。	**S1** **S2** **Z1** **Z3** **N9**
	主要内容	专题一：职业与个人。围绕大学生活、校园恋情、学习方式、交友择友、健康生活等专题完成语言知识、文化知识、职业英语技能和语言学习策略的学习。职场情境任务有求职应聘、活动策划、活动组织等。 专题二：职业与社会。围绕时间管理、营销策略、理财投资、职业规划、创业之道等专题完成语言知识、文化知识、职业英语技能和语言学习策略的学习。职场情境任务有电子邮件处理、参访接待、市场调查等。 专题三：职业与环境。围绕改革创新、互联网+、生态环保、太空探索等专题完成语言知识、文化知识、职业英语技能和语言学习策略的学习。职场情境任务有危机公关、交易善后等。	
	教学要求	**1.师资队伍：**（1）具有强烈的爱国主义情怀，坚持立德树人，发挥英语课程的育人功能。具备深厚的英语专业知识和良好的语言表达能力，落实核心素养培养贯穿英语课程教学全过程；（2）突出职业特色，加强语言实践能力培养，具有较好的课程教学设计能力、教学组织能力，能较好的驾驭课堂；（3）具备一定的数字素养，运用信息化教学手段，有效的改善教、学、评的方式，积极探索信息化背景下英语教与学方式的转变；（4）尊重生源差异和个体差异，满足学生的不同需求，构建适合学生个性化学习和自主学习的教学模式，促进学生全面与个性发展。 **2.教室设施：**多媒体教室 **3.教学资源**：选用“十四五”职业教育数字化建设规划教材《新潮实用英语综合教程》，商务印书馆出版；教学资源为《大学英语》精品在线开发课程、课程思政资源包等。 **4.教学方法：**采用线上线下混合式教学法，产出导向教学法、任务驱动教学法、情境教学法，合作学习教学法等。	
课程名称	**课程目标、内容及要求**		**主要支撑培养规格**
体育与健康	课程目标	**1.素质目标** 学生能了解部分运动项目的规则与裁判法，学习规矩意识、养成坚持参与体育锻炼的良好习惯，形成健康的心理品质、良好的人格特征以及团队合作态度。 **2.知识目标** 学生能够正确认识体质、健康与体育的关系，积极对待个人健康和群体健康的关系，形成健康的生活方式。 **3.能力目标** 学生基本掌握两项及以上运动项目的基本方法和技能，能够科学地进行体育锻炼，掌握常见运动创伤处置方法，发展力量、速度、耐力、灵敏、协调等身体素质，增强体质。	**S1** **S2** **S5** **Z1** **N8** **N9**

	主要内容	1.体育理论知识；2.田径；3.操类运动；4.球类运动；5.民族传统运动；6.健身运动；7.广播体操的组织教法及创编；8.体育游戏的组织及创编；9.队列队形的口令与指挥；10.体质健康测试。	
	教学要求	**1.师资队伍：**专任教师具有精湛的运动技能和运动能力；具有深厚的体育理论知识，能掌握运动训练基本理论和运动医学基本理论；具有扎实的运动实践，有深厚的体育教学能力和体育教学艺术创新能力。 **2.教学设施：**室内体育活动中心、400M 标准环形跑道的田径运动场、足球场、篮球场、羽毛球场等，需有羽毛球架、乒乓球桌等体育器材，教学训练场地基本完善，教学训练器材设备基本充足。 **3.教学资源：**主要选用中南大学出版社出版、白晋湘教授主编体育教育新形态一体化教材《大学体育与健康教程》和李京平主编的创新型素质教育精品教材《高职体育与健康》。线上教学资源选用精品在线课程《小学体育课程与教学》。 **4.教学方法：**（1）专题讲解：采取专题讲座向学生介绍运动损伤预防及处理、体质评价及运动处方、国家学生体质健康标准实施，并针对一些重难点问题进行比较详细的讲解；（2）答疑讨论：针对学生学习过程中遇到的疑惑，引导启发学生积极思考、讨论；（3）体验教学：组织学生观看相关教学资料片，让学生提高体育运动兴趣及认识；（4）实践教学：提倡师生之间、学生之间的多边互助活动，提高学生参与积极性，发挥主体创造性。切实加强对学习方法的指导，提高学生自学、自练的能力。	
课程名称	**课程目标、内容及要求**		**主要支撑培养规格**
创新创业基础	**课程目标**	**1.素质目标** （1）树立正确的人生观和创业观，积极创造自己喜爱的人生； （2）把人生出彩的个人追求和民族复兴的伟大中国梦结合起来，努力成为社会责任感、创业精神和实践能力的时代新人。 **2.知识目标** （1）理解创业思维框架，掌握创业资源观、创业风险观、创业团队观、意外转换思维和飞行员原则； （2）树立开展创业实践的新认知和新思维，熟悉创业大赛和路演流程和要点。 **3.能力目标** （1）提升资源挖掘能力、风险控制能力、团队生成与共创能力、意外转化能力、机会创造能力等创业能力； （2）培养合作共创等核心素养，以及创造性解决问题、满足需求的价值创造力。	**S1** **S2** **S4** **S7** **Z1** **Z2** **Z6** **N8** **N9**
	主要内容	1.创新提升：创新导论、创新人格培养、创新能力开发、创新思维训练、创新技法运用；2.创业培养：创业基础与创业素质、创业者与创业团队、创业机会评估、创业风险控制、创业资源整合、商业模式设计与检验、创业计划制定；3.初创管理：新企业创办、新企业管理。	
	教学要求	**1.师资队伍：**专任教师需热心创新创业基础，关注大学生创新创业培育，赋有创业实践经验，具备基于问题导向的课程教学设计能力、教学组织能力、驾驭课堂能力和较好的语言表达能力，掌握先进的教学方法。 **2.教学设施：**多媒体教室、实训教室 **3.教学资源：**选用契合职业教育改革要求的新形态手册式教材《创新创业创未来》（普通十四五规划），黄萧萧主编。采用超星尔雅平台开发课程数字化教学资源库，实现优质资源的共建共享，提升课程教学效果。 **4.教学方法：**（1）采用“线上+线下混合式”教学，利用微课等教学资源，辅以翻转式课堂，组织创新创业大赛等实践活动，启发学生创新思路，提高学生参与度；（2）采用任务驱动教学，创设任务情境，以学生为中心，坚持自主学习与小组合作相结合、经验传授与实习实训相结合。	

课程名称	课程目标、内容及要求		主要支撑培养规格
信息技术	课程目标	1.素质目标 在现实世界和虚拟空间中都能遵守相关法律法规，信守信息社会的道德与伦理准则；具备较强的信息安全意识与防护能力，能有效维护信息活动中个人、他人的合法权益和公共信息安全；拥有团队意识和职业精神，善于与他人合作、共享信息，实现信息的更大价值；能合理运用数字化资源与工具，养成数字化学习与实践创新的习惯，开展自主学习、协同工作、知识分享与创新创业实践，形成可持续发展能力。 2.知识目标 了解信息及信息素养在现代社会中的作用与价值；认识信息技术对人类生产、生活的重要作用；了解现代社会信息技术发展趋势；理解信息社会特征；了解大数据、人工智能、区块链等新兴信息技术；了解从事工作所必需的信息技术基础知识。 3.能力目标 主动地寻求恰当的方式捕获、提取和分析信息；以有效的方法和手段判断信息的可靠性、真实性、准确性和目的性；能采用计算机等智能化工具处理的方式界定问题、抽象特征、建立模型、组织数据；能自觉地综合利用各种信息资源、科学方法和信息技术工具解决问题。	S1 S2 Z3 N7 N9
	主要内容	1.理论基础模块包括：计算机基础知识、新一代信息技术概述等；2.实践操作模块包括：计算机操作系统、文档处理、电子表格处理、演示文稿制作等；3.责任素养模块包括：信息检索、信息素养与社会责任等。	
	教学要求	1.师资队伍：需具备良好的师德师风，符合教师专业标准要求，具有一定的信息技术实践经验和良好的课程教学能力，能够因材施教；具有深厚的信息技术理论知识功底，了解信息技术的发展及新技术，理解计算思维，能引导学生在不同学习环境和过程中获取信息知识；能够顺应职业教育发展进行教学改革，可采用混合式教学方式进行教学。 2.教学设施：多媒体教室、机房 3.教学资源：（1）教材：本课程选用的是高职信息技术 2021 版新课标教材，信息技术（基础模块）[Win10+Office2016]（双色）（含微课），由上海交通大学出版社出版，李瑛、赵克宝、黄逸凡主编。包括教材配套素材；（2）网络资源：在线开放精品课程资源（学银在线）和开源课程数字资源（湖南职业教育智慧教育平台）；（3）信息化工具：全国计算机等考一级题库及学习通 APP。 4.教学方法：（1）思想引领：以“立德树人”的教育思想为引领，突出专业岗位特色，通过体验岗位工作任务，强化实践操作技能，培养学生信息技术实际操作能力；（2）混合式教学，做好课前启发和课后拓展，促进课堂教学中知识、技能、思维的内化；（3）理实一体、项目导向、任务驱动；（4）实际案例：选取和专业岗位相关的实际案例，向学生介绍，并针对一些重难点问题进行比较详细的操作；（5）资格证书：应取得全国计算机等级考试一级（办公软件）合格证书。	

课程名称	课程目标、内容及要求		主要支撑培养规格
就业指导	课程目标	1.素质目标 多渠道提升就业综合能力，树立科学的就业观，将个人就业选择和国家需要、社会发展相结合，愿意为实现“中国梦”积极主动拼搏和奉献。 2.知识目标 了解就业信息搜集渠道，熟悉简历内容及格式，学习求职礼仪和面试技巧，知晓就业协议及劳动合同签订要点，明确目标职业岗位要求及工作内容，掌握职业素养的培养方法。 3.能力目标	S1 S2 S4 S7 Z1 Z2 Z6 N8

		甄别并分析就业信息，设计个性化求职简历，正确运用求职礼仪，有效应对面试，签订就业协议及劳动合同，保护劳动权益，体验工作场景及工作流程，顺利向职业人转变。	N9
	主要内容	1.就业能力提升：就业信息分析、个性简历制作、求职礼仪与面试技巧、模拟面试、劳动权益保护、工作场景体验；2.职业素养培养：职业角色转换、职场心态调节、人际交往与沟通、团队合作与管理。	
	教学要求	**1.师资队伍：**专任教师需热心就业指导教育，关注大学生就业问题，赋有就业指导实践经验，具备基于问题导向的课程教学设计能力、教学组织能力、驾驭课堂能力和较好的语言表达能力，掌握先进的教学方法。 **2.教学设施：**多媒体教室、实训教室 **3.教学资源：**选用契合职业教育改革要求的新形态手册式教材《大学生职业发展与就业指导》（普通十四五规划），李新东主编。采用超星尔雅平台开发课程数字化教学资源库，实现优质资源的共建共享，提升课程教学效果。 **4.教学方法：**（1）采用“线上+线下混合式”教学，利用微课等教学资源，辅以翻转式课堂，组织模拟面试、实习基地调研等实践活动，启发学生创新思路，提高学生参与度；（2）采用任务驱动教学，创设任务情境，以学生为中心，坚持自主学习与小组合作相结合、经验传授与实习实训相结合。	
课程名称	**课程目标、内容及要求**		**主要支撑培养规格**
职业规划	**课程目标**	**1.素质目标** 确立职业生涯规划意识，树立成长成才目标，营造主动规划学业及职业生涯的积极心态，勇于面对真实自我，扬长避短，挖掘潜能，认同目标职业，形成科学的职业价值观。 **2.知识目标** 认识职业发展特性，了解行业情况、政策法规及劳动力市场信息，理解职业规划的作用，认识专业价值以及目标职业群相关要求，学习自我认知理论，熟悉生涯访谈及职业决策的内容和要求。 **3.能力目标** 分析行业形势和目标职业群，思考个人学业规划以及职业规划，客观认识自我，访谈行业在职人士，和优秀校友交流职业困惑，制定科学合理的职业决策。	**S1** **S2** **S4** **S7** **Z1** **Z2** **Z6** **N6**
	主要内容	本课程主要分为三大模块：模块一探索职业世界：树立科学规划观、分析行业形势、认识专业价值；模块二自我认知与决策：职业兴趣与性格、职业技能与价值观、生涯人物访谈、制定职业决策；模块三职业实践训练：优秀校友交流、职业规划大赛。	
	教学要求	**1.师资队伍：**专任教师需热心职业规划教育，关注大学生职业成长与人生发展，赋有职业规划实践经验，具备基于问题导向的课程教学设计能力、教学组织能力、驾驭课堂能力和较好的语言表达能力，掌握先进的教学方法。 **2.教学设施：**多媒体教室、实训教室 **3.教学资源：**选用契合职业教育改革要求的新形态手册式教材《大学生职业发展与就业指导》（普通十四五规划），李新东主编。 **4.教学方法：**（1）采用“线上+线下混合式”教学，利用微课等教学资源，辅以翻转式课堂，组织职业规划大赛、校友交流会等实践活动，启发学生创新思路，提高学生参与度；（2）采用任务驱动教学，创设任务情境，以学生为中心，坚持自主学习与小组合作相结合、经验传授与实习实训相结合。	
课程名称	**课程目标、内容及要求**		**主要支撑培养规格**
	课程目标	**1.素质目标** 以积极乐观的生活态度、顽强的意志品质和良好的心理素养面对大学生活，实现全面	**S1** **S2**

大学生心理健康教育		发展；善待生命，加强对生命的认识，增强抗挫能力，发掘生命潜能。 **2.知识目标** 了解一些心理学基本理论知识和大学生心理健康基本知识，了解大学生心理健康调适的方法。 **3.能力目标** 客观认知自我，能运用所学心理学知识解决遇到的心理方面的难题，进行基本的自我调适，进一步增强自信心和耐挫性。	**S4** **S5** **Z1** **N9**
	主要内容	包括大学生生涯发展、大学生自我意识、大学生人格培养、大学生学习与创造、大学生情绪管理、大学生压力与挫折应对、大学生人际交往、大学生恋爱与性心理、大学生常见精神障碍的求助与防治、大学生生命教育与心理危机应对等十个专题。	
	教学要求	**1.师资队伍：**专任教师需具有学科背景和深厚的教育情怀、爱国情怀，树立基于心理学科核心素养的教学理念，以学生为主体，以职业为导向，培养学生的专业知识和坚定的理想信念；能根据大学生的心理实际，合理且有针对性地确定教学目标、设计教学环节、开展课堂讨论等教学活动。 **2.教学设施：**多媒体教室、心理健康工作室 **3.教学资源：**本课程选用的是湖南省教育厅组织编写的《大学生心理健康教育教程》，由胡凯主编，湖南人民出版社出版。 **4.教学方法：**（1）采用多元化的教学方式，结合任务驱动教学及信息化教学等教学方式，创新教学形式和教学过程；（2）注重大学生心理健康发展和案例学习，与大学生职业发展相融合，探索课堂教学与专业发展相融合的教学模式，主要有个人心理成长故事的分享和案例探讨，学生研讨学习等形式。	
课程名称	**课程目标、内容及要求**		**主要支撑培养规格**
军事理论	**课程目标**	**1.素质目标** （1）增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识，提高综合国防素质； （2）激发爱国热情，强化爱国主义、集体主义观念，加强组织纪律性，促进大学生综合素质的提高。 **2.知识目标** （1）了解并掌握浅易的国防常识、国防科技等军事基础知识；了解国家安全方面的基础知识； （2）了解国内外主要军事思想和世界主要国家信息化装备的发展情况。 **3.能力目标** （1）理解习近平强军思想的科学含义和主要内容，树立科学的战争观和方法； （2）提高政治思想觉悟，具备基本的军事分析能力，传承红色基因。	**S1** **S2**
	主要内容	1.中国国防：包括国防概述、国防法规、国防建设、我国武装力量建设、国防动员；2.国家安全：包括国家安全概述、国家安全形势、国际战略形式；3.军事思想：包括军事思想概述、外国军事思想、中国古代军事思想、当代中国军事思想；4.现代战争：包括战争概述、新军事革命、机械化战争、信息化战争；5.信息化装备：包括信息化装备概述、信息化作战平台、综合电子信息系统、信息化杀伤武器。	**S7** **Z1** **N8** **N9**
	教学要求	**1.师资队伍：**专任教师需具有深厚的军事理论功底，掌握中国军事思想的主要精神，能引导学生自觉的关注国防事业，增强责任感和使命感；能根据现阶段各专业学生对军事思想的了解情况，有针对性地开展军事理论教育教学活动。 **2.教学设施：**多媒体理论课教室 **3.教学资源：**本课程选用教育部、省教育厅规定范围内的优秀教材。 **4.教学方法：**（1）思想引领：军事课要遵循习近平强军思想论述、新时代军事战略方针和国家总体安全观，以提升学生国防意识和军事素养为重点；（2）专题讲解：采取专题讲座向学生介绍中国国防、军事思想、现代战争等，并针对一些重难点问题	

		进行比较详细的讲解；（3）案例教学：通过一些具体案例和历史典故，让学生了解军事思想教育对中国国防的贡献与认识；（4）答疑讨论：针对学生学习过程中遇到的疑惑，引导启发学生积极思考、讨论，加深对中国军事思想的理解；（5）体验教学：组织学生观看相关教学资料片，让学生领会国防教育在社会生活中的作用。	
课程名称	**课程目标、内容及要求**		**主要支撑培养规格**
国家安全教育	**课程目标**	**1.素质目标：**树立国家安全底线思维，具备较高的国家安全素质。 **2.知识目标：**（1）系统掌握总体国家安全观的内涵和精神实质；（2）理解中国特色国家安全体系；（3）牢固树立国家利益至上的观念。 **3.能力目标：**（1）强化责任担当，能将国家安全意识转化为自觉行动；（2）能自觉维护国家安全意识，具备维护国家安全的能力。	**S1** **S2** **Z1**
	主要内容	主要包括：政治安全、国土安全、军事安全、经济安全、文化安全、社会安全、科技安全、网络安全、生态安全、资源安全、核安全、海外利益安全以及太空、深海、极地、生物等不断拓展的新型领域安全。	
	教学要求	**1.师资队伍：**主要聘请安保专家、具有深厚的理论功底的教师等，以讲座、安全演练等形式，引导学生重视国家安全，增强学生责任感和使命感。能根据现阶段各专业学生特点，有针对性地开展国家安全教育教学活动。 **2.教学设施：**多媒体教室。 **3.教学资源：**（1）教材：本课程选用教育部、省教育厅规定范围内的优秀教材；（2）超星泛雅、云班课等平台的课程教学资源库。 **4.教学方法：**任务驱动教学法、案例教学教学法、情景演练理实一体教学法。 **5.考核形式：**过程性评价和终结性评价相结合。	
课程名称	**课程目标、内容及要求**		**主要支撑培养规格**
劳动教育	**课程目标**	**1.素质目标** （1）增强职业认同感和劳动自豪感，提升创意物化能力，培育不断探索、精益求精、追求卓越的工匠精神和认真负责、爱岗敬业的劳动态度； （2）树立正确的劳动观念，体会劳动创造美好生活，热爱劳动，尊重普通劳动者，形成良好的劳动习惯和品质，培养勤俭、奋斗、创新、奉献的劳动精神； （3）培育社会公德，厚植爱国爱民的情怀。 **2.知识目标** （1）准确把握社会主义建设者和接班人的劳动精神面貌、劳动价值取向和劳动技能水平的培养要求，掌握满足日常生存发展需要的基本劳动知识； （2）理解和形成马克思主义劳动观，牢固树立劳动最光荣、劳动最崇高、劳动最伟大、劳动最美丽的观念。 **3.能力目标** （1）具备满足生存发展需要的必备劳动能力，体认劳动不分贵贱； （2）提高职业劳动技能水平，增强劳动自立自强能力。	**S1** **S2** **S4** **Z1** **Z2** **N8** **N9**
	主要内容	1.劳动价值观；2.劳动精神；3.劳模精神；4.工匠精神；5.劳动技能；6.社会实践与志愿服务；7.劳动安全与风险防范；8.劳动争议和劳动保障；前四个模块主要为精神的学习与传承，后四个模块为综合劳动素养的培养。	
	教学要求	**1.师资队伍：**专任教师需具有丰富的劳动教育领域的专业知识，了解劳动精神内涵，能够帮助学生学习和传承劳动精神；能够根据各专业学生的就业形势，指导学生如何践行劳动精神，有针对性地开展教学活动；有理想信念，有奉献精神，能够践行劳动精神，知行合一。 **2.教学设施：**多媒体教室、劳动实践场地 **3.教学资源：**教材：本课程选用教育部、省教育厅规定范围内的优秀教材；	

		4.教学方法：（1）采用线上线下结合的混合教学模式，采用产出导向教学法，任务驱动教学法、情景教学法教学；（2）充分利用网络优质资源，以学生为中心，坚持自主学习与小组合作相结合的启发式教学；（3）通过模块化主题教学，学习相关知识内容，引导学生积极思考及时践行劳动精神。	

2.公共基础选修课程设置及描述

本专业开设公共基础选修课课程6门，共计5.5学分。课程描述如下：

课程名称	课程目标、内容及要求		主要支撑规格
中国共产党史	课程目标	**1.素质目标：**让学生从党的非凡历程中感悟马克思主义的真理力量，争做马克思主义的忠诚信奉者、坚定实践者；激发学生爱党爱国爱社会主义的巨大热情，形成听党话、跟党走的思想和行动自觉，更好地担负起传播知识、传播思想、传播真理，塑造灵魂、塑造生命、塑造新人的时代重任。 **2.知识目标：**使学生了解我们党成立以来的重大事件、重要会议、重要文件、重要人物，明确党的历史发展主题和主线、主流和本质，深刻理解中国共产党为什么“能”、马克思主义为什么“行”、中国特色社会主义为什么“好”。 **3.能力目标：**让学生能够学史明理、学史增信、学史崇德、学史力行，将所学成果转化为改造主观世界和客观世界的行动能力；具备抵制和反对历史虚无主义及其他错误社会思潮的能力。	S1 S2 Z1
	主要内容	1.开天辟地：新民主主义革命时期中国共产党领导的救国大业；2.改天换地：社会主义革命和建设时期中国共产党领导的兴国大业；3.翻天覆地：改革开放和社会主义现代化建设新时期中国共产党领导的富国大业；4.惊天动地：中国特色社会主义新时代中国共产党领导的强国大业；5.顶天立地：寻访红色足迹，传承思想火炬。	
	教学要求	**1.师资队伍：**具备坚定的、正确的马克思主义立场和信仰，有较高的职业道德素养、扎实的党史知识理论和较强的教育教学能力。在教学中能按习近平总书记提出的“六个要”的要求严格要求自己，坚持以生为本，坚守立德树人，赓续红色血脉。 **2.教学设施：**使用超星学习通线上教学。 **3.教学资源：**超星学习通平台党史学习资源和党史学习教育网的网络资源。 **4.教学方法：**运用任务驱动法和合作探究法进行线上、线下教学。	
课程名称	**课程目标、内容及要求**		**主要支撑规格**
高等数学	课程目标	**1.素质目标：**培养学生有理想、有抱负，热爱祖国；诚实守信、尊重生命、热爱劳动，具有社会责任感和社会参与意识；崇尚科学思维，有较强的毅力，不怕困难；具有信息素养、工匠精神、创新思维；有较强的集体意识和团队合作精神。 **2.知识目标：**了解数学文化；理解数学的基本概念和性质，掌握数学的运算法则，能够熟练计算和运用；掌握利用数学知识解决实际问题的一般方法步骤。 **3.能力目标：**抽象概括、推理论证、运算求解等基本能力；利用数学知识提出、分析和解决问题的能力；数据分析处理的能力；数学表达和交流的能力；发展数学应用意识和创新意识。	S6 S7 Z2
	主要内容	本课程主要包括基础篇、拓展篇、实践篇三篇内容，共七章。基础篇包括函数、极限、连续、一元函数微分学和一元函数积分学，共四章。拓展篇包括线性代数和概率统计，共二章。实践篇包括MNTLNB数学实验，共一章。	
	教学要求	**1.师资队伍：**（1）具有扎实的数学专业知识，了解数学思想方法和数学史等内容，帮助学生理解数学的基本概念、基本思想方法，提高学生分析、解决问题的能力；（2）能根据各专业学生的数学基础，以“应用”为目的，夯实学生基础，有针对性地开展教育教学活动；（3）具备一定的信息技术能力，运用多种教学方法和教学手段，有效的改善教与学的方式。 **2.教学设施：**多媒体教室。	

		3.教学资源：选用“十三五”职业教育国家规划教材《应用高等数学》，由航空工业出版社出版，胡桐春主编。 **4.教学方法：**线上线下混合式教学法、任务驱动法、示范演练法。 **5.考核形式：**过程性评价和终结性评价相结合。	
课程名称	**课程目标、内容及要求**		**主要支撑规格**
健康教育	**课程目标**	**1.素质目标：**学生通过学习，树立健康意识，促进身心健康和全面发展:提高健康素养和健全的人格品质，增强维护全民健康的社会责任感。 **2.知识目标：**了解现代健康的概念、现代健康意识和健康的生活方式。懂得先天性疾病与遗传性疾病的预防原则与方法，了解性与生殖健康的知识和技能，掌握预防性传播疾病的原则与方法等。掌握如何防控传染病和慢性非传染性疾病。 **3.能力目标：**能以科学的态度和方法来认识和处理健康问题，增强防病意识，提高防控传染病和慢性非传染性疾病的能力，提高自身健康管理的能力。学会自我保健，自我调适，促进自我身心健康的发展。	S4 S5 S6
	主要内容	健康教育概论；预防新冠肺炎特辑；心理卫生与咨询；先天性疾病发生的原因和先天性疾病的预防；性传播疾病；生殖与健康；食品安全与健康；生活方式与健康；常见病症；常见传染病症。	
	教学要求	**1.师资队伍：**（1）具有学科背景和深厚的教育情怀、爱国情怀，树立基于学科核心素养的教学理念，以学生为主体，以职业为导向，培养学生的专业知识和坚定的理想信念；（2）能根据大学生的学情实际，合理且有针对性地确定教学目标、设计教学环节、开展课堂讨论、比赛等教学活动。 **2.教学设施：**多媒体教室。 **3.教学资源：**（1）教材：本课程选用教育部、省教育厅规定范围内的优秀教材；（2）超星泛雅、云班课等平台的课程教学资源库。 **4.教学方法：**任务驱动教学法、案例教学法、情景演练理实一体教学法。 **5.考核形式：**过程性评价和终结性评价相结合。	
课程名称	**课程目标、内容及要求**		**主要支撑规格**
大学美育	**课程目标**	**1.素质目标：**树立正确的审美观；追求审美情趣；提高学生的审美鉴赏能力；促进学生的人文素质全面发展；传承传统文化，提升爱国主义精神；尊重民族艺术，理解多元文化；追求职业美的理想和情操。 **2.知识目标：**理解美的基本概念；区分别美与丑；分析中国传统文化；掌握中华民族美育精神；读懂多种艺术形式及其艺术经典；统一职业技能要求与审美需求。 **3.能力目标：**能表达正确的审美观；能对美具备一定的观察能力、感受能力和认知能力；能站在审美的角度表达自己对中国传统文化的理解；能独立完成对艺术经典作品的鉴赏；在独立进行美的创造；能为职业产品创造具有文化和审美附加值。	S4 S5 S6
	主要内容	本课程主要分为两大模块：1.传承文化经典模块，主要内容为节气美、礼态美、汉服美、茶器美；2.艺术经典教育模块，主要内容为余音袅袅、妙笔丹青、东方舞韵、光影艺术。深度植入以美培元的元素，积极创新以美育人的载体，全面强化以美化人的导向，以传统文化与艺术经典美育实践构建“大思政”育人格局。	
	教学要求	**1.师资队伍：**美育专任教师两名，具有高校教师资格证，具有扎实的专业相关理论知识储备和实践能力；具有较强的信息化教学能力；有理想信念、道德情操，有扎实学识、仁爱之心，并德技双休、知行合一。具有正确的审美观和良好的美学素养，较为深厚的美育文化理论功底，较高的感受、理解、鉴赏能力。能根据现阶段各专业学生对美育基础学情从而有针对性地开展大学美育的教育教学活动。 **2.教学设施：**多媒体教室。	

		3.教学资源：选用教育部、省教育厅规定范围内的优秀教材；辅以超星泛雅、云班课等平台的课程教学资源库和慕课《大学美育》国家精品课程。 **4.教学方法：**线上线下混合式教学法、主题演练教学法、案例教学法等。 **5.考核形式：**过程性评价和终结性评价相结合。	
课程名称	**课程目标、内容及要求**		**主要支撑规格**
职业素养	**课程目标**	**1.素质目标：**通过职业素养习得与养成，培养学生成为有理想、守规矩、讲诚信、爱劳动、善团结、具匠心、思进取的新时代高素质劳动和技术技能人才。 **2.知识目标：**系统掌握职业目标、职业行为、职业品格、职业情怀、职业潜能、职业精神、职业梦想等 7 个方面 28 个有代表性的素养点的核心内容，深刻理解职业素养习得与养成对于实现自我完善和发展、成就职业生涯的重要意义。 **3.能力目标：**能够在学习、生活和实践中自觉培育和践行职业素养。	S5 S6 S7 S8 N1 N8
	主要内容	本课程遵循职业教育规律、技术技能人才成长规律和学生身心发展规律，按照新时代职业教育学生职业素养培养总体要求内容，秉承立德树人、文化育人理念，结合“箴言警句、素养感知、知识学习、现实考量、引申讨论、认知强化、实践活动”等环节，引导学生学习理想信念、规矩意识、诚信品质、劳动品德、团队精神、工匠精神、进取意识等内容，帮助学生坚定职业理想、规范职业行为和养成良好品德。	
	教学要求	**1.师资队伍：**关注大学生职业成长与人生发展，具有基于问题导向的课程教学设计能力、教学组织能力，掌握先进的教学方法，具备驾驭课堂的能力和较好的语言表达能力。 **2.教学设施：**多媒体教室。 **3.教学资源：**选用教育部、省教育厅规定范围内的优秀教材，辅以微课、慕课、SPOC 等教学资源。 **4.教学方法：**线上线下混合式教学法、主题演练教学法、案例教学法等。 **5.考核形式：**过程性评价和终结性评价相结合。	
课程名称	**课程目标、内容及要求**		**主要支撑规格**
	课程目标	**1.素质目标** 深刻领悟“两个确立”的决定性意义，增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，自觉在思想上政治上行动上同以习近平同志为核心的党中央保持高度一致，增强用习近平新时代中国特色社会主义思想统一思想、统一意志、统一行动的自觉性和坚定性，不断增强建设新时代中国特色社会主义事业的责任感和使命感。 **2.知识目标** 深刻领会习近平新时代中国特色社会主义思想是当代中国马克思主义、二十一世纪马克思主义，是中华文化和中国精神的时代精华，实现了马克思主义中国化时代化新的飞跃；深刻领会习近平新时代中国特色社会主义思想的教学内容，全面把握这一思想的世界观、方法论和贯穿其中的立场观点方法；深刻领会习近平新时代中国特色社会主义思想的真理力量和实践伟力，为全面建成社会主义现代化强国、以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴提供了科学理论指引。 **3.能力目标** 能够提高当代大学生贯彻落实和领会运用习近平新时代中国特色社会主义思想的科学性、准确性和系统性，提高学生运用辩证唯物主义和历史唯物主义的观点和方法认识问题、分析问题、解决问题的能力，更加全面地认识新时代中国特色社会主义建设所面临的中国社会状况和自己所肩负的历史重任	S1 S2 Z1
	主要内容	本课程依托于习近平总书记在 2012 年 11 月至 2022 年 10 月这段时间内的重要著作，共有报告、讲话、谈话、演讲、指示等 75 篇。 1.《顺应时代前进潮流，促进世界和平发展》（2013 年 3 月 23 日） 2.《坚持总体国家安全观》（2014 年 4 月 15 日、2017 年 2 月 17 日）49 3.《深入理解新发展理念，推进供给侧结构性改革》（2016 年 1 月 18 日）	

		4.《共同构建人类命运共同体》（2017 年 1 月 18 日） 5.《学习和实践马克思主义》（2018 年 5 月 4 日） 6.《使伟大抗疫精神转化为实现中华民族伟大复兴的强大力量》（2020 年 9 月 8 日） 7.《在庆祝中国共产党成立一百周年大会上的讲话》（2021 年 7 月 1 日） 8.《高举中国特色社会主义伟大旗帜，为全面建设社会主义现代化国家而团结奋斗》（2022 年 10 月 16 日）	
	教学要求	**1.师资队伍** 教师必须具备较高的职业道德素养、扎实的马克思主义理论基础和较强的教育教学能力。在教学中能按习近平总书记提出的“六个要”的要求严格要求自己，坚持以生为本，把立德树人贯穿到教育教学全过程，不断推进教学改革，铸魂育人，为党育人、为国育才。 **2.教学设施** 校内课堂教学采用“超星学习通”多媒体教学一体机等环境支持的教室、自动录播教室、合班教室、智慧教室、报告厅等，校外实践教学深入任弼时纪念馆、平江革命起义纪念馆、岳阳市中级人民法院等实践基地。 **3.教学资源** 教材使用中共中央文献编辑委员会编辑的《习近平著作选读》第一卷、第二卷，并配套使用中国大学 MOOC 线上慕课、超星马克思主义学院思政资源库、思想政治理论课资 讯平台、学习强国 APP 等数字化教学资源。 **4.教学方法** 在教学形式上，以理论讲授为主，辅以案例分析、主题讨论、情境模拟等方法；在教学活动上，可以针对学生特点，综合运用好学校“小课堂”和社会“大课堂”，不断提升教学的亲和力和针对性。 **5，考核形式** 过程性评价和终结性评价相结合。	

3.专业基础课

本专业开设《跨境电子商务基础》、《管理学基础》、《国际商务文化与礼仪》、《市场营销》、《跨境电商政策法规》、《国际贸易基础》、《跨境电商英语》、《商务数据分析》专业基础课8门，共计27学分。课程描述如下：

课程名称	课程目标、内容及要求		主要支撑培养规格
跨境电子商务基础	课程目标	**1.素质目标** （1）培养创新意识与批判思维，能开展自主探究、协作开展跨境电子商务实践训练和创新创业实践； （2）具备文雅独特的审美修养，能独立开展网站优化和产品优化的实践；培养互联网思维；树立中华传统文化自信； （3）具有社会责任，在跨境电子商务学习和创业实践中，有文化修养、道德规范和行为自律等方面应尽的责任； （4）具有遵规守纪的意识，能够遵守信息和跨境电子商务方面的法律法规，遵守道德规范，懂得合法使用信息资源和开展商务活动，自觉抵制不良信息，注意保护个人、他人的信息隐私； （5）具有理性的价值判断和负责的行动能力，关注跨境电子商务所带来的社会问题，对新观念和新事物，具备积极的学习态度、理性的价值判断和负责的行动能力。 **2.知识目标** （1）识记跨境第三方操作平台规则； （2）熟知跨境电商操作基本工作流程和选品技巧； （3）熟知不同的国际物流方式的运费计算方法； （4）熟知国际支付宝Escrow优势、交易流程及支付方式； （5）熟知P4P的规则、广告模式、价值和优势。 **3.能力目标** （1）能顺利开通跨境电商店铺账号； （2）能熟练设计跨境物流方案、合理选择跨境物流方式； （3）能深入调研海外市场跨境电商发展情况、形成可供企业采纳的调研报告； （4）能独立完成跨境电商选品及产品的信息化工作；合理设置跨境电商产品价格、完成产品刊登和发布； （5）能制定跨境产品和店铺优化方案、通过合适的方法和渠道在平台内外进行推广。	**S1** **S6** **Z4** **N1**
	主要内容	跨境电子商务概述；跨境电子商务平台的介绍与选择；跨境电子商务平台基本操作；国际物流与跨境支付；跨境网络营销推广与数据分析；客户服务与维护。	
	教学要求	**课程思政：**通过教授跨境电商的专业知识和技能，同时融入思想政治教育，培养学生的国际视野、社会责任感、商业道德和创新精神。课程不仅强调跨境电商的运营模式和市场策略，还引导学生理解国家政策，树立正确的价值观和职业观念，以适应全球化背景下的商业挑战。 **1.师资队伍：**熟悉国内外电子商务动态，勤于实践，有一定的从业经验，能灵活高效的运用各种教学资源，掌握多种教学方法并能根据实际情况合理应用。能够根据电子商务平台相关的业务，与时俱进创新学习，及时更新教学内容，能创新与改革教学模式与技巧，同时积极与跨境平台相关企业进行项目合作。 **2.教学设施：**专业理实一体化教室，配备交互职能教育平板、黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或WiFi环境，并具有网络安全防护措施。	

		3.教学资源：本课程选用的是“新商科”电子商务类专业新形态一体化教材，也是跨境电子商务专业“新专标”规划教材，由盛立强、王佳编写的《跨境电子商务基础》，高等教育出版社出版。 **4.教学方法：**在教学方法的选择上要从学生现有的能力和水平出发，注重“从实际出发，因材施教”，采用角色扮演教学法、讨论式教学法、案例教学法、项目教学法、探究式教学法等多种教学方法，并积极探索新的教学模式,提高学生分析问题、解决问题的能力。本课程实践性强，基于在线开放课程平台丰富的任务工单、微课视频、优秀案例、等数字资源，采用理论与实操结合、线上与线下混合的教学模式，融入传统文化学习，通过任务驱动、在线学习测试、团队合作、多媒体讲解、案例分析、设计实训、作品展示等教学方法，加强学生实际职业能力的培养并培育其全球视野和市场洞察力。	
课程名称	**课程目标、内容及要求**		**主要支撑培养规格**
管理学基础	**课程目标**	**1.素质目标** （1）具备胜任管理工作的良好的业务素质和身心素质； （2）具备勇于管理、敢于担当的责任意识； （3）具备爱岗敬业的精神和强烈的法律意识。 **2.知识目标** （1）说出管理的涵义； （2）阐述管理学所涉及的核心概念和理论； （3）概括管理活动的产生、管理思想的演进及其主要理论流派； （4）使用管理六大职能即计划、组织、领导、沟通、激励、控制职能。 **3.能力目标** （1）能对现实组织发展中的管理问题进行正确的分析判断,制定基本的企业计划书； （2）能运用定性决策和定量决策法进行科学决策； （3）能对真实组织进行合理的结构设计和职权配置； （4）具备运用各种激励手段和沟通技巧，恰当处理领导工作中遇到的一般问题、激励员工的能力。	**S1** **S2** **S7** **Z1** **Z2** **N6** **N8**
	主要内容	绪论；管理思想的演进；计划职能；组织职能；激励职能；领导职能；沟通职能；控制职能。	
	教学要求	**课程思政：**通过管理学基础知识的传授，培养学生的领导力、决策能力和团队协作精神，同时融入思想政治教育元素。课程强调管理学的实践性和社会责任感，引导学生树立正确的价值观，关注企业可持续发展，培养具备高度责任感和道德水准的管理人才，为社会和经济发展做出贡献。 **1.师资队伍：**担任本课程的主讲教师应具有丰富的教学经验和企业管理经验，具备双师资格，实践经验丰富，综合素质强，具有较强的融会贯通的实践教学应用能力和课程开发能力。 **2.教学设施：**专业机房，配备交互职能教育平板、黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。 **3.教学资源：**本课程选用的是高等职业教育财经商贸类规划教材·经济管理基础课，由叶萍主编的《管理学基础与实务——“理论·案例·实训”一体化教程（第 3 版）》，电子工业出版社出版。 **4.教学方法：**本课程实践性强，基于在线开放课程平台丰富的任务工单、微课视频、优秀案例、等数字资源，采用理论与实操结合、线上与线下混合的教学模式，融入传统文化学习，通过任务驱动、在线学习测试、团队合作、多媒体讲解、案例分析、设计实训、作品展示等教学方法，加强学生实际职业能力的培养。	

课程名称	课程目标、内容及要求		主要支撑培养规格
国际商务文化与礼仪	课程目标	**1.素质目标** （1）具备理解、宽容、谦逊、诚恳的待人态度； （2）具备是非分明、与人为善、助人为乐的做人品行； （3）具备庄重大方、热情友好、谈吐文雅、讲究礼貌的行为举止。 **2.知识目标** （1）了解礼仪的概念、礼仪的发展历史； （2）了解礼仪的特性； （3）了解世界主要国家的礼俗风情及基本的礼仪规范； （4）掌握商务活动中礼仪的基本原则和规范。 **3.能力目标** （1）安排商务活动能力； （2）掌握社会交往技巧； （3）商务活动实际操作和表达能力； （4）商务活动控制、应变能力； （5）能正确组织和从事各种商务活动。	S2 S4 Z12 N4
	主要内容	商务礼仪认知、商务人员个人礼仪、会面礼仪、接待拜访礼仪、商务办公礼仪、商务通信礼仪、商务宴请礼仪、商务活动礼仪。	
	教学要求	**课程思政：**通过教授国际商务文化与礼仪知识，提升学生的跨文化交流能力，同时融入思想政治教育元素。课程不仅讲解国际商务中的文化差异与沟通策略，还强调培养学生的国家意识、文化自信以及在国际舞台上展现良好礼仪的重要性，引导学生形成正确的价值观和职业道德观。 **1.师资队伍：**具有讲师及以上职称，勤于实践，有一定的从业经验；能灵活高效的运用各种教学资源，掌握多种教学方法并能根据实际情况合理应用，能够及时更新教学内容，能创新与改革教学模式与技巧。 **2.教学设施：**专业理实一体化教室，配备交互职能教育平板、黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。 **3.教学资源：**本课程选用的是全国商科教育“十二五”规划教材·高职高专精品教材，由陈玲，张浩璐主编的《国际商务礼仪》，清华大学出版社出版。 **4.教学方法：**在教学方法的选择上要从学生现有的能力和水平出发，以商业礼仪为主线，以塑造良好的职业形象为宗旨，系统介绍当代商务礼仪的基本知识和行为规范，帮助即将步入职场的青年学生提升品质素养和塑造完美个人形象，在求职就业、商业活动以及日常人际交往中取得成功。注重“从实际出发，因材施教”，采用角色扮演教学法、讨论式教学法、案例教学法、项目教学法、探究式教学法等多种教学方法，并积极探索新的教学模式,提高学生分析问题、解决问题的能力。	
课程名称	**课程目标、内容及要求**		**主要支撑培养规格**
市场营销	课程目标	**1.素质目标** （1）具有正确的世界观、人生观、价值观，崇尚宪法遵守法律法规； （2）具有良好的从事跨境电子商务行业职业道德，热爱跨境电子商务事业，具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、创新思维、全球视野和市场洞察力； （3）培养学生的团队合作意识； （4）培养学生视觉审美能力和设计意识； （5）培养学生跨文化交流的意识。 **2.知识目标**	S1 S2

		（1）了解国际市场营销、国际市场、市场环境的基本概念和定义； （2）了解国际市场营销实操各个环节的基本操作流程； （3）理解国际市场营销实操环节各个流程的基本操作原理； （4）理解国际市场营销实操环节各个流程的策略调整方法。 **3.能力目标** （1）能够根据不同的市场营销环境做成相应的分析； （2）能够根据不同的市场营销环境条件作出相应的营销策划； （3）能够根据不同的市场竞争条件作出相应的营销策划调整； （4）能够运用所学知识制作。	**Z6** **N7** **N9**
	主要内容	国际市场营销概论；国际市场营销环境分析；国际市场购买行为分析；国际产品策略；国际市场价格策略；国际营销渠道策略；国际市场促销策略；国际市场营销新趋势。	
	教学要求	**课程思政：**通过市场营销理论与实践的学习，培养学生的市场敏感度和创新能力，同时融入思想政治教育内容。课程强调市场营销的社会责任与道德标准，引导学生树立正确的营销观念，注重诚信经营和可持续发展，培养学生的社会责任感和职业道德，为未来的职业发展奠定坚实基础。 **1.师资队伍：**具有讲师及以上职称，勤于实践，有一定的从业经验；能灵活高效的运用各种教学资源，掌握多种教学方法并能根据实际情况合理应用，能够及时更新教学内容，能创新与改革教学模式与技巧。 **2.教学设施：**专业理实一体化教室，配备交互职能教育平板、黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。 **3.教学资源：**本课程选用的是普通高等教育十一五国家级规划教材修订版，由平怡、李世嘉主编的《国际市场营销理论与实务（第三版）》，高等教育出版社出版。 **4.教学方法：**在教学方法的选择上要从学生现有的能力和水平出发，注重“从实际出发，因材施教”，采用角色扮演教学法、讨论式教学法、案例教学法、项目教学法、探究式教学法等多种教学方法，并积极探索新的教学模式,提高学生分析问题、解决问题的能力。在教学手段的选用上采用多媒体演示教学，将国际营销中的真实策划方案、情景案例、调查问卷等引入课堂。采用基于局域网的计算机辅助教学，市场营销综合实训室、营销策划实训室、营销调研实训室和商务谈判与推销实训室充分利用，恰当的运用多种教学手段和形式。	
课程名称	**课程目标、内容及要求**		**主要支撑培养规格**
跨境电商政策法规	**课程目标**	**1.素质目标** （1）培养创新意识与批判思维； （2）具备自主钻研探索精神； （3）具有良好的思想政治素质、社会公德和职业道德； （4）具有自觉遵守行业法规和职业规范的意识； （5）具有基本的法律风险防范意识。 **2.知识目标** （1）了解国际商法的概念，能正确判断两大法系； （2）理解合同法基础理论知识；掌握国际货物买卖法基础理论知识； （3）理解跨境电子商务法的相关法律法规；掌握票据法的有关知识； （4）了解国际商事仲裁等法律基础理论知识。 **3.能力目标** （1）能签订合规的外销合同并正确履行、有效解决合同争议； （2）能了解产品责任法的相关规定，准确判断和防范产品责任风险； （3）能掌握知识产权的法律规定，具备知识产权风险能力； （4）能选择合适的途径解决国际商事纠纷；能起草基本的中英文法律文书。	**S1** **S2** **S7** **Z1** **Z2** **N6**

	主要内容	国际商法概述；联合国货物销售公约；合同法；国际货物运输保险法；票据法；跨境电商法律法规；知识产权保护法；国际商事仲裁。	
	教学要求	**课程思政：**在解读跨境电商领域政策法规的同时，培养学生的法治意识、国家意识和社会责任感。课程旨在使学生深入理解跨境电商政策背后的国家发展战略，引导学生遵守法律法规，维护市场秩序，促进跨境电商行业的健康发展，并培养学生的国际视野和跨文化交流能力。 **1.师资队伍：**担任本课程的主讲教师应具有法律专业本科以上学历，有一线法律工作经验，熟知重要的国际经贸惯例和法律法规，能熟练使用课程资源平台实施教学，能对跨境业务过程风险进行有效指导，具有随时了解、收集当前跨境行业法律相关最新资讯及案例的能力。 **2.教学设施：**专业机房，配备交互职能教育平板、黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。 **3.教学资源：**本课程选用的是高等职业教育在线开放课程新形态一体化教材，由刘一展、杨子江主编的《国际商法》，高等教育出版社出版。 **4.教学方法：**在教学方法的选择上要从学生现有的能力和水平出发，注重“从实际出发，因材施教”，采用角色扮演教学法、讨论式教学法、案例教学法、项目教学法、探究式教学法等多种教学方法，并积极探索新的教学模式,提高学生分析问题、解决问题的能力。	
课程名称	**课程目标、内容及要求**		**主要支撑培养规格**
国际贸易基础	**课程目标**	**1.素质目标** （1）培养诚信守法的工匠精神； （2）具备良好的职业道德修养，能遵守职业道德规范； （3）培养勇于创新、敬业乐业的工作作风； （4）具备良好的团队合作精神和协调能力。 **2.知识目标** （1）理解外贸业务中的价格术语； （2）了解并熟练掌握国际贸易的磋商过程；掌握外贸合同各项内容的填制； （3）理解国际贸易运输保险的承保范围；掌握审核和修改信用证的各个要点。 **3.能力目标** （1）能够运用不同的国际贸易术语来报价；会进出口商品的成本核算； （2）能够掌握询盘、发盘、报盘、还盘等商务谈判技巧； （3）能够完成交易准备、交易磋商、合同签订、合同履行各环节中的各项工作； （4）能较掌握国际贸易中的物流、资金流与业务流的运作方式。	**S1** **S2** **Z4** **Z11** **N7**
	主要内容	本课程主要分为八个项目，具体如下：交易磋商的程序；商品描述（商品品名、品质、数量、包装）；贸易术语的运用；国际货物运输方式；国际货物运输保险；国际贸易货款结算（支付工具、支付方式）商品检验与索赔；进出口合同履行程序。	
	教学要求	**课程思政：**通过系统讲解跨境电商领域的政策法规，培养学生的法治思维和国家意识。课程强调政策法规在跨境电商发展中的重要作用，引导学生深入理解并遵守相关法规，增强社会责任感，促进跨境电商行业的规范发展，同时培养学生的国际视野和跨文化交流能力。 **1.师资队伍：**担任本课程的主讲教师应具备双师资格，实践经验丰富，综合素质强，具有较强的融会贯通的实践教学应用能力和课程开发能力；既要有商务管理类知识结构，也要有信息技术知识结构，同时也要有精通职业教育和课程课改理念；校内专任教师和校外企业（或行业）兼职教师相结合。 **2.教学设施：**专业理实一体化教室，配备交互职能教育平板、黑（白）板、多媒体计	

		算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。 **3.教学资源：**本课程选用的是由应颖主编的《国际贸易基础知识》，高等教育出版社出版。 **4.教学方法：**在教学方法的选择上主要采用任务驱动法，以具体的国际贸易流程中的实际任务为线索，把教学内容隐含在每个任务之中，驱动学生开展探索活动，完成国际贸易工作任务的方法和步骤。注重“从实际出发，因材施教”，辅助采用小组协作法、讨论式教学法、案例教学法、项目教学法、探究式教学法等多种教学方法，并积极探索新的教学模式,提高学生分析问题、解决问题的能力。	
课程名称	**课程目标、内容及要求**		**主要支撑培养规格**
跨境电商英语	**课程目标**	**1.素质目标** （1）具备家国情怀与全球视野，拥有文化自信和社会责任感； （2）具备质量意识，服务意识和团队合作意识； （3）具备创新思维和自主学习能力； （4）具备分析问题和解决问题的能力。 **2.知识目标** （1）了解国内外跨境电子商务领域发展的新趋势、新热点和新业态； （2）掌握跨境电子商务的专业术语、重要句型及有效表达； （3）了解商务信函的内容，掌握英文邮件写作的技巧与常用句型。 **3.能力目标** （1）能熟练应用外贸术语与句型，与海外客户进行有效沟通与协商； （2）能了解进出口业务流程，进行一般涉外商务事宜的应对和处理； （3）能进行基本的专业文献阅读，并较好的撰写与回复英文邮件。	**S1** **S2** **Z4** **Z12** **N4**
	主要内容	模拟跨境电商交易的沟通流程,紧密围绕访问网店，产品询问，价格协商，产品订购，付款方式，货运物流，产品投诉，服务评价等跨境电商交易中的八个基本场景进行跨境电商交流能力训练。	
	教学要求	**课程思政：**通过结合英语语言教学与跨境电商知识，旨在培养学生的国际交流能力，同时深化对国家经济政策的理解。课程在传授英语交流技能的同时，注重引导学生树立正确的商业道德观念，加强法律意识，以及培养他们在全球贸易中的文化自信与责任感。 **1.师资队伍：**（1）具备双师资格，实践经验丰富，综合素质强，具有较强的融会贯通的实践教学应用能力和课程开发能力；（2）既要有电子商务知识结构，也要有商务英语知识结构，同时也要有精通职业教育和课程课改理念；（3）能够顺应职业教育发展进行教学改革，可采用项目化教学方式进行教学。 **2.教学设施：**多媒体教室 **3.教学资源：**本课程选用《跨境电商交际英语》，外语教学与研究出版社出版，盛湘君主编。 **4.教学方法：**（1）思想引领：以“立德树人”的教育思想为引领，突出专业岗位特色，通过体验岗位工作任务，强化实践应用，培养学生跨境电子商务实际交流能力。（2）项目化教学：根据跨境交易流程，安排合理跨境电商交流实景模拟活动，创造接近真实交际的多样场景，通过小组合作、角色扮演等，学生能够在独立完成公司工作任务，既学习到相关语言表达，又能熟悉跨境电子商务外贸工作的流程和方法。(3)项目导向、任务驱动：采取任务驱动的方式，基本采用“任务解读-示例演示-任务实现-能力拓展”的形式组织课堂教学，师生互动、生生互动，提高学生参与度。	

课程名称	课程目标、内容及要求		主要支撑培养规格
商务数据分析	课程目标	**1.素质目标** （1）具备数据分析的思维； （2）具备创新思维和创业精神； （3）具有团队协作精神； （4）具有较强的应变能力及抗压能力； （5）具备良好的沟通表达能力。 **2.知识目标** （1）了解商务数据的产生，了解在大数据时代，商务数据分析在商业活动中的广泛应用； （2）熟悉商务数据的收集流程和方法； （3）熟悉商务数据的类型、初步收集数据可能存在的问题以及数据预处理的方法； （4）掌握常用的描述性数据分析、预测及分类方法； （5）掌握表格、图表等常用的数据呈现形式及适用的场景； （6）熟悉数据分析结果在业务场景中的解释以及分析报告的制作。 **3.能力目标** （1）能通过线上、线下多种渠道收集与商业决策相关的业务数据； （2）能熟练使用 Excel 进行数据的录入、存储和提取操作； （3）会利用 Excel 处理定性数据定量化以及常见的数据缺失、重复、错误的问题； （4）能使用 Excel 分析数据的描述性特征、处理简单的预测和分类问题； （5）能使用 Excel 制作数据表格或柱形图、饼图、折线图等常用的图表。 （6）能够结合项目场景，解释数据分析结果，并运用一般的分析报告框架完成商务数据分析报告的制作。	
	主要内容	商务数据分析与应用概述、商务数据分析工具及应用、市场行情数据分析、店铺运营数据分析、营销推广数据分析	**S1** **S7** **Z5** **N1**
	教学要求	**课程思政：**过课程教学，培养学生对中国共产党和社会主义制度的坚定拥护，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感；在数据处理活动中，强调诚实守信，坚持规范数据采集、审核、整理、上报等行为，培养学生的职业道德和诚信。 **1.师资队伍：**担任本课程的主讲教师应具有讲师以上职称的双师型教师；具有商务数据分析与应用管理岗位经验；精通 Office 软件中的 Excel 数据分析和处理能力；能对商务数据分析实训进行有效指导；具备随时搜集当前商务数据、并进行分析处理的能力；具备设计基于项目导向的教学法的设计应用能力。 **2.教学设施：**专业机房，配备交互职能教育平板、黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。 **3.教学资源** 本课程选用的是 AIGC 实训案例、活页式教材《商务数据分析基础与应用（微课版第 2 版）》，王华新主编，人民邮电出版社出版。 **4.教学方法：**在教学方法的选择上要从学生现有的能力和水平出发，注重“从实际出发，因材施教”，采用角色扮演教学法、讨论式教学法、案例教学法、项目教学法、探究式教学法等多种教学方法，并积极探索新的教学模式,提高学生分析问题、解决问题的能力。	

3.专业核心课

本专业开设《跨境电商运营》、《视觉营销设计》、《跨境供应链管理》、《跨境市场推广》、《跨境电商数据分析与应用》、《跨境电商客户服务》、《选品管理》专业核心课7门，共计27学分。课程描述如下：

课程名称	课程目标、内容及要求		主要支撑培养规格
跨境电商运营	**课程目标**	**1.素质目标** （（1）具有正确的世界观、人生观、价值观，崇尚宪法遵守法律法规； （2）具有良好的从事跨境电子商务行业职业道德，热爱跨境电子商务事业，具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、创新思维、全球视野和市场洞察力； （3）具有组织协调能力； （4）具有沟通与交流能力。 （5）具有较强的互联网意识、法律法规意识； （6）具有质量意识、创新思维、全球视野和市场洞察力； （7）具有耐心细致、严谨踏实的工作作风，精益求精的精神 **2.知识目标** （1）掌握开展跨境电商业务活动必需的信息检索、商务数据统计分析和报告撰写相关知识； （2）熟悉我国跨境电商产业发展状况、战略性新兴产业发展规划和全国经济社会发展总体战略和相关政策知识； （3）掌握跨境电子商务阿里巴巴国际站的基本理论知识； （4）全面了解国际站跨境电商平台的运营模式； （5）掌握不同交流工具与各国家或地区的客户进行沟通； （6）掌握国际市场分析，商品和营销渠道，网店运营推广策略等相关知识。 **3.能力目标** （1）能顺利开通跨境电商店铺账号； （2）能熟练设计跨境物流方案、合理选择跨境物流方式； （3）能深入调研海外市场跨境电商发展情况、形成可供企业采纳的调研报告； （4）能独立完成跨境电商选品及产品的信息化工作； （5）能合理设置跨境电商产品价格、完成产品刊登和发布； （6）能制定跨境产品和店铺优化方案、通过合适的方法和渠道在平台内外进行推广； （7）能够运用站内信、阿里旺旺国际版、数据分析工具等，进行客户沟通； （8）能及时处理订单、提升客户体验感和满意度； （9）能及时处理争议订单，维护老客户、开发新客户。	**S1** **S7** **Z9** **N1** **N2**
	主要内容	跨境店铺注册操作；跨境物流操作；海外市场调研操作；跨境选品操作；跨境数据分析；跨境产品刊登和发布操作；跨境产品定价操作；跨境店铺优化及推广操作；订单处理与发货操作；收款、及客户服务。	
	教学要求	**课程思政：**在课程中强调诚信和法治的重要性，培养学生遵守平台规则、具有法制意识和安全意识；通过具体的教学案例，展示中国跨境电商发展为世界企业提供新机遇，增强学生的国家自豪感和责任感。 **1.师资队伍：**担任本课程的主讲教师应具有电商平台操作经验，有丰富的教学经验和跨境平台法律法规知识，具备双师资格，实践经验丰富，综合素质强，具有较强的融会贯通的实践教学应用能力和课程开发能力。	

		2.教学设施：专业理实一体化教室，配备交互职能教育平板、黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。 **3.教学资源：**本课程选用的是普通高等职业教育“十三五”规划教材《跨境电商 B2B 实务》，孟盛、彭伟强、杜作阳主编，中国人民大学出版社出版。 **4.教学方法：**在教学方法的选择上要从学生现有的能力和水平出发，注重“从实际出发，因材施教”，采用角色扮演教学法、讨论式教学法、案例教学法、项目教学法、探究式教学法等多种教学方法，并积极探索新的教学模式,提高学生分析问题、解决问题的能力。	
课程名称	**课程目标、内容及要求**		**主要支撑培养规格**
视觉营销设计	**课程目标**	**1.素质目标** （1）具备良好的职业道德，实事求是，诚实守信，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感； （2）具备法律意识，能遵守涉及电子信息、产品专利和知识产权等的法律法规； （3）具有较强的环境适应能力、耐心细致的工作态度、精益求精的工匠精神； （4）具备文雅独特的中西方艺术审美修养并培养其原创设计意识。 **2.知识目标** （1）了解跨境电子商务视觉营销的内涵、特点，国外的人文、艺术、科教文化，主流跨境电子商务平台的店铺装修规则与要求，移动端与 PC 端视觉设计的区别； （2）了解数智化策划工具的使用方法，掌握其使用技巧； （3）熟悉产品图片的基础处理、裁剪及调色处理、抠图、设计制作等知识，掌握场景布置、采光、聚焦、构图等摄影技巧； （4）掌握跨境电子商务视觉营销的要点和方法、主流跨境电子商务平台图片拍摄场景布置方法、视觉设计的工具和操作方法； （5）掌握跨境电子商务平台产品主图设计要素、海报图和产品详情页的设计和制作方法、店铺装修的配色方案和图文布局以及移动端跨境电子商务店铺装修的要点和方法。 **3.能力目标** （1）能够根据策划团队制定的文案，精准理解其诉求点；熟练使用数智化工具进行营销策划； （2）能够根据产品及店铺主题，收集跨境电子商务业务中所需图片、视频、音乐等相关素材； （3）能够结合收集的素材和推广需求，确定初步的配色方案、图文布局； （4）能根据企业背景和行业特征，设计出跨境电子商务所需的企业网站、产品图片和广告图片等； （5）能完成跨境电子商务业务中所需的企业宣传册制作、展馆布置与海报设计； （6）能协同运营部门、推广团队完成主流跨境电子商务平台中营销推广所需产品和各类图文文案的编辑和设计； （7）具有图形图像处理软件应用能力，能熟练使用平面设计软件，根据跨境电子商务运营要求完成店铺、活动的视觉设计与内容优化。	**S1** **S6** **S7** **S8** **Z7** **Z9** **Z10** **N3**
	主要内容	**模块一：促销图策划与制作** 视觉营销理论、正确使用排版、文字、色彩和素材、产品主图的设计与制作、直通车的设计与制作、钻展图的设计与制作 **模块二：详情页策划与制作** 根据产品痛点提取方法分析产品卖点、客户需求、产品详情页设计、链接区制作、产品展示区制作、服务区制作 **模块三：店铺首页策划与制作**	

		店铺首页三层信息架构设计、店铺首页设计、店招制作、导航栏制作、优惠券制作、产品陈列区制作 **模块四：产品店铺实训** 根据不同产品进行页面设计、产品页面制作	
	教学要求	**课程思政：**课程中融入中国传统文化元素，如中国传统色彩、图案等，帮助学生理解和传承中华优秀传统文化，增强文化自信；通过商品图片的调色、生活中的老照片修复、变形图像修复、图片合成等内容，培养学生精益求精的工匠精神和社会责任感。 **1.师资队伍：**担任本课程的主讲教师应具有跨境电商运营岗位经验，具备较强的电商视觉设计与组织业务能力，精通 PhotoshopCS6 软件，具有摄影摄像与平面设计能力，能对电商视觉设计与组织实训进行有效指导。 **2.教学设施：**专业理实一体化教室，配备交互职能教育平板、黑（白）板、多媒体计算机、投影设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。 **3.教学资源：**本课程选用的是“新商科”电子商务类专业新形态一体化教材，也是跨境电子商务专业“新专标”规划教材，由李敏、曾鸣写的《网店视觉营销》，高等教育出版社出版。大学慕课《网店视觉营销》 **4.教学方法：**在教学方法的选择上要从学生现有的能力和水平出发，注重“从实际出发，因材施教”，采用角色扮演教学法、讨论式教学法、案例教学法、项目教学法、探究式教学法等多种教学方法，并积极探索新的教学模式,提高学生分析问题、解决问题的能力。本课程实践性强，基于在线开放课程平台丰富的任务工单、微课视频、优秀案例、等数字资源，采用理论与实操结合、线上与线下混合的教学模式，融入传统文化学习，通过任务驱动、在线学习测试、团队合作、多媒体讲解、案例分析、设计实训、作品展示等教学方法，加强学生实际职业能力的培养并培育其全球视野和市场洞察力。	
课程名称	**课程目标、内容及要求**		**主要支撑培养规格**
跨境供应链管理	**课程目标**	**1.素质目标** （1）具备持续、主动学习的能力，崇尚宪法遵守法律法规。 （2）具有良好的心里素质和敬业精神，遵守职业道德。 （3）具有爱岗敬业、踏实肯干、谦虚好学和勤于思考的精神。 （4）具有团队精神和协调工作能力、管理能力和全局观念。 （5）具备对新事物的分析能力、应变能力、信息处理能力、信息收集能力及创新能力。 **2.知识目标** （1）掌握跨境电子商务平台的操作流程以及跨境电子商务出口采购工作的物流相关知识。 （2）掌握跨境物流配送、退换货、跨境仓储和配送成本的相关知识。 （3）掌握主要跨境电子商务物流配送方式包括国际邮政小包快递、国际快递、国内快递国际业务、专线物流、海外仓、FBA 头程服务、国际海洋运输等内容。 （4）掌握跨境电子商务物流产品包装的知识以及不同特质商品的运输包装方式和材料应用的知识。 （5）掌握跨境电商供应链采购管理和跨境电商供应链库存管理的知识。 **3.能力目标** （1）能够熟练的使用最先进的跨境电子商务平台软件，进行跨境电子商务出口采购工作的相关实训，具备管理订单的能力。 （2）能够通过跨境电子商务平台软件实操、业务实战，做好跨境电子商务平台上运费模版设置，具备在各个跨境电子商务平台上发货的能力。 （3）能够通过课程知识点的学习，比较各种国际物流配送方式的优缺点，具备在跨	**S4** **S7** **Z1** **Z2** **N5**

		境电子商务平台上向客户推荐最有效的国际物流配送方式的能力，并具备快速准确核算运费的能力。 （4）能够通过跨境电子商务平台软件实操进行实战，能进行产品包装工作，能在各个跨境电子商务平台上处理退换货业务。 （5）能够熟练掌握各种物流环节的作业流程、控制等管理内容。	
	主要内容	**模块一跨境电商仓储管理** 跨境电商仓储管理的业务流程、海外仓的仓储作业流程、布局及货物安排 **模块二跨境电商运输及配送管理** 跨境电商运输、跨境电商物流配送及跨境电商进出口通关常规业务 **模块三：供应链的采购管理** 跨境电商供应链的运营机制、跨境电商供应链的采购流程	
	教学要求	**课程思政：**设计思路紧密结合课程内容和教学目标，立足《跨境供应链管理》的知识体系，通过融入思政元素、案例分析、实践活动等方式，培养学生的职业素养、道德观念、社会责任感以及国际视野。将思政教育融入跨境供应链管理的专业教学中。在实施过程中，通过案例导入、头脑风暴、跨境电商风险提示、实训操作、案例分析等模块，开展互动性、启发性、实践性的教学活动，以培养学生适应、设计和创新岗位的能力，并将思政元素融入专业教育的教学体系。 **1.师资队伍：**担任本课程的主讲教师应具有跨境电商运营岗位经验，具备较强的供应链管理能力，具有在跨境电商企业的工作经验并具有相关物流岗位经验，能对跨境物流及供应链管理进行组织实训和有效指导。 **2.教学设施：**专业理实一体化教室，配备交互职能教育平板、黑（白）板、多媒体计算机、投影设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。 **3.教学资源：**本课程选用的是“新商科”电子商务类专业新形态一体化教材，也是跨境电子商务专业“新专标”规划教材，由孙华林、赵丹主编的《跨境电商物流与供应链管理》，电子工业出版社出版。 **4.教学方法：**在教学方法的选择上要从学生现有的能力和水平出发，注重“从实际出发，因材施教”，采用角色扮演教学法、讨论式教学法、案例教学法、项目教学法、探究式教学法等多种教学方法，并积极探索新的教学模式,提高学生分析问题、解决问题的能力。本课程实践性强，基于在线开放课程平台丰富的任务工单、微课视频、优秀案例、等数字资源，采用理论与实操结合、线上与线下混合的教学模式，融入传统文化学习，通过任务驱动、在线学习测试、团队合作、多媒体讲解、案例分析、设计实训、作品展示等教学方法，加强学生实际职业能力的培养并培育其全球视野和市场洞察力。	
课程名称	**课程目标、内容及要求**		**主要支撑培养规格**
跨境市场推广	**课程目标**	**1.素质目标** （1）具有正确的世界观、人生观、价值观，崇尚宪法遵守法律法规； （2）具备全球互联网营销思维、学习新事物的能力；具备全球市场洞察力和跨文化调研沟通能力； （3）具备善于利用互联网工具和创新方法的素质； （4）具备良好的团队沟通与合作的意识，形成良好的职业道德； （5）养成耐心细致、严谨踏实的工作作风、精益求精的工匠精神； （6）具有良好的从事跨境电子商务行业职业道德，热爱跨境电子商务事业，具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、创新思维、全球视野和市场洞察力。 **2.知识目标** （1）了解跨境电子商务推广主要方式、业务流程与操作技巧；	**S1** **S6** **Z4** **N1**

		（2）掌握不同市场推广方式的基本知识； （3）熟悉相关的国际贸易惯例。 **3.能力目标** （1）具备数据分析能力； （2）具备推广执行能力； （3）具备推广所需的外语能力； （4）具备计算机应用能力。	
	主要内容	跨境电子商务推广概述；GoogleAdwords 推广；速卖通平台推广；亚马逊平台推广；其他主流媒体推广；跨境电商综合推广方案。	
	教学要求	**课程思政：**教育学生认识到自己的社会责任是至关重要的任务。通过课程，增强学生的社会责任感，使其在从事跨境电商活动时能够维护广大消费者的权益，促进电商行业的健康发展。 **1.师资队伍：**担任本课程的主讲教师应具有国际贸易业务基础及跨境电商业务操作基础，具备较好的英语沟通能力，精通 Office 软件中的 word 和 office 使用，具有图片简单处理能力，能熟练使用教材配套教学资源实施教学，对专业技能考核标准、毕业设计要求有深刻理解与把握，能将三者融入课程教学，能对文化产品跨境平台线上推广、营销进行有效指导，具有随时了解、收集当前跨境电商平台操作最新政策要求及案例的能力。 **2.教学设施：**专业理实一体化教室，配备交互职能教育平板、黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。 **3.教学资源：**本课程选用的是“新商科”新形态一体化教材，由龙朝晖、刘蓓主编的《跨境电子商务推广》，高等教育出版社出版。 **4.教学方法：**在教学方法的选择上要从学生现有的能力和水平出发，注重“从实际出发，因材施教”，采用角色扮演教学法、讨论式教学法、案例教学法、项目教学法、探究式教学法等多种教学方法，并积极探索新的教学模式,提高学生分析问题、解决问题的能力。本课程实践性强，基于在线开放课程平台丰富的任务工单、微课视频、优秀案例、等数字资源，采用理论与实操结合、线上与线下混合的教学模式，融入传统文化学习，通过任务驱动、在线学习测试、团队合作、多媒体讲解、案例分析、设计实训、作品展示等教学方法，加强学生实际职业能力的培养并培育其全球视野和市场洞察力。	
课程名称	**课程目标、内容及要求**		**主要支撑培养规格**
跨境电商数据分析与应用	**课程目标**	**1.素质目标** （1）熟悉电子商务企业在运营中应该遵循的相关法律法规； （2）能够在电子商务数据化运营过程中坚持科学的价值观和道德观； （3）熟悉计算机信息技术相关法律法规，合理合法的开展数据收集行为； （4）遵守职业道德，在进行数据分析时不弄虚作假； （5）具备数据保密意识，尊重公民隐私，遵守职业道德。 **2.知识目标** （1）熟悉数据采集的方法和步骤；掌握数据分类统计的常用方法； （2）熟悉数据清洗的内容；了解电子商务数据计算的常用方法； （3）熟悉描述性统计量的类型和指标含义，掌握相应的分析方法； （4）熟悉客户数据分析、推广数据分析、销售数据分析、供应链数据分析的相关知识与指标； （5）熟悉产品数据分析的概念和内容；了解数据异常的常见原因及解决办法。 **3.能力目标** （1）能够熟练使用指标计算公式对相应指标进行计算；	**S1** **S7** **Z5** **N1**

		（2）能够初步完成数据分析报告框架的搭建； （3）能够熟练使用数据采集工具； （4）能够使用 Excel 分类汇总、数据透视表等方法对数据进行处理； （5）能够完成数据监控报表的制作及异常数据的鉴别与分析； （6）能设计数据分析报告框架，并完成数据分析报告的撰写。	
	主要内容	**模块一：电商数据分析概述** 跨境电子商务数据及数据分析认知、跨境电子商务数据分析的指标 **模块二：基础数据采集** 数据采集认知、跨境电子商务数据采集渠道及工具、市场数据采集、运营数据采集、产品数据采集 **模块三：数据分类与处理** 数据分类与处理认知、分类统计、数据处理、数据计算 **模块四：数据描述性分析** 描述性统计分析、趋势分析、对比分析、其他分析方法 **模块五：市场数据分析** 市场数据分析认知、行业数据分析、竞争数据分析 **模块六：运营数据分析** 运营数据分析认知、客户数据分析、推广数据分析、销售数据分析、供应链数据分析 **模块七：产品数据分析** 产品数据分析认知、产品行业数据分析、产品能力数据分析 **模块八：数据监控与报告撰写** 数据监控、数据分析报告的撰写	
	教学要求	**课程思政：**将社会主义核心价值观和思政内容融入数据分析案例背景中，通过深挖思政元素，塑造学生正确的价值观；大数据技术的运用强化教育者的主导作用，整合升级教育供给能力，善于获取数据、分析数据、运用数据。 **1.师资队伍：**担任本课程的主讲教师应具有讲师以上职称的双师型教师；具有商务数据分析与应用管理岗位经验；精通 Office 软件中的 Excel 数据分析和处理能力；能对商务数据分析实训进行有效指导；具备随时搜集当前商务数据、并进行分析处理的能力；具备设计基于项目导向的教学法的设计应用能力。 **2.教学设施：**专业机房，配备交互职能教育平板、黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。 **3.教学资源** 本课程选用的是高等职业教育理实一体化规划教材 •电子商务专业，由叶子主编的《电子商务数据分析与应用》，电子工业出版社出版。 **4.教学方法：**在教学方法的选择上要从学生现有的能力和水平出发，注重“从实际出发，因材施教”，采用角色扮演教学法、讨论式教学法、案例教学法、项目教学法、探究式教学法等多种教学方法，并积极探索新的教学模式，提高学生分析问题、解决问题的能力。	
课程名称	**课程目标、内容及要求**		**主要支撑培养规格**
跨境电商客户服务	**课程目标**	**1.素质目标：**（1）具有正确的世界观、人生观、价值观，养成较强的互联网意识、法律法规意识； （2）具有良好的从事跨境电子商务行业职业道德，热爱跨境电子商务事业，具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、创新思维、全球视野和市场洞察力；（3）养成耐心细致、严谨踏实的工作作风，培养精益求精的精神。 **2.知识目标：**（1）掌握通过不同的交流工具与不同地区和国家客户的沟通技巧，跨境电子商务售前沟通与服务的技巧，订单跟进的技巧，物流跟踪的沟通、服务技巧，	**S3 S7 Z4 N8**

		跨境电子商务售后纠纷的处理流程和技巧，跨境电子商务客户分类方法，不同跨境电子商务平台争议处理方法；（2）熟悉跨境电子商务客户服务的工作范畴与目标、跨境电子商务售前咨询的主要内容、特殊订单的处理沟通技巧、跨境电子商务客户识别方法、各大跨境电子商务平台争议处理流程，能够在平台介入时进行有效申诉，必要时提供有效证据，以保障卖家权益；（3）了解跨境电子商务客户服务的工作职责与技巧、跨境电子商务售前信息推送的主要途径与内容、关联产品推介的方法、跨境电子商务客户服务售后服务的主要内容、不同地区和国家网购人群的消费特征、跨境电子商务售后服务技巧、跨境电子商务平台纠纷处理规定、跨境电子商务客户争议对店铺的影响。 **3.能力目标：**（1）能够通过跨境电子商务平台软件操作、业务实战、小组讨论等方式，经过跨境电子商务客户售前、售中、售后服务的相关训练，使学生具备处理跨境电子商务买家咨询与疑间、促进店铺销售、提升卖家信用和服务等级的能力；（2）能够运用站内信、阿里旺旺国际版、数据分析工具等，进行客户沟通，积极回复客户的各种问题；（3）能够根据客户问题对跨境电子商务店铺优化提出合理化建议，从而提高商品转率和店铺的客单价；（4）能够对客户进行定期回访，并及时推送促销信息，提升店铺二次购买率。	
	主要内容	**模块一跨境电子商务客户开发**.主要包括岗位认知、客户开发、沟通工具 **模块二跨境电商客户交易全流程服务**，主要包括询盘回复、引导购买、订单处理 **模块三跨境电商客户纠纷全流程服务**，主要包括投诉交流、善后处理、服务跟踪	
	教学要求	**课程思政：**强调学生遵守平台规则，具有法制意识和安全意识，树立诚实守信的职业道德观念。通过学习客户关系管理的相关理论，联系实际，尊重交易双方的文化差异等，展现中国文化的内核和文化自信。 **1.师资队伍：**担任本课程的主讲教师应具有一定的实操经验，具有良好的跨文化沟通和外语书面表达能力，能熟练运用外语开展网络客户服务，能熟练使用教材配套教学资源实施教学，对专业技能考核标准、毕业设计要求有深刻理解与把握，能将三者融入课程教学，能对网络平台或店铺产生的顾客问题进行有效解决，具有随时了解、收集当前跨境电商平台最新政策要求及案例的能力。 **2.教学设施：**专业理实一体化教室，配备交互职能教育平板、黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。 **3.教学资源：**本课程选用的是高等职业教育十三五创新型规划教材，由徐娜主编的《跨境电商客户服务与管理》，北京理工大学出版社出版。 **4.教学方法：**在教学方法的选择上要从学生现有的能力和水平出发，注重“从实际出发，因材施教”，采用角色扮演教学法、讨论式教学法、案例教学法、项目教学法、探究式教学法等多种教学方法，并积极探索新的教学模式,提高学生分析问题、解决问题的能力。 **5.考核形式：过程性评价和终结性评价相结合。**	
课程名称	**课程目标、内容及要求**		**主要支撑培养规格**
选品管理	**课程目标**	**1.素质目标** （1）热爱社会主义祖国，弘扬社会主义核心价值观，牢固树立“四个意识”、坚定“四个自信”、坚持“四个坚持”； （2）具有良好的从事跨境电子商务行业职业道德，热爱跨境电子商务事业，具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、创新思维、全球视野和市场洞察力； （3）讲文明、树新风，懂礼貌、礼让谦，献爱心、乐助人，济贫困、救危难，爱集体、惜公物，讲卫生、护环境，重低碳、节能源，尚科学、除迷信，遵法纪、守规则，扬正气、担道义； （4）培养团队协作、吃苦耐劳、严谨细致、专注负责的工作态度，精雕细琢、精益求精的工作理念，以及对职业的认同感、责任感、荣誉感、使命感的“大国工匠”精	**S1 S2 Z6 N1 N8 N9**

		神； （5）具备诚信务实的作风，善于把握机遇，富于创新精神，勤奋努力、坚持终身学习，具有坚韧执着、敏锐的直觉，敢于冒险的精神及风险防控意识。 **2.知识目标** （1）熟悉速卖通、亚马逊以及阿里巴巴国际站跨境电商平台选品市场调研的手段及方法； （2）掌握跨境电商平台定向店铺选品、零售综合店铺选品以及批发综合店铺选品的基本操作方法； （3）了解跨境电商平台产品质量及可信度分析的相关知识； （4）掌握跨境电商多平台价格策略制定的方法与手段； （5）掌握跨境电商多平台产品销售策略制定的手段与方法； （6）掌握产品成本和利润的计算流程和成本控制方法； （7）了解产品生命周期的特点和营销策略。 **3.能力目标** （1）能够具备速卖通、亚马逊以及阿里巴巴国际站跨境电商平台选品市场调研能力； （2）能够具备跨境电商平台定向店铺选品、零售综合店铺选品以及批发综合店铺选品的基本操作能力； （3）能够具备跨境电商平台产品质量及可信度分析的基本操作能力； （4）能够具备跨境电商多平台价格策略制定的能力； （5）能够具备跨境电商多平台产品销售策略制定的能力； （6）能够具备根据产品生命周期的特点采取营销策略的能力。	
	主要内容	**模块一：B2C 平台选品管理——速卖通平台** 全球速卖通平台宠物类目市场分析、定向产品选择、产品质量和可信度分析、价格策略、销售策略、产品定期更新 **模块二：B2C 平台选品管理——亚马逊平台** 亚马逊平台北美市场家居类目及户外运动类目市场分析、零售综合产品选择、产品质量和可信度分析、价格策略、销售策略、产品定期更新 **模块三：B2B 平台选品管理——阿里巴巴国际站平台** 阿里巴巴国际站平台 3C 数码类目及美妆个护类目市场分析、批发综合产品选择、产品质量和可信度分析、价格策略、销售策略、产品定期更新	
	教学要求	**课程思政：**通过教授跨境电商选品的专业知识和技能，同时融入思想政治教育，培养学生的国际视野、社会责任感、商业道德和创新精神。课程不仅强调跨境电商选品的方法和市场策略，还引导学生理解国家政策，树立正确的价值观和职业观念，以适应全球化背景下的商业挑战。 **1.师资队伍：**熟悉国内外电子商务动态，勤于实践，有一定的从业经验，能灵活高效的运用各种教学资源，掌握多种教学方法并能根据实际情况合理应用。能够根据电子商务平台选品相关的业务，与时俱进创新学习，及时更新教学内容，能创新与改革教学模式与技巧，同时积极与跨境平台相关企业进行项目合作。 **2.教学设施：**专业理实一体化教室，配备交互职能教育平板、黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。 **3.教学资源：**本课程选用的是新编 21 世纪高等职业教育精品教材，由龙朝晖编写的《跨境电商选品管理》，中国人民大学出版社。 **4.教学方法：**以学生为中心，以能力为目标、以方法为导向，重视学习的过程，在教学过程中，根据学生的学情以及各子情境需要达成的教学目标，利用启发式、探讨式、探究式等教学模式，运用任务驱动法、案例教学法、情景模拟教学法、小组合作学习法等因材施教，促进学生的自主性学习和研究性学习，结合多媒体教学、实践教学等	

		充分尊重学生的个性特长，发挥学生学习的主体性和主动性，大力增强教学效果。	

附件 2：三年制专科跨境电子商务专业核心课课程标准

《跨境电商运营》课程标准

一、课程基本信息

表 1 课程基本信息

课程名称	跨境电商运营	课程代码	2405509
课程类型	专业核心课程	开设院部	商贸旅游学院
适用专业对象	跨境电子商务专业三年制高职学生	先修课程	跨境电商概论
后续课程	跨境电商数据分析与应用	学时/学分	72 学时/4 学分
编制团队	学校：廖新琳、张旻书 企业：易梅梅、蔡冰心	审核人	姚师洵
制（修）订时间	2024 年 07 月		

二、课程性质与任务

（一）课程性质

《跨境电商运营》是跨境电子商务专业的一门核心课程，本课程以《跨境电商基础》等课程学习为基础，使学生掌握跨境电商的基本概念、基本政策及平台规则，并具备跨境店铺运营和电商操作技术等业务能力，同期开设《跨境市场推广》，后续还有《跨境电商数据分析与应用》课程。旨在以素质为基础，以学生为主体，以能力为本位，模拟跨境电商实际工作任务对《跨境电商运营》课程进行整体设计，打破传统的学科型教学按知识体系的逻辑顺序设计课程的模式，紧紧围绕完成工作任务的需要来选择课程内容，变知识学科本位为职业能力本位。

（二）课程任务

通过学习本课程掌握跨境电商的基础知识、原理及理论框架。熟悉跨境电商平台的操作规则，掌握跨境电商操作基本工作流程。具备独立进行跨境店铺注册及店铺运营的能力。掌握店铺推广及物流发货的基本流程，能够独立开发客户、广告推广及数据分析优化的能力。

三、课程目标与要求

（一）课程目标

通过本课程的学习，不但要培养他们拥有坚定的理想信念，具备电子商务信息素养、诚信意识、经济法律意识、全球视野和市场洞察力。还要

让学生掌握跨境电商推广方面的理论，增强学生分析实际问题的能力，提高学生的实际操作能力；还要培养学生分析问题、解决问题的能力及创新能力。同时还要求学生提升对数智化运用的能力。

1.素质目标

（1）具有正确的世界观、人生观、价值观，崇尚宪法遵守法律法规；

（2）具有良好的从事跨境电子商务行业职业道德，热爱跨境电子商务事业，具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、创新思维、全球视野和市场洞察力；

（3）具有组织协调能力；

（4）具有沟通与交流能力。

（5）具有较强的互联网意识、法律法规意识；

（6）具有质量意识、创新思维、全球视野和市场洞察力；

（7）具有耐心细致、严谨踏实的工作作风，精益求精的精神

2.能力目标

（1）能顺利开通跨境电商店铺账号；

（2）能熟练设计跨境物流方案、合理选择跨境物流方式；

（3）能深入调研海外市场跨境电商发展情况、形成可供企业采纳的调研报告；

（4）能独立完成跨境电商选品及产品的信息化工作；

（5）能合理设置跨境电商产品价格、完成产品刊登和发布；

（6）能制定跨境产品和店铺优化方案、通过合适的方法和渠道在平台内外进行推广；

（7）能够运用站内信、阿里旺旺国际版、数据分析工具等，进行客户沟通；

（8）能及时处理订单、提升客户体验感和满意度；

（9）能及时处理争议订单，维护老客户、开发新客户。

3.知识目标

（1）掌握开展跨境电商业务活动必需的信息检索、商务数据统计分析和报告撰写相关知识；

（2）熟悉我国跨境电商产业发展状况、战略性新兴产业发展规划和全国经济社会发展总体战略和相关政策知识；

（3）掌握跨境电子商务阿里巴巴国际站的基本理论知识；

（4）全面了解国际站跨境电商平台的运营模式；

（5）掌握不同交流工具与各国家或地区的客户进行沟通；

（6）掌握国际市场分析，商品和营销渠道，网店运营推广策略等相关知识。

（二）课程要求

1.知识理解要求：深入理解跨境电商的基本概念、发展历程和现状，以及在全球贸易中的地位和作用。掌握跨境电商平台的类型、特点、运营模式以及相关的营销策略和推广方法。理解并熟悉国际物流、订单处理以及跨境支付等方面的基本知识和操作流程。

2.技能掌握要求：能够完成跨境电商平台的基本搭建、产品发布、店铺装修等基本技能操作。掌握跨境电商平台的数据分析工具和方法，能够进行有效的数据分析和决策。具备国际市场的分析和判断能力，能够根据市场需求和竞争状况制定营销策略。

3.实践操作能力：通过模拟实训，学生能够独立完成跨境电商运营的整个流程，包括产品选品、市场分析、营销策略制定、店铺运营等。能够在跨境电商平台上进行有效的客户沟通和服务，处理客户订单和售后问题。

4.法律法规与职业素养：了解并遵守跨境电商相关的法律法规和政策，如进出口政策、税收政策、支付政策、知识产权保护等。培养诚实守信、开放包容的职业素养，具备良好的团队合作精神和沟通能力。

四、课程结构与内容

（一）课程结构

《跨境电商运营》课程结构从基础知识到专业技能、市场分析、营销策略、数据分析以及法律法规的全面培训。首先介绍跨境电商的基本概念、平台操作和跨境物流操作，随后深入分析国际市场趋势和营销策略，教授数据分析和商务智能工具应用，同时强调法律法规的遵守和职业素养的培养。通过案例分析和模拟实训，帮助学生提升实际操作能力，培养全面发

展的跨境电商运营人才。

（二）课程内容

本课程对接跨境电商运营推广专员岗位，重构教学内容为 3 个模块，对应了 1+X 跨境电商 B2B 数据运营职业等级证书（中级）、金砖技能大赛跨境电商赛项、中北非国际职业教育数字创新技能大赛，具体教学内容详见图 1 和表 2。



图 1　课程重构图

表 2 课程内容与教学要求

模块	项目	工作任务	教学内容	主要技能	教学方法	建议学时
模块一 宠物店铺搭建与运营	项目一 宠物店后台搭建	任务 1：国际站后台基础设置方法	1.国际站卖家端后台基础设置	1.掌握阿里巴巴卖家后台界面各模块 2.学会店铺开通流程 3.懂得店铺素材收集方法 4.掌握阿里巴巴账号设置	现场教学 小组合作与讨论	8
	项目二 宠物店铺装修	任务 1：图片拍摄方式及处理 任务 2：视觉营销 任务 3：旺铺装修步骤	1.视觉营销&图片拍摄 2.图片处理 3.视觉营销 4.旺铺装修	1.了解图片的视觉营销方法 2.学会摄影理论基础 3.会动手打造爆款主图 4.会打造吸睛产品内页 5.会手动炮制爆款内页 6.掌握主图视频制作方法 7.掌握详情页视频制作方法 8.掌握旺铺装修营销设计方法 9.掌握实操旺铺装修方法	现场教学 头脑风暴 小组合作与讨论	12
	项目三 宠物产品发布	任务 1：产品发布得流程 任务 2：产品分析优化方法 任务 3：产品管理	1.产品发布 2.产品优化 3.产品管理	1.掌握产品发布步骤 2.掌握产品优化的方法 3.掌握产品管理方法	任务驱动 现场教学 案列教学	12
	项目四	任务 1：营销推广得运用	1.视觉营销&图片拍摄	1.掌握橱窗设置方法	任务驱动	12

	宠物店铺运营与推广		2.图片处理 3.视觉营销 4.旺铺装修	2.学会外贸直通车 3.学会顶级展位设置方法 4.了解阿里巴巴国际站大促	现场教学 案列教学	
模块二 宠物店铺内 客户开发	项目一 客户开发与跟进	任务 1：外贸邮得设置方法 任务 2：询盘处理步骤及回复与跟进技巧 任务 3：客户管理与营销后台步骤及方法 任务 4：交易履约流程	1.外贸邮 2.询盘处理 3.客户管理与营销 4.交易履约	1.会开通外贸邮 2.会对询盘分析与回复 3.掌握询盘跟进方法 4.会邮件管理 5.掌握 RFQ 查找分析与报价方法 6.掌握信保订单的起草步骤 7.会物流价格查询	任务驱动 现场教学 案列教学 小组合作 与讨论	20
模块三 宠物店铺新 媒体营销	项目一 宠物店新媒体营销	任务 1：认识各社交媒体 任务 2：认识国际常用聊天工具 任务 3：搜索引擎使用方法 任务 4：认识领英	1.社交媒体分类 2.常用国际聊天工具 3.搜索引擎基础认识 4.领英应用与操作	1.会用社交媒体 2.会用即时通讯软件 3.掌握搜索引擎操作的方法 4.了解领英平台卖家端实操步骤	任务驱动 现场教学 案列教学 小组合作 与讨论	8
学时合计：72 学时（其中实践教学学时比例为 56%）				理论学时		32
				实践学时		40

（三）课程思政设计

立足于《跨境电商运营》课程的属性和体系，结合企业所需运营推广岗位的职业道德要求，加强专业教育和思政教育的有机融合，在实施过程中，注重培养学生的全球化视野和国际化思维，以及诚实守信的职业道德和创新精神。课堂教学中穿插和融入经济强国背景下的相关知识，增强学生对跨境电商法律法规和政策的意识，为将来成为跨境电商人才奠定基础。思政设计思路见图 2，思政整体设计详见表 3。

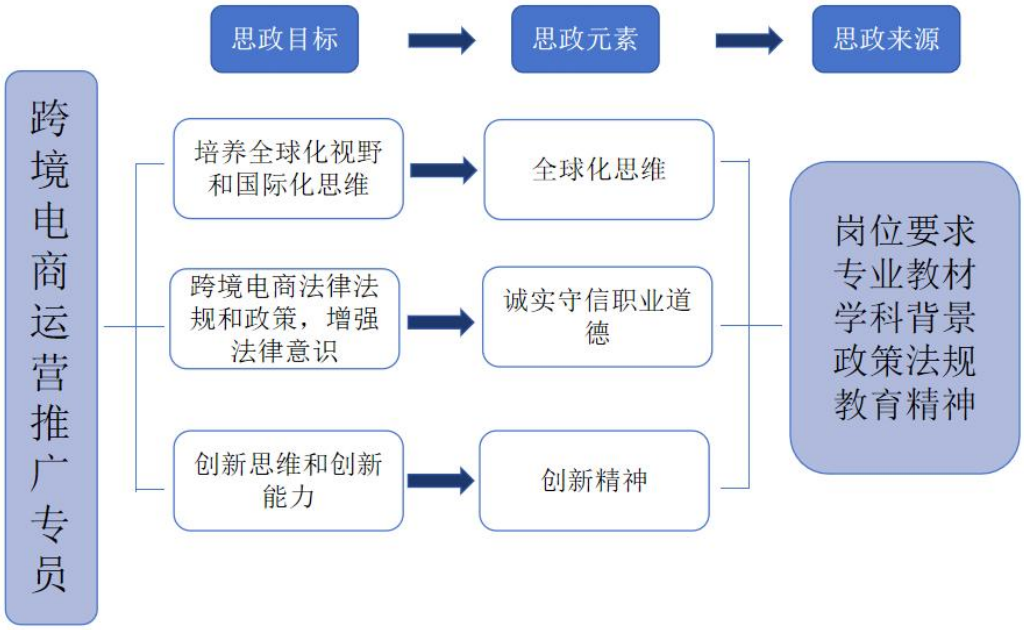


图 2《跨境电商运营》课程思政设计思路图

表 3 课程思政整体设计

序号	模块	项目	任务	学时	思政目标	思政元素	思政载体
1	模块一 宠物店铺运营与推广	项目一 宠物店铺搭建	任务 1：国际站后台基础设置方法	8	培养经营者遵守法律法规、诚信经营的意识，确保店铺运营的合法性和道德性	诚信经营 社会责任感	案列：国际站后台设置方法演示
		项目二 宠物店铺装修	任务 1：图片拍摄方式及处理	4	培养学生树立正确的审美观念，提高审美水平，使其能够运用艺术元素和谐统一地表达设计思想。培养其设计和开发能力，使其能够运用最新技术和工具开发出具有创新性的设计作品	审美情趣 团队协作精神 创新能力	案列：图片拍摄技巧及图片展示结果
			任务 2：视觉营销	4	培养学生的审美情趣、创新思维和社会责任感	审美情趣 创新思维	案列：视觉营销技巧
			任务 3：旺铺装修步骤	4	激发学生的创新思维，培养其设计和开发能力，使其能够运用最新技术和工具开发出具有创新性的设计作品	创新思维 审美情趣	案列：旺铺装修步骤
		项目三 宠物产品发布	任务 1：产品发布得流程	4	培养学生的社会责任感和良好的商业道德，促进健康、诚信的网络交易环境	商业道德 法律法规 社会责任感	案列：举例某个商品的产品上架流程
			任务 2：产品分析优化方法	4	培养学生对产品分析的能力和掌握产品优化的方法	产品分析优化思维能力	案列：产品优化的方法案列
			任务 3：产品管理	4	培养学生创新与系统思维，提升应用能力与职业素养	社会责任意识 质量意识与精益求	案列：产品管理的案列

2	模块二 宠物店铺内客户开发					精	
		项目四 宠物店铺运营与推广	任务 1：营销推广得运用	4	提升团队协作精神和创新能力，提高店铺的运营效率和竞争力	团队协作精神 创新能力 诚信守法	案列：数据优化的方法
		项目一 客户开发与跟进 项目二 交易履约	任务 1：外贸邮得设置方法	4	在商机识别、评估与交易过程中，鼓励学生团队协作，发挥各自优势，同时激发创新思维，提高交易效率和质量	诚信守法 信息安全 资源共享 自我提升 社会责任	案列：外贸邮设置方法
			任务 2：询盘处理步骤及回复与跟进技巧	8	对客户的询盘负责，确保及时回复、解决客户问题，体现高度的职业责任感	信息准确 术语专业 持续主动 人文关怀	案列：询盘处理及跟进技巧
			任务 3：客户管理与营销后台步骤及方法	4	引导学生深入理解客户管理的战略意义	诚信为本 道德准则 团队合作协作精神 持续学习	案列：客户管理界面演示
			任务 4：交易履约流程	4	引导学生树立诚信守约的观念，增强契约精神	契约精神 诚信守约 合作共赢	案列：交易履约流程演示

3	模块三 宠物店新媒体营销	项目 1 社交媒体营销 项目 2 搜索引擎营销	任务 1：认识各社交媒体	2	激发学生的创新思维，鼓励他们在新媒体营销领域不断探索新的方法和策略，提升营销效果	信息甄别与批判性思维 网络道德与法律意识 国际视野与跨文化交流 自律与自我管理	实操：不同社交媒体的注册流程及后台界面
			任务 2：认识国际常用聊天工具	2	理解和尊重中西方文化的重要性	尊重与包容多元文化 批判性思维与信息甄别 诚信与责任	实操：国际常用聊天工具界面实操
			任务 3：搜索引擎使用方法	2	培养学生信息筛选和评估的能力	网络道德与行为规范 信息筛选与批判性思维 自主学习与终身学习意识	实操：国内国际不同搜索引擎的使用技巧
			任务 4：认识领英	2	引导学生通过领英平台了解和学习不同行业的职业道德规范，树立正确的职业价值观	全球意识 跨文化交流能力	实操：领英平台卖家端界面操作
学时合计：72 学时（其中实践教学学时比例为 56%）					理论学时		32
					实践学时		40

五、课程实施与保障

（一）课程实施

1. 教学模式

在进行教学设计时，需注重学生在校学习与实际工作的一致性，将阿里巴巴国际站平台运营流程充分融入课前、课中、课后各个环节中，按照“教、学、做、评”一体化的思路设计教学活动，有针对性地采取项目导入教学、案例分析教学、情景融入教学、理实一体化、模块化教学、能力实训教学等新型教学模式，积极推行线上线下混合式教学，推广实时互动、翻转课堂、移动学习等信息化教学模式。

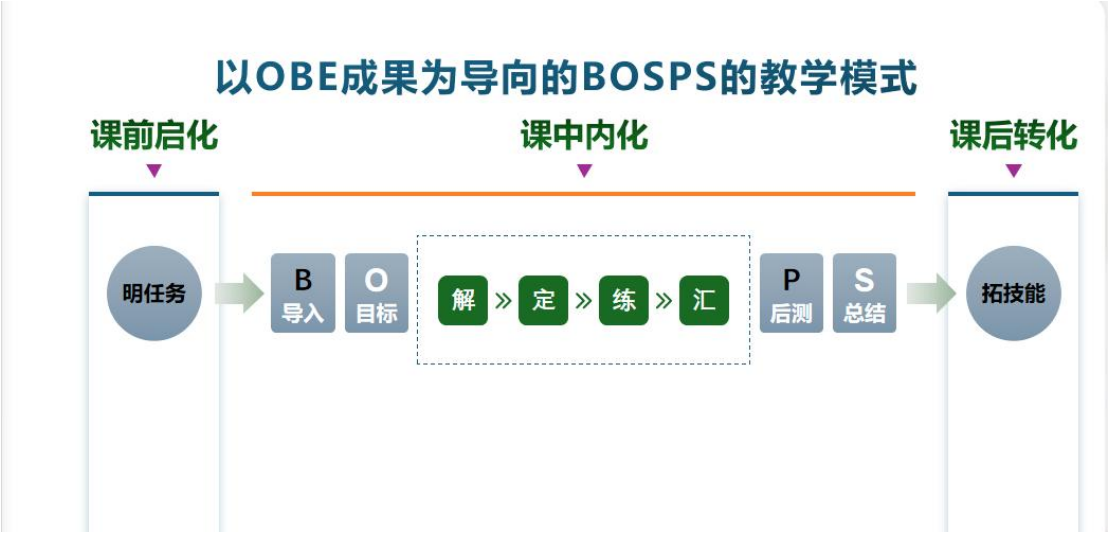


图 3 教学模式图

2. 教学方法

根据课程内容和学生特点，灵活运用项目导入、案例分析、分组讨论、启发引导、项目实操等教学方法，引导学生积极思考、乐于实践，提高教与学的效果。

3. 教学手段

（1）在进行教学过程中，对学生进行项目任务布置、通过启示引导引出的相关知识，利用 PPT 课件形式进行展示，使学生对项目任务和基础理论知识有直观认识。

（2）在课程项目运作过程中，利用真实阿里巴巴国际站平台账号，让学生在各自分组的子账号中进行项目任务的实施。

（3）利用在线教学平台资源，给学生在课前、课中、课后布置案例分析、问题讨论和项目实操，要求学生通过网络资源收集、分析、讨论、实训来完成各项任务。

（二）课程保障

1.教学团队

（1）课程负责人

具有硕士以上学历、高校教师资格、讲师以上职称，能够胜任两门以上专业核心课程教学，能较好地跟踪国内外电子商务领域的发展动态，具有良好的职业道德和团队精神，具有坚定的社会主义理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心，具有丰富的跨境电商运营教学经验，具有较强的教学设计能力和信息化教学能力，能够开展课程教学改革和行业科学研究，3 年累计不少于 6 个月的一线企业工作实践经历。

（2）教学团队

本课程教学团队应由校内专任教师和行业兼职教师共同组成，具有良好的专业结构和学缘结构，相互补充，相辅相成。要求行业兼职教师跨境电商平台运营经验 5 年以上，实现“双元”；校内专任教师到跨境电商企业开展挂职锻炼，提升跨境电商客服操作能力，行业兼职教师走入校园、走进实训，提升教学能力，实现“双优”；“双元双优”教学团队共同开发课程、共同编写教材、共同备课、共同授课、共同评价，全程参与课堂教学。

学校导师：具有硕士或以上学历、高校教师资格、讲师或以上职称，具有良好的职业道德和责任意识，具有一定的实操经验，具有良好的跨文化沟通和外语书面表达能力；能对网络平台或店铺产生的顾客问题进行有效解决，具有随时了解、收集当前跨境电商平台最新政策要求及案例的能力。能熟练使用教材配套教学资源实施教学，对专业技能考核标准、毕业设计要求有深刻理解与把握，能将三者融入课程教学。，实践经验丰富，综合素质强，具有较强的融会贯通的实践教学应用能力和课程开发能力。

企业导师：相关企业（岗位）工作 5 年以上，具备丰富的实践经验，能够进教室授课以及带领学生到企业进行实践训练。

2.教学设施

教学设施能满足本专业人才培养实施需要，其中实训（实验）室面积、设施等达到了国家发布的有关专业实训教学条件建设标准（仪器设备配备规范）要求。信息化条件保障应能满足专业建设、教学管理、信息化教学和学生自主学习需要。

（1）专业教室基本条件

一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

表 4 教学场地、设施配置及功能

序号	教学场地	设施配置	功能
1	多媒体教室	配备黑板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具备互联网接入条件，安装应急照明装置，设置灭火器消防设备，符合紧急疏散要求，配备风扇等降温设施。	实施理论性内容教学

（2）校内实训基本要求

表 5 实习实训基地（室）配置与要求

序号	实训（室）名称	面积/工位	主要实训项目	主要设备
1	电子商务数据分析实训室	100 平米/50 个	1.数据采集与处理实训 2.数据分析模型构建实训 3.主题数据分析实训 4.数据挖掘与分析实训 5.数据化运营创新实训	跨境电商数据分析软件、电商教学系统、电脑 50 台、服务器 1 台、路由器 1 台、网络柜机 1 台、多媒体中控台 1 台、功率放大器 1 台、交换机 3 台、投影机 1 台、玻璃珠银幕、语音系统一套。

（3）校外实训基地基本要求

具有稳定的校外实训基地。能够开展跨境电子商务数据分析等实训活动，实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师确定，实训管理及实施规章制度齐全。

表 6 校外实习实训基地（室）配置与要求

序号	实训基地名称	功能（实训实习项目）	面积、设备名称及台套数要求	容量（一次性容纳人数）
1	跨境电商运营推广实训基地倍思科技	跨境电商运营 外贸业务 市场营销策划 选品管理	面积：300 多平，办公桌椅、电脑等。	50 人以上
2	跨境电商运营推广实训基地深圳市闪魔数码科技有限公司	跨境电商运营 外贸业务 市场营销策划 选品管理	面积：300 多平，办公桌椅、电脑等。	50 人以上
3	跨境电商运营推广实训基地深圳市星翔羽科技有限公司	跨境电商运营 外贸业务 市场营销策划 选品管理	面积：300 多平，办公桌椅、电脑等。	50 人以上

（4）学生实习基地基本要求

具有稳定的校外实习基地。能提供跨境电商运营等相关实习岗位，能涵盖当前电子商务专业（产业）发展的主流业务（主流技术），可接纳一定规模的学生实习；能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

3.教学资源

（1）推荐教材

普通高等职业教育“十四五”规划教材《跨境电商实务》，肖旭主编，中国人民大学出版社出版。

（2）参考教材

职业教育“十四五”系列教材、高等职业教育新形态一体化教材，

《跨境电商基础》，朱兰春主编，大连理工大学出版社出版。

《跨境电商 B2B 询盘业务宝典》，郭萍主编，电子工业出版社。

（3）教学网站

国家精品课程《跨境电商运营》

https://www.icourse163.org/course/NBCC-436002?from=searchPage&outVendor=zw_mooc_pcssjg_

（4）信息化工具

阿里巴巴国际站：https://www.alibaba.com/

速卖通大学：http//daxue.aliexpress.com/.

eBay 大学：http//university.ebay.cn/.

亚马逊大学：

http：//sellercentral.amazon.com/gp/homepage.html.

4.课程管理

通过持续规范的自我约束、自我评价、自我改进、自我发展，建立并运行跨境电商专业全要素网络化的内部质量保证体系，不断提升办学活力和人才培养质量。以“需求导向、自我保证、多元诊断、重在改进”为诊改工作基本方针，“数据分析与实际调研相结合、坚持标准和注重特色相结合、自主诊改和抽样复核相结合。”为基本原则，从而持续提高跨境电商专业人才培养质量。

诊改工作以三年一个大周期，一年一个小周期持续进行，从相应的目标开始，制定标准，进行实施，通过自我诊断和外部监测，进行数据分析，随时发现预警、及时调整改进，向更高的目标发展，促进工作质量的循环提升。本专业诊断与改进 8 字螺旋图如下图 4 所示，专业建设质量监控点见表 7。

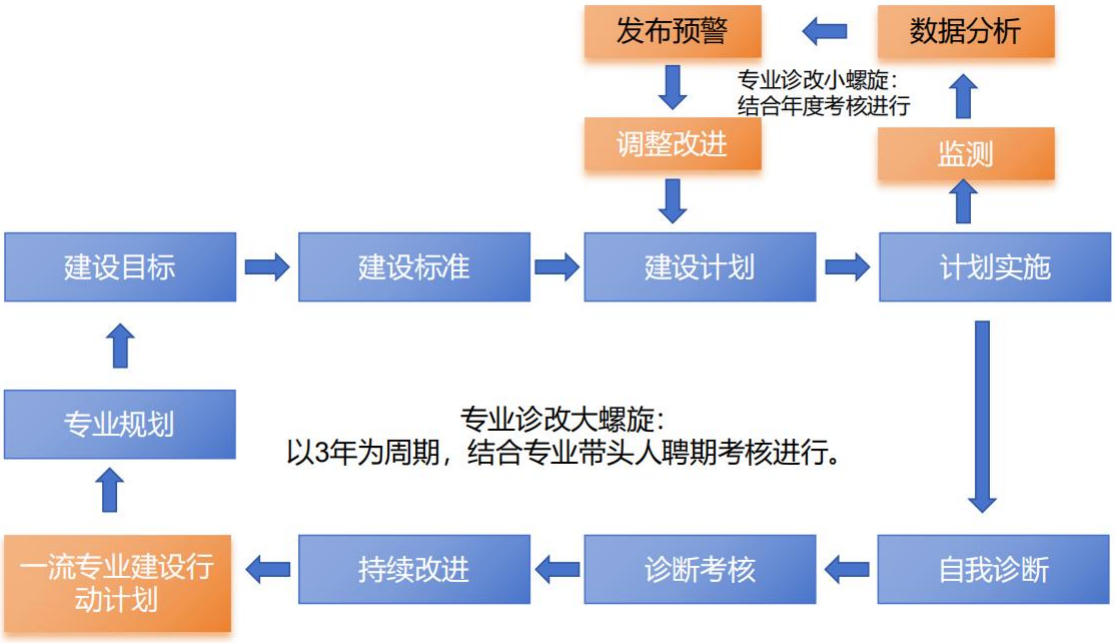


图 4　诊断与改进 8 字螺旋图

表 7　专业建设质量监控点（5 维 40 点）

监控维度	监控点	监控标准	监测值目标
1.专业设置（0.1）	（1）专业设置论证报告★	≥良好	
	（2）培养目标与规格	≥良好	
	（3）校企合作体制机制建设	≥良好	
	（4）年度专业人才市场需求调研报告★	≥良好	
2．专业建设与改革（0.25）	（5）专业建设规划★	≥良好	
	（6）课程建设规划★	≥良好	
	（7）专业标准体系建设（含专业教学标准，专业技能考核标准及题库、毕业设计标准，专业建设质量标准，人才培养质量标准等）★	≥良好	
	（8）专业课程体系★	≥良好	
	（9）教学组织设计★	≥良好	
	（10）教学方法和手段	≥良好	
	（11）实习实训项目开出率★	100%	
	（12）整体项目开出率★	≥85%	
	（13）专业制度体系建设（课程管理，教学管理，队伍管理，专业评估等）★	≥良好	
3.专业师资队伍（0.25）	（14）专业师资队伍建设规划	≥良好	
	（15）专任核心课教师（名）★	≥3	

监控维度	监控点	监控标准	监测值目标
	（16）副高以上专业技术职务教师（名）★	≥1	
	（17）“双师型”教师比例★	≥70%	
	（18）教师培养培训达标率	100%	
	（19）平均年度发表论文与出版著作（篇）	4	
	（20）平均年度在研课题与项目	3	
	（21）平均年度获得院级及以上成果与获奖	1	
4.专业教学环境（0.25）	（22）实训室建设规划	≥良好	
	（23）生产性实训基地建设规划	≥良好	
	（24）实训室数量及设备台套数★	≥良好	
	（25）生产性实训基地数量	≥1	
	（26）专业网络平台建设	≥良好	
	（27）专业图书资料（册）★	≥500	
	（28）年度生均经费投入（元）★	≥7000	
5.专业人才培养质量（0.15）	（29）英语A级通过率	80%	
	（30）计算机技能考核合格率	90%	
	（31）专业技能抽查通过率★	100%	
	（32）毕业设计合格率★	100%	
	（33）双证书率★	≥90%	
	（34）招生计划（人）★	≥50	
	（35）招生计划完成率★	≥90%	
	（36）新生报到率★	≥90%	
	（37）按时毕业率	≥95%	
	（38）初次就业率★	≥85%	
	（39）对口就业率★	≥65%	
	（40）专业年度办学水平评估★	≥良好	

注：标★号者为湘教发〔2018〕39号文件必审指标。

2.完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，每学期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，落实院长、教学副院长、教研室主任、教授副教授进课堂，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

六、课程考核与评价

《跨境电商运营》课程强调实际操作能力。因此，本课程的考核将着重测试学生对跨境电子商务平台运营能力。考核内容包括形成性考核和终结性考核，其中过程性考核为 40%，终结性考核为 60%；理论考核与实践考核相结合,教师评价与学生评价以及企业评价相结合的方式进行,充分实现教学目标、人才培养目标,进一步提高了学生的综合素质。

1.评价主体

采用教师、学生、组长、社会第三方等四个主体参与的多元考核评价方式。

2.评价方式

期末考试成绩采用过程性评价和终结性评价相结合，突出增值评价，平时过程性评价包括课前云平台的预习，课上出勤、回答问题、准守课堂纪律、课上完成测验和课堂参与、课后提交作业等，占 30%；期末终结性评价由理论考试和技能考核组成，占 70%。具体评价方式详见表 8 表 9。

表 8 课程考核评定表

考核类型	考核内容	评价主体	评价标准	所占比例
过程性评价	出勤、纪律情况	教师	出勤、纪律情况、态度	5%
	课堂活动参与情况	教师 学生互评	课堂表现（是否积极参与）	5%
	作业完成情况	教师 学生互评	课堂和课后作业完成情况（A+、A、A-、B+、B、B-、C+、C、C-）区分成绩	5%
	实践能力	教师 学生互评 学生自评 企业	1.店铺装修 2.选品及产品上架 3.运营数据分析 4.店铺优化	25%
终结性评价	期末考核 机试：完成整体店铺的装修、商品的上架、客户	教师	1.店铺装修符合企业、消费者的定位 2.产品的上架符合平台规则 3.店铺运营数据的分析	50%

	跟进技巧等并根据数据分析结构对店铺进行相应的优化		4.优化店铺运营	
增值评价	知识与技能 思维与视野	任课教师 学生互评 组长点评 企业导师	1.项目参与次数 2.项目实操次数与时长 3.项目参与讨论	10%

表 9 项目考核评定表

序号	考核内容	评价主体	考核比例	评分依据	备注
1	店铺装修	教师、企业导师	20%	国际站后台基本创建，产品种类搭配合理，店铺整体装修视觉设计符合消费者偏好	1.项目考核包括每一个操作练习 2.每项实操考核在该项目学习后进行考核
2	产品上架及运营	教师、企业导师	40%	会对产品上下架流程进行操作，会对店铺进行运营操作	
3	客户开发	教师、企业导师	20%	会独立在站内及站外进行客户开发	
4	新媒体运营	教师、企业导师	20%	会运用先媒体平台进行店铺商品营销	

3.评价标准

采用理论与实践相结合、书面与实操相结合、职业素质和团队合作能力相结合等多元评价标准。

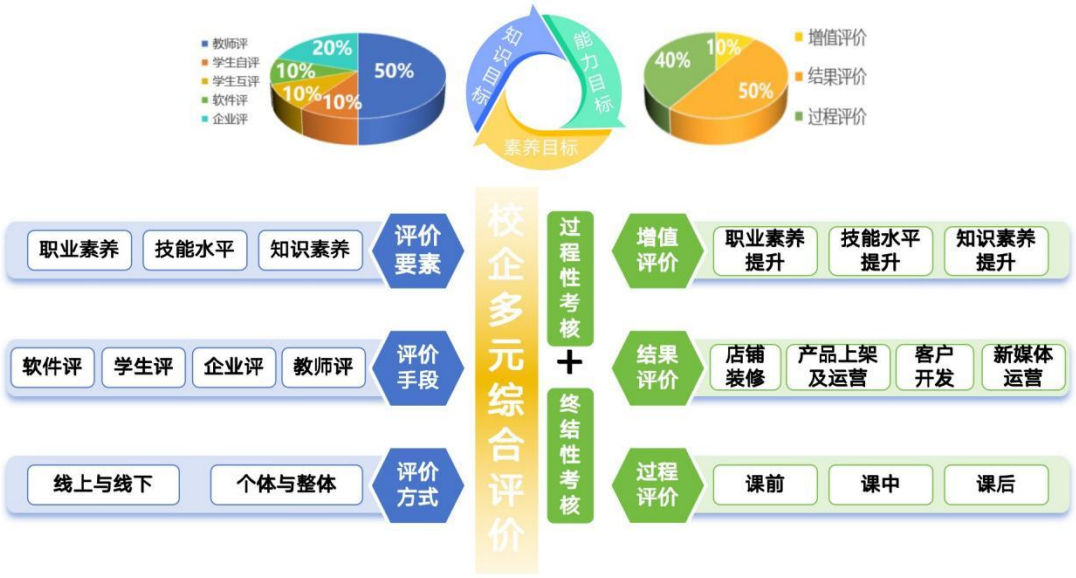


图 5 评价标准图

七、课程进程与安排

表 10 课程进程与安排表

周次	授课内容	计划课时（学时）				
		总学时	理论讲授	实践教学	授课地点	授课老师
第 1 周	任务 1：国际站后台基础设置方法	2	1	1	电子商务运营实训室	专业教师
第 1 周		2	1	1		
第 2 周		2	1	1		
第 2 周		2	1	1		
第 3 周	任务 1：图片拍摄方式及处理 任务 2：视觉营销 任务 3：旺铺装修步骤	2	1	1		
第 3 周		2	1	1		
第 4 周		2	/	2		
第 4 周		2	2	/		
第 5 周		2	/	2		
第 5 周		2	/	2		
第 6 周	任务 1：产品发布的流程 任务 2：产品分析优化方法	2	/	2		
第 6 周		2	2	/		

第 7 周	任务 3：产品管理	2	/	2		
第 7 周		2	2	/		
第 8 周		2	/	2		
第 8 周		2	2	/		
第 9 周	任务 1：营销推广的运用	2	/	2		
第 9 周		2	2	/		
第 10 周		2	2	/		
第 10 周		2	/	2		
第 11 周		2	1	1		
第 11 周		2	2	/		
第 12 周	任务 1：外贸邮件的设置方法 任务 2：询盘处理步骤及回复与跟进技巧 任务 3：客户管理与营销后台步骤及方法 任务 4：交易履约流程	2	/	2		
第 12 周		2	/	2		
第 13 周		2	1	1		
第 13 周		2	2	/		
第 14 周		2	/	2		
第 14 周		2	1	1		
第 15 周		2	2	/		
第 15 周		2	/	2		
第 16 周		2	2	/		
第 16 周		2	/	2		
第 17 周	任务 1：认识各社交媒体 任务 2：认识国际常用聊天工具 任务 3：搜索引擎使用方法 任务 4：认识领英	2	1	1		
第 17 周		2	/	2		
第 18 周		2	1	1		
第 18 周		2	1	1		
合计		72	32	40		

八、其他需要说明的问题

本课程标准在使用过程中，要根据教学实际情况进行不断的完善与修订。按照我校“每年一小动，三年一大动”专业建设原则，2025

年、2026 年每年对本专业进行 1 次质量诊断与评价，根据年度质量评价报告，对本课标适时优化调整，以保证专业教学的正常实施。

《视觉营销设计》课程标准

一、课程基本信息

表 1 课程基本信息

课程名称	视觉营销设计	课程代码	24055010
课程类型	专业核心课程	开设院部	商贸旅游学院
适用专业对象	跨境电子商务专业三年制高职学生	先修课程	Photoshop 美工基础与网店装修
后续课程	跨境市场推广	学时/学分	72 学时/4 学分
编制团队	学校：荆迪、张旻书 企业：易梅梅、李娟	审核人	刘瑞蕾
制（修）订时间	2024 年 07 月		

二、课程性质与任务

（一）课程性质

《视觉营销设计》课程为跨境电子商务专业核心课程，是跨境电子商务专业学生的专业必修课程，是一门理论结合实践的的实操性课程。本标准依据《跨境电子商务专业人才培养方案》中对《视觉营销设计》课程培养目标的要求制定。

本课程以《Photoshop 美工基础与网店装修》课程的学习为基础，与《跨境电商运营》课程同步开设，后续课程为《跨境市场推广》。在具备了一定的图形图像设计制作能力的基础上，着重培养学生的素材搜集能力、文案撰写能力、网店布局能力和制作跨境平台店铺中所需的营销图、营销视频、详情页、店铺首页的专业设计能力，满足跨境电商的视觉营销功能需求。

（二）课程任务

在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，落实立德树人的根本任务，加强学生的专业理论应用能力和实践能力，促进学生深度发展、全面发展和可持续发展。本课程通过任务驱动、案例教学、实践操作等教学环节，指导学生了解并掌握

视觉营销策划的方法和过程，**能够使用数智化工具进行视觉营销策划**，学会进行产品相关素材的收集，文案的撰写方法、网店布局的要求和制作跨境平台店铺中所需的产品主图、直通车、钻展图、详情页和店铺首页。

三、课程目标与要求

（一）课程目标

本课程以培养企业所需的美工师和跨境视觉营销设计师为目标，培养学生具备审美修养并培养其原创设计意识、了解视觉营销设计的要点和方法、**掌握使用数智化工具进行营销策划的能力**；根据产品和主题收集相关素材的能力；根据素材确定初步的配色方案、图文布局的能力；海报设计、产品主图设计能力；各类图文文案的编辑和设计能力；熟练使用视频编辑软件制作出达到营销推广标准素材的能力等，成为一名符合企业标准的美工师。

1.素质目标

（1）具备良好的职业道德，实事求是，诚实守信，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

（2）具备法律意识，能遵守涉及电子信息、产品专利和知识产权等的法律法规；

（3）具有较强的环境适应能力、耐心细致的工作态度、精益求精的工匠精神；

（4）具备文雅独特的中西方艺术审美修养并培养其原创设计意识。

2.能力目标

（1）能够根据策划团队制定的文案，精准理解其诉求点；熟练**使用数智化工具进行营销策划；**

（2）能够根据产品及店铺主题，收集跨境电子商务业务中所需

图片、视频、音乐等相关素材；

（3）能够结合收集的素材和推广需求，确定初步的配色方案、图文布局；

（4）能根据企业背景和行业特征，设计出跨境电子商务所需的企业网站、产品图片和广告图片等；

（5）能完成跨境电子商务业务中所需的企业宣传册制作、展馆布置与海报设计；

（6）能协同运营部门、推广团队完成主流跨境电子商务平台中营销推广所需产品和各类图文文案的编辑和设计；

（7）具有图形图像处理软件应用能力，能熟练使用平面设计软件，根据跨境电子商务运营要求完成店铺、活动的视觉设计与内容优化。

3.知识目标

（1）了解跨境电子商务视觉营销的内涵、特点，国外的人文、艺术、科教文化，主流跨境电子商务平台的店铺装修规则与要求，移动端与 PC 端视觉设计的区别；

（2）**了解数智化策划工具的使用方法，掌握其使用技巧**；

（3）熟悉产品图片的基础处理、裁剪及调色处理、抠图、设计制作等知识，掌握场景布置、采光、聚焦、构图等摄影技巧；

（4）掌握跨境电子商务视觉营销的要点和方法、主流跨境电子商务平台图片拍摄场景布置方法、视觉设计的工具和操作方法；

（5）掌握跨境电子商务平台产品主图设计要素、海报图和产品详情页的设计和制作方法、店铺装修的配色方案和图文布局以及移动端跨境电子商务店铺装修的要点和方法。

（二）课程要求

1.按照跨境电商美工师和跨境视觉营销设计师工作岗位能力要求、1+X 跨境电商 B2B 数据运营职业技能（中级）考试大纲以及高职跨境电子商务专业技能竞赛（A/B 类赛）规程对跨境电商运营推广专

员的知识、能力和素质要求来遴选课程内容。

2.将必备的实事求是精神、创新精神、职业道德准则融入到课程考核的标准。

3.在教学过程中科学合理的设计教学任务，根据岗位要求来培养学生。

4.以工作任务为中心引领知识和技能，让学生在完成工作任务的过程中学习相关理论知识，逐步达成教学目标。

四、课程结构与内容

（一）课程结构

《视觉营销设计》课程以理论和实践一体化的工作过程为导向，构建工作过程完整而不是学科完整的学习过程。课程内容首先强调完成整个店铺的视觉营销策划设计和制作，解决店铺风格、定位和消费群体偏好的统一、产品详情页面进行产品功能展现的问题，然后是使用合适的素材、文案进行页面的制作。

据此，将网店整体呈现作为一个整体的教学目标，再根据网店中不同的呈现板块进行细分，设计成视觉营销理论、促销图、详情页、网店首页和产品实训五个不同的教学模块。

（二）课程内容

本课程内容包含 5 个教学模块、18 个教学任务，内容设计思路见图 1，具体教学内容详见表 2。

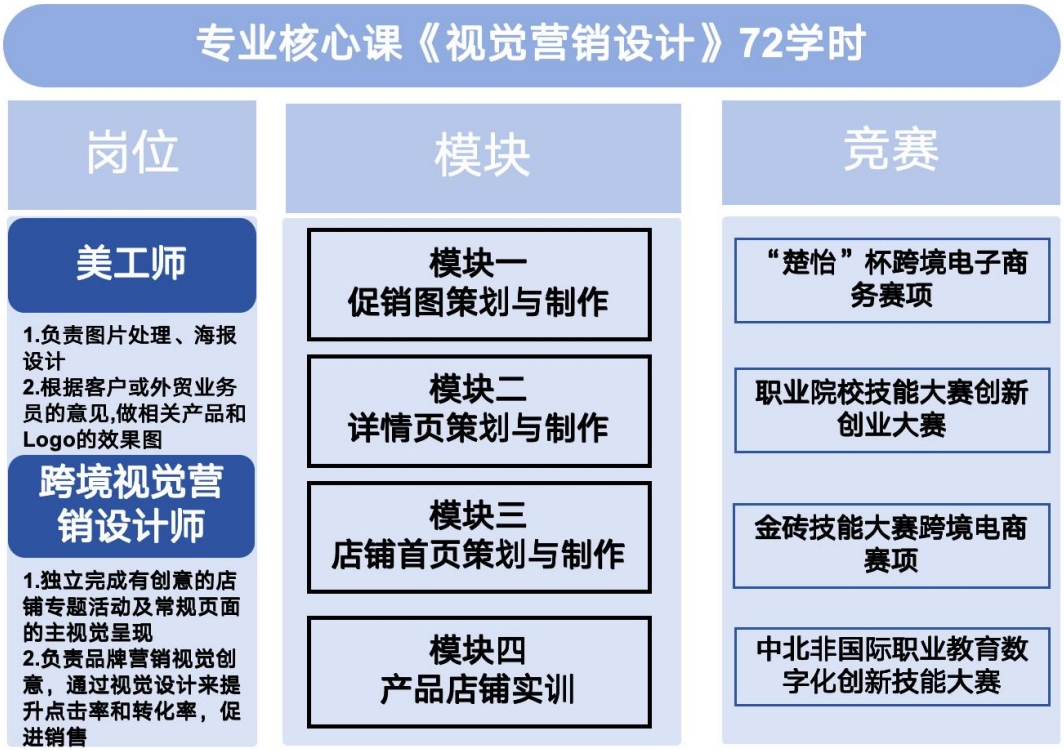


图 1《视觉营销设计》课程内容思路图

表 2 课程内容与教学要求

模块	工作任务	教学内容	主要技能	教学方法	参考课时
模块一 促销图策划 与制作	任务 1：视觉营销理论 任务 2：正确使用排版、文字、色彩和素材 任务 3：产品主图的设计与制作 任务 4：直通车的设计与制作 任务 5：钻展图的设计与制作	1.视觉营销的相关内容 2.视觉传达相关内容 3.视觉构图相关内容 4.排版、文字、色彩和素材的使用 5.产品主图规范、位置、类型等常规要素 6.产品主图信息分层、基本构图等内容 7.广告投放与广告投放图的基本概念 8.直通车和钻展图广告的相关概念与内容	1.能够运用视觉传达基本法则分析视觉营销案例 2.能够运用视觉构图基本法则分析视觉构图案例 3.能够运用差异化思维进行直通车推广图的策划与制作 4.能够运用定向思维与头脑风暴法进行钻展图的策划与制作 5.能够运用基本视觉元素进行产品主图的设计与制作	项目教学 任务驱动 案例分析 现场教学	20
模块二 详情页策划 与制作	任务 1：根据产品痛点提取方法分析产品卖点、客户需求 任务 2：产品详情页设计 任务 3：链接区制作 任务 4：产品展示区制	1.产品详情信息架构、版式设计的基本内容 2.产品卖点分析、客户需求分析的基本内容 3.产品痛点提取的几类常用方法 4.产品详情页面制作	1.能够运用线框图进行产品详情页的版式设计 2.能够运用画像方法进行初步的客户画像与产品画像 3.能够运用场景、活动对产品进行视觉营销策划 4.能够根据要求进行产品详情页的策划与	多媒体教学 案例分析 项目教学 任务驱动 现场教学	22

	作 任务 5：服务区制作		制作		
模块三 店铺首页策划与制作	任务 1：店铺首页三层信息架构设计 任务 2：店铺首页设计 任务 3：店招制作 任务 4：导航栏制作 任务 5：优惠券制作 任务 6：产品陈列区制作	1.了解店铺首页功能层、业务层、呈现层三层信息架构的组成与内容 2.熟悉客户画像、品牌画像、画像流程与方法等视觉营销画像相关内容 3.掌握视觉元素、风格定位、色彩、logo、海报、类目导航、优惠券、产品陈列、页尾等店铺首页 VI 视觉系统中常用对象与方法	1.能够运用功能结构图对店铺首页进行信息架构 2.能够运用线框图进行首页版式设计 3.能够运用画像流程与方法进行初步的客户画像与品牌画像 4.能够运用 VI 视觉识别系统建构方法进行店铺品牌营销 5.能够根据要求进行店铺首页的策划与制作	任务驱动 案例分析 项目教学 现场教学	16
模块四 产品店铺实训	任务 1：根据不同产品进行页面设计 任务 2：产品页面制作	1.促销图实训练习 2.Banner 制作实训 3.详情页制作实训 4.店铺首页制作实训	1.能够根据给定的不同产品类型按要求制作相应页面 2.能够根据不同的产品进行相关页面的内容设计 3.能够根据给定素材寻找相对应符合主题的素材并进行文案设计	任务驱动 项目教学 头脑风暴	14
学时合计：72 学时（其中实践教学学时比例为 64%）				理论学时	26
				实践学时	46

（三）课程思政整体设计

立足于《视觉营销设计》课程的属性和体系，结合企业所需的美工岗位职业道德要求，加强专业教育与思政教育的有机融合，在设计中注重作品的社会意义和文化内涵，提升学生的爱国情怀、培养学生实事求是的职业道德精神和创新精神，促使学生在日常学习过程中提升自主性和探究性，成为跨境电商美工人才。思政设计思路见图 2，思政整体设计详见表 3。

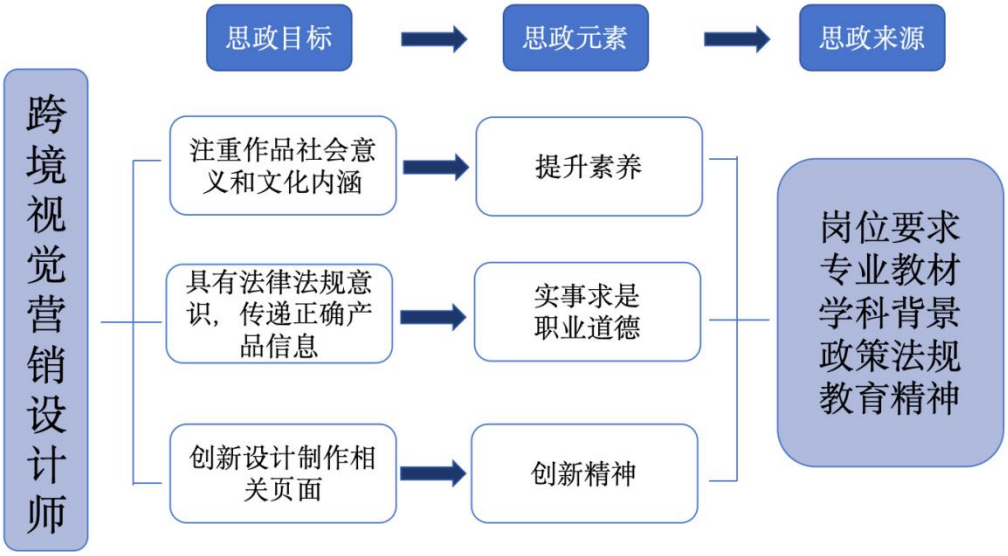


图 2《视觉营销设计》课程思政设计思路图

表 3 课程思政整体设计

序号	模块	任务	学时	思政目标	思政元素	思政载体
1	模块一 促销图策划与制作	任务 1：掌握视觉营销基本原则	2	提升学生审美能力，培养审美情趣和艺术修养	工匠精神、规则意识	案例：三只松鼠能量坚果季海报
2		任务 2：正确使用排版、文字、色彩和素材	2	注重作品的社会意义和文化内涵，通过设计传达正面的社会价值和精神追求	职业素养、工匠精神	视频：视觉营销底层逻辑
3		任务 3：产品主图的设计与制作	6	提升学生创新能力，培养学生的创新意识和创新兴趣	尊重劳动、敬业专注	案例：音你而来耳机促销图
4		任务 4：直通车的设计与制作	6	培养学生良好的版权意识和职业道德，根据要求设计，独立思考	创新突破、诚信经营	实践：榨汁机直通车设计与制作
5		任务 5：钻展图的设计与制作	4	培养学生电商视觉设计的法律法规意识	创新精神、规则意识	实践：羊绒衫钻展图设计与制作
6		任务 1：根据产品痛点提取方法分析产品卖点、客户需求	4	培养学生独立思考的能力，做到正确分析	科学思维、道德规范	案例：大溪地黑珍珠项链详情页

7	模块二 详情页策划与制作	任务 2：产品详情页设计	4	培养学生的创新意识和创新兴趣，根据卖家和产品要求进行详情页设计，传递真实产品信息	尊重劳动、敬业专注	案例：露营产品详情页设计
8		任务 3：链接区制作	4	培养学生良好的版权意识和职业道德，根据卖家和产品要求进行链接区制作，做到不夸大、不虚假宣传	创新突破、诚信经营	实践：四件套详情页制作
9		任务 4：产品展示区制作	6	培养学生精益求精的职业素质，根据卖家和产品要求进行产品展示区制作，传递真实产品信息	创新精神、规则意识	实践：四件套详情页制作
10		任务 5：服务区制作	4	培养学生求真务实的精神，根据卖家和产品要求进行服务区制作，做到不夸大、不虚假宣传	精益求精、敬业专注	实践：四件套详情页制作
11		任务 1：店铺首页三层信息架构设计	4	培养学生独立思考的能力，能够进行店铺首页的内容架构	科学思维、道德规范	案例：鹿竹爸爸店铺首页

12	模块三 店铺首页策划与制作	任务 2：店铺首页设计	4	培养学生良好的版权意识和职业道德，根据卖家和店铺要求进行店铺首页设计，传递真实品牌和店铺信息	创新思维、精益求精	案例：五金产品店铺首页设计
13		任务 3：店招制作	2	培养学生精益求精的职业素质，根据卖家和店铺要求进行店招制作	尊重劳动、敬业专注	实践：家用电器店铺首页制作
14		任务 4：导航栏制作	2	培养学生精益求精的职业素质，根据实际情况进行导航栏制作，传递真实品牌和店铺信息	创新突破、诚信经营	实践：家用电器店铺首页制作
15		任务 5：优惠券制作	2	培养学生的创新思维和独立思考的能力，根据卖家和店铺要求进行优惠券制作	创新精神、规则意识	实践：家用电器店铺首页制作
16		任务 6：产品陈列区制作	2	培养学生的创新意识和创新兴趣，根据卖家和店铺要求进行产品陈列区制作	精益求精、敬业专注	实践：家用电器店铺首页制作
17	模块四 产品店铺实训	任务 1：根据不同产品进行页面设计	4	培养学生创新思维和独立思考的能力，能根据产品类型特点设计	文化自信、国际视野	实践：儿童玩具、投影仪、家居、旅行箱页面设计

18		任务 2：产品页面制作	10	培养学生创新精神，能根据产品类型特点制作出相关内容，遵循职业道德准则，做到不夸大、不虚假宣传	科学思维、创新精神	实践：儿童玩具、投影仪、家居、旅行箱页面制作

五、课程实施与保障

（一）课程实施

1. 教学模式

本课程构建“理一实”一体的新型教学模式，见图 3。以跨境电商职业岗位技能标准为基准，结合跨境电商平台教学的特性，实现有机结合，提高学生的专业技能水平。以学生为本，注重“教、学、做、评”的互动关系，加大学生“做”的力度。通过任务型及项目化教学，在教师指导下，由学生提出解决问题的思路与方法，并强化其利用对不同产品类型进行视觉营销策划和内容制作，提高其职业能力。加强实训环节教学，将实训过程和结果一并纳入评价范围，以便提高教学的效果和学生参与的积极性。



图 3《视觉营销设计》教学模式图

2. 教学方法

课程根据真实工作任务，积极创设项目和任务情境，以项目为主线、教师为主导、学生为主体，通过“项目载体、任务驱动”的形式还原并突出教学中学生的主体地位。采用任务驱动、案例分析、项目教学、现场教学等方法进行教学活动，在实训室和企业现场开展课堂教学，实现“教、学、做、评”合一，全面提升学生的实践能力和综合素质。

3.教学手段

借助多媒体信息化教学手段，提高教学效果。采用学习通，课前预习，课中操练与意见反馈；超星学习通，课上进行头脑风暴，抢答做题；微课视频，课前进行翻转课堂，自主学习，课中辅助教学讲授；微信/QQ，上传教学资料，进行互动答疑；借助现代信息技术手段在教学中的应用，优化课堂教学过程，更进一步推进素质教育的全面发展，提高课程教学效果。

（二）课程保障

（1）课程负责人

具有硕士以上学历、高校教师资格、讲师以上职称，能够胜任两门以上专业核心课程教学，能较好地跟踪国内外电子商务领域的发展动态，具有良好的职业道德和团队精神，具有坚定的社会主义理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心，具有丰富的视觉营销设计及美工制作教学经验，具有较强的教学设计能力和信息化教学能力，能够开展课程教学改革和行业科学研究，3 年累计不少于 6 个月的一线企业工作实践经历。

（2）教学团队

本课程教学团队由校内专任教师和行业兼职教师共同组成，具有良好的专业结构和学缘结构，相互补充，相辅相成。要求行业兼职教师跨境电商美工工作经验 5 年以上，实现“双元”；校内专任教师到跨境电商企业开展挂职锻炼，提升跨境电商视觉营销设计制作能力，行业兼职教师走入校园、走进实训，提升教学能力，实现“双优”；

“双元双优”教学团队共同开发课程、共同编写教材、共同备课、共同授课、共同评价，全程参与课堂教学。

学校导师：担任本课程的主讲教师为校内专任教师，具有硕士或以上学历、教师资格证、讲师以上职称；应具有 Photoshop 的相关操作基础，具备较好的英语书面能力，精通各类图片处理软件的使用，具有图片的处理能力，能熟练使用教材配套教学资源实施教学，对专业技能考核标准、毕业设计要求有深刻理解与把握，能将三者融入课程教学，能对产品促销图及店铺整体设计进行有效指导；具备设计基于项目导向的教学法的设计应用能力。

企业导师：在相关企业（岗位）工作 2 年以上，具备丰富的跨境电子商务视觉营销设计经验和经历的教师和企业人员，能够进教室授课以及带领学生到企业进行实践训练。

2.教学设施

教学设施能满足本专业人才培养实施需要，其中实训（实验）室面积、设施等达到了国家发布的有关专业实训教学条件建设标准（仪器设备配备规范）要求。信息化条件保障应能满足专业建设、教学管理、信息化教学和学生自主学习需要。

（1）专业教室基本条件

一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

表 4 教学场地、设施配置及功能

序号	教学场地	设施配置	功能
1	机房	配备黑板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具备互联网接入条件，安装应急照明装置，设置灭火器消防设备，符合紧急疏散要求，配备风扇等降温设施。	实施理论性内容教学

（2）校内实训基本要求

表 5 实习实训基地（室）配置与要求

序号	实训（室）名称	面积/工位	主要实训项目	主要设备
1	电子商务视觉设计实训室	100 平米/50 个	1.平面、色彩、立体构成的视觉应用实训 2.电商图像素材的综合处理与制作实训 3.电商网店主题风格设计与店铺装修实训 4.电商网站前端页面的设计与制作实训	电脑 50 台、电脑桌椅 50 套、服务器 1 台、路由器 1 台、网络柜机 1 台、多媒体中控台 1 台、功率放大器 1 台、交换机 3 台、投影机 1 台、商品安检机一台、3D 成像设备一套

（3）校外实训基地基本要求

具有稳定的校外实训基地。能够开展跨境电子商务运营等实训活动，实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师确定，实训管理及实施规章制度齐全。

表 6 校外实习实训基地（室）配置与要求

序号	实训基地名称	功能（实训实习项目）	面积、设备名称及台套数要求	容量（一次性容纳人数）
1	跨境电商美工实训基地 深圳市九叶灵枝电子商务有限公司	美工设计 产品拍摄 后期处理 品牌视觉营销	面积：300 多平，办公桌椅、电脑等。	50 人以上
2	跨境电商美工实训基地 金三普电子	美工设计 产品拍摄 后期处理 品牌视觉营销	面积：300 多平，办公桌椅、电脑等。	50 人以上

（4）学生实习基地基本要求

具有稳定的校外实习基地。能提供跨境电商美工等相关实习岗

位，能涵盖当前电子商务专业（产业）发展的主流业务（主流技术），可接纳一定规模的学生实习；能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

3.课程资源

（1）使用教材

本课程选用的是“新商科”电子商务类专业新形态一体化教材，也是跨境电子商务专业“新专标”规划教材，由李敏、曾鸣主编《网店视觉营销》，高等教育出版社出版。

（2）参考教材

《视觉营销设计技术》，王海青主编，机械工业出版社。

《电商视觉营销与图像设计》，陈俊鹏主编，电子工业出版社。

《电子商务视觉设计》，傅俊主编，电子工业出版社。

（3）教学网站

大学慕课《网店视觉营销》

https://www.icourse163.org/course/DYC-1450294582?from=searchPage&outVendor=zw_mooc_pcssjg_

花瓣网:https://huaban.com/

网页设计师:https://www.68design.net/

（4）信息化工具

智慧职教:https://www.icve.com.cn/

超星学习通:http://i.mooc.chaoxing.com

中国大学慕课:https://www.icourse163.org/

雨果网:https://www.cifnews.com/

4.课程管理

通过持续规范的自我约束、自我评价、自我改进、自我发展，建

立并运行跨境电商专业全要素网络化的内部质量保证体系，不断提升办学活力和人才培养质量。以“需求导向、自我保证、多元诊断、重在改进”为诊改工作基本方针，“数据分析与实际调研相结合、坚持标准和注重特色相结合、自主诊改和抽样复核相结合。”为基本原则，从而持续提高跨境电商专业人才培养质量。

诊改工作以三年一个大周期，一年一个小周期持续进行，从相应的目标开始，制定标准，进行实施，通过自我诊断和外部监测，进行数据分析，随时发现预警、及时调整改进，向更高的目标发展，促进工作质量的循环提升。本专业诊断与改进 8 字螺旋图如下图 4 所示，专业建设质量监控点见表 7。

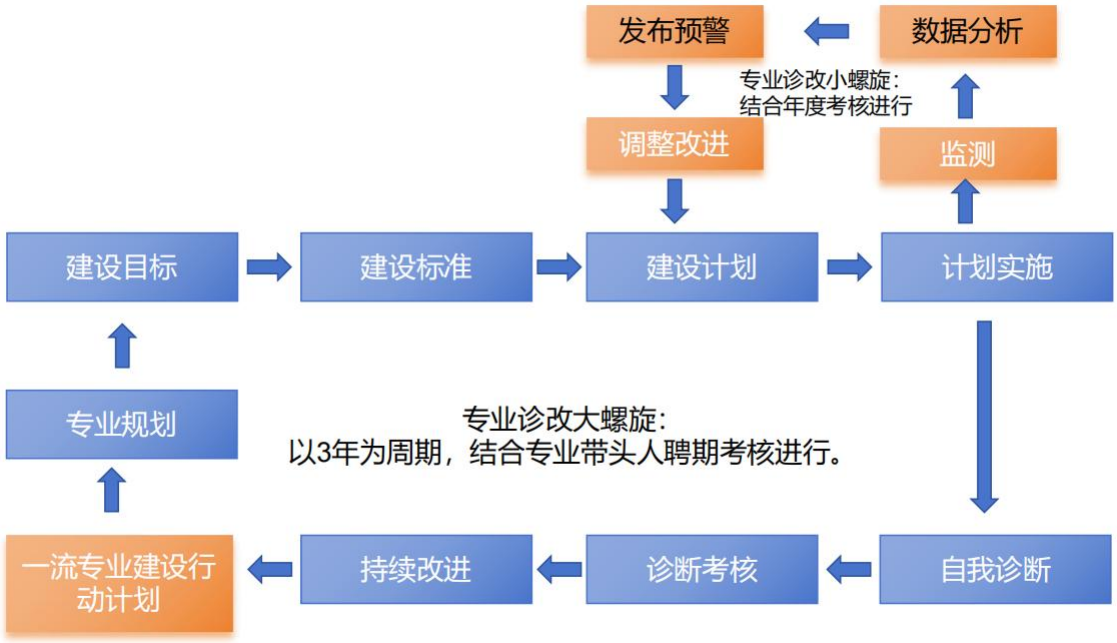


图 4 诊断与改进 8 字螺旋图

表 7 专业建设质量监控点（5 维 40 点）

监控维度	监控点	监控标准	监测值目标
1.专业设置（0.1）	（1）专业设置论证报告★	≥良好	
	（2）培养目标与规格	≥良好	
	（3）校企合作体制机制建设	≥良好	
	（4）年度专业人才市场需求调研报告★	≥良好	
2．专业建设与改革（0.25）	（5）专业建设规划★	≥良好	
	（6）课程建设规划★	≥良好	
	（7）专业标准体系建设（含专业教学标准，专业技能考核标准及题库、毕业设计标准，专业建设质量标准，人才培养质量标准等）★	≥良好	
	（8）专业课程体系★	≥良好	
	（9）教学组织设计★	≥良好	
	（10）教学方法和手段	≥良好	
	（11）实习实训项目开出率★	100%	
	（12）整体项目开出率★	≥85%	
	（13）专业制度体系建设（课程管理，教学管理，队伍管理，专业评估等）★	≥良好	
3.专业师资队伍（0.25)	（14）专业师资队伍建设规划	≥良好	
	（15）专任核心课教师（名）★	≥3	
	（16）副高以上专业技术职务教师（名）★	≥1	
	（17）“双师型”教师比例★	≥70%	
	（18）教师培养培训达标率	100%	
	（19）平均年度发表论文与出版著作（篇）	4	
	（20）平均年度在研课题与项目	3	
	（21）平均年度获得院级及以上成果与获奖	1	
4.专业教学环境（0.25）	（22）实训室建设规划	≥良好	
	（23）生产性实训基地建设规划	≥良好	
	（24）实训室数量及设备台套数★	≥良好	
	（25）生产性实训基地数量	≥1	
	（26）专业网络平台建设	≥良好	
	（27）专业图书资料（册）★	≥500	
	（28）年度生均经费投入（元）★	≥7000	
5.专业人才培养质量（0.15）	（29）英语 A 级通过率	80%	
	（30）计算机技能考核合格率	90%	
	（31）专业技能抽查通过率★	100%	

监控维度	监控点	监控标准	监测值目标
	（32）毕业设计合格率★	100%	
	（33）双证书率★	≥90%	
	（34）招生计划（人）★	≥50	
	（35）招生计划完成率★	≥90%	
	（36）新生报到率★	≥90%	
	（37）按时毕业率	≥95%	
	（38）初次就业率★	≥85%	
	（39）对口就业率★	≥65%	
	（40）专业年度办学水平评估★	≥良好	

注：标★号者为湘教发〔2018〕39 号文件必审指标。

完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，每学期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，落实院长、教学副院长、教研室主任、教授副教授进课堂，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

六、课程考核与评价

《视觉营销设计》课程强调实际操作能力。因此，本课程的考核将着重测试学生对跨境电子商务店铺视觉营销设计和内容制作的能力。考核内容包括过程性评价和终结性评价，突出增值评价，过程性评价包括平时表现（出勤、课堂表现等），占 10%；专项能力项目考核，占 30%；期末终结性评价，占 50%；增值评价占 10%。理论考核与实践考核相结合,教师、企业导师评价与学生评价相结合的方式进行,充分实现教学目标、人才培养目标,进一步提高了学生的综合素质。本课程的过程性考核（作业、项目）、期末考核内容是以 1+x 跨境电商 B2B 数据运营职业技能等级证书为具体蓝本,结合本课程人才培养目标共同设置。

1.评价主体

采用教师、学生、组长、社会第三方等多个主体参与的多元考核评价方式。

2.评价方式

期末考试成绩采用过程性评价和终结性评价相结合，突出增值评价，过程性评价包括平时表现（出勤、课堂表现等），占10%；专项能力项目考核，占30%；期末终结性评价，占50%；增值评价占10%。具体评价方式详见表8表9。

表8 课程考核评定表

评价类型	评价项目	评价指标	占比	评价主体
过程性评价	平时表现	出勤、课堂表现等	10%	任课教师 学生互评 组长点评 企业导师
	专项能力项目考核	1.促销图制作考核 2.详情页制作考核 3.店铺首页制作考核	30%	
终结性评价	期末测试	全面考查课程3个项目中的各项知识点	50%	任课教师
增值评价	知识与技能 思维与视野	1.活动参与次数 2.志愿服务次数与时长 3.主题讨论数据	10%	任课教师 学生互评 组长点评 企业导师

表9 项目考核评定表

序号	考核内容	评价主体	考核比例	评分依据	备注
1	促销图设计与制作	学生、教师、企业导师	10%	素材使用恰当程度、字体及图片使用是否恰当、页面美观程度、是否完整及正确传递产品相关信息	1.项目考核包括相关图片的页面设计

2	产品详情页面设计与制作	学生、教师、企业导师	10%	版块完成度、素材使用恰当程度、字体及图片使用是否恰当、页面美观程度、是否完整及正确传递产品相关信息	与制作 2. 每项项目考核在该项目学习后进行考核
3	店铺首页设计与制作	学生、教师、企业导师	10%	版块完成度、素材使用恰当程度、字体及图片使用是否恰当、页面美观程度、是否完整及正确传递店铺相关信息	

3. 评价标准

采用理论与实践相结合、书面与实操相结合、职业素质和团队合作能力相结合等多元评价标准，详见图 5。

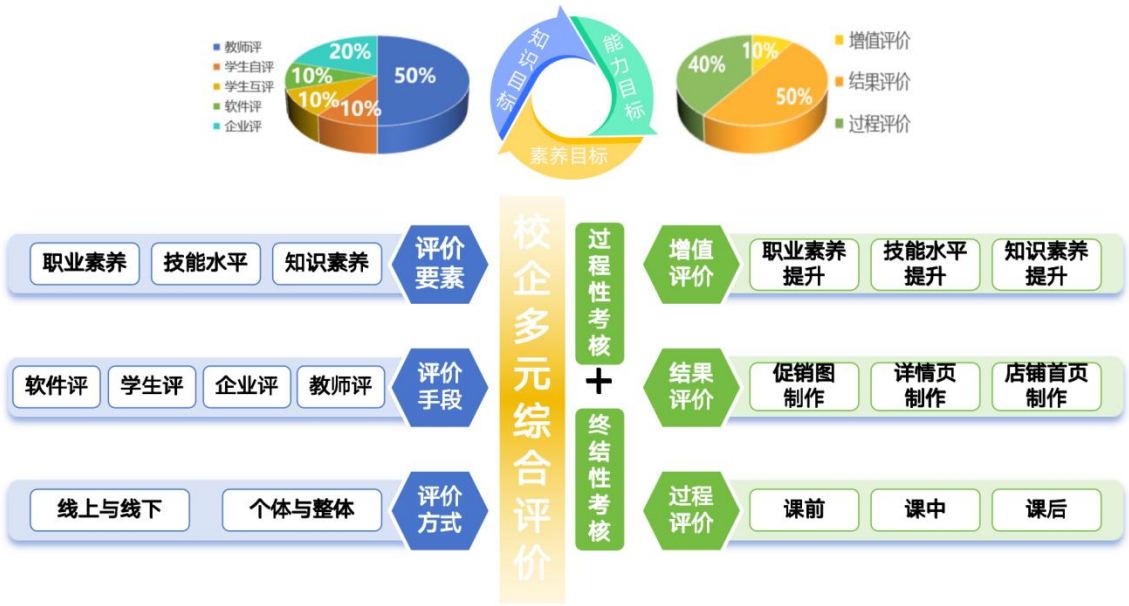


图 5 评价标准图

七、课程进程与安排

表 10 课程进程与安排表

周次	授课内容	计划课时（学时）			授课教师	授课地点
		总学时	理论讲授	实践教学		
第 1 周	视觉营销概念	2	2	/	专任教师	电子商务视觉设计实训室
第 1 周	色彩及构图	2	2	/	专任教师	电子商务视觉设计实训室

第 2 周	主图营销策划	2	2	/	专任教师	电子商务视觉设计实训室
第 2 周	主图制作 1	2	/	2	专任教师、企业导师	电子商务视觉设计实训室
第 3 周	主图制作 2	2	/	2	专任教师、企业导师	电子商务视觉设计实训室
第 3 周	跨境主图制作	2	/	2	专任教师、企业导师	电子商务视觉设计实训室
第 4 周	直通车营销策划	2	1	1	专任教师、企业导师	电子商务视觉设计实训室
第 4 周	钻展图营销策划	2	1	1	专任教师、企业导师	电子商务视觉设计实训室
第 5 周	跨境直通车与钻展图制作	2	1	1	专任教师、企业导师	电子商务视觉设计实训室
第 5 周	促销图制作考核	2	/	2	专任教师、企业导师	电子商务视觉设计实训室
第 6 周	版块类型及内容	2	2	/	专任教师	电子商务视觉设计实训室
第 6 周	详情页文案设计	2	1	1	专任教师	电子商务视觉设计实训室
第 7 周	详情页海报制作	2	/	2	专任教师、企业导师	电子商务视觉设计实训室
第 7 周	详情页链接区制作	2	1	1	专任教师、企业导师	电子商务视觉设计实训室
第 8 周	详情页卖点及功能展示区制作	2	1	1	专任教师、企业导师	电子商务视觉设计实训室
第 8 周	详情页细节版块设计与制作 1	2	1	1	专任教师、企业导师	电子商务视觉设计实训室
第 9 周	详情页细节版块设计与制作 2	2	1	1	专任教师、企业导师	电子商务视觉设计实训室
第 9 周	产品尺寸及相关搭配	2	1	1	专任教师、企业导师	电子商务视觉设计实训室
第 10 周	服务版块设计与制作	2	1	1	专任教师、企业导师	电子商务视觉设计实训室
第 10 周	跨境平台详情页要点讲解	2	1	1	专任教师	电子商务视觉设计实训室
第 11 周	详情页制作考核	2	/	2	专任教师	电子商务视觉设计实训室

第 11 周	网店首页设计要点概论	2	2	/	专任教师	电子商务视觉设计实训室
第 12 周	店铺首页店招制作	2	1	1	专任教师、企业导师	电子商务视觉设计实训室
第 12 周	店铺首页导航栏制作	2	1	1	专任教师、企业导师	电子商务视觉设计实训室
第 13 周	店铺首页海报及轮播图设计制作	2	1	1	专任教师、企业导师	电子商务视觉设计实训室
第 13 周	店铺首页促销活动区设计制作	2	1	1	专任教师、企业导师	电子商务视觉设计实训室
第 14 周	店铺首页产品陈列区设计制作	2	1	1	专任教师、企业导师	电子商务视觉设计实训室
第 14 周	跨境平台店铺首页内容	2	/	2	专任教师、企业导师	电子商务视觉设计实训室
第 15 周	店铺首页制作考核	2	/	2	专任教师、企业导师	电子商务视觉设计实训室
第 15 周	短袖主图制作	2	/	2	专任教师、企业导师	电子商务视觉设计实训室
第 16 周	化妆品品牌 logo 制作	2	/	2	专任教师、企业导师	电子商务视觉设计实训室
第 16 周	旅行箱 Banner 制作	2	/	2	专任教师、企业导师	电子商务视觉设计实训室
第 17 周	四件套详情页制作	2	/	2	专任教师、企业导师	电子商务视觉设计实训室
第 17 周	鼠标详情页制作	2	/	2	专任教师、企业导师	电子商务视觉设计实训室
第 18 周	儿童玩具店铺首页制作	2	/	2	专任教师、企业导师	电子商务视觉设计实训室
第 18 周	体育用品店铺首页制作	2	/	2	专任教师、企业导师	电子商务视觉设计实训室
合计		72	26	46		

八、其他需要说明的问题

本课程标准在使用过程中，要根据教学实际情况进行不断的完善与修订。按照我校“每年一小动，三年一大动”专业建设原则，2025 年、2026 年每年对本专业进行 1 次质量诊断与评价，根据年度质量评价

报告，对本课标适时优化调整，以保证专业教学的正常实施。

《跨境供应链管理》课程标准

一、课程基本信息

表 1 课程基本信息

课程名称	跨境供应链管理	课程代码	2405511
课程类型	专业核心课程	开设院部	商贸旅游学院
适用专业对象	跨境电子商务专业三年制高职学生	先修课程	跨境电子商务基础
后续课程	跨境市场推广	学时/学分	72 学时/4 学分
编制团队	学校：张旻书、廖新琳、荆迪 企业：易梅梅、李娟、马婷	审核人	姚师洵
制（修）订时间	2024 年 07 月		

二、课程性质与任务

（一）课程性质

《跨境供应链管理》是跨境电子商务专业核心课程，是基于跨境电子商务工作过程且集学科知识与基本实践技能相结合的专业课程，其先修课程为《跨境电子商务基础》，后期课程为《跨境市场推广》。《跨境供应链管理》面向企业采购、生产、存储、物流、生产工作的全过程和各岗位，通过本课程的学习，培养学生供应链管理能力，为学生搭建供应链管理体系框架，在此基础上，通过后继的专业技能综合实训等后继课程的训练，进一步细化、强化、提高学生的岗位操作技能。

（二）课程任务

通过学习本课程掌握跨境供应链管理的基础知识、原理及理论框架。学生可以熟悉跨境供应链管理的相关规则，掌握跨境供应链管理的基本工作流程。能具备相关跨境供应链管理工作的能力，掌握跨境供应链管理的基本流程，能够进行跨境供应链下的采购、运输、库存管理等相关工作岗位。

三、课程目标与要求

（一）总体目标

通过本课程的学习，能让学生掌握跨境电商物流及供应链管理的相关理论，增强学生分析实际问题的能力，还要提高学生的实际操作能力；不但要培养学生分析问题、解决问题的能力及创新能力，还要培养他们拥有坚定的理想信念，具备电子商务信息素养、诚信意识、经济法律意识、全球视野和市场洞察力。

（二）具体目标

1.素质目标

（1）具备持续、主动学习的能力，崇尚宪法遵守法律法规。

（2）具有良好的心里素质和敬业精神，遵守职业道德。

（3）具有爱岗敬业、踏实肯干、谦虚好学和勤于思考的精神。

（4）具有团队精神和协调工作能力、管理能力和全局观念。

（5）具备对新事物的分析能力、应变能力、信息处理能力、信息收集能力及创新能力。

2.能力目标

（1）能够熟练的使用最先进的跨境电子商务平台软件，进行跨境电子商务出口采购工作的相关实训，具备管理订单的能力。

（2）能够通过跨境电子商务平台软件实操、业务实战，做好跨境电子商务平台上运费模版设置，具备在各个跨境电子商务平台上发货的能力。

（3）能够通过课程知识点的学习，比较各种国际物流配送方式的优缺点，具备在跨境电子商务平台上向客户推荐最有效的国际物流配送方式的能力，并具备快速准确核算运费的能力。

（4）能够通过跨境电子商务平台软件实操进行实战，能进行产品包装工作，能在各个跨境电子商务平台上处理退换货业务。

（5）能够熟练掌握各种物流环节的作业流程、控制等管理内容。

3.知识目标

（1）掌握跨境电子商务平台的操作流程以及跨境电子商务出口采购工作的物流相关知识。

（2）掌握跨境物流配送、退换货、跨境仓储和配送成本的相关知识。

（3）掌握主要跨境电子商务物流配送方式包括国际邮政小包快递、国际快递、国内快递国际业务、专线物流、海外仓、FBA 头程服务、国际海洋运输等内容。

（4）掌握跨境电子商务物流产品包装的知识以及不同特质商品的运输包装方式和材料应用的知识。

（5）掌握跨境电商供应链采购管理和跨境电商供应链库存管理的知识。

（三）课程要求

1.基于跨境供应链管理的职业导向，确定教学目标、课程总体目标：使学生掌握跨境供应链管理的基本知识，具有跨境供应链的管理能力。

2.基于跨境供应链管理岗位需求分析、遴选和建构教学模块。本课程以项目为主线，基于工作流程，设计出十个项目。

3.在课程专业知识传授过程中，结合党的二十大中“加快发展物联网，建设高效顺畅的流通体系，降低物流成本。”将国家现代化基础设施建设，数字化战略、企业供应链协调、循环经济价值理念和打造具有国际性竞争力的产业体系思想融入课堂，激发学生科技报国的家国情怀和使命担当，增强风险意识和团队合作，强化社会可持续发展理念，践行助力美丽中国建设。

4.将党的二十大“加快节能降碳先进技术研发和推广应用，倡导绿色消费，推动形成绿色低碳的生产方式”，结合理论知识学习与拓展思考能力培养相，培养学生低碳环保意识，树立正确的价值观和发展观，实现学生综合素质与能力的全面提升。

5.基于职业能力与素养的综合发展建立教学评价体系，结合跨境供应链管理部助理的工作能力要求进行教学评价。建立立体化教学资源，监控学生的学习进度，全程评价学生的学习效果，给出必要的学习反馈意见。

四、课程结构与内容

（一）课程结构

课程融入供应链管理师国家职业技能标准考试内容，以项目化课程体系结构展开，同时融入课程任务实施，且通过案例分析和模拟实训，帮助学生提升实际操作能力，培养全面发展跨境供应链管理人才。

（二）课程内容

本课程内容包含 10 个教学模块、19 个教学任务，具体教学表 2。



图 1《跨境供应链管理》课程重构图

表 2 课程内容与教学要求

模块	工作任务	教学内容	主要技能	教学方法	参考课时
模块一 跨境电商仓储管理	任务 1：跨境电商仓储管理的业务流程 任务 2：海外仓的仓储作业流程 任务 3：海外仓仓库的布局及货物安排	1. 仓储管理的业务范围 2. 仓库布局规划的方法 3. 仓库布局规划的方法 4. 仓储作业管理的内容	1. 具备攥写跨境电商仓储管理仓库布局的方案 2. 具备独立管理跨境电商仓储及编写作业流程图	情景模拟教学法	25
模块二 跨境电商运输及配送管理	任务 1：跨境电商运输 任务 2：跨境电商物流配送 任务 3：跨境电商进出口通关常规业务	1. 跨境电商运输的概念及特征 2. 跨境电商运输的方式 3. 海外跨境电商物流配送业务模式 4. 跨境电商进出口通关常规业务	1. 具备设计跨境电商运输的方式及路线 2. 具备设计跨境电商业务配送的方式及路线 3. 具备独立完成进出口通关业务	任务驱动法	24
模块三 供应链的采购管理	任务 1：跨境电商供应链的运营机制 任务 2：跨境电商供应链的采购流程	1. 跨境电商供应链管理概述 2. 跨境电商供应链的运营机制 3. 跨境电商供应链的基本方法	1. 具备设计跨境电商平台产品供应链的流程 2. 能具备寻找及开发新供应商的能力 3. 能完全把控产品的质量	任务驱动法	23
学时合计：72 学时（其中实践教学学时比例为 44%）			理论学时		30
			实践学时		42

（三）课程思政整体设计

设计思路紧密结合课程内容和教学目标，立足《跨境供应链管理》的知识体系，通过融入思政元素、案例分析、实践活动等方式，培养学生的职业素养、道德观念、社会责任感以及国际视野。将思政教育融入跨境供应链管理的专业教学中。在实施过程中，通过案例导入、头脑风暴、跨境电商风险提示、实训操作、案例分析等模块，开展互动性、启发性、实践性的教学活动，以培养学生适应、设计和创新岗位的能力，并将思政元素融入专业教育的教学体系。思政设计思路见图 2，思政整体设计详见表 3。

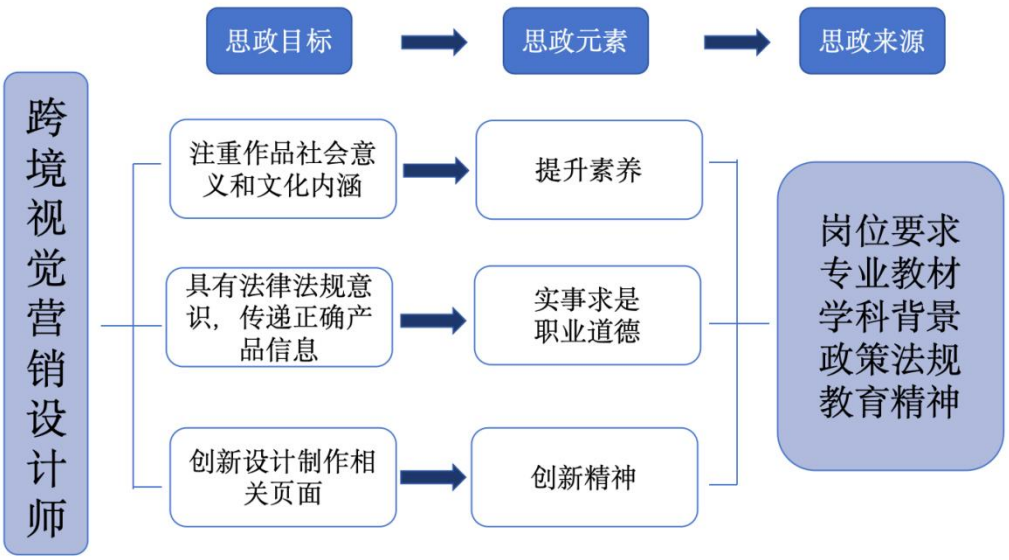


图 2《跨境供应链管理》课程思政设计思路

表 3 课程思政整体设计

序号	模块	任务	学时	思政目标	思政元素	思政载体
1	模块一 跨境电商仓储管理	任务 1：跨境电商仓储管理的业务范围 任务 2：海外仓的仓储作业流程 任务 3：海外仓的仓储作业布局安排	25	强化学生的责任和担当，培养学生利用供应链管理奉献社会、创造人民美好生活的意识和信念	强调诚信、友善、公正、法治等核心价值观	案例：亚马逊海外仓仓储管理
2	模块二 跨境电商运输及配送管理	任务 1：跨境电商运输及配送 任务 2：跨境电商进出口通关常规业务	24	结合跨境电子商务运输的模式，培育学生以发展的眼光看问题和不断创新的意识	拥有道德修养并具备法律意识	分析：速卖通平台产品运输流程 讨论分析：亚马逊平台产品的通关业务
3	模块三 供应链的采购管理	任务 1：跨境电商供应链的运营管理 任务 2：跨境电商供应链的采购机制 任务 3：跨境电商供应链的采购流程	23	1.培养学生树立正确的价值观 2.提高学生理论与实践相结合的学习能力	爱岗敬业、国际视野	分析：亚马逊平台产品的通关业务

五、课程实施与保障

（一）课程实施

1. 教学模式

《跨境供应链管理》课程着眼于学生职业岗位能力的培养和职业素质养成，关注学生终身学习与可持续性发展，采用的教学模式为“任务驱动”。课程依据跨境电商供应链管理认知、跨境电商物流模式及其网络构成、跨境电商仓储管理等 10 个项目设置。打破以知识传授为主要特征的传统学科课程模式，转变为以跨境供应链管理工作任务为中心组织课程内容，让学生在完成具体项目的过程中学会完成相应工作任务，并构建相关理论知识，发展供应链管理师职业能力。

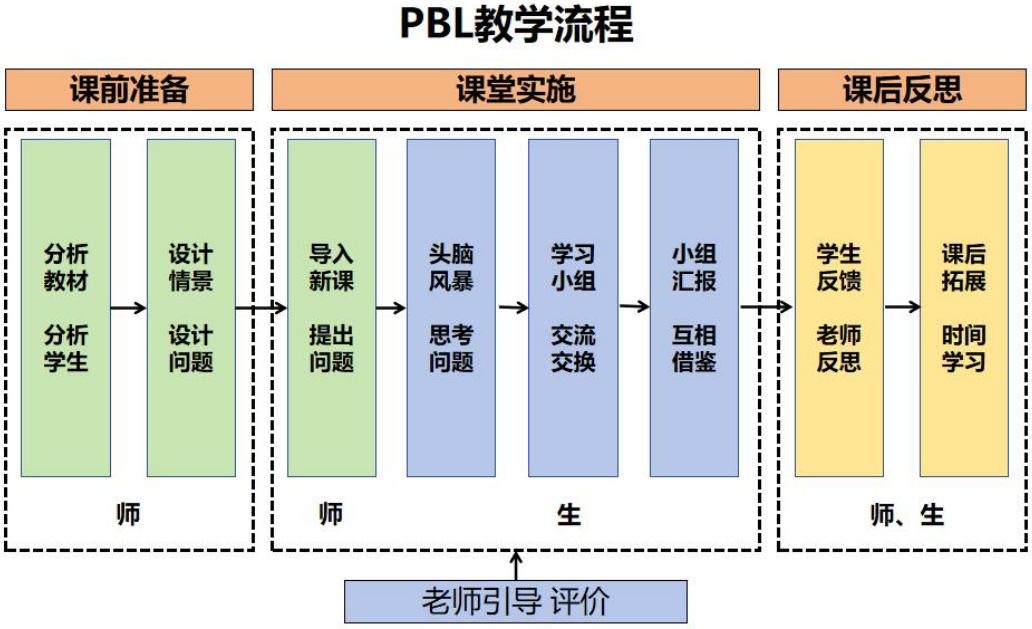


图 3《跨境供应链管理》教学模式图

2. 教学方法

本课程主要采用案例分析法、问题教学法、任务驱动、情景模拟等互动式教学方法，最大程度发挥学生主动探究意识和团队合作精神。

案例分析法：理论教学过程中，通过引入行业中经典案例进行分析、评判和讨论，使学生在互动交流中实现理论认知升华和高级思维拓展，增强所学知识的应用性，从而得出结论或找到解决问题的方案。

问题教学法：通过精心设计问题与提问等环节，将授课内容问题化，以“提高学生分析问题、解决问题的能力”为导向，适时提出“为什么”，留出一定时间让学生回答，然后师生共同点评，给出相对全面的答案。

任务驱动法：老师发布任务，驱动学生积极主动深度探究、合作创新、竞争对抗，培养学生创新创意思维。

情景模拟教学法：依托行业岗位的要求，通过模拟不同岗位工作内容，提升学生对行业认识度、提升毕业生从业素质和能力。

3.教学手段

借助多媒体信息化教学手段，提高教学效果。将教学过程分为课前、课中、课后三个连续但存在于多重空间的部分，以教师和学生两个维度进行主题任务设计。对于学生的学习场所进行细化和延伸，设计教学空间的概念，包括课外空间（一般指社会空间）、学校空间（教室、实验室）、网络空间（教学平台、信息交流平台）。其中学校空间由前期和后期两部分组成。课外空间主要是素材的搜集，新知识点的预习；课中前期做好相关资源和素材的准备工作，课中后期则以学生的活动和评价为主，教师需要做的就是明确小组分工、组织引导活动的展开以及评价、指导和反馈；课后的家庭空间主要是针对课中主题活动所习得的知识和能力进行拓展提升。利用上述方法优化课堂教学过程，更进一步推进素质教育的全面发展，提高课程教学效果。

（二）课程保障

1.教学团队

（1）课程负责人

具有硕士以上学历、高校教师资格、讲师以上职称，能够胜任两门以上专业核心课程教学，能较好地跟踪国内外电子商务领域的发展动态，具有良好的职业道德和团队精神，具有坚定的社会主义理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心，具有丰富的跨境电商运营教学经验，具有较强的教学设计能力和信息化教学能力，能够开展课程教学改革和行业科学研究，3 年累计不少于 6 个月的一线企业

工作实践经历。

（2）教学团队

学校导师：担任本课程的主讲教师为校内专任教师，具有硕士或以上学历、教师资格证、讲师以上职称；具有国际贸易业务基础及跨境电商选品、物流业务操作基础，有丰富的教学经验和跨境供应链相关法律法规知识，具备双师型教师，实践经验丰富，综合素质强，具有较强的融会贯通的实践教学应用能力和课程开发能力。

企业导师：在相关企业（岗位）工作 2 年以上，具备丰富的实践经验，能够进教室授课以及带领学生到企业进行实践训练。

2.教学设施

教学设施能满足本专业人才培养实施需要，其中实训（实验）室面积、设施等达到了国家发布的有关专业实训教学条件建设标准（仪器设备配备规范）要求。信息化条件保障应能满足专业建设、教学管理、信息化教学和学生自主学习需要。

（1）专业教室基本条件

一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

表 4 教学场地、设施配置及功能

序号	教学场地	设施配置	功能
1	机房	配备黑板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具备互联网接入条件，安装应急照明装置，设置灭火器消防设备，符合紧急疏散要求，配备风扇等降温设施。	实施理论性内容教学

（2）校内实训基本要求

表 5 实习实训基地（室）配置与要求

序号	实训（室）名称	面积/工位	主要实训项目	主要设备
1	电子商务供	100 平 米	1.物流数据分析项目	电脑 50 台、电脑桌椅 50 套、

	应链实训室	/50 个	2.供应链平台操作实训	服务器 1 台、路由器 1 台、网络柜机 1 台、多媒体中控台 1 台、功率放大器 1 台、交换机 3 台、投影机 1 台、商品安检机一台、3D 成像设备一套

（3）校外实训基地基本要求

具有稳定的校外实训基地。能够开展跨境供应链管理实训活动，实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师确定，实训管理及实施规章制度齐全。

表 6 校外实习实训基地（室）配置与要求

序号	实训基地名称	功能（实训实习项目）	面积、设备名称及台套数要求	容量（一次性容纳人数）
1	跨境电商物流实训基地深圳市南凯外贸电商科技有限公司	国际市场营销策划、国际货物运输及代理、外贸业务、物流通关与报关、供应链管理	面积：300 多平，办公桌椅、电脑等	50 人以上
2	跨境电商物流实训基地深圳市普莱斯科技有限公司	国际市场营销策划、国际货物运输及代理、外贸业务、物流通关与报关、供应链管理	面积：300 多平，办公桌椅、电脑等	50 人以上
3	跨境电商物流实训基地深圳市南凯物流有限公司	国际市场营销策划、国际货物运输及代理、外贸业务、物流通关与报关、供应链管理	面积：300 多平，办公桌椅、电脑等	50 人以上

（4）学生实习基地基本要求

具有稳定的校外实习基地。能提供跨境供应链管理相关实习岗位，能涵盖当前跨境电商专业（产业）发展的主流业务（主流技术），可接纳一定规模的学生实习；能够配备相应数量的指导教师对学生实

习进行指导和管理；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

3.课程资源

引导鼓励教师利用职教云教学资源和中国大学慕课教学资源、超星学习通教学平台，采用线上线下混合的教学方法，引导学生利用信息化教学条件自主学习，提升教学效果。

（1）推荐教材

优先选用产教融合新形态系列教材；“十四五”职业教育国家规划教材《供应链管理实务》；选用的教材要体现通用性、实用性、先进性。

（2）参考教材：

《跨境电商物流与供应链管理》，孙华林、赵丹主编，电子工业出版社出版。

《跨境电商供应链管理》，左峰、赵亚杰主编，人民邮电出版社。《跨境电商供应链管理》鄂立彬主编，对外经济贸易出版社。

（3）网络资源

《物流与供应链管理》

https//www.icourse163.org/course/HFUT-1464120176?from=searchPage&outVendor=zw_mooc_pcssjg_

阿里巴巴全球速卖通：http：//seller.aliexpress.com/

亚马逊：https：//www.amazon.com/

（4）信息化工具

智慧职教:https://www.icve.com.cn/

超星学习通:http://i.mooc.chaoxing.com

中国大学慕课:https://www.icourse163.org/

雨果网:https://www.cifnews.com/

4.课程管理

通过持续规范的自我约束、自我评价、自我改进、自我发展，建

立并运行跨境电商专业全要素网络化的内部质量保证体系，不断提升办学活力和人才培养质量。以“需求导向、自我保证、多元诊断、重在改进”为诊改工作基本方针，“数据分析与实际调研相结合、坚持标准和注重特色相结合、自主诊改和抽样复核相结合。”为基本原则，从而持续提高跨境电商专业人才培养质量。

诊改工作以三年一个大周期，一年一个小周期持续进行，从相应的目标开始，制定标准，进行实施，通过自我诊断和外部监测，进行数据分析，随时发现预警、及时调整改进，向更高的目标发展，促进工作质量的循环提升。本专业诊断与改进 8 字螺旋图如下图 4 所示，专业建设质量监控点见表 7。

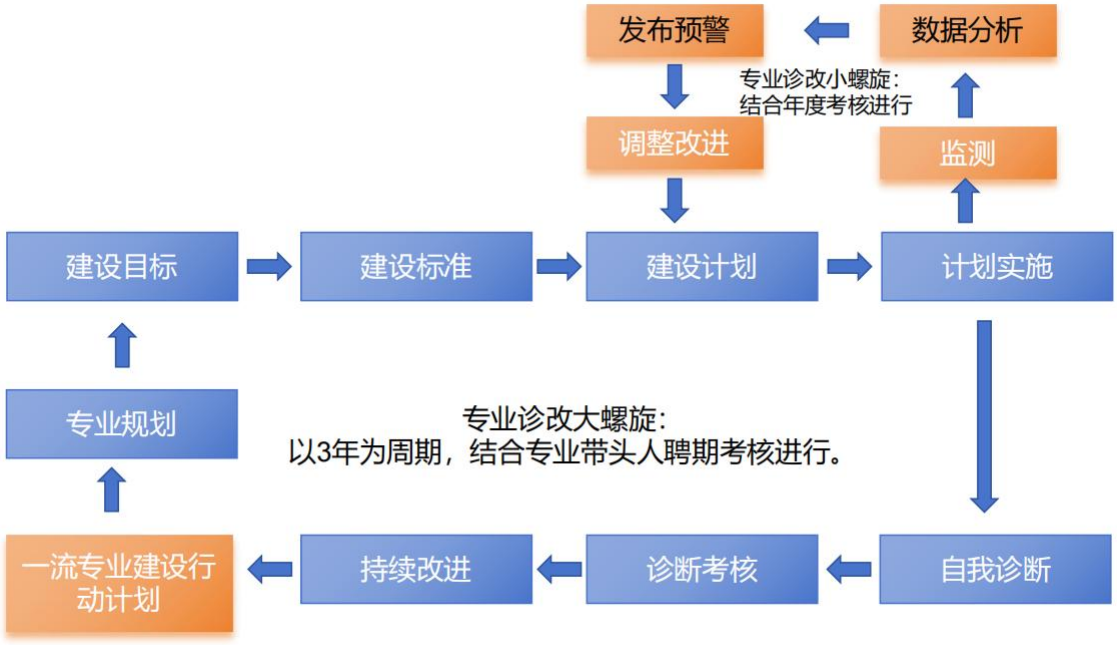


图 4 诊断与改进 8 字螺旋图

表 7 专业建设质量监控点（5 维 40 点）

监控维度	监控点	监控标准	监测值目标
1. 专业设置（0.1）	（1）专业设置论证报告★	≥良好	
	（2）培养目标与规格	≥良好	
	（3）校企合作体制机制建设	≥良好	
	（4）年度专业人才市场需求调研报告★	≥良好	

监控维度	监控点	监控标准	监测值 目标
2．专业建设与改革（0.25）	（5）专业建设规划★	≥良好	
	（6）课程建设规划★	≥良好	
	（7）专业标准体系建设（含专业教学标准，专业技能考核标准及题库、毕业设计标准，专业建设质量标准，人才培养质量标准等）★	≥良好	
	（8）专业课程体系★	≥良好	
	（9）教学组织设计★	≥良好	
	（10）教学方法和手段	≥良好	
	（11）实习实训项目开出率★	100%	
	（12）整体项目开出率★	≥85%	
	（13）专业制度体系建设（课程管理，教学管理，队伍管理，专业评估等）★	≥良好	
3.专业师资队伍（0.25)	（14）专业师资队伍建设规划	≥良好	
	（15）专任核心课教师（名）★	≥3	
	（16）副高以上专业技术职务教师（名）★	≥1	
	（17）“双师型”教师比例★	≥70%	
	（18）教师培养培训达标率	100%	
	（19）平均年度发表论文与出版著作（篇）	4	
	（20）平均年度在研课题与项目	3	
	（21）平均年度获得院级及以上成果与获奖	1	
4.专业教学环境（0.25）	（22）实训室建设规划	≥良好	
	（23）生产性实训基地建设规划	≥良好	
	（24）实训室数量及设备台套数★	≥良好	
	（25）生产性实训基地数量	≥1	
	（26）专业网络平台建设	≥良好	
	（27）专业图书资料（册）★	≥500	
	（28）年度生均经费投入（元）★	≥7000	
5.专业人才培养质量（0.15）	（29）英语 A 级通过率	80%	
	（30）计算机技能考核合格率	90%	
	（31）专业技能抽查通过率★	100%	
	（32）毕业设计合格率★	100%	
	（33）双证书率★	≥90%	
	（34）招生计划（人）★	≥50	
	（35）招生计划完成率★	≥90%	
	（36）新生报到率★	≥90%	
	（37）按时毕业率	≥95%	

监控维度	监控点	监控标准	监测值目标
	（38）初次就业率★	≥85%	
	（39）对口就业率★	≥65%	
	（40）专业年度办学水平评估★	≥良好	

注：标★号者为湘教发〔2018〕39 号文件必审指标。

完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，每学期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，落实院长、教学副院长、教研室主任、教授副教授进课堂，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

六、课程考核与评价

《跨境供应链管理》课程强调产品的配送、运输及采购的实操能力。因此，本课程的考核将着重测试学生对跨境电子商务平台选品能力。考核内容包括形成性考核和终结性考核，其中过程性考核为 40%，终结性考核为 50%，增值性评价 10%。理论考核与实践考核相结合，教师评价与学生评价以及企业评价相结合的方式进行，充分实现教学目标、人才培养目标，进一步提高了学生的综合素质。

1. 评价主体

采用教师、学生、社会（企业）第三方等三个主体参与的多元考核评价方式。

2. 评价方式

期末考试成绩采用过程性评价和终结性评价相结合，突出增值评价，过程性评价包括平时表现（出勤、课堂表现等），占 10%；专项能力实训作业，占 30%；期末终结性评价，占 50%；增值评价占 10%。具体评价方式详见表 8 表 9。

表 8 考核评价表

考核类型	考核内容	评价主体	评价标准	所占比例
过程性考核	出勤、纪律、课堂参与	教师	出勤、纪律情况、态度	5%

	作业完成情况	教师 学生互评	课堂和课后作业完成情况（A+、A、A-、B+、B、B-、C+、C、C-）区分成绩	5%
	项目考核情况	教师	依据项目考核情况	30%
终结性考核	期末测试	教师、企业	终结性考核	60%

表 9 项目考核评定表

序号	考核内容	评价主体	考核比例	评分依据	备注
1	跨境电商仓储管理的业务方法	学生、教师、企业导师	10%	运用平台上的产品进行仓储管理，并形成方案。	1. 项目考核包括方案的字数及内容。 2. 每项项目考核在该项目学习后进行考核。
2	跨境电商运输配送流程	学生、教师、企业导师	10%	选择平台上的产品进行产品的运输及配送，写出流程图。	
3	跨境电商供应链的采购管理	学生、教师、企业导师	10%	选择平台上的产品，写出常规处理的方式方法。	

3.评价标准

采用理论与实践相结合、书面与实操相结合、职业素质和团队合作能力相结合等多元评价标准。

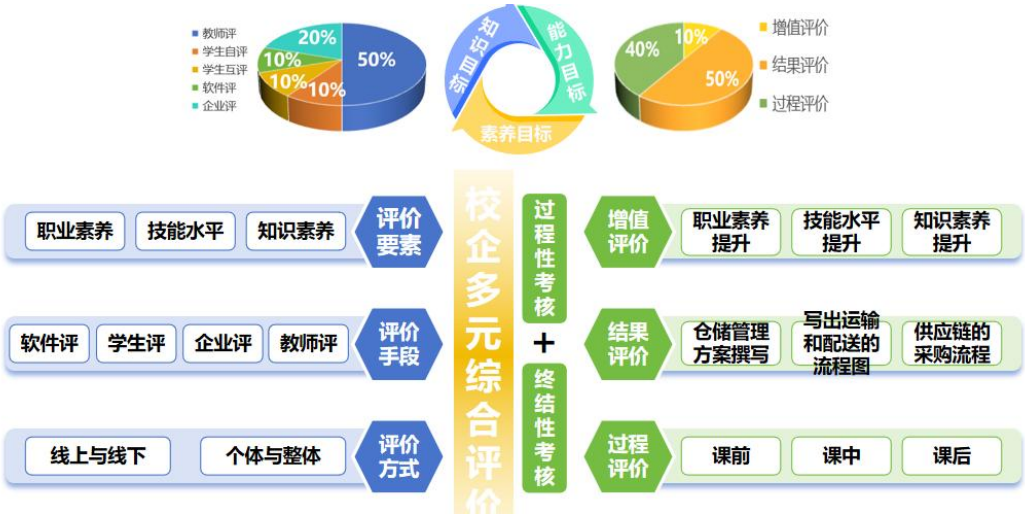


图 5《跨境供应链管理》评价体系图

七、课程进程与安排

表 10 课程进程与安排表

周次	授课内容	教学课时			授课教师	教课地址
		合计	理论讲授	实践教学		
第 1 周	供应链的产生与发展	2	1	1	教师	多媒体教室
第 1 周	供应链管理及内涵	2	2	/	企业导师	多媒体教室
第 2 周	认识跨境电商供应链管理	2	2	/	企业导师	多媒体教室
第 2 周	跨境电商物流模式	2	1	1	教师	多媒体教室
第 3 周	跨境电商物流网络构成	2	1	1	教师	多媒体教室
第 3 周	跨境电商物流网络构成	2	2	/	企业导师	多媒体教室
第 4 周	跨境电商仓储认知	2	2	/	教师	多媒体教室
第 4 周	跨境电商仓储管理	2	2	/	教师	多媒体教室
第 5 周	跨境电商仓储管理和仓储流程	2	/	2	企业导师	多媒体教室
第 5 周	跨境电商仓储管理及内涵	2	/	2	企业导师	多媒体教室
第 6 周	跨境电商物流配送认知	2	1	1	企业导师	多媒体教室
第 6 周	物流配送业务模式	2	2	/	企业导师	多媒体教室
第 7 周	区分跨境电商配送和传统配送	2	2	/	企业导师	多媒体教室

第 7 周	跨境电商物流配送管理	2	/	2	教师	多媒体教室
第 8 周	认识跨境电子商务客服	2	/	2	教师	多媒体教室
第 8 周	跨境电商客服的特点	2		2	企业导师	多媒体教室
第 9 周	跨境电子商务客服工作范畴	2	1	1	企业导师	多媒体教室
第 9 周	跨境电子商务客服基本工作原则	2	2	/	教师	多媒体教室
第 10 周	跨境电子商务客服业务沟通与技巧	2	2	/	教师	多媒体教室
第 10 周	跨境电子商务客服策略	2	2	/	企业导师	多媒体教室
第 11 周	跨境电商物流通关的认知	2	/	2	教师	多媒体教室
第 11 周	跨境电商物流通关流程	2	/	2	教师	多媒体教室
第 12 周	跨境电商物流通关模式	2	1	1	企业导师	多媒体教室
第 12 周	跨境电商物流通关常见问题	2	1	1	企业导师	多媒体教室
第 13 周	海外仓的认知	2	1	1	教师	多媒体教室
第 13 周	海外仓的建设标准	2	1	1	教师	多媒体教室
第 14 周	海外仓的建设存在的问题	2	1	1	企业导师	多媒体教室
第 14 周	海外仓的建设政策	2	1	1	企业导师	多媒体教室
第 15 周	海外仓的管理	2	2	/	教师	多媒体教室
第 15 周	跨境电商供应链管理的基本流程	2	2	/	教师	多媒体教室
第 16 周	跨境电商供应链管理模式创新研究	2	2	/	企业导师	多媒体教室
第 16 周	跨境电商供应链管理	2	/	2	企业导师	多媒体教室
第 17 周	跨境电商供应链管理运营	2	2	/	教师	多媒体教室
第 17 周	认识跨境电商供应链下的采购	2	1	1	教师	多媒体教室
第 18 周	如何制定采购计划	2	/	2	企业导师	多媒体教室
第 18 周	跨境电商供应链库存管理	2	/	2	企业导师	多媒体教室
合计		72	30	42		

八、其他需要说明的问题

本课程标准在使用过程中，要根据教学实际情况进行不断的完善与修订。按照我校“每年一小动，三年一大动”专业建设原则，2025

年、2026 年每年对本专业进行 1 次质量诊断与评价，根据年度质量评价报告，对本课标适时优化调整，以保证专业教学的正常实施。

《跨境市场推广》课程标准

一、课程基本信息

课程名称	跨境市场推广	课程代码	24055012
课程类型	专业核心课程	开设院部	商贸旅游学院
适用专业对象	跨境电子商务专业三年制高职学生	先修课程	跨境电商运营
后续课程	专业技能综合训练	学时/学分	72 学时/4 学分
编制团队	学校：张旻书、廖新琳 企业：易梅梅、李娟	审核人	谢羽萌
制（修）订时间	2024 年 07 月		

二、课程性质与定位

（一）课程性质

《跨境市场推广》是跨境电子商务专业的一门核心课程，本课程以《跨境电商运营》等课程学习为基础，使学生掌握跨境市场推广的基本原理，并能根据企业的市场定位与经营方针，选择适当的电商平台进行推广实战的能力，同期开设《视觉营销设计》，后续还有《专业技能综合训练》课程。旨在以素质为基础，以学生为主体，以能力为本位，模拟跨境电商实际工作任务对《跨境市场推广》课程进行整体设计，打破传统的学科型教学按知识体系的逻辑顺序设计课程的模式，紧紧围绕完成工作任务的需要来选择课程内容，变知识学科本位为职业能力本位。

（二）课程任务

通过学习本课程掌握跨境电子商务推广的基本原理，培养学生的推广实战能力，使学生能根据企业的市场定位与经营方针，选择适当的电商平台；能够针对企业经营目标，借助电商平台采用适当的电商行业分析软件开展市场调研与分析，选择最合适行业或者类目；能够根据海外区域市场的需求，并结合国内优质产品进行选品；能够结合平台本身的特点，从推广目标、推广渠道、推广计划进度、推广预算等方面制定合适的推广方案；能够根据推广方案要求，实施 SEO、SEM 策略；在推广过程中，能根据推广方案执行情况反馈，实时调整推策

略；推广完成后，能根据推广效果数据，分析评价推广成效，调整优化推广方案。

三、课程目标与要求

（一）课程目标

通过本课程的学习，不但要培养他们拥有坚定的理想信念，具备电子商务信息素养、诚信意识、经济法律意识、全球视野和市场洞察力。还要让学生掌握跨境电子商务推广的实战能力；还要培养学生能够结合平台本身的特点，从推广目标、推广渠道、推广计划进度、推广预算等方面制定合适的推广方案。同时还要求学生提升对数智化运用的能力。

1.素质目标

（1）具有正确的世界观、人生观、价值观，崇尚宪法遵守法律法规；

（2）具备全球互联网营销思维、学习新事物的能力；具备全球市场洞察力和跨文化调研沟通能力；

（3）具备善于利用互联网工具和创新方法的素质；

（4）具备良好的团队沟通与合作的意识，形成良好的职业道德；

（5）养成耐心细致、严谨踏实的工作作风、精益求精的工匠精神；

（6）具有良好的从事跨境电子商务行业职业道德，热爱跨境电子商务事业，具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、创新思维、全球视野和市场洞察力。

2.能力目标

（1）具备数据分析能力；

（2）具备推广执行能力；

（3）具备推广所需的外语能力；

（4）具备计算机应用能力。

3.知识目标

（1）了解跨境电子商务推广主要方式、业务流程与操作技巧；

（2）掌握不同市场推广方式的基本知识；

（3）熟悉相关的国际贸易惯例。

（二）课程要求

1.知识理解要求：深入理解跨境市场推广的基本概念，以及企业的市场定位与经营方针。能根据海外区域市场的需求制定合适的推广方案。

2.技能掌握要求：能够借助电商平台采用适当的电商行业分析软件开展市场调研与分析。掌握推广目标、推广渠道、推广计划进度、推广预算等方面制定合适的推广方案。能根据推广效果数据，分析评价推广成效，调整优化推广方案。

3.实践操作能力：通过模拟实训，学生能够独立完成跨境市场推广的整个流程，包括市场调研与分析、推广方案、实施策略、优化推广方案。

4.法律法规与职业素养：了解并遵守跨境电商相关的法律法规和政策，如进出口政策、税收政策、支付政策、知识产权保护等。培养诚实守信、开放包容的职业素养，具备良好的团队合作精神和沟通能力。

四、课程结构与内容

（一）课程结构

《跨境市场推广》课程结构从基础知识到专业技能、市场分析、营销策略、数据分析以及法律法规的全面培训。首先介绍跨境市场推广的基本概念、企业市场定位及经营方针和推广方案，随后深入分析国际市场趋势和营销策略，教授推广策略和数智工具应用，同时强调法律法规的遵守和职业素养的培养。通过案例分析和模拟实训，帮助学生提升实际操作能力，培养全面发展的跨境电商运营人才。

（二）课程内容

本课程对接跨境电商运用推广专员岗位，重构教学内容为 3 个模块，对应了 1+X 跨境电商 B2B 数据运营职业等级证书（中级）、金砖技能大赛跨境电商赛项、中北非国际职业教育数字创新技能大赛，具体教学内容详见图 1 和表 2。



表 1 课程内容与教学要求

模块	项目	工作任务	教学内容	主要技能	教学方法	建议学时
模块一 女装跨境市场推广	项目一 跨境电子商务推广方式	任务 1：认识跨境电子商务推广 任务 2：跨境电子商务推广方式介绍	1.跨境电子商务推广内涵 2.跨境电子商务推广特征 3.跨境电子商务推广作用 4.海外电子商务市场特点 5.跨境电子商务推广方式种类	1.能够树立跨境电子商务营销推广理念 2.能够分析海外目标市场网购行为 3.能够选择跨境电子商务推广方式	任务驱动 案例教学 头脑风暴 小组合作与讨论	8
	项目二 GoogleAdwords 推广	任务 1：GoogleAdwords 规则解读 任务 2：GoogleAdwords 广告管理 任务 3：GoogleAdwords 广告效果衡量与优化	1.GoogleAdwords 广告管理的内容及方法 2.GoogleAdwords 广告效果衡量指标 3.GoogleAdwords 广告数据分析的内容	1.能够合理选择关键词并撰写、管理广告 2.能够利用广告效果衡量工具评价广告效果 3.能够选择数据分析工具进行分析	任务驱动 案例教学 头脑风暴 小组合作与讨论	12

		任务 4：GoogleAdwords 数据分析	4.GoogleAdwords 广告高阶优化的方法			
模块二 女装跨境市场推广	项目三 速卖通平台推广	任务 1：速卖通规则解读 任务 2：速卖通直通车推广 任务 3：速卖通直推车推广数据分析 任务 4：产品标题优化	1.速卖通排名规则与速卖通直通车规则 2.速卖通直通车推广的方法及技巧 3.速卖通直通车推广数据分析的内容及指标 4.产品标题优化的策略与技巧 5.搜索作弊行为的类型与处罚	1.能够对速卖通账户数据、关键词数据和上平数据进行分析 2.能够合理制定速卖通直通车推广方案 3.能够对产品标题进行优化	任务驱动 案例教学 头脑风暴 小组合作与讨论	12
	项目四 亚马逊平台推广	任务 1：亚马逊规则解读 任务 2：亚马逊 A9 算法排名影响因素 任务 3：亚马逊产品 listing 优化 任务 4：亚马逊三大广告系统	1.亚马逊单一商品详情页面的涵义 2.亚马逊平台推广相关规则 3.亚马逊产品详情页优化技巧 4.影响客户满意度的因素	1.能够设置亚马逊产品最佳标题 2.能够优化亚马逊产品详情页 3.能够分析平台用户需求	任务驱动 案例教学 头脑风暴 小组合作与讨论	12
	项目五 其他主流媒体推广	任务 1：邮件营销 任务 2：论坛营销	1.邮件营销的内涵、实施步骤、技巧以及作用	1.熟练使用邮件营销 2.能够策划轮胎营销软文	任务驱动 案例教学	12

		任务 3：联盟营销 任务 4：社交网络营销	2.论坛营销的内涵、特点、策略、运作以及文案撰写 3.联盟营销的内涵、概述以及速卖通联盟营销 4.社交网络营销的内涵、常见社交网络营销平台以及社交网络营销策略	3.能够选择合适的社交网络媒体推广方式	头脑风暴 小组合作与讨论	
模块三 跨境综合推广方案	项目六 香水综合推广方案	任务 1：综合推广方案的理论依据 任务 2：DREVOBladeMaster 的跨境电商综合推广案例 任务 3：SKY-WAY“黑色星期跨境电商综合推广案	1.制定跨境电商综合推广方案的影响因素 2.跨境电商综合推广方案的战略制定步骤 3.制定各渠道跨境电商推广方案的方法 4.评价不同跨境电商推广渠道效果的方法	1.能够运用跨境电商推广知识设计综合推广方案 2.能够对不同渠道推广的效果进行分析	任务驱动 案例教学 头脑风暴 小组合作与讨论	16
学时合计：72 学时（其中实践教学学时比例为 56%）				理论学时		30
				实践学时		42

（三）课程思政设计

立足于《跨境市场推广》课程的属性和体系，结合企业所需运营推广岗位的职业道德要求，加强专业教育和思政教育的有机融合，在实施过程中，注重培养学生的国际视野、爱国情怀、职业道德和社会责任感。课堂教学中穿插和融入经济强国背景下的相关知识，增强学生对跨境电商法律法规和政策的意识，为将来成为跨境电商人才奠定基础。思政设计思路见图 2，思政整体设计详见表 3。

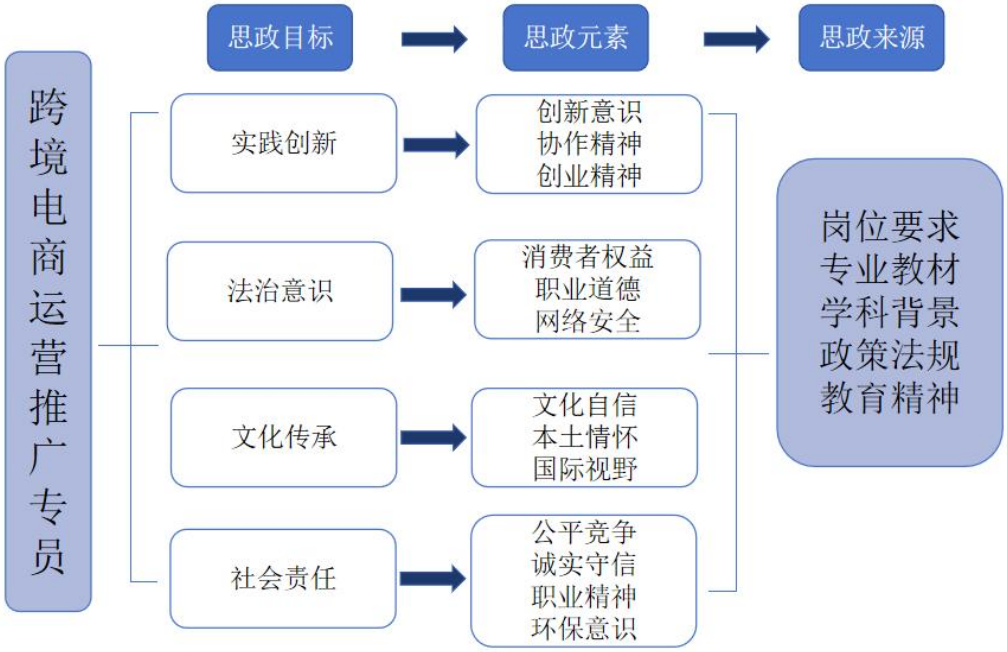


图 2 课程思政设计思路

表 3《跨境市场推广》课程思政整体设计

序号	模块	项目	任务	学时	思政目标	思政元素	思政载体
1	模块一 男装跨境市场推广	项目一 跨境电子商务推广方式	任务 1：跨境电子商务推广方式介绍	8	树立文化自信，弘扬当代中国先进文化的价值观	文化自信、开拓创新	案例：全球跨境电子商务营销日历
		项目二 GoogleAdwords 推广	任务 1：GoogleAdwords 广告管理	12	树立法治思维，依法开展跨境营销活动	法治思维、知识产权保护意识	案例：卖砂磨机也能卖出名堂，看中国制造如何享誉全球

2							
	模块二女装跨境市场推广		任务 2：GoogleAdwords 广告效果衡量与优化		培育知识产权保护意识，增强企业国际竞争力	法治思维、知识产权保护意识	案例：GoogleAdwords 计费方式
			任务 3：GoogleAdwords 数据分析		传递正面价值观，积极履行社会责任 符合相关法律法规的要求，维护广告市场的公平竞争	正面价值观、履行社会责任、公平竞争	案例：科勒曼家用烧烤炉制造企业进军跨境电商领域 GoogleAdwords 广告推广计划
		项目三 速卖通平台推广	任务 1：速卖通直通车推广	4	培育诚实守信的职业道德，增强学生的社会责任感	职业道德、社会责任感	案例：Frap 大卖的背后故事
			任务 2：速卖通直推车推广数据分析	4	遵守公平竞争原则，不进行恶意竞争和虚假宣传 遵守相关法律法规和平台规则，确保广告内容的合规性和真实性	公平竞争、法治思维	案例：深圳万方网络有限公司的速卖通之路
			任务 3：产品标题优化	4	培养学生创新与系统思维，提升应用能力与职	社会责任意识	案列：产品管理的

					业素养	质量意识与精益求精	案列
		项目四 亚马逊平台推广	任务 1：亚马逊 A9 算法排名影响因素	4	维护公平竞争的市场环境、保障消费者权益	公平竞争、消费者权益	案例：亚马逊强制下架扭扭车
			任务 1：亚马逊产品 listing 优化	4	培育创新意识和协作精神的职业道德	创新意识、协作精神	案例：kindle 阅读器的 listing 设计
			任务 2：亚马逊三大广告系统	4	树立法治意识、维护公平竞争的市场环境	法治思维、公平竞争	案例：亚马逊广告平台推广方式对比
		项目五 其他主流媒体推广	任务 1：邮件营销、联盟营销、社交网络营销	12	培养网络伦理道德意识 遵守跨境电子商务法规 规避网络安全隐患	网络伦理道德意识、法治思维、网络安全	案例：Twitter 发布全球移动电商研究报告
		项目六 香水综合推广方案	任务 1：综合推广方案的理论依据	4	拓宽学生的国际视野，培养学生的全球意识和跨文化交流能力 增强中国人的凝聚力、自信力和自豪感，树立服务人民报效祖国的价值观念 培养学生的社会责任感，引导学生树立正确的道德观念	国际视野、民族自信、爱国情怀、社会责任、正确的道德观	案例：爆款爬行垫的打造

	模块三跨境综合推广方案		任务 2：DREVOBladeMaster 的跨境电商综合推广案例	6	融入国家文化和品牌元素，激发学生的爱国热情和民族自豪感 培养学生创新思维和创业精神 培养学生合法合规意识和风险防范能力 培养学生诚实守信意识和社会责任感	民族自信、创新创业、法治思维、诚实守信、社会责任	案例：DREVOBladeMaster 跨境电商综合推广
			任务 3：SKY-WAY“黑色星期跨境电商综合推广案	6	培养学生的法治观念 培养学生的社会责任感和环保意识 培养学生的创新思维和创业精神 培养学生的诚信意识和职业精神 激发学生的爱国情怀和民族自豪感	法治思维、社会责任、创新创业、诚实守信、职业道德、爱国情怀、民族自信	实操：领英平台卖家端界面操作
学时合计：72 学时（其中实践教学学时比例为 56%）					理论学时		32
					实践学时		40

五、课程实施与保障

（一）课程实施

1. 教学模式

根据学生的学情、认知规律、跨境电商运营推广专员职业岗位能力要求，根据陶行知“教学做合一”的教育理论、建构主义学习理论和能力本位教学理论，本课程采用“学教一体”教学模式，即课前导学、学情诊断、答疑解惑、技能训练、教学演练、学教评价。该模式能够很好地提升学生的即时转化能力和岗位适应能力。

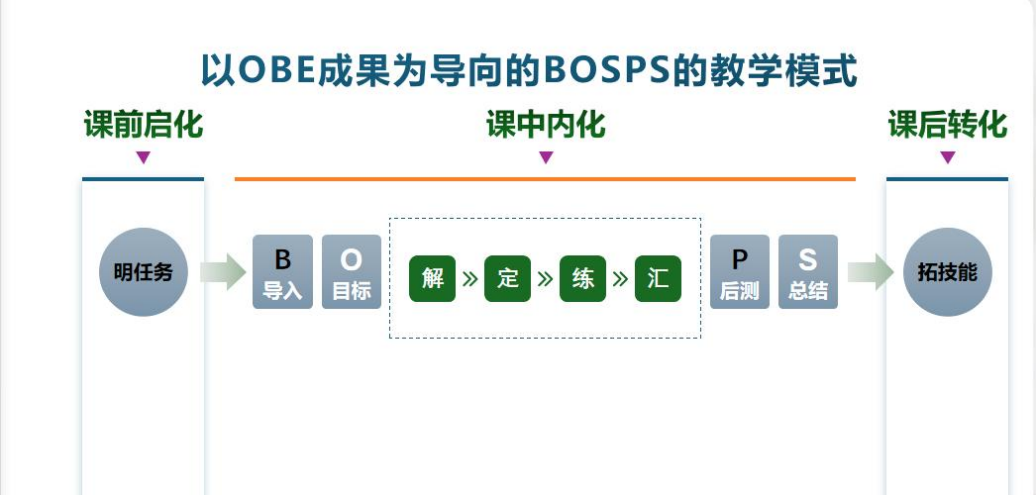


图 3 教学模式图

2. 教学方法

根据课程内容和学生特点，灵活运用项目导入、案例分析、分组讨论、启发引导、项目实操等教学方法，引导学生积极思考、乐于实践，提高教与学的效果。

3. 教学手段

借助网络信息技术，提高教学效果。采用学习通，课前预习，课中操练与意见反馈；超星学习通，课上进行头脑风暴，抢答做题；微课视频，课前进行翻转课堂，自主学习，课中辅助教学讲授；微信/QQ，上传教学资料，进行互动答疑；借助现代信息技术手段在教学中的应用，优化课堂教学过程，更进一步推进素质教育的全面发展，提高课程教学效果。

（二）课程保障

1.教学团队

（1）课程负责人

具有硕士以上学历、高校教师资格、讲师以上职称，能够胜任两门以上专业核心课程教学，能较好地跟踪国内外电子商务领域的发展动态，具有良好的职业道德和团队精神，具有坚定的社会主义理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心，具有丰富的跨境电商运营教学经验，具有较强的教学设计能力和信息化教学能力，能够开展课程教学改革和行业科学研究，3 年累计不少于 6 个月的一线企业工作实践经历。

（2）教学团队

本课程教学团队应由校内专任教师和行业兼职教师共同组成，具有良好的专业结构和学缘结构，相互补充，相辅相成。要求行业兼职教师跨境电商平台运营经验 5 年以上，实现“双元”；校内专任教师到跨境电商企业开展挂职锻炼，提升跨境电商客服操作能力，行业兼职教师走入校园、走进实训，提升教学能力，实现“双优”；“双元双优”教学团队共同开发课程、共同编写教材、共同备课、共同授课、共同评价，全程参与课堂教学。

学校导师：具有硕士或以上学历、高校教师资格、讲师或以上职称，具有良好的职业道德和责任意识，具有一定的实操经验，具有良好的跨文化沟通和外语书面表达能力；能对网络平台或店铺产生的顾客问题进行有效解决，具有随时了解、收集当前跨境电商平台最新政策要求及案例的能力。能熟练使用教材配套教学资源实施教学，对专业技能考核标准、毕业设计要求有深刻理解与把握，能将三者融入课程教学。，实践经验丰富，综合素质强，具有较强的融会贯通的实践教学应用能力和课程开发能力。

企业导师：相关企业（岗位）工作 5 年以上，具备丰富的实践经验，能够进教室授课以及带领学生到企业进行实践训练。

2.教学设施

教学设施能满足本专业人才培养实施需要，其中实训（实验）室面积、设施等达到了国家发布的有关专业实训教学条件建设标准（仪器设备配备规范）要求。信息化条件保障应能满足专业建设、教学管理、信息化教学和学生自主学习需要。

（1）专业教室基本条件

一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

表 4 教学场地、设施配置及功能

序号	教学场地	设施配置	功能
1	多媒体教室	配备黑板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具备互联网接入条件，安装应急照明装置，设置灭火器消防设备，符合紧急疏散要求，配备风扇等降温设施。	实施理论性内容教学

（2）校内实训基本要求

表 5 实习实训基地（室）配置与要求

序号	实训（室）名称	面积/工位	主要实训项目	主要设备
1	电子商务数据分析实训室	100 平米/50 个	1.数据采集与处理实训 2.数据分析模型构建实训 3.主题数据分析实训 4.数据挖掘与分析实训 5.数据化运营创新实训	跨境电商数据分析软件、电商教学系统、电脑 50 台、服务器 1 台、路由器 1 台、网络柜机 1 台、多媒体中控台 1 台、功率放大器 1 台、交换机 3 台、投影机 1 台、玻璃珠银幕、语音系统一套。

（3）校外实训基地基本要求

具有稳定的校外实训基地。能够开展跨境电商市场推广实训活动，实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师确定，实训管理及实施

规章制度齐全。

表 6 校外实习实训基地（室）配置与要求

序号	实训基地名称	功能（实训实习项目）	面积、设备名称及台套数要求	容量（一次性容纳人数）
1	跨境电商运营推广实训基地倍思科技	跨境电商运营 外贸业务 市场营销策划 选品管理	面积：300 多平，办公桌椅、电脑等。	50 人以上
2	跨境电商运营推广实训基地深圳市闪魔数码科技有限公司	跨境电商运营 外贸业务 市场营销策划 选品管理	面积：300 多平，办公桌椅、电脑等。	50 人以上
3	跨境电商运营推广实训基地深圳市星翔羽科技有限公司	跨境电商运营 外贸业务 市场营销策划 选品管理	面积：300 多平，办公桌椅、电脑等。	50 人以上

（4）学生实习基地基本要求

具有稳定的校外实习基地。能提供跨境电商运营等相关实习岗位，能涵盖当前电子商务专业（产业）发展的主流业务（主流技术），可接纳一定规模的学生实习；能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

3.教学资源

引导鼓励教师利用职教云教学资源和中国大学慕课教学资源、超星学习通教学平台，采用线上线下混合的教学方法，引导学生利用信息化教学条件自主学习，提升教学效果。

（1）使用教材

“新商科”新形态一体化教材，龙朝晖、刘蓓主编的《跨境电子商务推广》，高等教育出版社出版。

（2）参考教材

“1+X”职业技能等级证书配套教材·跨境电子商务多平台运营

系列，厦门优优汇联信息科技股份有限公司主编的《跨境电子商务营销推广》，中国人民大学出版社出版；

电子商务时代网店精英实战系列，黑马程序员主编的《跨境电子商务：运营推广》，清华大学出版社出版。

（3）教学网站

《跨境电子商务海外推广》

https：//www.icourse163.org/course/SZJM-1462090163

阿里巴巴全球速卖通：http：//seller.aliexpress.com/

亚马逊：https：//www.amazon.com/

（4）信息化工具

智慧职教：https://www.icve.com.cn/

超星学习通：http://i.mooc.chaoxing.com

中国大学慕课：https://www.icourse163.org/

雨果网：https://www.cifnews.com/

4.课程管理

通过持续规范的自我约束、自我评价、自我改进、自我发展，建立并运行跨境电商专业全要素网络化的内部质量保证体系，不断提升办学活力和人才培养质量。以“需求导向、自我保证、多元诊断、重在改进”为诊改工作基本方针，“数据分析与实际调研相结合、坚持标准和注重特色相结合、自主诊改和抽样复核相结合。”为基本原则，从而持续提高跨境电商专业人才培养质量。

诊改工作以三年一个大周期，一年一个小周期持续进行，从相应的目标开始，制定标准，进行实施，通过自我诊断和外部监测，进行数据分析，随时发现预警、及时调整改进，向更高的目标发展，促进工作质量的循环提升。本专业诊断与改进 8 字螺旋图如下图 4 所示，专业建设质量监控点见表 7。

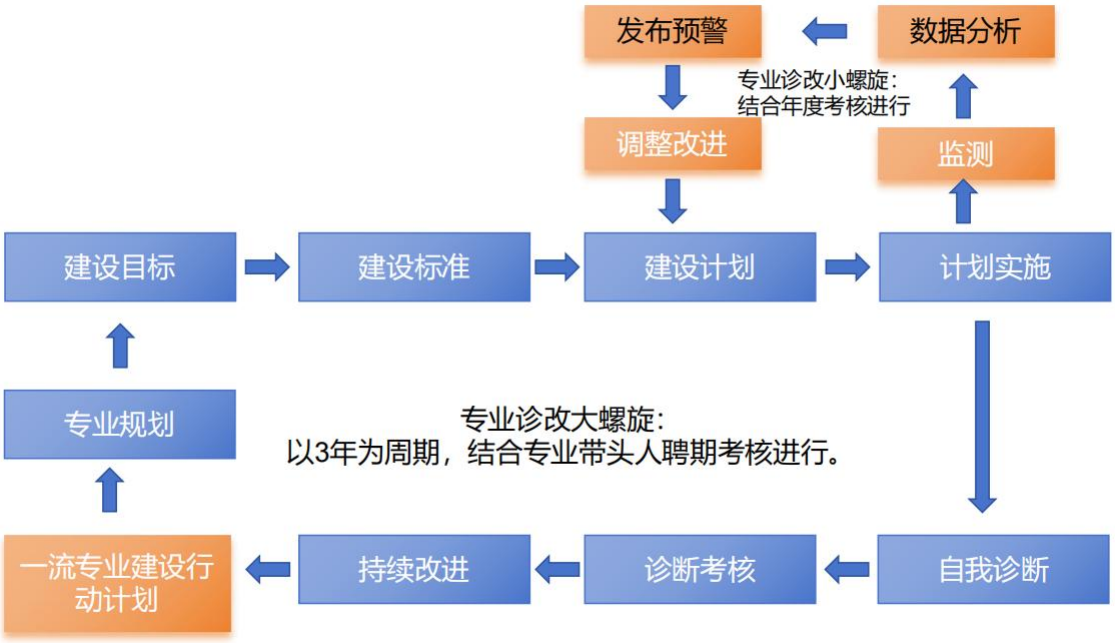


图 4　诊断与改进 8 字螺旋图

表 7　专业建设质量监控点（5 维 40 点）

监控维度	监控点	监控标准	监测值目标
1.专业设置（0.1）	（1）专业设置论证报告★	≥良好	
	（2）培养目标与规格	≥良好	
	（3）校企合作体制机制建设	≥良好	
	（4）年度专业人才市场需求调研报告★	≥良好	
2．专业建设与改革（0.25）	（5）专业建设规划★	≥良好	
	（6）课程建设规划★	≥良好	
	（7）专业标准体系建设（含专业教学标准，专业技能考核标准及题库、毕业设计标准，专业建设质量标准，人才培养质量标准等）★	≥良好	
	（8）专业课程体系★	≥良好	
	（9）教学组织设计★	≥良好	
	（10）教学方法和手段	≥良好	
	（11）实习实训项目开出率★	100%	
	（12）整体项目开出率★	≥85%	
	（13）专业制度体系建设（课程管理，教学管理，队伍管理，专业评估等）★	≥良好	
3.专业师资队伍（0.25）	（14）专业师资队伍建设规划	≥良好	
	（15）专任核心课教师（名）★	≥3	

监控维度	监控点	监控标准	监测值目标
	（16）副高以上专业技术职务教师（名）★	≥1	
	（17）“双师型”教师比例★	≥70%	
	（18）教师培养培训达标率	100%	
	（19）平均年度发表论文与出版著作（篇）	4	
	（20）平均年度在研课题与项目	3	
	（21）平均年度获得院级及以上成果与获奖	1	
4.专业教学环境（0.25）	（22）实训室建设规划	≥良好	
	（23）生产性实训基地建设规划	≥良好	
	（24）实训室数量及设备台套数★	≥良好	
	（25）生产性实训基地数量	≥1	
	（26）专业网络平台建设	≥良好	
	（27）专业图书资料（册）★	≥500	
	（28）年度生均经费投入（元）★	≥7000	
5.专业人才培养质量（0.15）	（29）英语A级通过率	80%	
	（30）计算机技能考核合格率	90%	
	（31）专业技能抽查通过率★	100%	
	（32）毕业设计合格率★	100%	
	（33）双证书率★	≥90%	
	（34）招生计划（人）★	≥50	
	（35）招生计划完成率★	≥90%	
	（36）新生报到率★	≥90%	
	（37）按时毕业率	≥95%	
	（38）初次就业率★	≥85%	
	（39）对口就业率★	≥65%	
	（40）专业年度办学水平评估★	≥良好	

注：标★号者为湘教发〔2018〕39号文件必审指标。

2.完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，每学期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，落实院长、教学副院长、教研室主任、教授副教授进课堂，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

六、课程考核与评价

《跨境市场推广》课程强调实际操作能力。因此，本课程的考核将着重测试学生对跨境电子商务营销推广能力。考核内容包括形成性考核和终结性考核，其中过程性考核为 40%，终结性考核为 60％；理论考核与实践考核相结合,教师评价与学生评价相结合的方式进行，充分实现教学目标、人才培养目标,进一步提高了学生的综合素质。

1.评价主体

采用教师、学生、社会（企业）第三方等三个主体参与的多元考核评价方式。

2.评价方式

平时考核包括学生出勤情况（5%）、课堂回答问题情况（5%）、作业完成情况（5%）,实践能力考核（25%）；其中实践能力考核主要考查学生 EDM 推广方案制定、SEO 推广方案制定、SEM 推广方案制定、Facebook 推广方案制定、Twitter 推广方案制定、展会推广方案制定。终结性考核内容考核采用考核方式,考核以专业技能竞赛项目或企业真实项目为主题针对不同跨境电商平台进行推广策划案设计与撰写，要求学生策划案完整可行的同时，定位准确，独具创意与原创性,占总成绩的 60%。

采用过程性考核和终结性考核相结合，平时过程性评价包括课前云平台（学习通）的预习，课上出勤、回答问题、准守课堂纪律、课上完成测验和课堂参与、课后提交作业等，占 40%；期末终结性评价占 60%。

表 8 课程考核评定表

考核类型	考核内容	评价主体	评价标准	所占比例
过程性评价	出勤、纪律情况	教师	出勤、纪律情况、态度	5%
	课堂活动参与情况	教师 学生互评	课堂表现（是否积极参与）	5%
	作业完成情况	教师 学生互评	课堂和课后作业完成情况（A+、A、A-、B+、B、B-、C+、C、C-）区分成绩	5%

	实践能力	教师 学生互评 学生自评 企业	1.店铺装修 2.选品及产品上架 3.运营数据分析 4.店铺优化	25%
终结性评价	期末考核 机试：完成整体店铺的装修、商品的上架、客户跟进技巧等并根据数据分析结构对店铺进行相应的优化	教师	1.店铺装修符合企业、消费者的定位 2.产品的上架符合平台规则 3.店铺运营数据的分析 4.优化店铺运营	50%
增值评价	知识与技能 思维与视野	任课教师 学生互评 组长点评 企业导师	1.项目参与次数 2.项目实操次数与时长 3.项目参与讨论	10%

表 9 项目考核评定表

序号	考核内容	评价主体	考核比例	评分依据	备注
1	店铺装修	教师、企业导师	20%	国际站后台基本创建，产品种类搭配合理，店铺整体装修视觉设计符合消费者偏好	1.项目考核包括每一个操作练习 2.每项实操考核在该项目学习后进行考核
2	产品上架及运营	教师、企业导师	40%	会对产品上下架流程进行操作，会对店铺进行运营操作	
3	客户开发	教师、企业导师	20%	会独立在站内及站外进行客户开发	
4	新媒体运营	教师、企业导师	20%	会运用先媒体平台进行店铺商品营销	

3.评价标准

采用理论与实践相结合、书面与实操相结合、职业素质和团队合作能力相结合等多元评价标准。

七、课程进程与安排

表 8 课程进程与安排表

周次	授课章节与内容提要	教学课时		
		合计	理论讲授	实践教学
第 1 周	认识跨境电子商务推广	2	1	1
第 1 周	认识跨境电子商务推广	2	2	/
第 2 周	跨境电子商务推广方式介绍	2	2	/
第 2 周	跨境电子商务推广方式介绍	2	1	1
第 3 周	GoogleAdwords 规则解读	2	1	1
第 3 周	GoogleAdwords 广告管理	2	2	/
第 4 周	GoogleAdwords 广告管理	2	2	/
第 4 周	GoogleAdwords 广告管理	2	2	/
第 5 周	GoogleAdwords 广告效果衡量与优化	2	/	2
第 5 周	GoogleAdwords 数据分析	2	/	2
第 6 周	速卖通规则解读	2	1	1
第 6 周	速卖通直通车推广	2	2	/
第 7 周	速卖通直通车推广	2	2	/
第 7 周	速卖通直通车推广	2	/	2
第 8 周	速卖通直推车推广数据分析	2	/	2
第 8 周	速卖通直推车推广数据分析	2	/	2
第 9 周	产品标题优化	2	1	1
第 9 周	产品标题优化	2	2	/
第 10 周	亚马逊规则解读	2	2	/
第 10 周	亚马逊 A9 算法排名影响因素	2	2	/
第 11 周	亚马逊产品 listing 优化	2	/	2
第 11 周	亚马逊产品 listing 优化	2	/	2
第 12 周	亚马逊三大广告系统	2	1	1
第 12 周	亚马逊三大广告系统	2	1	1

第 13 周	邮件营销	2	1	1
第 13 周	论坛营销	2	1	1
第 14 周	联盟营销	2	1	1
第 14 周	联盟营销	2	1	1
第 15 周	社交网络营销	2	2	/
第 15 周	社交网络营销	2	2	/
第 16 周	跨境电商综合推广方案	2	2	/
第 16 周	跨境电商综合推广方案	2	/	2
第 17 周	跨境电商综合推广方案	2	2	/
第 17 周	跨境电商综合推广方案	2	1	1
第 18 周	跨境电商综合推广方案	2	/	2
第 18 周	跨境电商综合推广方案	2	/	2
合计		72	30	42

八、其他需要说明的问题

本课程标准在使用过程中，要根据教学实际情况进行不断的完善与修订。按照我校“每年一小动，三年一大动”专业建设原则，2025 年、2026 年每年对本专业进行 1 次质量诊断与评价，根据年度质量评价报告，对本课标适时优化调整，以保证专业教学的正常实施。

《跨境电商数据分析与应用》课程标准

一、课程基本信息

表 1 课程基本信息

课程名称	跨境电商数据分析与应用	课程代码	2405513
课程类型	专业核心课程	开设院部	商贸旅游学院
适用专业对象	跨境电子商务专业三年制高职学生	先修课程	商务数据分析
后续课程	专业技能综合训练	学时/学分	72 学时/4 学分
编制团队	学校：廖新琳、张旻书 企业：易梅梅、李娟	审核人	刘瑞蕾、姚师洵
制（修）订时间	2024 年 07 月		

二、课程性质与任务

（一）课程性质

《跨境电商数据分析与应用》课程为跨境电子商务专业核心课程，是跨境电子商务专业学生的专业必修课程，是一门理论结合实践的课程。本标准依据《跨境电子商务专业人才培养方案》中对《跨境电商数据分析与应用》课程培养目标的要求制定。

本课程以《商务数据分析》的学习为基础，与《跨境市场推广》同步开设。在具备了一定的数据处理能力的基础上，着重培养学生掌握网店数据的收集、整理、分析及数据分析报告的撰写方法等知识，增强爱国奉献、崇信守法、职业道德、团队合作素养，提高学生在电商运营过程中进行数据分析的能力，为今后从事运营、数据分析等岗位工作打下良好的基础。

（二）课程任务

课程教学贯彻“以学生为中心”的教育理念，**聚焦于数智时代背景下的数据分析核心技能与前沿理念。**遵循学生认知规律,以企业项目为依托，以成果为导向，贯彻思政特色，灵活采用任务驱动、案例教学等多种教学方法，将数据收集、整理、分析的理论知识与电商运营过程充分结合，注重实践应用能力的培养，让学生在具体的项目实战中掌握知识，提升技能，实现“做中学”、“学中做”。

三、课程目标与要求

（一）课程目标

通过学习本课程，能够掌握数据采集和数据处理的知识、方法和工具，通过数据平台、问卷调研等工具或途径获取电子商务企业内、外部数据。能够根据数据分析的目的和主题，通过 Excel 等数据处理工具对采集到的数据进行处理与基础分析。**帮助学生理解数据在数字化与智能化商业环境中的关键价值，**掌握电子商务领域数据分析技能，能够熟练开展电子商务数据分析，包括：市场数据分析、运营数据分析、产品数据分析；能够根据市场、运营、产品等不同电子商务情境下数据分析目标，开展数据监控、分析，及时发现数据异常并进行运营优化，完成数据分析报告撰写。

1.素质目标

（1）熟悉电子商务企业在运营中应该遵循的相关法律法规；

（2）能够在电子商务数据化运营过程中坚持科学的价值观和道德观；

（3）熟悉计算机信息技术相关法律法规，合理合法的开展数据收集行为；

（4）遵守职业道德，在进行数据分析时不弄虚作假；

（5）具备数据保密意识，尊重公民隐私，遵守职业道德；

（6）具备良好的数据安全意识，以及较强的数据判断能力；

（7）具备较强的系统化思维和文字表达能力。

2.能力目标

（1）能够熟练使用公式对相应指标进行计算；

（2）能够初步完成数据分析报告框架的搭建；

（3）能够熟练使用数据采集工具；

（4）能够独立完成电子商务市场、运营、产品数据采集；

（5）能够使用 Excel 分类汇总、数据透视表等方法对数据进行分类统计；

（6）能够根据数据处理目标对数据进行清洗、转化及排序等操作；

（7）能够利用 Excel 进行数据描述性统计分析；

（8）能够利用图表趋势预测法和时间序列预测法对电子商务日常运营数据进行趋势分析；

（9）能够使用同比分析法、环比分析法对本期和同期、本期和上期的数据进行分析；

（10）能够运用频数分析法、分组分析法、结构分析法、平均分析法、交叉分析法和漏斗图分析法对电子商务数据进行分析；

（11）**能够根据获取的数据进行行业集中度分析；**

（12）能够进行市场容量分析及预测；

（13）能够进行竞店和竞品分析；

（14）能够进行运营数据分析，包括客户特征分析、客户忠诚度分析、客户行为分析；

（15）能独立完成产品搜索指数分析和产品交易指数分析；

（16）能独立完成产品获客能力分析和产品盈利能力分析；

（17）能够完成数据监控报表的制作及异常数据的鉴别与分析；

（18）能设计数据分析报告框架，并完成数据分析报告的撰写。

3.知识目标

（1）熟悉电子商务数据的含义及分类；

（2）熟悉电子商务数据分析的含义、作用和应用；

（3）**了解电子商务数据分析的各类指标；**

（4）了解数据采集的概念及原则；

（5）熟悉数据采集的方法和步骤；

（6）掌握数据分类统计的常用方法；

（7）熟悉数据清洗的内容；

（8）了解电子商务数据计算的常用方法；

（9）熟悉描述性统计量的类型和指标含义；

（10）熟悉图表趋势预测法和时间序列预测法；

（11）熟悉对比分析的概念和方法；

（12）了解频数分析法、分组分析法、结构分析法、平均分析法、

交叉分析法和漏斗图分析法；

（13）熟悉客户数据分析、推广数据分析、销售数据分析、供应链数据分析的相关知识与指标；

（14）熟悉产品数据分析的概念和内容；

（15）了解产品搜索指数和产品交易指数分析的维度；

（16）掌握产品搜索指数和产品交易指数分析的方法。

（二）课程要求

1.按照跨境电商运营推广、数据分析师工作岗位能力要求、1+X电子商务数据分析职业技能（初级/中级）考试大纲以及高职跨境电子商务专业技能竞赛规程对跨境电商运营推广专员的知识、能力和素质要求来遴选课程内容。

2.将跨境电商运营推广专员必须具备的社会主义核心价值观、敬业精神、工匠精神、法治意识；正确的价值观、社会责任感、创新意识、协作精神；主动学习和合作学习、善于反思的精神融入课程考核的标准。

3.在教学过程中科学、合理地设计教学任务，根据跨境电商运营推广专员岗位角色要求培养学生。

4.以工作任务为中心引领知识和技能，让学生在完成工作任务的过程中学习相关理论知识，逐步达成教学目标。

5.通过课前自学与课中精讲理论知识、教师示范性操作讲解、真实项目演练、头脑风暴与小组讨论等教学方式，将小组合作意识、主动学习、分析与综合思维能力、创新精神和反思学习精神的培养融入课程教学的各个环节。

6.采用线上线下混合教学模式，引导学生积极运用爱博导教学平台，根据“学习任务单”完成前置任务、上传和展示个体或小组的学习任务，并相互评价、修订他人的学习成果。

四、课程结构与内容

（一）课程结构

《跨境电商数据分析与应用》课程以理论和实践一体化的工作过

程为导向，构建“工作过程完整”而不是“学科完整”的学习过程。课程内容首先强调获取完成数据分析报告任务的过程性知识，解决“为什么分析”、“分析什么内容”和“怎么分析更好”的问题，然后是适度够用的陈述性知识或者说理论知识，如电子商务数据分析的指标、数据采集认知、数据分类与处理认知、市场数据分析认知、运营数据分析认知等。

据此，将运营数据分析的全过程作为一个完整的教学模块，再根据运营数据分析的内容形成一个教学模块，设电商数据分析概述、基础数据采集、数据分类与处理、数据描述性分析、市场数据分析、运营数据分析、产品数据分析、数据监控与报告撰写八个专项子模块。

（二）课程内容

本课程内容包含 8 个教学模块、28 个教学任务，具体教学内容见表 2。

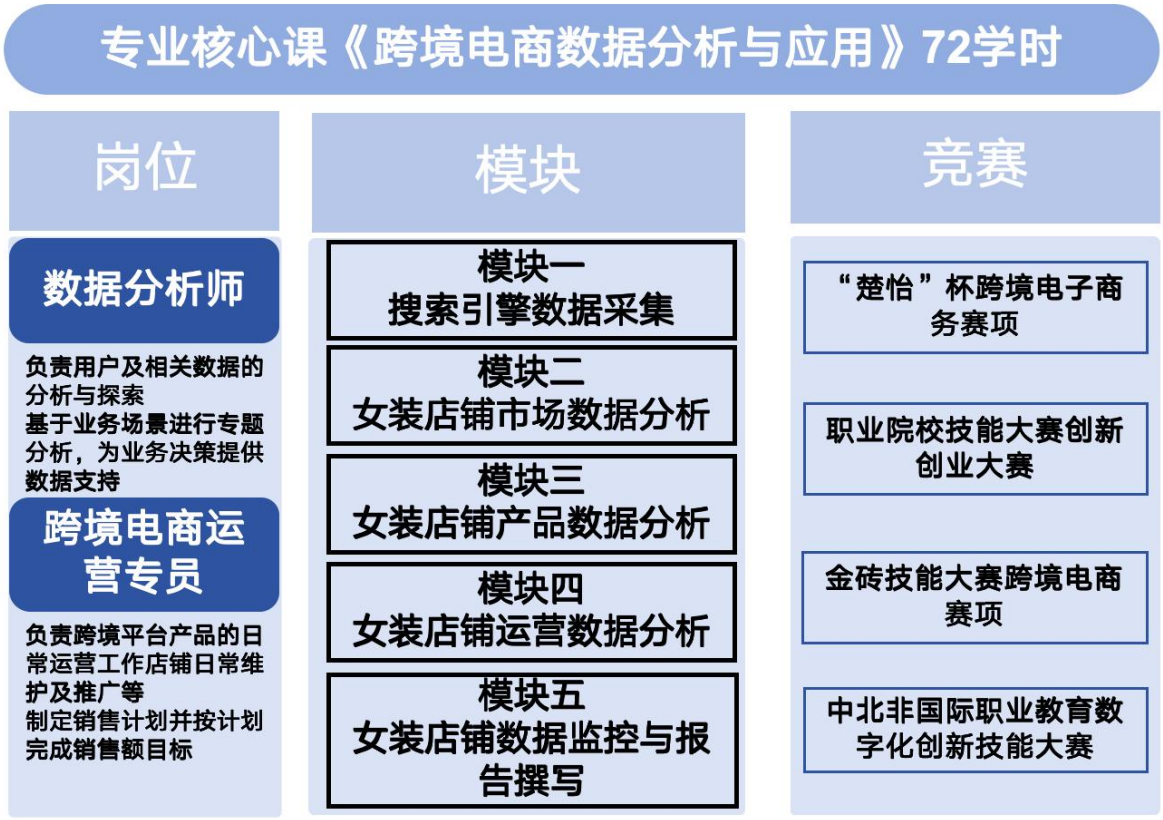


图 1 课程重构图

表 2 课程内容与教学要求

模块	工作任务	教学内容	主要技能	教学方法	建议学时
模块一 电商数据分析概述	任务 1：跨境电子商务数据及数据分析认知 任务 2：跨境电子商务数据分析的指标	1. 电子商务数据的含义及分类 2. 电子商务数据分析的含义、作用和应用 3. 数据分析报告的基本结构 4. 电子商务数据分析的各类指标及相关指标的计算方法	1. 了解跨境电子商务数据分析的各类指标并掌握相关指标的计算方法 2. 掌握跨境电子商务数据分析的基本步骤	任务驱动 现场教学 案例教学 教师示范性教学 小组合作与讨论	4
模块二 基础数据采集	任务 1：数据采集认知 任务 2：跨境电子商务数据采集渠道及工具 任务 3：市场数据采集 任务 4：运营数据采集 任务 5：产品数据采集	1. 电子商务数据采集的概念 2. 电子商务数据采集的原则 3. 电子商务数据采集的方法和步骤 4. 电子商务数据采集工具的使用 5. 电子商务市场、运营、产品数据采集	1. 掌握跨境电子商务数据采集工具的使用 2. 能够独立完成市场、运营、产品数据采集		8
模块三 数据分类与处理	任务 1：数据分类与处理认知 任务 2：分类统计 任务 3：数据处理 任务 4：数据计算	1. 数据分类与处理的作用和原则 2. 电子商务数据计算的常用方法 3. 使用 Excel 分类汇总、数据透视表等方法对数据进行分类统计 4. 根据数据处理目标对数据进行清洗、转化及排序等操作 5. 使用公式对电子商务运营数据进行计算	1. 能够使用 Excel 分类汇总、数据透视表等方法对数据进行分类统计 2. 能够根据数据处理目标对数据进行清洗、转化及排序等操作 3. 能够使用公式对跨境电子商务运营数据进行计算		8
模块四 数据描述性分析	任务 1：描述性统计分析 任务 2：趋势分析	1. 熟悉描述性统计量的类型、指标含义，并掌握利用 Excel 进行数据描述性统计分析的方法	1. 掌握利用 Excel 进行数据描述性统计分析的方法 2. 掌握利用这两种方法对电子商务日		8

	任务 3：对比分析 任务 4：其他分析方法	2.熟悉图表趋势预测法和时间序列预测法，并掌握利用这两种方法对电子商务日常运营数据进行趋势分析的技 3.熟悉比较分析的概念和常用的使用场景，并掌握比较分析的方法，包括同比分析法、环比分析法 4.了解频数分析、分组分析、结构分析、平均分析、交叉分析和漏斗图分析的使用场景，并掌握相应的数据分析方法	常运营数据进行趋势分析的技能 3.掌握比较分析的方法，包括同比分析法、环比分析法 4.掌握频数分析、分组分析、结构分析、平均分析、交叉分析和漏斗图分析的数据分析方法		
模块五 市场数据分析	任务 1：市场数据分析认知 任务 2：行业数据分析 任务 3：竞争数据分析	1.市场数据分析的内容组成 2.市场数据分析的价 3.市场需求分析的重要性 4.竞争对手的界定方法	1.能够根据获取的数据进行行业集中度分析 2.能够进行市场容量分析及预测 3.能够分析市场需求量变化趋势以及客户对品牌、价格、属性的偏好 4.掌握识别竞争对手的方法 5.能够进行竞店和竞品分析		12
模块六 运营数据分析	任务 1：运营数据分析认知 任务 2：客户数据分析 任务 3：推广数据分析 任务 4：销售数据分析 任务 5：供应链数据分析	1.运营数据分析的必要条件及内容 2.客户数据分析、推广数据分析、销售数据分析、供应链数据分析的相关知识与指标	1.能够进行客户数据分析，包括客户特征分析、客户忠诚度分析、客户行为分析 2.能够进行推广数据分析，包括推广渠道分析、关键词推广分析、活动推广效果分析、内容运营分析 3.能够进行销售数据分析，包括交易数据分析、服务数据分析 4.能够进行供应链数据分析，包括采		16

			购数据分析、物流数据分析、仓储数据分析		
模块七 产品数据分析	任务 1：产品数据分析认知 任务 2：产品行业数据分析 任务 3：产品能力数据分析	1.产品数据分析的概念和内容 2.产品搜索指数和产品交易指数分析的维度 3.产品搜索指数和产品交易指数分析的方法 4.产品获客能力和产品盈利能力分析的方法	1.能独立完成产品搜索指数分析和产品交易指数分析 2.能独立完成产品获客能力分析和产品盈利能力分析		8
模块八 数据监控与报告撰写	任务 1：数据监控 任务 2：数据分析报告的撰写	1.数据监控的一般流程 2.数据监控报表制作的设计要素 3.报告的主要类型及各类型的特点 4.常见的描述性统计量的类型及指标含义	1.能够完成数据监控报表的制作及异常数据的鉴别与分析 2.能设计数据分析报告框架，并完成数据分析报告的撰写		8
学时合计：72 学时（其中实践教学学时比例为 50%）			理论学时		36
			实践学时		36

（三）课程思政设计

立足于《跨境电商数据分析与应用》的课程体系，结合数跨境电商运营推广岗位的职业道德要求，从课程思政目标、思政元素、思政案例入手，加强专业教育与思政教育的有机融合。建立了师、生、企多向沟通、评价渠道。以问题为导向，学生为中心，“三导多向”思政教学模式（课前导问题、课中导任务、课后导项目）；二是课中晰、行、检的“三步多向”教学环节，课前完成自主探究学习；课中通过面授答疑、研讨等一系列活动进行深层次的进阶学习；课后完成企业真实项目，企业参与知识、技能、情感与价值观的全面评价。思政教学模式见图 1，思政整体设计见表 3。

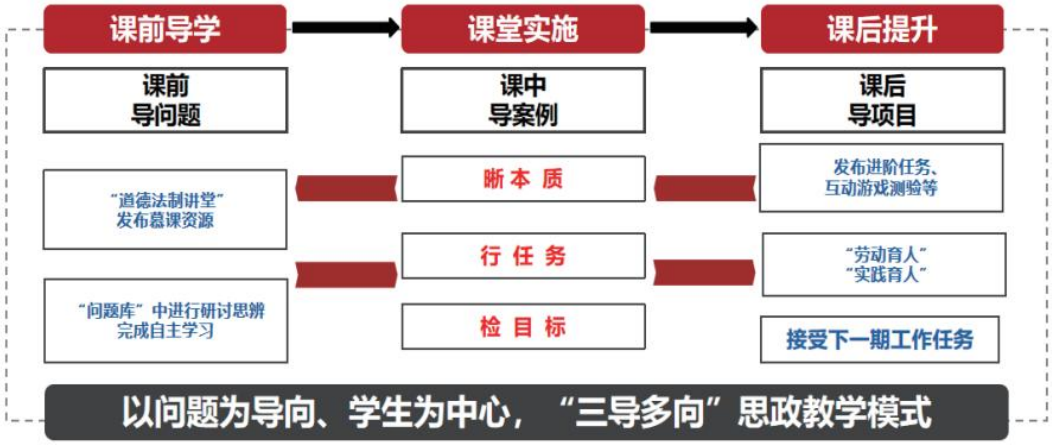


图 2 思政教学模式

表 3 课程思政整体设计

序号	模块	任务	学时	思政目标	思政元素	思政载体
1	模块一 电商数据分析概述	任务 1：跨境电子商务数据及数据分析认知	2	培养学生对国家经济发展和数字经济的认识，增强国家意识和民族自豪感	国家意识	案例：互联网大厂“定制”冬奥会
2		任务 2：跨境电子商务数据分析的指标	2	让学生了解并遵守电子商务领域的法律法规，强化法律意识和规则意识	法律意识	案例：为个人数据安全加把锁
3	模块二 基础数据采集	任务 1：数据采集认知	1	培养学生对数据采集过程中法律法规的了解，强调合法合规的数据采集	法律意识	案例：非法获取电商用户数据
4		任务 2：跨境电子商务数据采集渠道及工具	1	了解数据分析中的法律和道德规范，培养他们遵守法律法规、诚实守信的意识	遵纪守法、诚实守信的意识	讨论：探讨数据安全与隐私保护的重要性，以及如何在数据分析中平衡创新与保护
5		任务 3：市场数据采集	2	教育学生在数据采集过程中遵循伦理道德，尊重个人隐私和数据安全	伦理道德	案例：京东内部员工涉嫌窃取 50 亿条用户数据
6		任务 4：运营数据采集	2	强化学生对数据安全的认识，教育他们采取措施保护数据不被滥用或泄露	信息安全意识	案例：某航空公司数据被境外间谍情报机关网络攻击窃取案
7		任务 5：产品数据采集	2	培养学生在数据采集过程中的诚信意识，不伪造、不篡改数据	诚信意识	案例：雅虎遭黑客攻击 10 亿级用户账户信息泄露
8	模块三 数据分类与处理	任务 1：数据分类与处理认知	2	鼓励学生以科学的态度对待数据采集，追求数据的准确性和真实性	科学精神	案例：爬取数据？不正当竞争？法院：判赔 250 万元！
9		任务 2：分类统计	2	通过数据可视化项目，培养学生的团队协作能力和集体荣誉感	团队合作精神、集体意识	案例：抗击新冠疫情的医疗团队

10		任务 3：数据处理	2	结合数据安全教学，培育学生正确的价值观、科学精神和创新精神，厚植“红色”数据安全爱国主义思想	厚植爱国主义思想	案例：中国实施网络安全法，要求企业加强数据安全管理，保护用户隐私
11		任务 4：数据计算	2	激发学生在数据采集过程中的创新思维，鼓励他们探索新的数据采集技术和方法	精益求精的工匠精神	案例：“火药雕刻师”徐立平：为国铸“箭”行走在生死边缘
12	模块四 数据描述性分析	任务 1：描述性统计分析	2	鼓励学生追求专业技能的精进，培养对工作精益求精的态度	精益求精的工匠精神	案例：字节跳动创始人张一鸣，4 次创业失败，第五次改变 6 亿中国人
13		任务 2：趋势分析	2	鼓励学生追求专业技能的精进，培养对工作精益求精的态度	精益求精的工匠精神	案例：“大数据匠人”蒋步星
14		任务 3：对比分析	2	通过商务数据分析的实践，让学生认识到数据对社会发展的重要性，培养他们的社会责任感	社会责任	案例：数据造假与商业欺诈
15		任务 4：其他分析方法	2	在电子商务数据分析过程中，强调数据规范采集、使用和保护，培养学生的数据安全意识	数据安全与隐私保护	案例：全国人口普查
16	模块五 市场数据分析	任务 1：市场数据分析认知	4	培养公平竞争的意识与执着专注、精益求精的工匠精神	精益求精的工匠精神	案例：元宇宙兴起，王老吉借数字化抢占市场 案例：不正当竞争纠纷案
17		任务 2：行业数据分析	4	将“商道即人道”的理念贯穿教学全过程，培养学生具备数据思维、公平竞争意识，科学严谨懂商道	商文化育人理念	案例：社区支持农业（CSA）模式

18		任务 3：竞争数据分析	4	将“商道即人道”的理念贯穿教学全过程，培养学生具备数据思维、公平竞争意识，科学严谨懂商道	商文化育人理念	案例：范蠡的商业智慧
19	模块六 运营数据分析	任务 1：运营数据分析认知	2	强调跨境电商平台规则，培养学生的规则意识和团队合作意识	规则意识与团队合作意识	案例：数据造假成点评类网站的“潜规则”
20		任务 2：客户数据分析	4	在电子商务数据分析过程中，强调数据规范采集、使用和保护，培养学生的数据安全意识	数据安全与隐私保护	案例：酒店 2000 万人入住信息遭泄露
21		任务 3：推广数据分析	4	在电子商务数据分析过程中，强调数据规范采集、使用和保护，培养学生的数据安全意识	数据安全与隐私保护	案例：学术研究中使用个人数据，未能充分保护参与者隐私
22		任务 4：销售数据分析	4	在电子商务数据分析过程中，强调数据规范采集、使用和保护，培养学生的数据安全意识	数据安全与隐私保护	案例：儿童在线活动产生的数据被不当收集和使用
23		任务 5：供应链数据分析	2	在电子商务数据分析过程中，强调数据规范采集、使用和保护，培养学生的数据安全意识	数据安全与隐私保护	案例：医疗机构因安全措施不足导致患者数据泄露
24	模块七 产品数据分析	任务 1：产品数据分析认知	2	让学生认识到作为电商数据分析专业人士，对社会和消费者承担的责任	提升社会责任感	案例：非法爬取个人信息出售牟利案
25		任务 2：产品行业数据分析	4	鼓励学生追求专业技能的精进、技术创新，培养对工作精益求精的态度	数据素养	案例：AR，VR 给中国博物馆带来了什么变化？
26		任务 3：产品能力数据分析	2	通过数据分析的商用，培养学生的法律意识，包括数据的合法采集和使用	法律意识	讨论：跨国公司在不同文化背景下进行数据采集时，未能尊

						重当地文化习俗。讨论文化差异对数据采集的影响
27	模块八 数据监控与报告撰写	任务 1：数据监控	4	培养学生依据科学的数据分析进行决策、精益求精追求卓越的职业精神	科学决策与精益求精	案例：AI 监控守好疫情防线
28		任务 2：数据分析报告的撰写	4	通过商务数据分析的实践，让学生认识到数据对社会发展的重要性，培养他们的社会责任感	社会责任	案例：员工误删数据库对公司业务运行造成重大影响

五、课程实施与保障

（一）课程实施

1. 教学模式

改变课程内容的单向传递，建立了师、生、企多向沟通、评价渠道。以问题为导向，通过课前导问题、课中导任务、课后导项目，课中教、学、检的“三步多向”教学环节。建立以 OBE 成果为导向的 BOSPS 教学模式，课前完成自主探究学习，课中通过面授答疑、教师示范性操作、研讨等一系列活动进行深层次的进阶学习。课后完成企业真实项目，企业参与知识、技能、情感与价值观的全面评价。课后项目完成过程中遇到的问题或是更好的问题解决方法、工具，学生及时上传问题集锦、案例锦囊及思维工具栏目，不断补充完善教学资源，形成良性多向度反馈沟通机制，行之有效地解决学生问题。达到见现象、感案例、知理论、促行动的教学效果。最终实现从感知、认知到行动的内化。



图 3 教学模式图

2.教学方法

本课程采用以学生为主体，职业能力培养为本位，以工作过程和工作任务为主线，任务驱动，融“教、学、做、评”为一体的项目教学法；基于数字教学资源和智能化教学平台，开展线上线下相结合的翻转课程教学法。利用真实的第三方平台店铺运营数据或企业运行过程中产生的数据，通过案例或任务，采用讨论分析的方法实施。课程结束时，学生提交基于真实运营店铺的数据分析报告。

3.教学手段

在教学过程中，组合运用多媒体、网络平台、视频录像、软件系统、仿真实训、教学游戏等现代化手段，创设模拟教学和现场教学两个典型情境，强化实际操作技能训练；理论包括一般理论、拓展理论，以讲授、小组讨论、学生自学为主；实训采取学生组建团队，以任务单的方式开展训练，学生团队利用店铺的真实数据开展训练，使用行业的真实动态及规律来进行操作，在真实环境演练完成任务。

（二）课程保障

1.教学团队

（1）课程负责人

具有硕士以上学历、高校教师资格、讲师以上职称，能够胜任两门以上专业核心课程教学，能较好地跟踪国内外电子商务领域的发展动态，具有良好的职业道德和团队精神，具有坚定的社会主义理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心，具有丰富的跨境电商运营教学经验，具有较强的教学设计能力和信息化教学能力，能够开展课程教学改革和行业科学研究，3 年累计不少于 6 个月的一线企业工作实践经历。

（2）教学团队

本课程教学团队应由校内专任教师和行业兼职教师共同组成，具有良好的专业结构和学缘结构，相互补充，相辅相成。要求行业兼职教师跨境电商运营工作经验 5 年以上，实现“双元”教学团队；校内专任教师到跨境电商企业开展挂职锻炼，提升跨境电商运营操作能

力，行业兼职教师走入校园、走进实训，提升教学能力，实现“双优”；“双元双优”教学团队共同开发课程、共同编写教材、共同备课、共同授课、共同评价，全程参与课堂教学。

学校导师：担任本课程的主讲教师为校内专任教师，具有硕士或以上学历、教师资格证、讲师以上职称的双师型教师；具有商务数据分析与应用管理岗位经验；精通 Office 软件中的 Excel 数据分析和处理能力；能对商务数据分析实训进行有效指导；具备随时搜集当前商务数据、并进行分析处理的能力；具备设计基于项目导向的教学法的设计应用能力。

企业导师：在相关企业（岗位）工作 2 年以上，有丰富的跨境电子商务数据分析与应用经验的企业人员，能够进教室授课以及带领学生到企业进行实践训练。

2.教学设施

教学设施能满足本专业人才培养实施需要，其中实训（实验）室面积、设施等达到了国家发布的有关专业实训教学条件建设标准（仪器设备配备规范）要求。信息化条件保障应能满足专业建设、教学管理、信息化教学和学生自主学习需要。

（1）专业教室基本条件

一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

表 4 教学场地、设施配置及功能

序号	教学场地	设施配置	功能
1	多媒体教室	配备黑板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具备互联网接入条件，安装应急照明装置，设置灭火器消防设备，符合紧急疏散要求，配备风扇等降温设施。	实施理论性内容教学

（2）校内实训基本要求

表 5 实习实训基地（室）配置与要求

序号	实训（室）名称	面积/工位	主要实训项目	主要设备
1	电子商务数据分析实训室	100 平米/50 个	1.数据采集与处理实训 2.数据分析模型构建实训 3.主题数据分析实训 4.数据挖掘与分析实训 5.数据化运营创新实训	跨境电商数据分析软件、电商教学系统、电脑 50 台、服务器 1 台、路由器 1 台、网络柜机 1 台、多媒体中控台 1 台、功率放大器 1 台、交换机 3 台、投影机 1 台、玻璃珠银幕、语音系统一套。

（3）校外实训基地基本要求

具有稳定的校外实训基地。能够开展跨境电子商务数据分析等实训活动，实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师确定，实训管理及实施规章制度齐全。

表 6 校外实习实训基地（室）配置与要求

序号	实训基地名称	功能（实训实习项目）	面积、设备名称及台套数要求	容量（一次性容纳人数）
1	跨境电商数据分析实训基地 宝优汽车	用户数据分析、用户数据与生产数据融合、用户数据应用	面积：100 多平，办公桌椅、电脑等。	50 人以上
2	跨境电商数据分析实训基地 深圳市雷恒网络科技有限公司	用户数据分析、用户数据与生产数据融合、用户数据应用	面积：300 多平，办公桌椅、电脑等。	50 人以上

（4）学生实习基地基本要求

具有稳定的校外实习基地。能提供跨境电商运营等相关实习岗位，能涵盖当前电子商务专业（产业）发展的主流业务（主流技术），可接纳一定规模的学生实习；能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

3.教学资源

（1）推荐教材

“十三五”职业教育国家规划教材、数字商贸“岗课赛证”融通新形态一体化教材《电子商务数据分析概论》，北京博导前程信息技术股份有限公司主编，高等教育出版社。

（2）参考教材

高等职业教育理实一体化规划教材·电子商务专业《电子商务数据分析与应用》，叶子主编，电子工业出版社。

校企“双元”产教融合跨境电子商务系列教材《跨境电商数据分析与应用》，莫川川主编，电子工业出版社。

电子商务类专业创新型人才培养系列教材《电子商务数据分析（微课版）》，徐文瑞、文林莉主编，人民邮电出版社。

（3）教学网站

《电子商务数据分析》

https://www.ibodao.com/iclass

《商务数据分析与应用》

https：//www.icourse163.org/course/JSETI-1001754246

阿里巴巴全球速卖通：http：//seller.aliexpress.com/

亚马逊：https：//www.amazon.com/

抖音数据分析网站：https://www.chanmama.com/

微博数据分析网站：https://wb.topsocial.com.cn/

EchoTik 数据分析网站:https://echotik.live

（4）信息化工具

智慧职教:https://www.icve.com.cn/

超星学习通:http://i.mooc.chaoxing.com

中国大学慕课：https://www.icourse163.org/

雨果网：https://www.cifnews.com/

4.课程管理

通过持续规范的自我约束、自我评价、自我改进、自我发展，建

立并运行跨境电商专业全要素网络化的内部质量保证体系，不断提升办学活力和人才培养质量。以“需求导向、自我保证、多元诊断、重在改进”为诊改工作基本方针，“数据分析与实际调研相结合、坚持标准和注重特色相结合、自主诊改和抽样复核相结合。”为基本原则，从而持续提高跨境电商专业人才培养质量。

诊改工作以三年一个大周期，一年一个小周期持续进行，从相应的目标开始，制定标准，进行实施，通过自我诊断和外部监测，进行数据分析，随时发现预警、及时调整改进，向更高的目标发展，促进工作质量的循环提升。本专业诊断与改进 8 字螺旋图如下图 4 所示，专业建设质量监控点见表 7。

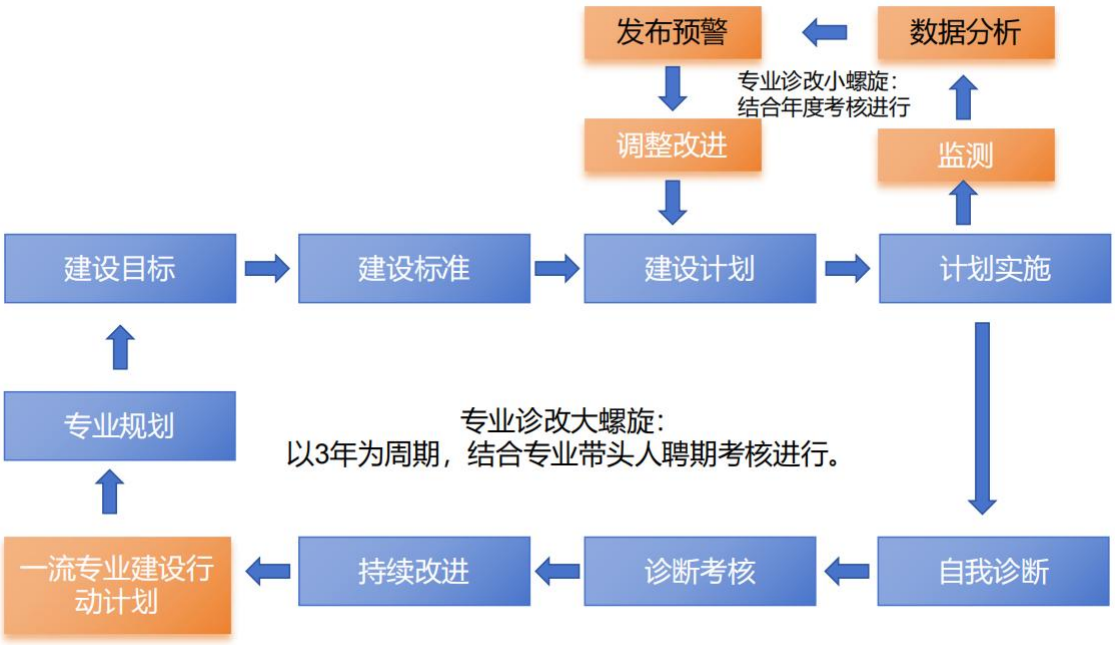


图 4 诊断与改进 8 字螺旋图

表 7 专业建设质量监控点（5 维 40 点）

监控维度	监控点	监控标准	监测值目标
1. 专业设置（0.1）	（1）专业设置论证报告★	≥良好	
	（2）培养目标与规格	≥良好	
	（3）校企合作体制机制建设	≥良好	
	（4）年度专业人才市场需求调研报告★	≥良好	

监控维度	监控点	监控标准	监测值 目标
2．专业建设与改革（0.25）	（5）专业建设规划★	≥良好	
	（6）课程建设规划★	≥良好	
	（7）专业标准体系建设（含专业教学标准，专业技能考核标准及题库、毕业设计标准，专业建设质量标准，人才培养质量标准等）★	≥良好	
	（8）专业课程体系★	≥良好	
	（9）教学组织设计★	≥良好	
	（10）教学方法和手段	≥良好	
	（11）实习实训项目开出率★	100%	
	（12）整体项目开出率★	≥85%	
	（13）专业制度体系建设（课程管理，教学管理，队伍管理，专业评估等）★	≥良好	
3.专业师资队伍（0.25)	（14）专业师资队伍建设规划	≥良好	
	（15）专任核心课教师（名）★	≥3	
	（16）副高以上专业技术职务教师（名）★	≥1	
	（17）“双师型”教师比例★	≥70%	
	（18）教师培养培训达标率	100%	
	（19）平均年度发表论文与出版著作（篇）	4	
	（20）平均年度在研课题与项目	3	
	（21）平均年度获得院级及以上成果与获奖	1	
4.专业教学环境（0.25）	（22）实训室建设规划	≥良好	
	（23）生产性实训基地建设规划	≥良好	
	（24）实训室数量及设备台套数★	≥良好	
	（25）生产性实训基地数量	≥1	
	（26）专业网络平台建设	≥良好	
	（27）专业图书资料（册）★	≥500	
	（28）年度生均经费投入（元）★	≥7000	
5.专业人才培养质量（0.15）	（29）英语 A 级通过率	80%	
	（30）计算机技能考核合格率	90%	
	（31）专业技能抽查通过率★	100%	
	（32）毕业设计合格率★	100%	
	（33）双证书率★	≥90%	
	（34）招生计划（人）★	≥50	
	（35）招生计划完成率★	≥90%	
	（36）新生报到率★	≥90%	
	（37）按时毕业率	≥95%	

监控维度	监控点	监控标准	监测值目标
	（38）初次就业率★	≥85%	
	（39）对口就业率★	≥65%	
	（40）专业年度办学水平评估★	≥良好	

注：标★号者为湘教发〔2018〕39 号文件必审指标。

完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，每学期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，落实院长、教学副院长、教研室主任、教授副教授进课堂，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

六、课程考核与评价

《跨境电商数据分析与应用》课程强调实际操作能力。因此，本课程的考核将着重测试学生对跨境电子商务数据分析能力。考核内容包括形成性考核和终结性考核，其中过程性考核为 40%，终结性考核为 60％；理论考核与实践考核相结合，教师评价与学生评价相结合的方式进行，充分实现教学目标、人才培养目标，进一步提高了学生的综合素质。另外，值得一提的是本课程的期末考核内容是以 1+x 电子商务数据分析证书为具体蓝本，结合本课程人才培养目标共同设置。

1. 评价主体

采用教师、学生、社会（企业）第三方等三个主体参与的多元考核评价方式。

2. 评价方式

期末考试成绩采用过程性评价和终结性评价相结合，突出增值评价，平时过程性评价包括平时表现（出勤、课堂表现等），占 10%；专项能力实训作业，占 30%；期末终结性评价，占 50%；增值评价占 10%。具体评价方式详见表 8 表 9。

表 8 考核评价表

评价类型	评价项目	评价指标	占比	评价主体
过程性评价	平时表现	出勤、课堂表现等	10%	任课教师 学生互评 组长点评 企业导师
	专项能力实训作业	1.进阶题库测试数据 2.数字化客服系统操作数据 3.进阶技能指标数据 4.主题讨论和学习数据化 5.数据分析及数据报告撰写	30%	
终结性评价	期末测试	1.搜索引擎数据采集 2.女装店铺市场数据分析 3.女装店铺产品数据分析 4.女装店铺运营数据分析 5.女装店铺数据监控与报告撰写	50%	任课教师
增值评价	知识与技能 思维与视野	1.活动参与次数 2.志愿服务次数与时长 3.主题讨论数据	10%	任课教师 学生互评 组长点评 企业导师

表 9 课程考核评定表

考核类型	考核内容	评价主体	评价标准	所占比例
过程性考核	出勤、纪律情况	教师	出勤、纪律情况、态度	5%
	课堂活动参与情况	教师 学生互评	课堂表现（是否积极参与）	5%
	作业完成情况	教师 学生互评	课堂和课后作业完成情况（A+、A、A-、B+、B、B-、C+、C、C-）区分成绩	5%
	实践能力	教师 学生互评 学生自评 企业	1.数据采集及处理 2.图表制作及美化 3.数据分析 4.数据报告撰写	25%
终结性考核	期末考试 笔试：跨境电子商务数据分析知识	教师	跨境电子商务数据分析理论知识、数据计算、案例分析等（卷面 100 分制）	60%

3.评价标准

采用理论与实践相结合、书面与实操相结合、职业素质和团队合作能力相结合等多元评价标准，详见图 5。

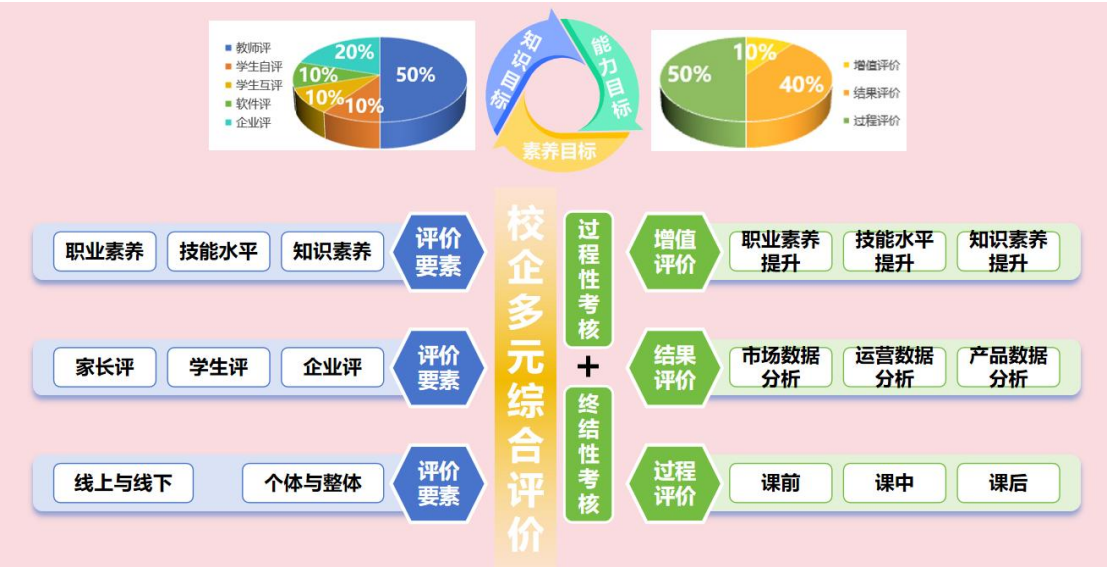


图 5　评价标准图

七、课程进程与安排

表 10 课程进程与安排表

周次	授课内容	计划课时（学时）			授课教师	授课地点
		总学时	理论讲授	实践教学		
第 1 周	跨境电子商务数据及数据分析认知	2	2	/	专任教师	数据分析实训室
第 1 周	跨境电子商务数据分析的指标	2	2	/	专任教师	数据分析实训室
第 2 周	数据采集认知、跨境电子商务数据采集渠道及工具	2	1	1	专任教师	数据分析实训室
第 2 周	市场数据采集	2	1	1	专任教师	数据分析实训室
第 3 周	运营数据采集	2	/	2	企业导师	数据分析实训室
第 3 周	产品数据采集	2	/	2	企业导师	数据分析实训室
第 4 周	数据分类与处理认知	2	1	1	专任教师	数据分析实训室
第 4 周	分类统计	2	1	1	专任教师	数据分析实训室
第 5 周	数据处理	2	1	1	专任教师	数据分析实训室
第 5 周	数据计算	2	1	1	企业导师	数据分析实训室
第 6 周	描述性统计分析	2	1	1	专任教师	数据分析实训室
第 6 周	趋势分析	2	1	1	专任教师	数据分析实训室
第 7 周	对比分析	2	1	1	专任教师	数据分析实训室

第 7 周	其他分析方法	2	1	1	专任教师	数据分析实训室
第 8 周	市场数据分析认知	2	1	1	专任教师	数据分析实训室
第 8 周	市场数据分析认知	2	1	1	专任教师	数据分析实训室
第 9 周	行业数据分析	2	1	1	企业导师	数据分析实训室
第 9 周	行业数据分析	2	1	1	企业导师	数据分析实训室
第 10 周	竞争数据分析	2	1	1	企业导师	数据分析实训室
第 10 周	竞争数据分析	2	1	1	企业导师	数据分析实训室
第 11 周	运营数据分析认知	2	1	1	专任教师	数据分析实训室
第 11 周	客户数据分析	2	1	1	专任教师	数据分析实训室
第 12 周	客户数据分析	2	1	1	专任教师	数据分析实训室
第 12 周	推广数据分析	2	1	1	专任教师	数据分析实训室
第 13 周	推广数据分析	2	1	1	专任教师	数据分析实训室
第 13 周	销售数据分析	2	1	1	专任教师	数据分析实训室
第 14 周	销售数据分析	2	1	1	专任教师	数据分析实训室
第 14 周	供应链数据分析	2	1	1	专任教师	数据分析实训室
第 15 周	产品数据分析认知	2	1	1	企业导师	数据分析实训室
第 15 周	产品行业数据分析	2	1	1	企业导师	数据分析实训室
第 16 周	产品行业数据分析	2	1	1	企业导师	数据分析实训室
第 16 周	产品能力数据分析	2	1	1	企业导师	数据分析实训室
第 17 周	数据监控	2	1	1	企业导师	数据分析实训室
第 17 周	数据分析报告的撰写	2	1	1	专任教师	数据分析实训室
第 18 周	数据分析报告的撰写	2	1	1	专任教师	数据分析实训室
第 18 周	数据分析报告的撰写	2	1	1	专任教师	数据分析实训室
合计	72		36	36		

八、其他需要说明的问题

本课程标准在使用过程中，要根据教学实际情况进行不断的完善与修订。按照我校“每年一小动，三年一大动”专业建设原则，2025 年、2026 年每年对本专业进行 1 次质量诊断与评价，根据年度质量评价报告，对本课标适时优化调整，以保证专业教学的正常实施。

《跨境电商客户服务》课程标准

一、课程基本信息

表 1 课程基本信息

课程名称	跨境电商客户服务	课程代码	2405514
课程类型	专业核心课程	开设院部	商贸旅游学院
适用专业对象	跨境电商专业三年制高职学生	先修课程	跨境电商英语
后续课程	专业技能综合训练	学时/学分	72 学时/4 学分
编制团队	学校：蒋文、张旻书 企业：易梅梅、蔡冰心	审核人	姚师洵
制（修）订时间	2024 年 07 月		

二、课程性质与任务

（一）课程性质

《跨境电商客户服务》课程为跨境电子商务专业核心课程，也是专业必修课程。本标准依据《跨境电子商务专业人才培养方案》中对《跨境电商客户服务》课程培养目标的要求制定。通过本课程的学习，学生能够面向 B2B 客户和 B2C 客户解决售前、售中、售后的各种问题，并提供优质服务。

本课程以《跨境电商英语》《商务英语视听说》等课程的学习为基础，与《跨境市场推广》《跨境电商数据分析与应用》《跨境供应链管理》课程同步开设，主要围绕跨境电商客服工作，使学生能掌握客户关系管理工作和具备高级技术应用性人才所必需的企业管理的基本知识与技能，着重培养学生与客户建立关系、维系关系、保持关系等实践技能。

（二）课程任务

本课程具有较强的实践性，**通过数字化系统**，客服可以采集客户的基本信息，结合跨境电子商务的实战案例，通过课堂教学、学生实践相结合的方式，使学生扎实掌握所学理论知识的同时，能够灵活运用所学知识进行跨境电商客服的相关工作。通过本课程的学习，学生

能够具备跨境电商真实店铺的客户服务相关的业务操作能力，具备开发客户、完成售前售中售后服务、建立客户关系、维系客户关系、增进客户关系、处理纠纷的能力，成长为从事客户关系管理工作的高素质劳动者和高级技术应用性人才。

三、课程目标与要求

（一）课程目标

本课程旨在全面培养具备跨文化沟通能力、专业知识扎实、服务技能精湛、**数字化系统应用娴熟**且职业素养优良的跨境电商客服人才。学生通过系统学习，能够深入理解跨境电商行业全貌，熟练掌握多语言沟通技巧，精准运用客服工具与平台规则处理各类客户事务，高效解决客户纠纷，大幅提升客户满意度与忠诚度，同时也为学生个人在跨境电商服务领域的职业发展奠定坚实基础，使其能够适应跨境电商行业发展需求。

1. 素质目标

（1）具备良好的职业道德，尊重不同国家和地区的文化差异；

（2）具备良好的服务意识，为跨境客户服务；

（3）具备较强的情绪管理能力和抗压性，展现企业良好形象；

（4）具备与跨境客户进行良好沟通的能力，能有效避免因沟通问题引起的纠纷；

（5）具备耐心与热情，以积极的态度为全球客户提供服务。

2. 能力目标

（1）能熟练运用客户服务工具与软件；

（2）**能熟练运用数字化客户服务与管理系统；**

（3）能及时准确回复客户咨询；

（4）能有效处理客户投诉与纠纷；

（5）能用英语流利地与外国客户进行沟通交流；

（6）能进行客户关系维护与管理，如定期回访、收集反馈以提升客户满意度与忠诚度；

（7）能进行一定数据分析处理，能根据客户数据优化服务策略

与流程；

（8）能清晰、准确的向客户解释投诉解决方案内容，并进行合理调整，直至双方满意。

3.知识目标

（1）了解跨境电商客服岗位常用的沟通工具以及使用人群和沟通工具的使用技巧；

（2）熟悉推介售前信息的途径，通过搜索引擎寻找客户；

（3）了解目标市场语言、文化习俗、消费心理；

（4）了解跨境电子商务商品销售中,客户服务涉及的业务范围；

（5）掌握处理跨境电子商务纠纷的策略；

（6）掌握跨境电商商品销售中,客户服务的职责与沟通技巧；

（7）了解国际贸易术语、物流与支付流程；

（8）了解信用评价及客户评价基本流程；

（9）掌握处理客户投诉和纠纷的原则以及应对流程和策略；

（10）掌握各种投诉和纠纷情景下,英文沟通的技巧和表达方法；

（二）课程要求

1.系统性：重新梳理课程内容，确保课程内容间的逻辑性和系统性，构建包括基础知识、实操技能、案例分析在内的完整课程体系。

2.开放性：加强与跨境电商企业的合作，引入更多实战案例和真实项目。采用双元课程建设主体，由校内专任教师和跨境电商专家共同参与课程设计，确保课程内容的时效性和实用性。

3.职业性：课程培养定位于跨境电商岗位职业标准为依据，注重职业能力的培养。紧密结合跨境电商客服岗位的职业标准，确保课程内容与职业需求相匹配。注重学生职业能力的培养，包括客户服务技能、团队协作能力等。

4.实践性：课程内容以跨境电商客服工作过程为主线，以跨境电商职业能力为本位，注重实践能力的培养。增加实践环节，如模拟客服工作场景、真实项目操作等。鼓励学生参与跨境电商平台的实际操作，提升实战能力。

四、课程结构与内容

（一）课程结构

《跨境电商客户服务》课程以跨境电商客服专员岗位职业标准为依据、以就业为导向、应用为目标、实践为主线、能力为中心，加强校企合作，构建以“教、学、考、做”为一体的在线开放课程模式。课程内容以跨境电商客服专员工作过程为主线，职业能力为本位。根据跨境电商从业人员的典型工作任务和工作内容确定教学内容，按照先易后难，循序渐进的方式让学习者需要熟悉商务活动的主要内容，全面提升客户体验为导向，服务于网络经济和服务经济的大环境，由浅入深地介绍跨境客户服务基本认知、跨境客服的基本工具和基本技能、典型现代服务业的客户服务、跨境网络客户投诉处理、跨境客户管理等内容，构建线上线下立体的客户服务体系和管理体系，培养网络客户服务的基本技能和管理能力，旨在为学生将来从事网络客户服务与管理工作打下坚实的基础。

（二）课程内容

本课程对接跨境电商客服专员岗位，重构教学内容为 3 个模块，对应了“楚怡”杯跨境电子商务赛项，职业院校技能大赛创新创业大赛等赛项，具体教学内容详见表 2。



图 1 课程重构图

表 2 课程内容与教学要求

模块	工作任务	教学内容	主要技能	教学方法	参考课时
模块一 跨境电子商务客户开发	任务 1：岗位认知 任务 2：客户开发 任务 3：沟通工具	1.跨境电商目标客户分析 2.客户开发渠道与策略 3.客户沟通工具和软件	1.掌握各国客户消费习惯和消费特点 2.掌握跨境电子商务在线交流工具和辅助工具 3.掌握跨境电商即时聊天工具和常用翻译软件	PBL	16
模块二 跨境电商客户交易全流程服务	任务 1：询盘回复 任务 2：引导购买 任务 3：订单处理	1.交易前（产品咨询、市场推广） 2.交易中（下单引导、支付服务） 3.交易后（包装发货、客户评价）	1.掌握跨境电子商务平台接收订单操作流程 2.掌握各类国际支付方式的操作流程与风险防范要点 3.掌握客户反馈信息收集方式，并能分类整理和分析	PBL	28
模块三 跨境电商客户纠纷全流程服务	任务 1：投诉交流 任务 2：善后处理 任务 2：服务跟踪	1.纠纷初期应对 2.纠纷处理阶段 3.纠纷解决跟进	1.掌握客户投诉处理原则 2.掌握处理客户投诉流程 3.掌握客户回访技巧	PBL	28
学时合计：72 学时（其中实践教学学时比例为 44%）			理论学时		40
			实践学时		32

（三）课程思政设计

根据一带一路倡议需要，结合 985 万+跨境电商中占比 58%客服的工作需要（岗），国家跨境电商专业教学标准（课），跨境电商三创比赛（赛）以及 1+x 跨境电商 B2B 数据运营证书（证）的考核要求，《跨境电商客户服务》课程打破了线性教学内容的结构，代之以模块式内容设计。将跨境电商客户服务细分为跨境电子商务客户开发，跨境电商客户交易全流程服务，跨境电商客户纠纷全流程服务三个模块，内容循序渐进。根据“以学生为主体、教师为主导”的现代职业教育理念，教学实施以 6C 为主线，采用线上线下混合式教学方法，把教学过程分为:课前准备、课中学习和课后实战三个阶段，同时将 4H1V 的思政理念融入其中。课前云端自学和课后创新实践分别突出 4H1V 思政中的礼（Host）和诚（Honesty），课中交流反馈、协作探究、任务巩固及沙盒测评分别体现的是和(Harmony)、专(Versatile)、勤（Hardwork），具体教学环节及课程思政设计思路详见图 2，课程思政整体设计详见表 3。



图 2 课程思政设计思路

表 3 课程思政整体设计

序号	模块	任务	学时	思政目标	思政元素	思政载体
1	**模块一 跨境电子商务客户开发**	任务 1：岗位认知 任务 2：客户开发 任务 3：沟通工具	16	1.遵守法律法规及平台规则 2.具备国家国家安全意识 2.恪守职业道德和职业操守 3.具备跨文化交际意识和国际化视野	安全意识 服务精神 诚实守信	实训：运用即时聊天工具和常用翻译软件进行新客户开发
2	**模块二 跨境电商客户交易全流程服务**	任务 1：询盘回复 任务 2：引导购买 任务 3：订单处理	28	1.具备诚实守信、务实肯干的职业操守 2.具备较强的服务精神和团队意识 3.具有爱岗敬业的职业态度	职业操守 爱岗敬业 诚实守信	实训：发邮件提醒客户对加购物车的订单尽快付款
3	**模块三 跨境电商客户纠纷全流程服务**	任务 1：投诉交流 任务 2：善后处理 任务 2：服务跟踪	28	1.具备能抗压的良好心理素质 2.具备良好的分析解决问题的专业素养 3.有良好的售后服务意识	服务意识 责任意识 友善态度	实训：发邮件说服希望退款客户关闭纠纷

五、课程教学实施建议

（一）课程实施

1.教学模式

本课程采用基于内容的以教师为主导、以学生为主体的PBL“双主体”项目化教学，以跨境电商客服实操为学习主题，以社会主义核心价值观为思政要素，借助课程平台、超星学习通等信息化手段，以启发式、互动式、可视化、案例分析等方法，促进学生对任务和成效的明确，促进学生主动参与课堂教学，促进学生又备参与教学活动，全面推进融“教、学、考、做”为一体的项目教学法和线上线下融合教学法。

（1）将班级学生按性格、英文水平等特点分为学习小组，确保每个小组中的小组成员在性格和能力上实现互补，由学习小组共同完成以工作任务为主线的学习项目。

（2）将每个教学任务设计为三段式教学模式，包括课前准备阶段（课前线上自主学）、课堂实施阶段（课上师生互动学）和课后反思阶段（课后分享交流学）。

（3）通过双语教学，使学生更好地熟悉英文环境下跨境电商客服工作环境，养成良好的跨文化交流意识。

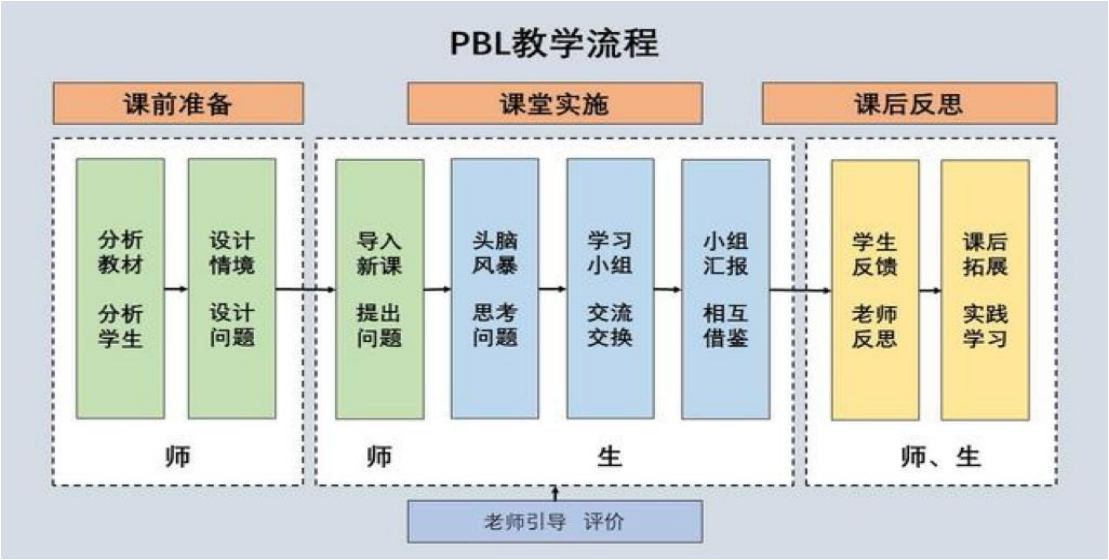


图3 教学模式图

2.教学方法

以学生为中心，以能力为目标、以方法为导向，重视学习的过程，在

教学过程中，根据学生的学情以及各子情境需要达成的教学目标，利用启发式、探讨式、探究式等教学模式，运用 PBL、项目教学法、仿真情景法、翻转课堂法、小组合作学习法、头脑风暴法等因材施教，促进学生的自主性学习和研究性学习，结合多媒体教学、实践教学等充分尊重学生的个性特长，发挥学生学习的主体性和主动性，大力增强教学效果。

3.教学手段

本课程采用多媒体信息化教学手段，借助学习通，开展线上线下互动。让学习者做到课前预习，课中操练，课后意见反馈。课前通过微课视频进行翻转课堂自主学习，课中通过头脑风暴，抢答做题等不同教学手段使课堂教学形式灵活多样；课后通过微信/QQ 上传教学资料辅助教学讲授，师生可进行实时互动答疑。借助现代信息技术手段在教学中的应用，优化课堂教学过程，更进一步推进素质教育的全面发展，提高课程教学效果。

（二）课程保障

1．教学团队

（1）课程负责人

具有硕士或以上学历、高校教师资格、副高或以上职称，具有良好的职业道德和责任意识，具有一定的实操经验，具有良好的跨文化沟通和外语书面表达能力；能对网络平台或店铺产生的顾客问题进行有效解决，具有随时了解、收集当前跨境电商平台最新政策要求及案例的能力。能熟练使用教材配套教学资源实施教学，对专业技能考核标准、毕业设计要求有深刻理解与把握，能将三者融入课程教学。

（2）教学团队

本课程教学团队应由校内专任教师和行业兼职教师共同组成，具有良好的专业结构和学缘结构，相互补充，相辅相成。要求行业兼职教师跨境电商客服工作经验 5 年以上，实现“双元”；校内专任教师到跨境电商企业开展挂职锻炼，提升跨境电商客服操作能力，行业兼职教师走入校园、走进实训，提升教学能力，实现“双优”；“双元双优”教学团队共同开发课程、共同编写教材、共同备课、共同授课、共同评价，全程参与课堂教学。

（3）学校导师

担任本课程的主讲教师为校内专任教师，具有硕士或以上学历、教师资格证、讲师以上职称的双师型教师；具有电商客服岗位经验；擅长客户投诉处理能力；能对售前售中和售后问题进行有效指导；具备问题分析和处理的能力；具备基于真实案例实训的教学法设计能力。

（4）企业导师

在相关企业（岗位）工作 2 年以上，有丰富的跨境电子商务客户服务与管理经验的企业人员，能够进教室授课以及带领学生到企业进行实践训练。

2.教学设施

教学设施能满足本专业人才培养实施需要，其中实训（实验）室面积、设施等达到了国家发布的有关专业实训教学条件建设标准（仪器设备配备规范）要求。信息化条件保障应能满足专业建设、教学管理、信息化教学和学生自主学习需要。

（1）专业教室基本条件

一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

表 4 教学场地、设施配置及功能

序号	教学场地	设施配置	功能
1	多媒体教室	配备黑板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具备互联网接入条件，安装应急照明装置，设置灭火器消防设备，符合紧急疏散要求，配备风扇等降温设施。	实施理论性内容教学

（2）校内实训基本要求

表 5 实习实训基地（室）配置与要求

序号	实训（室）名称	面积/工位	主要实训项目	主要设备
1	客户服务与管理实训室	100 平米/50 个	1.网络客服话术实训（售前、售中、售后） 2.交易订单处理实训	电脑 50 台、电脑桌椅 50 套、服务器 1 台、路由器 1 台、网络柜机 1 台、多媒体中控台 1 台、功率放大器 1 台、交换机

				3 台、投影机 1 台、语音系统一套

（3）校外实训基地基本要求

具有稳定的校外实训基地。能够开展跨境电商客服与沟通等实训活动，实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师确定，实训管理及实施规章制度齐全。

表 6 校外实习实训基地（室）配置与要求

序号	实训基地名称	功能（实训实习项目）	面积、设备名称及台套数要求	容量（一次性容纳人数）
1	跨境电商客服实训基地 湖南凯晟产教融合科技有限公司	客户服务、线上客服、售后跟进、客户维护	面积：100 多平，办公桌椅、电脑等。	50 人以上
2	跨境电商客服实训基地 深圳东禾国际物流有限公司	客户服务、线上客服、售后跟进、客户维护	面积：300 多平，办公桌椅、电脑等。	50 人以上

（4）学生实习基地基本要求

具有稳定的校外实习基地。能提供跨境电商客户服务等相关实习岗位，能涵盖当前跨境电商专业（产业）发展的主流业务（主流技术），可接纳一定规模的学生实习；能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

3.教学资源

（1）推荐教材

高等职业教育十三五创新型规划教材《跨境电商客户服务与管理》，徐娜主编，北京理工大学出版社出版。

（2）参考教材

《跨境电商客户服务》，杜艳红主编，大连理工大学出版社。

《跨境电子商务沟通与客服》，刘敏主编，电子工业出版社。

（3）教学网站

《网店客服》

https://www.icourse163.org/course/LYKJXY-1002921003?from=searchPage&outVendor=zw_mooc_pcssjg_

《跨境电商客户服务》

https://www.icve.com.cn/portal_new/courseinfo/courseinfo.html?courseid=h44hawmtjptkkhqdwtavgq

（4）信息化工具

智慧职教：https://www.icve.com.cn/

超星学习通：http://i.mooc.chaoxing.com

中国大学慕课：https://www.icourse163.org/

雨果网：https://www.cifnews.com/

跨境知道：https://www.ikjzd.com/tl

AMZ123：https://www.amz123.com/forum-1.htm

4.课程管理

通过持续规范的自我约束、自我评价、自我改进、自我发展，建立并运行跨境电商专业全要素网络化的内部质量保证体系，不断提升办学活力和人才培养质量。以“需求导向、自我保证、多元诊断、重在改进”为诊改工作基本方针，“数据分析与实际调研相结合、坚持标准和注重特色相结合、自主诊改和抽样复核相结合。”为基本原则，从而持续提高跨境电商专业人才培养质量。

诊改工作以三年一个大周期，一年一个小周期持续进行，从相应的目标开始，制定标准，进行实施，通过自我诊断和外部监测，进行数据分析，随时发现预警、及时调整改进，向更高的目标发展，促进工作质量的循环提升。本专业诊断与改进 8 字螺旋图如下图 4 所示，专业建设质量监控点见表 7。

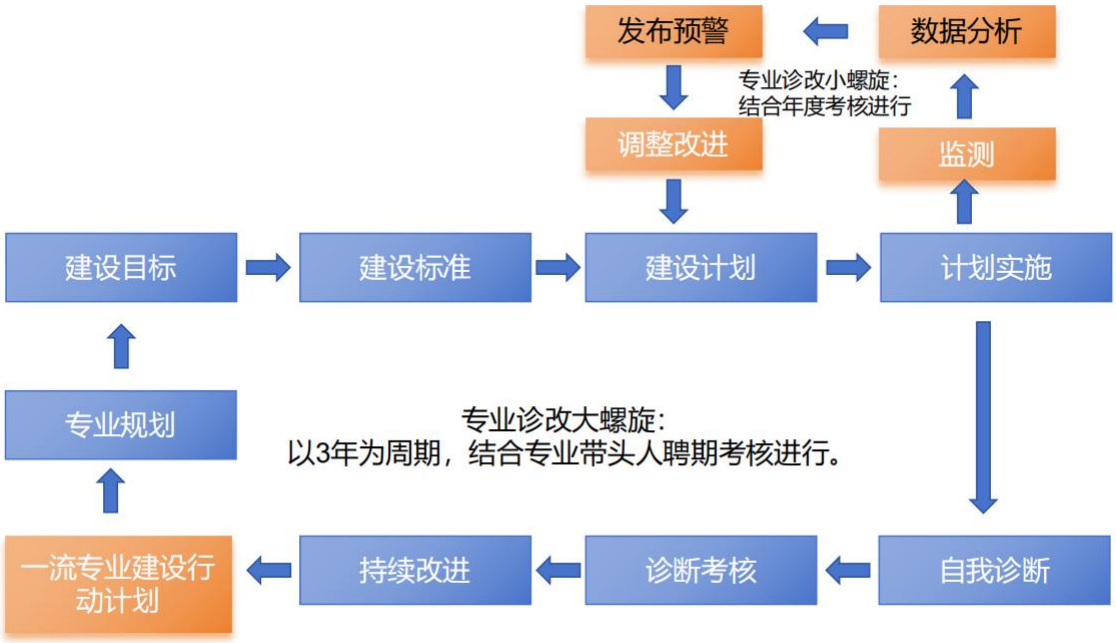


图 4　诊断与改进 8 字螺旋图

表 7　专业建设质量监控点（5 维 40 点）

监控维度	监控点	监控标准	监测值目标
1.专业设置（0.1）	（1）专业设置论证报告★	≥良好	
	（2）培养目标与规格	≥良好	
	（3）校企合作体制机制建设	≥良好	
	（4）年度专业人才市场需求调研报告★	≥良好	
2．专业建设与改革（0.25）	（5）专业建设规划★	≥良好	
	（6）课程建设规划★	≥良好	
	（7）专业标准体系建设（含专业教学标准，专业技能考核标准及题库、毕业设计标准，专业建设质量标准，人才培养质量标准等）★	≥良好	
	（8）专业课程体系★	≥良好	
	（9）教学组织设计★	≥良好	
	（10）教学方法和手段	≥良好	
	（11）实习实训项目开出率★	100%	
	（12）整体项目开出率★	≥85%	
	（13）专业制度体系建设（课程管理，教学管理，队伍管理，专业评估等）★	≥良好	
3.专业师资队伍（0.25）	（14）专业师资队伍建设规划	≥良好	
	（15）专任核心课教师（名）★	≥5	
	（16）副高以上专业技术职务教师（名）★	≥1	

监控维度	监控点	监控标准	监测值目标
	（17）“双师型”教师比例★	≥70%	
	（18）教师培养培训达标率	100%	
	（19）平均年度发表论文与出版著作（篇）	4	
	（20）平均年度在研课题与项目	3	
	（21）平均年度获得院级及以上成果与获奖	1	
4.专业教学环境（0.25）	（22）实训室建设规划	≥良好	
	（23）生产性实训基地建设规划	≥良好	
	（24）实训室数量及设备台套数★	≥良好	
	（25）生产性实训基地数量	≥1	
	（26）专业网络平台建设	≥良好	
	（27）专业图书资料（册）★	≥500	
	（28）年度生均经费投入（元）★	≥7000	
5.专业人才培养质量（0.15）	（29）英语A级通过率	80%	
	（30）计算机技能考核合格率	90%	
	（31）专业技能抽查通过率★	100%	
	（32）毕业设计合格率★	100%	
	（33）双证书率★	≥90%	
	（34）招生计划（人）★	≥50	
	（35）招生计划完成率★	≥90%	
	（36）新生报到率★	≥90%	
	（37）按时毕业率	≥95%	
	（38）初次就业率★	≥85%	
	（39）对口就业率★	≥65%	
	（40）专业年度办学水平评估★	≥良好	

注：标★号者为湘教发〔2018〕39号文件必审指标。

完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，每学期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

六、课程考核与评价

对学生的学业考核评价内容兼顾跨境电商客服岗位认知，跨境电商客服技能、情感、思政等方面的评价，体现评价主体、评价方式、评价标准、评价过程的多元化。加强对教学过程的质量监控，改革学习评价的标准和方法。

1. 评价主体

采用教师、学生、组长、社会第三方等四个主体参与的多元考核评价方式。

2. 评价方式

期末考试成绩采用过程性评价和终结性评价相结合，突出增值评价，平时过程性评价包括平时表现（出勤、课堂表现等），占 10%；专项能力实训作业，占 30%；期末终结性评价，占 50%；增值评价占 10%。具体评价方式详见表 8 表 9。

表 8 考核评价表

评价类型	评价项目	评价指标	占比	评价主体
过程性评价	平时表现	出勤、课堂表现等	10%	任课教师 学生互评 组长点评 企业导师
	专项能力实训作业	1. 进阶题库测试数据 2. 客户画像分析、投诉处理数据 3. 数字化客服系统操作数据 4. 进阶技能指标数据 5. 主题讨论和学习数据	30%	
终结性评价	期末测试	全面考查课程 3 个项目中的各项知识点。	50%	任课教师
增值评价	知识与技能 思维与视野	1. 活动参与次数 2. 志愿服务次数与时长 3. 主题讨论数据	10%	任课教师 学生互评 组长点评 企业导师

表 9 专项能力训练成绩评定方案（20%）（供参考）

序号	专项能力训练	成绩评定方式	占专项能力训练考核比例	考核地点	考核说明
1	进行售前准备	实训操作及总结	40%	教室 实训室	1. 专项能力考核包括学生学生动手实际操作能力以及学生的实训总结报告 2. 每项测试在项目训练后进行评
2	新客户开发	实训操作及总结			
3	开展售前服务	实训操作及总结			
4	提供售中服务	实训操作及总结	20%		
5	提供售后服务	实训操作及总结	20%		

6	处理跨境电子商务争议	实训操作及总结	20%		定

3. 评价标准

采用理论与实践相结合、书面与实操相结合、职业素质和团队合作能力相结合等多元评价标准，详见图 5。



图 5　评价标准图

七、课程进程与安排

表 10 课程进程与安排表

周次	授课内容	计划课时（学时）			授课教师	授课地点
		总学时	理论讲授	实践教学		
第 1 周	跨境电商客服概念	2	1	1	专任教师	多媒体教室
第 1 周	跨境电子商务业务沟通技巧	2	2	/	专任教师	多媒体教室
第 2 周	各国客户消费习惯和网络消费特点	2	2	/	专任教师	多媒体教室
第 2 周	跨境电子商务客服的工作范畴和工作目标	2	1	1	专任教师	多媒体教室
第 3 周	寒暄、接待客户	2	1	1	专任教师	多媒体教室
第 3 周	跨境电子商务里在线交流工具和付款方式	2	2	/	专任教师	多媒体教室
第 4 周	售前服务的主要内容和常用回复表达方式	2	2	/	专任教师	多媒体教室
第 4 周	售前客服人员与客户的沟通技巧	2	2	/	专任教师	多媒体教室
第 5 周	处理和回复客户对公司、产品的咨询	2	/	2	企业导师	客户服务与管理实训室

第 5 周	处理和回复对产品价格、支付、物流咨询	2	/	2	企业导师	客户服务与管理实训室
第 6 周	售中服务的内容	2	1	1	专任教师	多媒体教室
第 6 周	处理客户订单的方法和技巧	2	2	/	专任教师	多媒体教室
第 7 周	货运过程中客服人员与客户的沟通技巧	2	2	/	专任教师	多媒体教室
第 7 周	处理客户的未付款订单和已付款订单	2	/	2	企业导师	客户服务与管理实训室
第 8 周	应对货运过程中可能遇到的各种情况	2	/	2	企业导师	客户服务与管理实训室
第 8 周	推介关联产品和处理特殊订单	2	/	2	企业导师	客户服务与管理实训室
第 9 周	跨境电子商务客服售后服务的基本内容	2	1	1	专任教师	多媒体教室
第 9 周	跨境电子商务订单纠纷的处理步骤和技巧	2	2	/	专任教师	多媒体教室
第 10 周	跨境电子商务客户维护的基本技巧	2	2	/	专任教师	多媒体教室
第 10 周	跨境电子商务产品推广的步骤及推广内容	2	2	/	专任教师	多媒体教室
第 11 周	信函提醒、说服客户给订单评价	2	/	2	企业导师	客户服务与管理实训室
第 11 周	客户日常管理与维护	2	/	2	企业导师	客户服务与管理实训室
第 12 周	跨境电子商务常见争议的处理策略（一）	2	1	1	专任教师	多媒体教室
第 12 周	跨境电子商务常见争议的处理策略（一）	2	1	1	专任教师	多媒体教室
第 13 周	跨境电子商务常见争议的处理策略（二）	2	1	1	专任教师	多媒体教室
第 13 周	跨境电子商务常见争议的处理策略（二）	2	1	1	专任教师	多媒体教室
第 14 周	跨境电子商务常见争议的处理策略（三）	2	1	1	专任教师	多媒体教室
第 14 周	跨境电子商务常见争议的处理策略（三）	2	1	1	专任教师	多媒体教室
第 15 周	客户分类及相应的策略	2	2	/	专任教师	多媒体教室
第 15 周	客户分类及相应的策略	2	2	/	专任教师	多媒体教室
第 16 周	跨境电子商务售后服务技巧	2	2	/	专任教师	多媒体教室
第 16 周	处理客户的售后纠纷	2	/	2	企业导师	客户服务与管理实训室
第 17 周	跨境电子商务纠纷处理的主要流程	2	2	/	专任教师	多媒体教室
第 17 周	跨境电子商务纠纷处理过程中的沟通技巧	2	1	1	专任教师	多媒体教室
第 18 周	纠纷处理过程中与客户熟练的进行沟通	2	/	2	企业导师	客户服务与管理实训室
第 18 周	应对客户提起的纠纷	2	/	2	企业导师	客户服务与管理实训室
合计		72	40	32		

八、其他需要说明的问题

本课程标准在使用过程中，要根据教学实际情况进行不断的完善与修订。按照我校“每年一小动，三年一大动”专业建设原则，2025 年、2026 年每年对本专业进行 1 次质量诊断与评价，根据年度质量评价报告，对本课标适时优化调整，以保证专业教学的正常实施。

《选品管理》课程标准

一、课程基本信息

表 1 课程基本信息

课程名称	选品管理	课程代码	2405515
课程类型	专业核心课程	开设院部	商贸旅游学院
适用专业对象	跨境电子商务专业三年制高职学生	先修课程	跨境电子商务基础
后续课程	跨境电商运营	学时/学分	48 学时/3 学分
编制团队	学校：廖新琳、张旻书 企业：易梅梅、蔡冰心	审核人	姚师洵
制（修）订时间	2024 年 07 月		

二、课程性质与任务

（一）课程性质

《选品管理》是跨境电子商务专业的一门专业核心课程，通过本课程的学习，学生对跨境电商选品的基本概念及选品方法能够熟练掌握并运用，具备跨境电商品类选品操作技术等业务能力。本课程以《跨境电子商务基础》《管理学基础》等课程学习为基础，与《市场营销》《国际贸易基础》课程同步开设，后续课程为《跨境电商运营》《跨境供应链管理》，课程之间相互促进、相互支撑，构成前后不断连续的课程体系。

（二）课程任务

全面落实党的教育方针，落实立德树人根本任务，增强学生的专业理论应用能力和实践能力，促进学生可持续性发展。通过任务驱动、案例教学等教学环节，培养学生掌握开展跨境电商选品活动所必需的专业知识及工作能力。通过本课程学习，学生能掌握跨境电子选品的概念，熟悉跨境电子商务选品管理的岗位设置与岗位职责，能够使用**数智化工具**进行选品操作。具备跨境电商选品专员所必须的基本操作技能，能够胜任跨境电商运营推广专员等岗位的工作要求。

三、课程目标与要求

（一）课程目标

本课程以培养跨境电商企业所需的跨境电商运营推广专员为目标，培

养学生具备跨境电商选品、产品开发的能力。通过课程的学习，学生能够了解构成产品属性分析的关键因素，掌握选品数据分析工具的操作方法。能够根据人群需求分析和竞品分析进行选品并制定相关的销售及营销策略，具备使用**数智化工具**进行选品的能力。成为一名合格的跨境电商运营推广专员。

1.素质目标

（1）热爱社会主义祖国，弘扬社会主义核心价值观，牢固树立“四个意识”、坚定“四个自信”、坚持“四个坚持”；

（2）具有良好的从事跨境电子商务行业职业道德，热爱跨境电子商务事业，具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、创新思维、全球视野和市场洞察力；

（3）讲文明、树新风，懂礼貌、礼让谦，献爱心、乐助人，济贫困、救危难，爱集体、惜公物，讲卫生、护环境，重低碳、节能源，尚科学、除迷信，遵法纪、守规则，扬正气、担道义；

（4）培养团队协作、吃苦耐劳、严谨细致、专注负责的工作态度，精雕细琢、精益求精的工作理念，以及对职业的认同感、责任感、荣誉感、使命感的“大国工匠”精神；

（5）具备诚信务实的作风，善于把握机遇，富于创新精神，勤奋努力、坚持终身学习，具有坚韧执着、敏锐的直觉，敢于冒险的精神及风险防控意识。

2.能力目标

（1）能够具备速卖通、亚马逊以及阿里巴巴国际站跨境电商平台选品市场调研能力；

（2）能够具备跨境电商平台定向店铺选品、零售综合店铺选品以及批发综合店铺选品的基本操作能力；

（3）能够具备跨境电商平台产品质量及可信度分析的基本操作能力；

（4）能够具备跨境电商多平台价格策略制定的能力；

（5）能够具备跨境电商多平台产品销售策略制定的能力；

（6）能够具备根据产品生命周期的特点采取营销策略的能力。

3.知识目标

（1）熟悉速卖通、亚马逊以及阿里巴巴国际站跨境电商平台选品市场调研的手段及方法；

（2）掌握跨境电商平台定向店铺选品、零售综合店铺选品以及批发综合店铺选品的基本操作方法；

（3）了解跨境电商平台产品质量及可信度分析的相关知识；

（4）掌握跨境电商多平台价格策略制定的方法与手段；

（5）掌握跨境电商多平台产品销售策略制定的手段与方法；

（6）掌握产品成本和利润的计算流程和成本控制方法；

（7）了解产品生命周期的特点和营销策略。

（二）课程要求

本课程既要具备跨境电子商务、国际贸易等的理论知识，又要用理论知识开展跨境电商产品开发。首先把本门课程进行模块化划分，划分成三个模块（B2C 平台选品管理——速卖通平台模块、B2C 平台选品管理——亚马逊平台模块、B2B 平台选品管理——阿里巴巴国际站平台模块）。根据课程模块内容、任务以及学情分析，遴选项目案例，结合课程教学特点转化为教学案例。以教学案例项目为载体、任务为纽带、工作过程为导向开展项目化教学，将把过去传统的以老师为主的灌输式、填鸭式教学模式，向以成果导向、学生自主学习和合作探究式学习为主的学习方式转变。

四、课程结构与内容

（一）课程结构

《选品管理》课程结构从基础知识到专业技能、市场分析、营销策略以及数据分析的全面培训。对接跨境电子商务领域的新业态、新模式、新职业，紧跟专业升级和数字化转型等前沿动态，依托企业工作流程和岗位实际需求，结合专业人才培养方案，系统设计模块化课程，优化模块内容。以跨境电商选品内容作为每一模块内容的项目载体，结合完成项目的每一步任务，结合教学实际融入法律法规、诚信意识、创新精神、企业家精神，全面注重劳动精神、工匠精神、劳模精神的培育。课程内容通过拆分重构，设置三个核心技能模块：B2C 平台选品管理——速卖通平台模块、B2C 平台

选品管理——亚马逊平台模块、B2B 平台选品管理——阿里巴巴国际站平台模块。

（二）课程内容

本课程对接跨境电商运营推广专员岗位，重构教学内容为 3 个模块，对应了“楚怡”杯跨境电子商务赛项，职业院校技能大赛创新创业大赛等赛项，具体教学内容详见图 1 表 2。

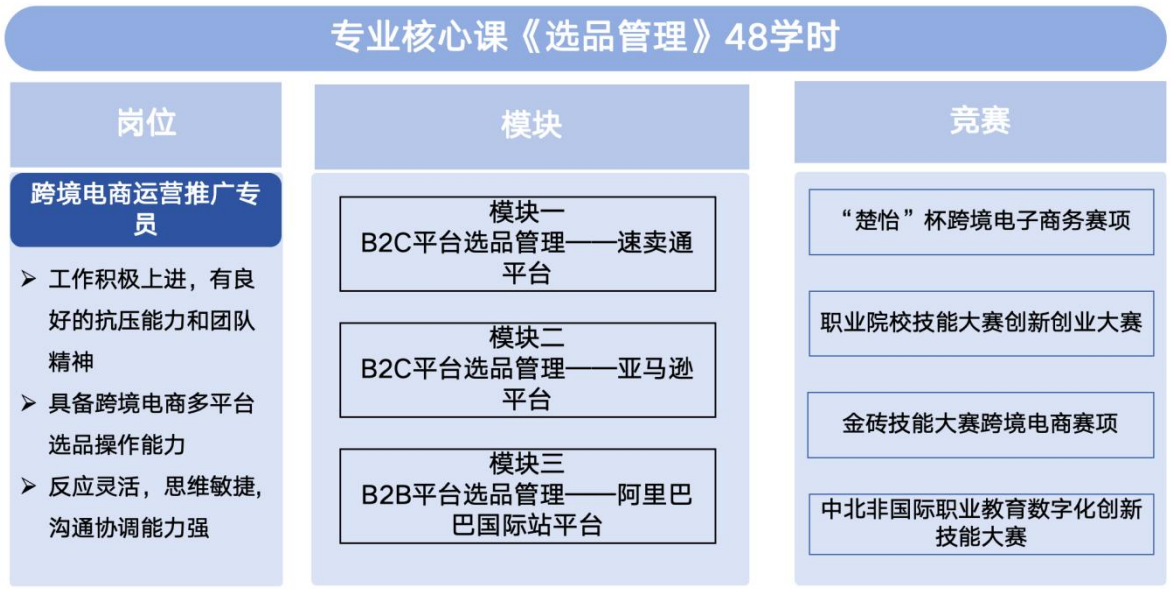


图 1　课程重构图

表 2 课程内容与教学要求

模块	工作任务	教学内容	主要技能	教学方法	建议学时
模块一 B2C 平台选品管理——**速卖通平台**	任务 1：全球速卖通平台市场分析 任务 2：全球速卖通平台**定向**产品选择 任务 3：全球速卖通平台产品质量和可信度分析 任务 4：全球速卖通平台价格策略 任务 5：全球速卖通平台销售策略 任务 6：全球速卖通平台产品定期更新	1.速卖通平台宠物类目产品市场调研 2.速卖通平台选品数据分析工具的使用 3.速卖通平台宠物类目产品属性分析 4.速卖通平台宠物类目供应商评估与鉴定 5.速卖通平台定价及销售策略制定 6.速卖通平台宠物类目产品生命周期理论分析	1.熟悉速卖通平台宠物类目数据分析工具的使用 2.了解速卖通平台宠物类目产品属性分析的操作流程 3.基本熟悉速卖通平台宠物类目供应商评估与鉴定的技巧 4.基本了解速卖通平台宠物类目产品成本的计算流程	任务驱动 现场教学 案例教学 情景模拟教学 小组合作与讨论	12
模块二 B2C 平台选品管理——**亚马逊平台**	任务 1：亚马逊平台北美市场分析 任务 2：亚马逊平台**零售综合**产品选择 任务 3：亚马逊平台产品质量和可信度分析 任务 4：亚马逊平台价格策略 任务 5：亚马逊平台销售策略 任务 6：亚马逊平台产品定期更新	1.亚马逊平台家居类目及户外运动类目市场调研 2.亚马逊平台家居类目及户外运动类目选品数据分析工具的使用 3.亚马逊平台家居类目及户外运动类目产品属性分析 4.亚马逊平台家居类目及户外运动类目供应商评估与鉴定	1.基本掌握亚马逊平台家居类目及户外运动类目数据分析工具的使用 2.能够掌握亚马逊平台家居类目及户外运动类目产品属性分析及人群需求分析的操作流程 3.初步掌握亚马逊平台家居类目及户外运动类目供应商评估与鉴定的技巧 4.基本掌握亚马逊平台家居类目及户外运动类目产品成本及利润的计算流程	任务驱动 现场教学 案例教学 情景模拟教学 小组合作与讨论	18

		5.亚马逊平台定价及销售策略制定 6.亚马逊平台家居类目及户外运动类目产品生命周期理论分析			
模块三 B2B 平台选品管理——**阿里巴巴国际站平台**	任务 1：阿里巴巴国际站平台市场分析 任务 2：阿里巴巴国际站平台**批发综合**产品选择 任务 3：阿里巴巴国际站平台产品质量和可信度分析 任务 4：阿里巴巴国际站平台价格策略 任务 5：阿里巴巴国际站平台销售策略 任务 6：阿里巴巴国际站平台产品定期更新	1.阿里巴巴国际站平台 3C 数码类目及美妆个护类目市场调研 2.阿里巴巴国际站平台 3C 数码类目及美妆个护类目选品数据分析工具的使用 3.阿里巴巴国际站平台 3C 数码类目及美妆个护类目产品属性分析 4.阿里巴巴国际站平台 3C 数码类目及美妆个护类目产品供应商评估与鉴定 5.阿里巴巴国际站平台定价及销售策略制定 6.阿里巴巴国际站平台 3C 数码类目及美妆个护类目产品生命周期理论分析	1.具备阿里巴巴国际站平台 3C 数码类目及美妆个护类目数据分析工具的使用能力 2.掌握阿里巴巴国际站平台 3C 数码类目及美妆个护类目产品属性分析、竞品分析及人群需求分析的操作流程 3.具备阿里巴巴国际站平台 3C 数码类目及美妆个护类目供应商评估与鉴定的技巧 4.具备掌握阿里巴巴国际站平台 3C 数码类目及美妆个护类目产品成本、利润及利润率的计算流程	任务驱动 现场教学 案例教学 情景模拟教学 小组合作与讨论	18
学时合计：48 学时（其中实践教学学时比例为 50%）			理论学时		24
			实践学时		24

（三）课程思政设计

立足于《选品管理》的课程内容和知识体系，结合跨境电商运营推广专员的职业道德要求，从课程思政目标、思政元素、思政案例入手，加强专业教育与思政教育的有机融合。将跨境电商运营推广专员必须具备的社会主义核心价值观、敬业精神、法治意识、创新精神等融入课程思政中。通过培养学生的专业素养、职业道德、社会责任感和国际视野，实现知识传授与价值引领的有机结合。思政设计思路见图 2，思政整体设计详见表 3。

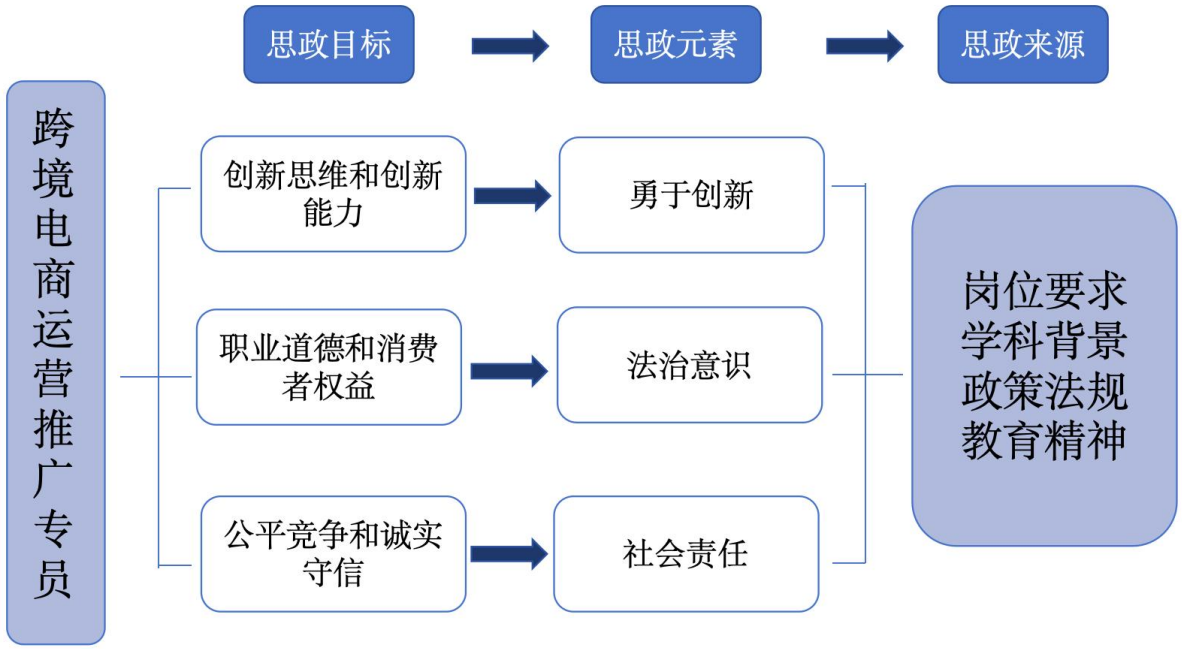


图 2《选品管理》课程思政设计思路图

表 3 课程思政整体设计

序号	模块	任务	学时	思政目标	思政元素	思政载体
1	模块一 B2C 平台选品管理 ——**速卖通平台**	任务 1：全球速卖通平台市场分析	2	结合国家“一带一路”倡议相，深入思考国家、社会、个人发展道路，树立民族自信。	法制意识和道德规范	案例：共享服贸发展机遇，共促世界经济复苏
2		任务 2:全球速卖通平台定向产品选择	2	具备较强的服务意识、成本意识和敬业意识。	职业素养和工匠精神	实践项目：全球速卖通平台宠物类目圣诞服装产品选择
3		任务 3：全球速卖通平台产品质量和可信度分析	2	传承和发扬中华崇德向善、诚实守信的优秀传统。	诚实守信和爱国主义	实践项目：全球速卖通平台产品质量和可信度分析
4		任务 4：全球速卖通平台价格策略	2	通过价格策略分析，培养学生全面、深入地了解市场、竞争对手及自身产品的市场定价，形成系统的分析思维和方法。	团队合作和诚信经营	实践项目：全球速卖通平台宠物类目圣诞服装产品价格策略分析
5		任务 5：全球速卖通平台销售策略	2	通过产品销售策略分析，培养学生以科学、客观、全面的态度进行产品定价，形成严谨的分析方法和思维方式。	数据分析能力和职业精神	实践项目：全球速卖通平台宠物圣诞服装产品站内外营销策略分析
6		任务 6：全球速卖通平台产品定期更新	2	通过对产品生命周期的学习与实践，激发学生的创新思维，鼓励学生勇于尝试新的管理理念和方法，以提升产品的竞争力和	创新意识和社会责任感	案例：安克创新——一个充电器，打造出了过亿跨境巨兽

				市场占有率。		
7	模块二 B2C 平台选品管理 ——**亚马逊平台**	任务 1：亚马逊平台北美市场分析	2	通过对目标市场的分析，学生拥有开拓精神和创新思维。	团队合作和创新精神	案例：一带一路”跨境电商合作前景广阔
8		任务 2：亚马逊平台零售综合产品选择	4	具备较强的服务意识、成本意识和敬业意识。	职业素养和工匠精神	实践项目：亚马逊平台家居类目及户外运动类目产品选择
9		任务 3：亚马逊平台产品质量和可信度分析	4	传承和发扬中华崇德向善、诚实守信的优秀传统。	诚实守信和爱国主义	实践项目：亚马逊平台产品质量和可信度分析
10		任务 4：亚马逊平台价格策略	4	通过价格策略分析，培养学生全面、深入地了解市场、竞争对手及自身产品的市场定价，形成系统的分析思维和方法。	团队合作和诚信经营	实践项目：亚马逊平台家居类目及户外运动类目产品价格策略分析
11		任务 5：亚马逊平台销售策略	2	通过产品销售策略分析，培养学生以科学、客观、全面的态度进行产品定价，形成严谨的分析方法和思维方式。	数据分析能力和职业精神	实践项目：亚马逊平台家居类目及户外运动类目产品站内外营销策略分析
12		任务 6：亚马逊平台产品定期更新	2	通过对产品生命周期的学习与实践，激发学生的创新思维，鼓励学生勇于尝试新的管理理念和方法，以提升产品的竞争力和市场占有率。	创新意识和社会责任感	案例：Stanley 品牌水杯产品生命周期分析

13	模块三 B2B 平台选品管理 ——**阿里巴巴国际站平台**	任务 1:阿里巴巴国际站平台市场分析	2	具备集体意识和团队协作精神，拥有开拓精神和创新思维。	团队协作和创新精神	案例：上海老字号“出海”，除了会讲中国故事，还需要什么
14		任务 2:阿里巴巴国际站平台批发综合产品选择	4	使学生理解并遵循市场规律，同时坚守诚信经营、公平竞争的原则，尊重消费者权益，积极履行企业的社会责任	社会责任感和企业家精神	实践项目：阿里巴巴国际站平台 3C 数码类目及美妆个护类目产品选择
15		任务 3: 阿里巴巴国际站平台产品质量和可信度分析	4	传承和发扬中华崇德向善、诚实守信的优秀传统。	诚实守信和爱国主义	实践项目：阿里巴巴国际站平台产品质量和可信度分析
16		任务 4: 阿里巴巴国际站平台价格策略	4	通过价格策略分析，培养学生全面、深入地了解市场、竞争对手及自身产品的市场定价，形成系统的分析思维和方法。	团队合作和诚信经营	实践项目：阿里巴巴国际站平台 3C 数码类目及美妆个护类目产品价格策略分析
17		任务 5: 阿里巴巴国际站平台销售策略	2	通过产品销售策略分析，培养学生以科学、客观、全面的态度进行产品定价，形成严谨的分析方法和思维方式。	数据分析能力和职业精神	实践项目：阿里巴巴国际站平台 3C 数码类目及美妆个护类目产品站内外营销策略分析
18				通过对产品生命周期的学习与实践，激发学生的创新思维，鼓		案例：OCOOPA 充电宝

		任务 6：阿里巴巴国际站平台产品定期更新	2	励学生勇于尝试新的管理理念和方法，以提升产品的竞争力和市场占有率。	创新意识和社会责任感	产品生命周期分析

五、课程实施与保障

（一）课程实施

1. 教学模式

基于学生的学情特点、认知规律和跨境电商选品工作流程，设计“课前启化-课中内化-课后转化”三阶段教学模式和“导入、目标、项目式教学、后测、总结”5 步课中教学法，充分利用现代化、多样化教学设施、设备，使教学活动多时点，多渠道、多样化、立体化，开发和利用网络课程资源，建立多媒体课程资源的数据库。并以学生为中心，循序渐进，在完成学习任务达成教学目标的过程中，逐步理解和胜任跨境电商运营推广专员职业技能的相关要求。



图 3 教学模式图

2. 教学方法

以学生为中心，以能力为目标、以方法为导向，重视学习的过程，在教学过程中，根据学生的学情以及各子情境需要达成的教学目标，利用启发式、探讨式、探究式等教学模式，运用任务驱动法、案例教学法、情景模拟教学法、小组合作学习法等因材施教，促进学生的自主性学习和研究性学习，结合多媒体教学、实践教学等充分尊重学生的个性特长，发挥学生学习的主体性和主动性，大力增强教学效果。

3. 教学手段

借助多媒体信息化教学手段，提高教学效果。采用学习通，课前预习，课中操练与意见反馈；超星学习通，课上进行头脑风暴，抢答做题；微课视频，课前进行翻转课堂，自主学习，课中辅助教学讲授；微信/QQ 上传教学资料，进行互动答疑；借助现代信息技术手段在教

学中的应用，优化课堂教学过程，更进一步推进素质教育的全面发展，提高课程教学效果。

（二）课程保障

1.教学团队

（1）课程负责人

具有硕士以上学历、高校教师资格、讲师以上职称，能够胜任两门以上专业核心课程教学，能较好地跟踪国内外电子商务领域的发展动态，具有良好的职业道德和团队精神，具有坚定的社会主义理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心，具有丰富的跨境电商运营教学经验，具有较强的教学设计能力和信息化教学能力，能够开展课程教学改革和行业科学研究，3 年累计不少于 6 个月的一线企业工作实践经历。

（2）教学团队

本课程教学团队由校内专任教师和行业兼职教师共同组成，具有良好的专业结构和学缘结构，相互补充，相辅相成。要求行业兼职教师跨境电商平台选品管理工作经验 5 年以上，实现“双元”；校内专任教师到跨境电商企业开展挂职锻炼，提升跨境电商选品操作能力，行业兼职教师走入校园、走进实训，提升教学能力，实现“双优”；“双元双优”教学团队共同开发课程、共同编写教材、共同备课、共同授课、共同评价，全程参与课堂教学。

学校导师：具有硕士或以上学历、高校教师资格、讲师或以上职称，具有良好的职业道德和责任意识，具有一定的实操经验，具有良好的跨文化沟通和外语书面表达能力；具有随时了解、收集当前跨境电商平台选品最新政策要求及案例的能力。能熟练使用教材配套教学资源实施教学，对专业技能考核标准、毕业设计要求有深刻理解与把握，能将三者融入课程教学。实践经验丰富，综合素质强，具有较强的融会贯通的实践教学应用能力和课程开发能力。

企业导师：相关企业（岗位）工作 5 年以上，具备丰富的实践经验，能够进教室授课以及带领学生到企业进行实践训练。

2.教学设施

教学设施能满足本专业人才培养实施需要，其中实训（实验）室面积、设施等达到了国家发布的有关专业实训教学条件建设标准（仪器设备配备规范）要求。信息化条件保障应能满足专业建设、教学管理、信息化教学和学生自主学习需要。

（1）专业教室基本条件

一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

表 4 教学场地、设施配置及功能

序号	教学场地	设施配置	功能
1	多媒体教室	配备黑板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具备互联网接入条件，安装应急照明装置，设置灭火器消防设备，符合紧急疏散要求，配备风扇等降温设施。	实施理论性内容教学

（2）校内实训基本要求

表 5 实习实训基地（室）配置与要求

序号	实训（室）名称	面积/工位	主要实训项目	主要设备
1	电子商务运营实训室	100 平米/50 个	1.B2C 平台选品管理——速卖通平台实训 2.B2C 平台选品管理——亚马逊平台实训 3.B2B 平台选品管理——阿里巴巴国际站平台实训	跨境电商选品管理软件、电商教学系统、电脑 50 台、服务器 1 台、路由器 1 台、网络柜机 1 台、多媒体中控台 1 台、功率放大器 1 台、交换机 3 台、投影机 1 台、玻璃珠银幕、语音系统一套。

（3）校外实训基地基本要求

具有稳定的校外实训基地。能够开展跨境电子商务数据分析等实训活动，实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师确定，实训管理及实施规章制度齐全。

表 6 校外实习实训基地（室）配置与要求

序号	实训基地名称	功能（实训实习项目）	面积、设备名称及台套数要求	容量（一次性容纳人数）
1	跨境电商运营推广实训基地 倍思科技	B2C 平台选品管理——速卖通平台	面积：300 多平，办公桌椅、电脑等。	50 人以上
2	跨境电商运营推广实训基地 深圳市闪魔数码科技有限公司	B2C 平台选品管理——亚马逊平台	面积：300 多平，办公桌椅、电脑等。	50 人以上
3	跨境电商运营推广实训基地 深圳市星翔羽科技有限公司	B2B 平台选品管理——阿里巴巴国际站平台实训	面积：300 多平，办公桌椅、电脑等。	50 人以上

（4）学生实习基地基本要求

具有稳定的校外实习基地。能提供跨境电商选品等相关实习岗位，能涵盖当前电子商务专业（产业）发展的主流业务（主流技术），可接纳一定规模的学生实习；能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

3.教学资源

（1）推荐教材

新编 21 世纪高等职业教育精品教材·经济贸易类《跨境电商选品管理》，龙朝晖主编，中国人民大学出版社。

（2）参考教材

新编 21 世纪高等职业教育精品教材·电子商务类；“十四五”职业教育国家规划教材；中国特色高水平高职学校建设项目成果；职业教育跨境电子商务专业教学资源库项目建设成果教材，肖旭主编《跨境电商实务（第四版·数字教材版）》，中国人民大学出版社。

校企政“三元”合作开发活页式教材，刘电威、张芳旭主编《跨境电商 B2C 实务》微课版，人民邮电出版社。

跨境电子商务创新性人才培养系列教材，伍蓓主编《跨境电商理论与实务》，人民邮电出版社。

（3）教学网站

大学慕课《跨境电商》

https://www.icourse163.org/course/BUU-1206457815?utm_source=weixin&utm_medium=iphoneShare&utm_campaign=share

（4）信息化工具

卖家精灵 https://www.sellersprite.com/

JungleScout：https://www.junglescout.cn/

eBay 大学：http://university.ebay.cn/

Amazon 大学：http://sellercentral.amazon.com/gp/homepage.html

福步外贸论坛：http://bbs.fobshanghai.com/

雨果网：http://www.cifnews.com/

跨境卖家导航：https://www.amz123.com/

eBay 卖家网址导航：https://www.ebay123.com/

谷歌趋势：https://www.trends.google.com/

4.课程管理

通过持续规范的自我约束、自我评价、自我改进、自我发展，建立并运行跨境电商专业全要素网络化的内部质量保证体系，不断提升办学活力和人才培养质量。以“需求导向、自我保证、多元诊断、重在改进”为诊改工作基本方针，“数据分析与实际调研相结合、坚持标准和注重特色相结合、自主诊改和抽样复核相结合。”为基本原则，从而持续提高跨境电商专业人才培养质量。

诊改工作以三年一个大周期，一年一个小周期持续进行，从相应

的目标开始，制定标准，进行实施，通过自我诊断和外部监测，进行数据分析，随时发现预警、及时调整改进，向更高的目标发展，促进工作质量的循环提升。本专业诊断与改进 8 字螺旋图如下图 4 所示，专业建设质量监控点见表 7。

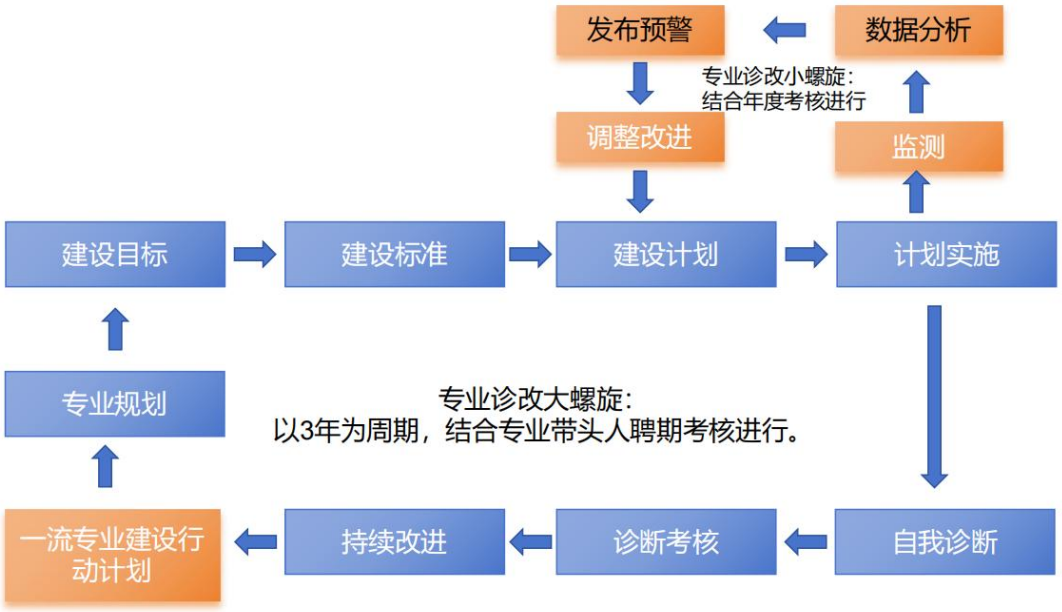


图 4　诊断与改进 8 字螺旋图

表 7　专业建设质量监控点（5 维 40 点）

监控维度	监控点	监控标准	监测值目标
1.专业设置（0.1）	（1）专业设置论证报告★	≥良好	
	（2）培养目标与规格	≥良好	
	（3）校企合作体制机制建设	≥良好	
	（4）年度专业人才市场需求调研报告★	≥良好	
2．专业建设与改革（0.25）	（5）专业建设规划★	≥良好	
	（6）课程建设规划★	≥良好	
	（7）专业标准体系建设（含专业教学标准，专业技能考核标准及题库、毕业设计标准，专业建设质量标准，人才培养质量标准等）★	≥良好	
	（8）专业课程体系★	≥良好	
	（9）教学组织设计★	≥良好	
	（10）教学方法和手段	≥良好	
	（11）实习实训项目开出率★	100%	
	（12）整体项目开出率★	≥85%	

监控维度	监控点	监控标准	监测值目标
	（13）专业制度体系建设（课程管理，教学管理，队伍管理，专业评估等）★	≥良好	
3.专业师资队伍（0.25)	（14）专业师资队伍建设规划	≥良好	
	（15）专任核心课教师（名）★	≥3	
	（16）副高以上专业技术职务教师（名）★	≥1	
	（17）“双师型”教师比例★	≥70%	
	（18）教师培养培训达标率	100%	
	（19）平均年度发表论文与出版著作（篇）	4	
	（20）平均年度在研课题与项目	3	
	（21）平均年度获得院级及以上成果与获奖	1	
4.专业教学环境（0.25）	（22）实训室建设规划	≥良好	
	（23）生产性实训基地建设规划	≥良好	
	（24）实训室数量及设备台套数★	≥良好	
	（25）生产性实训基地数量	≥1	
	（26）专业网络平台建设	≥良好	
	（27）专业图书资料（册）★	≥500	
	（28）年度生均经费投入（元）★	≥7000	
5.专业人才培养质量（0.15）	（29）英语A级通过率	80%	
	（30）计算机技能考核合格率	90%	
	（31）专业技能抽查通过率★	100%	
	（32）毕业设计合格率★	100%	
	（33）双证书率★	≥90%	
	（34）招生计划（人）★	≥50	
	（35）招生计划完成率★	≥90%	
	（36）新生报到率★	≥90%	
	（37）按时毕业率	≥95%	
	（38）初次就业率★	≥85%	
	（39）对口就业率★	≥65%	
	（40）专业年度办学水平评估★	≥良好	

注：标★号者为湘教发〔2018〕39号文件必审指标。

2.完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，每学期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，落实院长、教学副院长、教研室主任、教授副教授进课堂，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化

教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

六、课程考核与评价

《选品管理》课程强调电商多平台选品实际操作能力。因此，本课程的考核将着重测试学生对跨境电子商务平台选品能力。考核内容包括形成性考核和终结性考核及增值性评价,其中过程性考核为40%，终结性考核为50%，增值性评价10%。理论考核与实践考核相结合，教师评价与学生评价以及企业评价相结合的方式进行,充分实现教学目标、人才培养目标,进一步提高了学生的综合素质。

1.评价主体

采用教师、学生、社会（企业）第三方等三个主体参与的多元考核评价方式。

2.评价方式

期末考试成绩采用过程性评价和终结性评价相结合，突出增值评价，过程性评价包括平时表现（出勤、课堂表现等），占10%；专项能力实训作业，占30%；期末终结性评价，占50%；增值评价占10%。具体评价方式详见表8表9。

3.评价标准

采用理论与实践相结合、书面与实操相结合、职业素质和团队合作能力相结合等多元评价标准。

表8考核评价表

评价类型	评价项目	评价指标	占比	评价主体
过程性评价	平时表现	出勤、课堂表现等	10%	任课教师 学生互评 组长点评 企业导师
	专项能力实训作业	1.B2C平台选品管理——速卖通平台实训 2.B2C平台选品管理——亚马逊平台实训 3.B2B平台选品管理——阿里巴巴国际站平台实训	30%	
终结性评价	期末测试	全面考查课程3个项目中的各项知识点。	50%	任课教师
增值性评价	知识与技能 思维与视野	1.活动参与次数 2.志愿服务次数与时长 3.主题讨论数据	10%	任课教师 学生互评 组长点评

				企业导师

表 9 项目考核评定表

序号	考核内容	评价主体	考核比例	评分依据	备注
1	B2C 平台选品管理——速卖通平台	教师、企业导师	20%	1.正确掌握速卖通平台宠物类目数据分析工具的使用 2.正确分析速卖通平台宠物类目产品属性 3.正确掌握速卖通平台宠物类目供应商评估与鉴定的技巧 4.掌握速卖通平台宠物类目产品成本的计算流程	1.项目考核包括每一个操作练习 2.每项实操考核在该项目学习后进行考核
2	B2C 平台选品管理——亚马逊平台	教师、企业导师	35%	1.正确掌握亚马逊平台家居类目及户外运动类目数据分析工具的使用 2.正确分析亚马逊平台家居类目及户外运动类目产品属性及人群需求 3.正确掌握亚马逊平台家居类目及户外运动类目供应商评估与鉴定的技巧 4.正确掌握亚马逊平台家居类目及户外运动类目产品成本及利润的计算流程	
3	B2B 平台选品管理——阿里巴巴国际站平台	教师、企业导师	45%	1.正确掌握阿里巴巴国际站平台 3C 数码类目及美妆个护类目数据分析工具的使用 2.正确分析阿里巴巴国际站平台 3C 数码类目及美妆个护类目产品属性、竞品及人群需求 3.正确掌握阿里巴巴国际站平台 3C 数码类目及美妆个护类目供应商评估与鉴定的技巧 4.正确掌握阿里巴巴国际站平	

				台 3C 数码类目及美妆个护类目产品成本、利润及利润率的计算流程	

3. 评价标准

采用理论与实践相结合、书面与实操相结合、职业素质和团队合作能力相结合等多元评价标准，详见图 5。

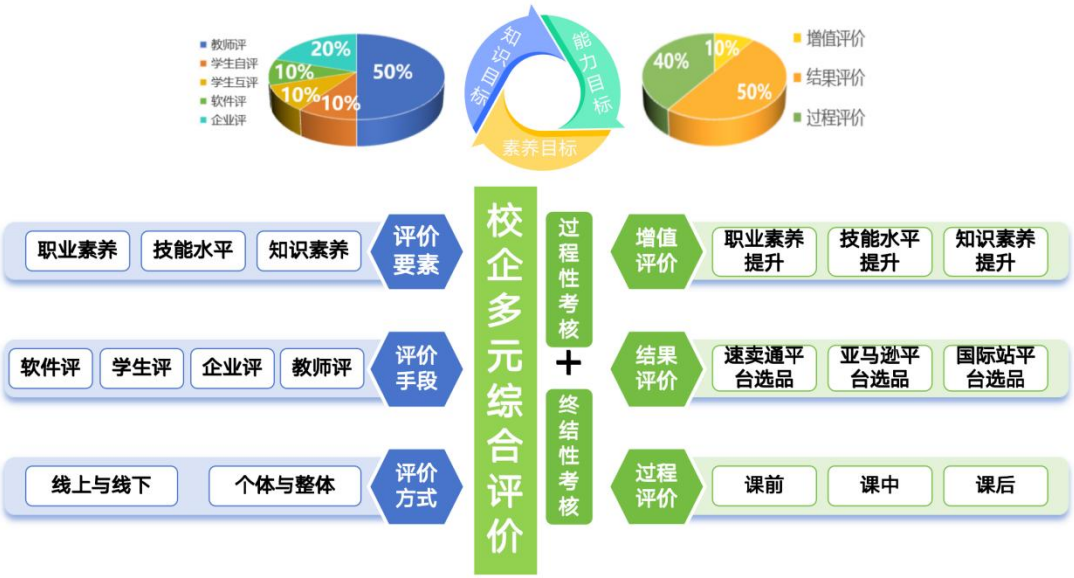


图 5 评价标准图

七、课程进程与安排

表 10 课程进程与安排表

周次	授课内容	计划课时（学时）				
		总学时	理论讲授	实践教学	授课地点	授课教师
第 1 周	全球速卖通平台市场分析	2	2	/	电子商务运营实训室	专业教师 企业导师
第 1 周	全球速卖通平台定向产品选择	2	1	1	电子商务运营实训室	专业教师 企业导师
第 2 周	全球速卖通平台产品质量和可信度分析	2	1	1	电子商务运营实训室	专业教师 企业导师
第 2 周	全球速卖通平台价格策略	2	/	2	电子商务运营实训室	专业教师 企业导师
第 3 周	全球速卖通平台销售策略	2	1	1	电子商务运营	专业教师

					实训室	企业导师
第 3 周	全球速卖通平台产品定期更新	2	1	1	电子商务运营实训室	专业教师 企业导师
第 4 周	亚马逊平台北美市场分析	2	2	/	电子商务运营实训室	专业教师 企业导师
第 4 周	亚马逊平台零售综合产品选择（一）	2	1	1	电子商务运营实训室	专业教师 企业导师
第 5 周	亚马逊平台零售综合产品选择（二）	2	/	2	电子商务运营实训室	专业教师 企业导师
第 5 周	亚马逊平台产品质量和可信度分析（一）	2	1	1	电子商务运营实训室	专业教师 企业导师
第 6 周	亚马逊平台产品质量和可信度分析（二）	2	/	2	电子商务运营实训室	专业教师 企业导师
第 6 周	亚马逊平台价格策略（一）	2	1	1	电子商务运营实训室	专业教师 企业导师
第 7 周	亚马逊平台价格策略（二）	2	/	2	电子商务运营实训室	专业教师 企业导师
第 7 周	亚马逊平台销售策略	2	1	1	电子商务运营实训室	专业教师 企业导师
第 8 周	亚马逊平台产品定期更新	2	1	1	电子商务运营实训室	专业教师 企业导师
第 8 周	阿里巴巴国际站平台市场分析	2	2	/	电子商务运营实训室	专业教师 企业导师
第 9 周	阿里巴巴国际站平台批发综合产品选择	4	2	2	电子商务运营实训室	专业教师 企业导师
第 10 周	阿里巴巴国际站平台产品质量和可信度分析	4	3	1	电子商务运营实训室	专业教师 企业导师
第 11 周	阿里巴巴国际站平台价格策略	4	2	2	电子商务运营实训室	专业教师 企业导师
第 12 周	阿里巴巴国际站平台销售策略	2	1	1	电子商务运营实训室	专业教师 企业导师
第 12 周	阿里巴巴国际站平台产品定期更新	2	1	1	电子商务运营实训室	专业教师 企业导师
合计		48	24	24		

八、其他需要说明的问题

本课程标准在使用过程中，要根据教学实际情况进行不断的完善

与修订。按照我校“每年一小动，三年一大动”专业建设原则，2025年、2026年每年对本专业进行1次质量诊断与评价，根据年度质量评价报告，对本课标适时优化调整，以保证专业教学的正常实施。

附件 3：跨境电子商务专业调研报告

跨境电子商务专业调研报告（2024年）

一、调研背景与目的

（一）行业发展现状及趋势分析

根据国务院印发的《商务部等 9 部门关于拓展跨境电商出口推进海外仓建设的意见》（商贸发[2024]125 号）、《商务部等 9 部门关于拓展跨境电商出口推进海外仓建设的意见》（商贸发[2024]125 号）、《湖南省高等职业院校人才培养质量评价实施方案》文件精神，落实学院“对接产业、锁定职业、服务就业”的专业建设思路，为切实做好 2024 级人才培养方案，围绕高职院校培养德智体美劳全面发展的高素质劳动者和技能型人才的专业人才培养目标和现状，开展此次调研活动。

本次调研目的主要为：了解行业发展现状与发展趋势、企业对专业人才的需求；确定对应职业岗位（群）以及对应的能力要求，提炼典型工作任务，明确专业培养规格；分析毕业生以及在校生对专业课程体系及结构的认可度和存在问题。力求通过调研，收集与分析这些问题，提出解决方案。

（二）行业人才需求现状分析

根据《“十四五”电子商务发展规划》的数据，预计到2025年，我国电子商务领域相关从业人数将达到7000万；跨境电子商务交易额增长至2.5万亿元。未来五年，预计我国电商人才缺口达985万，跨境电商缺口达8100亿元。

（三）本专业建设现状及服务产业、行业发展能力分析

从跨境电商专业办学现状出发，分析专业人才培养现状，以及岗位对学生的知识、能力和职业素养的要求，找出专业建设中存在的问题与不足，在此基础上提出专业人才培养方案的修订建议，形成适合本专业对接产业、行业发展的专业人才培养模式，提出专业人才培养的总体思路。从专业、行业发展现状及趋势出发，分析本专业对应的产业结构发展现状以及对相应职业岗位（群）人才需求状况，进一步明确跨境电商专业的专业定位和专业内涵。行业在未来几年仍有广阔的发展前景，随着技术的进步和消费者需求的提升，跨境电商平台将进一步优化购物体验，提高物流效率，降低成本。同时，更多的企业和品牌将进入这一市场，

为消费者提供更多选择。在全球化背景下，跨境电商作为一种新兴行业，展现了蓬勃的发展势头。随着互联网技术的不断进步和国际贸易的日益便利，越来越多的企业和消费者参与到跨境电商活动中，形成了一个庞大的市场。

2024 年，海关总署新闻发言人、统计分析司司长吕大良在国务院新闻发布会上表示，2023 年，我国跨境电商进出口 2.38 万亿元，增长 15.6%。其中，出口 1.83 万亿元，增长 19.6%；进口 5483 亿元，增长 3.9%。进一步巩固了中国在全球跨境电商市场中的领先地位。跨境电商已经成为推动全球经济发展的重要力量，不仅促进了国际贸易增长，也为各国经济复苏注入了新的活力。

（三）跨境电商行业人才培养现状

1.企业对人才需求强烈。传统中小型外贸企业转型升级、新兴的跨境电商经营企业高度发展都急需大量的相关人才，特别是兼具国际贸易和电子商务特征的跨境电商企业对人才的综合性需求较强，单一的专业人才培养无法满足企业对“通才”的需求，而跨境电商处于发展初期，各高职院校没有复合型专业针对性培养相关人才，企业很难直接招聘到满意的人才，这在一定程度上制约了跨境电商的发展。

2.人才培养高度依赖社会教育力量。由于跨境电商学科新、变化快，技能考核标准平台操作能力要求高，要求学生毕业就能上岗，学校偏理论的教育方式在实践教育的方面达不到市场需要的要求。中国跨境电商人才的培养很大程度上依赖社会力量。由于社会上对电商人才的大量需求，特别是国家大力扶持跨境电商发展后，电商教学机构以及企业大学等不断涌现。

二、调研基本情况

（一）调研时间与内容

1.调研时间

2023 年 12 月 1 日-4 月 1 日，为期五个月。

2.调研内容

（1）企业调研的主要内容企业调研的主要内容为：调研岗位群对职业能力的需求变化；人才培养定位的确定，课程设置、实习实训的意见建议；对毕业生知识、能力、素质等方面的评价；对技术技能人才培养的意见建议；对课程设置、教学过程实施的意见建议等。

（2）在校生调研的主要内容在校生调研的主要内容为：学生对本专业的理解和从事相关工作的意愿，掌握目前专业课程设置、教学效果和学习成果方面的具体情况。

3.毕业生调研的主要内容毕业生调研的主要内容为：分析跨境电商专业三年制高职学生对口就业情况，调查毕业生对本专业教学效果的评价以及对课程设置、教学实施、实习实训、现代学徒制等环节的意见建议。

4.同类院校调研的主要内容同类院校调研的主要内容为：通过调研，了解同类院校人才培养方案制定情况、专业设置、课程开设情况、专业教学条件和师资队伍等基本情况，以借鉴学习。

（三）调研对象及方法

1.调研对象

此次调研对象分为5类：一是跨境电商行业协会；二是广东省、江浙沪地区、湖南省（以长沙、岳阳地区为主）等跨境电商企业一线的专业从业人员、HR部门人员和中高层管理人员；三是我校跨境电商管理专业历届毕业生；四是我校22、23级在校跨境电子商务专业学生；五是湖南省内外开设了跨境电商专业的兄弟院校。

（1）跨境电商行业协会

表1　跨境电商行业协会一览表

序号	学校名称	区域
1	深圳市跨境电子商务协会	深圳
2	杭州跨境电子商务协会	杭州
3	湖南跨境电子商务协会	长沙

（2）企业

表2　调研企业对象一览表

序号	企业	区域
1	岳阳市跨境电商产业园	岳阳
2	岳阳陨石商贸有限公司	岳阳
3	洞庭在线数字文化产业园	岳阳

4	岳阳福泽电商发展有限公司	岳阳
5	金华代塔供应链管理有限公司	浙江
6	苏州圣玖锋电子商务有限公司	苏州
7	上海中航佳美航空食品有限公司	上海
8	江苏春客信息科技有限公司	苏州
9	长沙麻辣王子食品有限公司	长沙
10	长沙缇斯贸易有限公司	长沙
11	供销商贸物流(湖南)有限公司	长沙
12	湖南凯晟产教融合科技有限公司	长沙
13	湖州中聚技术服务有限公司	湖州
14	深圳市元创时代科技有限公司	深圳
15	深圳市九叶灵枝外贸科技有限公司	深圳
16	深圳市南凯物流有限公司	深圳

（3）毕业生

通过问卷调查和座谈访谈等方式，对2020级-2021级三年制高职跨境电商专业共119名毕业生进行调研。

（4）在校生

通过问卷调查和座谈访谈等方式，对2022级、2023级和2024级在校三年制高职跨境电商专业学生（共368人）进行调研。

（5）同类院校

表3　同类院校一览表

序号	学校名称	区域
1	湖南外贸职业学院	长沙
2	长沙职业技术学院	长沙
3	湖南科技职业学院	长沙

4	长沙商贸旅游职业技术学院	长沙
5	湖南现代物流职业技术学院	长沙
6	湖南电气职业技术学院	湘潭
7	湖南石油化工职业技术学院	岳阳
8	岳阳职业技术学院	岳阳

2.调研方法

（1）问卷法：采用自编的调查问卷《2024级跨境电子商务专业人才培养需求调研表跨境电商人才培养企业调研问卷》《2024级跨境电子商务专业人才培养需求调研表跨境电商人才培养在校生调研问卷》和《2024级跨境电子商务专业人才培养需求调研表跨境电商专业毕业生调研问卷》《2024级跨境电子商务专业人才培养需求调研表兄弟院校跨境电商专业调研问卷》，请行业人士、跨境电商教育专业在校生和毕业生通过问卷星在线作答，并获取问卷结果，供后续分析使用。发放调查问卷共500份，回收有效问卷492份。

（2）访谈法：采取现场实地（面对面）访谈和间接访谈（电话等），访谈跨境电商行业协会领域的权威专家、广东省、江浙沪地区、湖南省（以长沙、岳阳地区为主）等跨境电商企业一线的专业从业人员、HR部门人员和中高层管理人员，了解其人才需求、岗位分布、工作职责，对员工能力和素质要求，工资待遇、发展规划和校企合作意向等。

（3）网络调查：在网页上搜索与跨境电商专业相关的最新政策文件，了解不同高校在人才需求、课程设置、教学计划等方面的信息。

三、调研结果分析

（一）行业企业调研分析

1.跨境电商企业对跨境电商专业毕业生的岗位需求

跨境电商企业对跨境电商专业毕业生岗位需求多样且比例有别。跨境电商客服需求突出，占比62.71%，需外语佳、善沟通解决问题。美工岗位占55.93%，要精设计软件与创意思维，打造吸睛视觉。数据分析岗占44.24%，借数据挖掘助力决策。运营推广岗占44.07%，通平台规则与算法制定策略，内外推广，提升排名与流量，助产品全

球拓展。

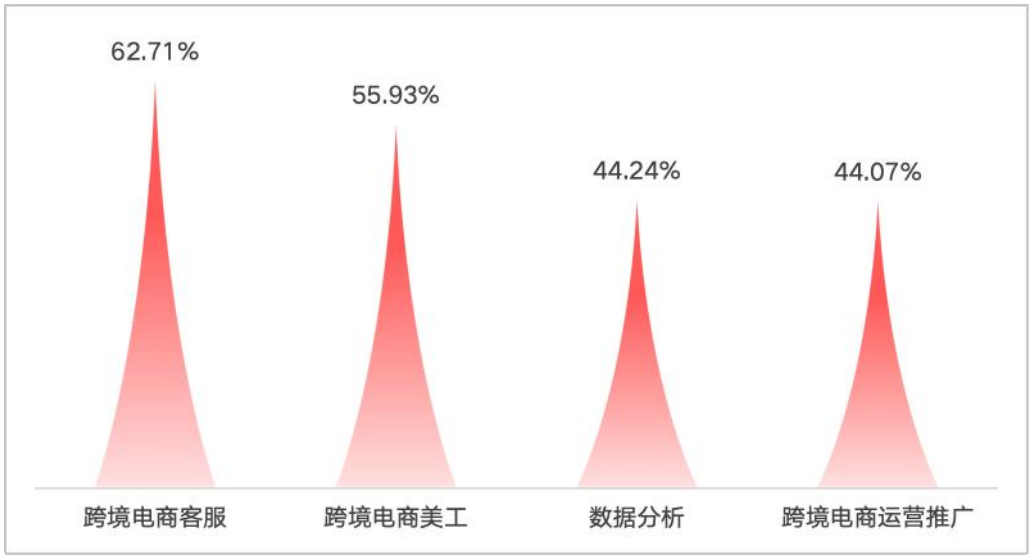


图1　跨境电商企业对毕业生的岗位需求

2.跨境电商企业对毕业生的学历要求

访谈中，大多数企业都渴求“热爱跨境电商行业、熟练使用办公软件、对跨境电商平台有一定了解、心态好、愿意长期在本企业工作”的跨境电商专业毕业生。如下图2所示，三四线城市在招聘跨境电商运营、美工、客服等岗位仍然以高职为主要学历要求，一线城市主要以本科为主，对专科生和研究生的要求也有较大需求。



图2　三四线城市和一线城市对应聘者的学历要求

3.跨境电商企业对毕业生的职业资格证书和其他证书要求

调研中针对职业资格证书要求设置了问题：“贵企业对跨境电商专业毕业生职业资格证书和其他证书的要求有哪些？”企业可根据实际情况选择一项或者多项。通过调查了解到，在英语四六级证书、跨境电商 B2B 数据运营职业技能等级证书、计算机技能等级证书、其他证书（如语言类小语种证书等）中，53.21%的跨境电商企业对毕业生职业资格证书没有要求，其次有 36.33%的跨境电商企业要求毕业生一定要取得英语四级证书，18.91%的跨境电商企业要求毕业生一定要取得计算机技能等级证书，3%的跨境电商企业要求毕业生一定要取得跨境电商 B2B 数据运营职业技能等级证书，0.6%的跨境电商企业要求毕业生一定要取得其他证书（如语言类小语种证书等）。

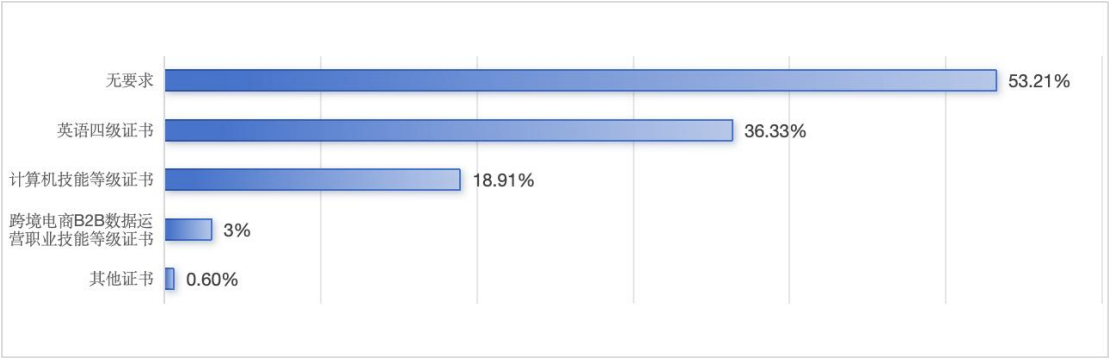


图 3　跨境电商企业对毕业生的职业资格证书和其他证书要求

4.跨境电商企业对毕业生专业知识、技能及素养期望

（1）专业知识期望

为了解跨境电商企业对跨境电商专业知识的重要性认识，本次调研设置了多项选择题：“请根据您的自身工作体会，选择对贵企业从业人员要求最多的知识。”通过对比各项专业知识的选择频数，判断跨境电商企业对跨境电商专业知识重要性的认识，从某种程度上能够反映出各项专业知识在工作实践中运用的几率大小。由图4可见，可将跨境电商专业知识的重要性进行排序，依次为：电子商务、信息处理、办公软件使用等（77.97%）、 现代企业客户关系管理（72.88%）、跨境电商法规（71.86%）、国际贸易（71.34%）、选品分析（71.19%）、数据分析（71.11%）、社交媒体营销（69.49%）、营销推广（68.45%）。

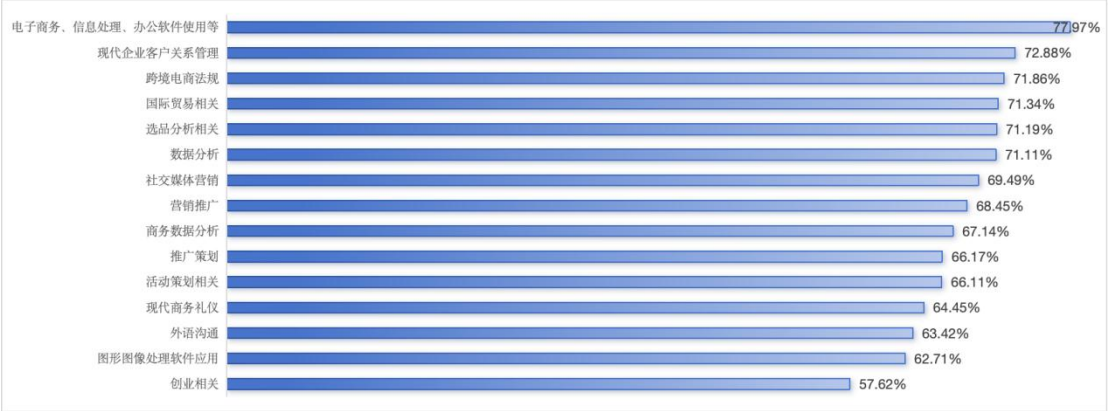


图 4 跨境电商企业认为重要的专业知识模块排名

（2）专业技能期望

由图5可见，如果按照各项专业技能选择的频数判断跨境电商企业对毕业生专业技能的期望高低，那么期望值由高到低依次是：跨境电商平台运营能力（84.24%），商务客服能力（77.97%），供应链管理能力（71.19%），选品分析能力（67.79%），数据分析与应用能力（66.1%），活动策划能力（64.41%）等。

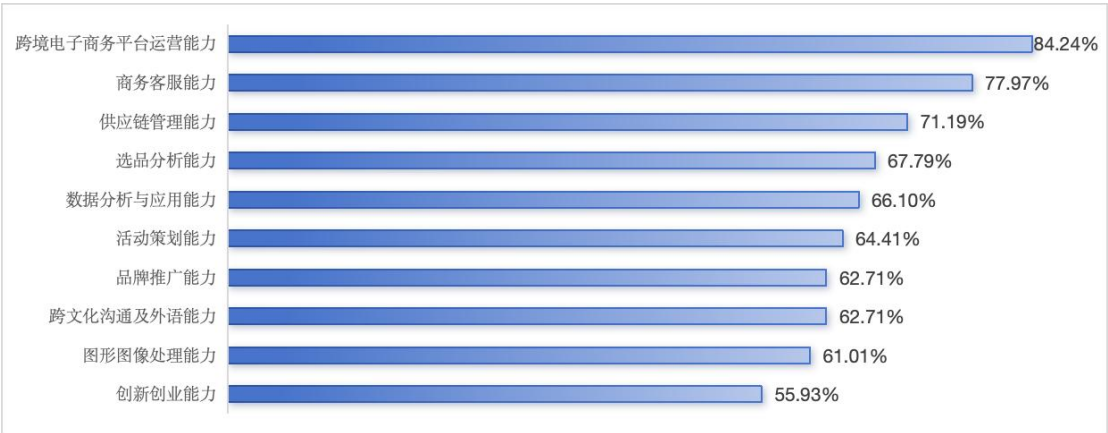


图 5 跨境电商企业认为重要的专业能力排名

（3）专业素养期望

通过调查发现，企业普遍认为沟通能力（89.83%）、学习能力（86.44%）、协助能力（86.44%）是最为重要的岗位素质能力，其次就是应变能力（84.75%）、适应能力（84.74%）和问题解决能力（79.66%），数智技术能力（82.7%）。此外还特别强调应具备“吃苦耐劳”、“责任心”、“敬业精神”、“执行力”等职业素养。

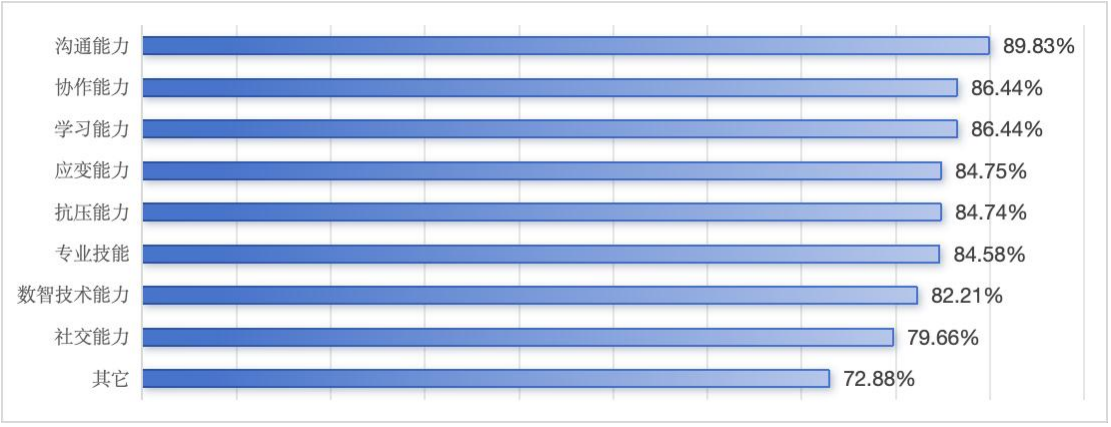


图 6 跨境电商企业认为重要的专业素养排名

5.跨境电商企业对专业人才需求及招聘情况

通过对调研企业未来三年主要需要的跨境电商人才类型、数量，最为迫切需要人才的工作岗位，能够提供的工资水平和对高职高专毕业生更为看重的能力和接收毕业生的渠道等多项问题的调查，发现近三年来这些企业多数招聘高职专业的学生比例基本维持在半数以下，并且基本都是通过网络招聘、人才招聘会、学校推荐及学校主办的供需见面会来接收毕业生，认为毕业生比其他普通应聘者具有学习能力强（81.36%）、更容易适应工作环境（77.97%）和具备相关专业知识（76.27%）等优势；未来三年内，企业需要跨境电商人才数超过50人以上的占比最高，说明人才需求量还是很大的，而且最迫切需要人才的工作岗位是跨境电商运营推广专员（50.85%）、美工（42.37%），需要的管理储备岗位（54.24%）、一线操作岗位人才（33.9%），为一线操作岗位人员提供的薪资水平是3000-8000元之间的居多，而中层管理岗位的则是5000-10000元居多。

6.跨境电商企业对学校培养专业人才的看法

在岗位能力需求分析基础上，本次调研还调查了企业对于校企合作的态度和人才培养的具体建议。多数企业都愿意接收学生实训、实习和老师参与项目合作，但相比较而言，进校兼职授课和课程指导方面意向就有点欠缺。在人才培养方面，就吃苦耐劳的精神、口语交际能力等职业素养和平台操作等实践能力提升方面提了较多要求。而在大环境紧张的状态下，企业认为对人才需求数量是明显减少、而且工作量还有增加的趋势，对员工提出更高要求——数智技术运用的综合能力都提上日程。

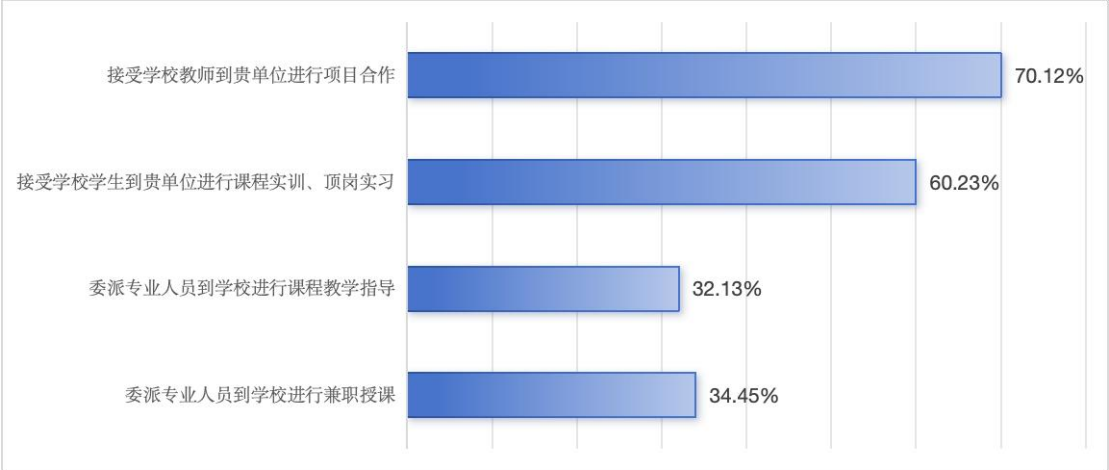


图7　企业对学校培养专业人才的看法

（二）兄弟院校调研分析

1. 兄弟院校专业开设情况

目前，全国共有 376 所高校的专科院校开设了跨境电商专业，其中湖南省共有 18 所，如下表所示。

表 1 湖南省开设跨境电商专业的高职院校一览表

序号	院校名称
1	湖南有色金属职业技术学院
2	湘潭科技职业学院
3	岳阳现代服务职业学院
4	湖南高速铁路职业技术学院
5	湖南现代物流职业技术学院
6	岳阳职业技术学院
7	保险职业学院
8	湖南外国语职业学院
9	湖南水利水电职业技术学院
10	湖南信息职业技术学院
11	湖南电气职业技术学院
12	湖南民族职业学院
13	长沙商贸旅游职业技术学院

14	湖南外贸职业学院
15	湖南科技职业学院
16	长沙职业技术学院
17	湖南石油化工职业技术学院
18	湖南劳动人事职业学院

2.兄弟院校对本专业人才培养的看法分析

通过与兄弟院校面对面沟通交流，以及调查问卷信息搜集，全面了解兄弟院校在专业培养方向的确定、校企合作培养模式、要求达到的学习目标等多方面要求。依据社会及企业人才需求明确跨境电商专业培养方向，服务本地经济发展需要（93.25%），专业未来改革与发展的重点是校企深度合作、提升社会服务能力（50%）和人才培养模式改革、课程体系优化（37.5%），在校企合作上主要采用学校教师带学生定期到企业学习和企业老师来校授课的方式；通过了解到学校重点关注的跨境电商专业能力、设定的专业核心课程、需要考取的证书、参加的技能竞赛，可以看出跨境电商运营、推广、美工、客服是重点发展方向。

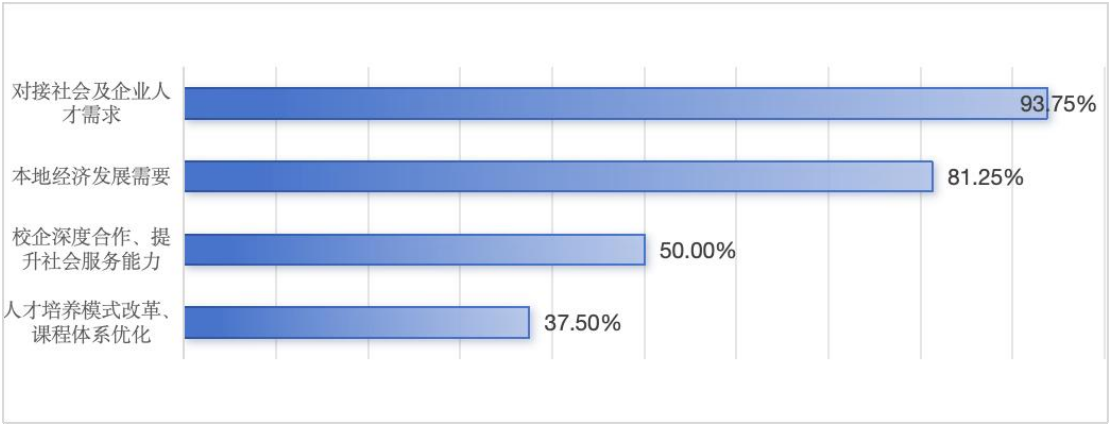


图 8　学校跨境电商专业未来改革与发展重点

（三）在校学生调研分析

1.在校生的基本情况

本次调查对象的总人数为 368，调研对象的性别、年龄段、户籍、家庭当前居住地，如表 4 所示。男女比例差异明显，女生占样本的 62.76%，学生年龄段主要集中在 19-21 岁，家庭居住地在农村的跨境在校生比例明显高于城镇。

表 2 跨境电商专业 2024 年在校生调查对象基本情况

调查项目	问题选项	频数	百分比
性别	男	126	34.24%
	女	242	65.76%
年龄段	18 岁及以下	12	3.26%
	19-21 岁	352	95.65%
	22 岁及以上	4	1.09%
家庭当前居住地	城镇	129	35.05%
	农村	239	64.95%

2. 在校学生就业意向选择

在调研到毕业后是否愿意从事跨境电商专业相关工作，51.52%的学生表示“愿意”，30.25%的学生“还在考虑”，以及 18.23%的学生认为需要等到毕业时再考虑，可见大部分的学生对专业对口的跨境电商行业有较大兴趣，还有部分学生需要学校对于就业方向的剖析和培训。与之相对应的，69.72%的在校生愿意就业跨境电商类企业（51.81%）和物流类企业（17.91%），其他学生中 26.95%选择“继续升学”。在校生对就业方面最看重的是行业未来的发展，其次才是个人发展、工资待遇，最后才是工作环境，可见对就业的理解还是较为成熟的。在职业发展的服务支持方面，在校生最希望获得“相关社会实践”、“就业实习帮助”和“职业发展教育”三方面的支持，具体可见下图：

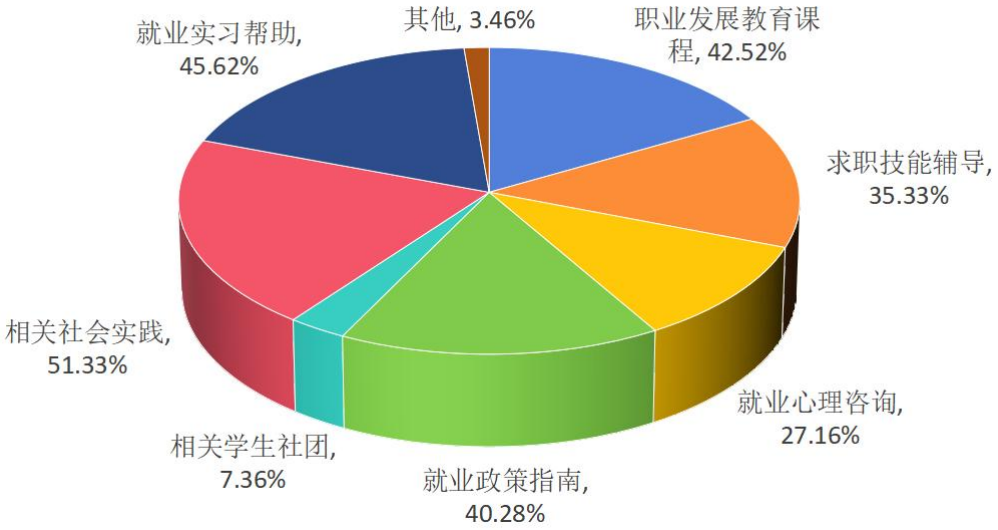


图 9　在校生最希望获得的职业发展的服务支持

3.在校学生对课程设置满意度的分析

在校生在被问及“你认为大学期间所学的课程能帮助你找到满意的工作吗？” 时，14.32%的在校生答案为“能”，54.93%的毕业生答案为“基本上能”。从表？中得知，学生对所学专业课程的有用程度由高到低依次排序为：跨境电商运营>短视频制作与推广实务>跨境电商客户服务>数字营销>跨境电商概论>跨境市场推广>视觉营销设计>市场营销>国际贸易基础>跨境电商数据分析与应用>跨境电商进出口实务>跨境电商英语>Photoshop 美工基础与网店装修>跨境供应链管理>管理学基础>商务英语视听说>演讲与口才>普通话>商务礼仪。

表3　在校生认为最有用的课程

开设课程	小计	比例
跨境电商概论	268	72.83%
市场营销	226	61.41%
国际贸易基础	224	60.87%
跨境电商英语	178	48.37%
跨境电商运营	327	88.86%
视觉营销设计	229	62.23%
跨境供应链管理	129	35.05%
跨境市场推广	238	64.67%
跨境电商数据分析与应用	218	59.24%
跨境电商客户服务	307	83.42%
Photoshop美工基础与网店装修	136	36.96%
跨境电商进出口实务	208	56.52%
短视频制作与推广实务	316	85.87%
数字营销	284	77.17%
商务英语视听说	113	30.71%
管理学基础	124	33.70%

普通话	102	27.72%
演讲与口才	107	29.08%
商务礼仪	96	48.88%

在调查过程中，我们还做了在校学生对课程设计满意度调查，具体见图 10 所示。有 26.19%的学生表示非常满意，68.31%的学生表示满意，其他参与调查的学生均表示基本满意，不满意的学生为 0。

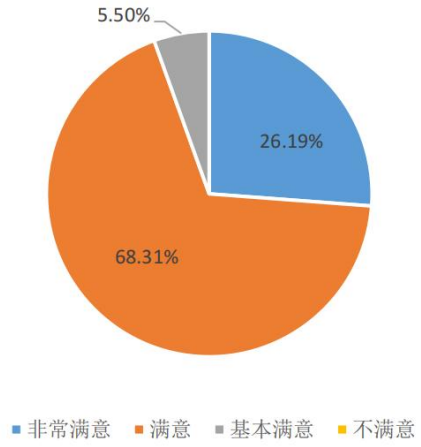


图 10 在校学生对课程设置满意度调查

被问及认为自己应该在哪些方面提升自己的求职和工作能力时，学生们认为专业能力>表达能力>人际交往能力>社会经验>外语能力>创新能力>团队合作能力>环境适应能力，可见学生最看重专业能力的培养，以及社会交往中需要的表达能力和人际交往能力。

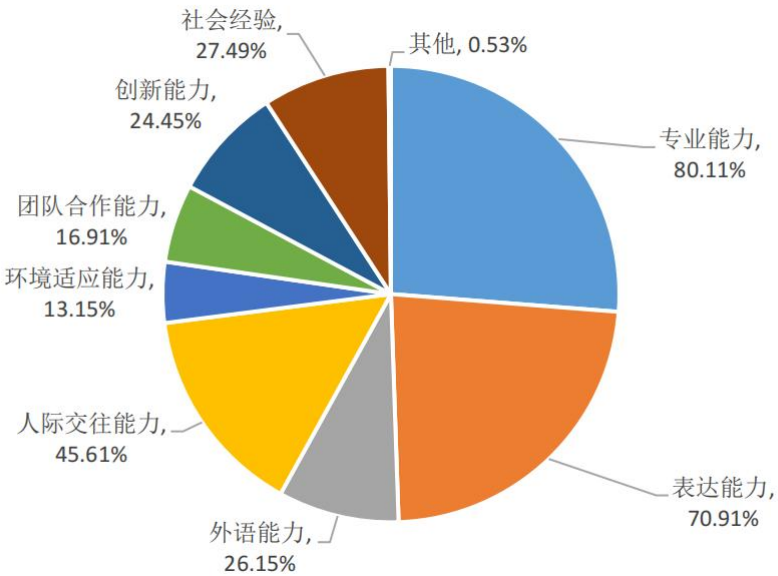


图 11 在校生应该提升自己的哪些方面求职和工作能力

（四）毕业生调研分析

1. 毕业生的基本情况分析

本次调查对象的总人数为 119，本次调查对象的性别、年龄段、户籍、家庭当前居住地、如表？ 所示。男女比例差异明显，女生占样本的 84.87%，学生年龄段主要集中在 22 岁以上，家庭居住地在农村的跨境电商毕业生比例明显高于城镇。

表 4 跨境电商专业 2024 年毕业生调查对象基本情况

调查项目	问题选项	频数	百分比
性别	男	18	15.13%
	女	101	84.87%
年龄段	18 岁及以下	0	0
	19-21 岁	25	21.01%
	22 岁及以上	94	78.99%
家庭当前居住地	城镇	39	32.77%
	农村	80	67.23%

2. 毕业生的就业行业选择

86.55%（103 名）的跨境电商毕业生毕业后从事跨境电商行业相关工作，13.45%（16 名）的毕业生没有从事跨境电商行业的工作，进一步调查得知，这部分学生主要转向销售顾问、办公室文员、个体经商等。

3. 毕业生的就业城市选择

在 119 位跨境电商专业的毕业生中，有 86 位在地市级或以上城市，占总人数的 72.34%，在县城工作的毕业生仅占 17.87%，主动选择去乡镇工作的学生则仅占 9.82%。在不同类型的城市中，省会城市是跨境电商毕业生的首选，占 45.33%，其次为北上广等一线大城市和地市级城市，如下图 12 所示。

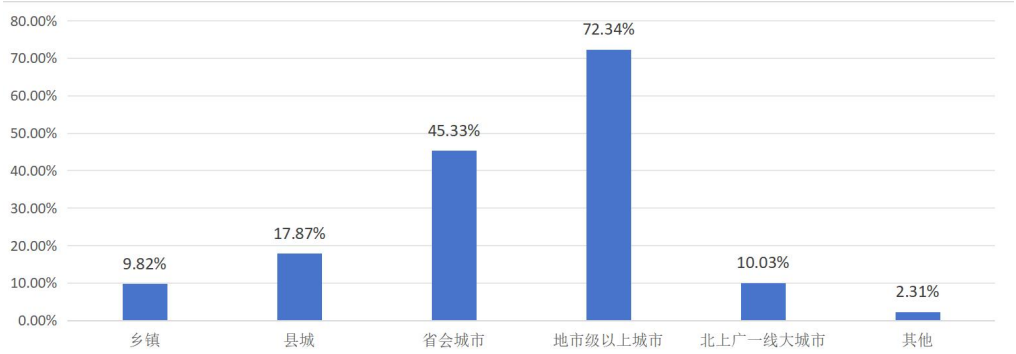


图 12 跨境电商毕业生就业城市选择意向图

4. 毕业生亟待提升的能力

为顺应跨境电商专业化发展趋势，本专业技能类型日趋多元化，用人单位要求学生掌握的专业技能也有所增多。学生除具备国际贸易、网店运营、视觉营销设计、数据分析等基本知识与技能外，还应具备的多种专业技能：跨境供应链管理能力、零售管理能力、数字营销能力、新媒体运营能力。访谈中，本专业毕业的高职学生表示，自己毕业后在网店运营、数据分析理论知识与技能方面能力较强，但对社交媒体推广的实践经验较少，同时在新媒体运营方面的综合能力还需加强。

当问及“在应聘过程中遇到最大的问题是什么时”，大部分毕业生表示，最大问题还是实践经验不足，专业知识不够扎实，考取的证书不够多，技能没有很好，比起本科生没有优势。

四、调研结论及建议

（一）调研结论

1. 市场发展前景好，行业缺口大，跨境电商高数智技术技能型人才紧缺

近年来，我国跨境电商进出口额呈现逐年上升趋势，如 2023 年跨境电商进出口 2.38 万亿元，增长 15.6%，在全球贸易中的占比不断提高，这表明跨境电商行业正处于蓬勃发展期，市场发展前景广阔。

跨境电商企业数量不断增加，传统外贸企业转型升级也急需大量跨境电商人才，然而目前市场上专业人才供应不足，尤其是兼具国际贸易知识、电商技能和数智技术应用能力的复合型人才缺口较大。

2. 企业对学生综合能力要求上升

多方面素养受重视：企业在招聘跨境电商专业毕业生时，不仅关注专业技能，

更注重沟通能力（89.83%）、学习能力（86.44%）、协作能力（86.44%）等综合素养，还强调 “吃苦耐劳”“责任心”“敬业精神”“执行力” 等职业素养。

适应能力与应变能力需求高：跨境电商业务涉及不同国家和地区的市场、文化和法规，企业要求毕业生能够快速适应复杂多变的工作环境，具备较强的应变能力，以应对各种突发情况和业务挑战。

3.技能要求提高，专业技能多元化

除了传统的跨境电商平台运营（84.24%）、商务客服（77.97%）等技能，企业对供应链管理（71.19%）、选品分析（67.79%）、数据分析与应用（66.1%）等技能的要求也日益提高，以提升企业运营效率和市场竞争力。

4.数智技术应用能力成为必备

随着大数据、人工智能等技术在跨境电商领域的广泛应用，企业期望毕业生具备一定的数智技术应用能力，如利用数据分析进行精准营销、智能选品等，以适应行业发展趋势。

（二）调研建议

1.专业培养目标与方向调整建议，适应行业产业发展

明结合市场需求和行业发展趋势，确定跨境电商专业的培养目标为培养具备扎实的跨境电商平台运营、数据分析和数智技术应用知识，拥有良好综合素养和创新能力的高素质技术技能型人才，以满足行业对复合型人才的需求。

优化培养方向，根据企业岗位需求，细分培养方向，如跨境电商运营与推广方向、跨境电商供应链管理方向、跨境电商数字营销方向等，使学生在掌握专业核心知识和技能的基础上，有所专长，提高就业竞争力。

2.优化课程体系，提升学生数智电商综合能力

融入数智技术课程，增加数据分析、数字营销、新媒体营销等课程模块，培养学生运用数智技术解决实际问题的能力，如利用数据分析软件进行市场调研和销售预测，运用智能客服系统提升客户服务质量等。

3.健全师资队伍，拓宽实践渠道

引进具有丰富跨境电商企业工作经验和实践技能的专业教师，充实师资队伍。同时，鼓励现有教师参加行业培训、企业实践和学术交流活动，提升教师的专业水平和实践教学能力。

聘请跨境电商企业的高管、技术专家等作为兼职教师，定期来校授课、举办讲座或指导学生实践，为学生带来行业最新动态和实践经验。

加强与企业的合作，建立教师实践基地，为教师提供挂职锻炼、项目合作等机会，使教师深入了解行业发展趋势和企业实际需求，提高教学内容的针对性和实用性。

4.校企业共建实训基地，探索校企合作新模式

创新校企合作模式，根据企业需求定制人才培养方案，实现学校人才培养与企业用人需求的无缝对接。同时，加强学校与企业在科研项目合作、员工培训等方面的合作，实现互利共赢。

五、附件

附件1 市场调研方案

附件2 调查问卷

跨境电子商务教研室

二〇二四年十一月

附件1 市场调研方案

湖南民族职业学院

2024级跨境电子商务专业人才培养需求调研方案

一、调研目的

在全球经济一体化和技术快速发展的背景下，我国跨境电商行业迎来蓬勃发展的新机遇。据海关总署数据显示，2023 年 12 月我国进出口总值增长 3.2%，跨境电商已成为外贸发展的新动能。同时，国家高度重视跨境电商等新业态发展，出台了一系列政策加强人才培养，以提供人才智力支持。本次调研旨在深入了解当前跨境电商人才培养的现状、存在的问题及未来发展趋势，按照湖南省卓越高等职业教育“双高计划”院校建设要求，切实做好 2024 级人才培养方案。特别是针对“一带一路”倡议下跨境电商产业的需求，调研将关注如何构建高校与企业合作培养机制，创新人才培养路径，以培养符合行业发展要求的复合型、应用型跨境电商人才。

二、调研对象

1.广东省、江浙沪地区、湖南省（以长沙、岳阳地区为主）相关跨境电子商务企业跨境电商运营主管、跨境视觉营销设计师、跨境电商运营推广专员、跨境物流专员、外贸业务专员；

2.跨境电商 2101 班三年制高职跨境电子商务专业毕业生；

3.开设了跨境电子商务专业的兄弟院校；

4.在校 2022 级、2023 级学生。

三、调研项目与内容

1.跨境电商行业发展前景

2.跨境电商企业人才需求

3.兄弟院校跨境电商专业人才培养方案收集与比较等

4.跨境电商专业毕业生在企业工作情况及培养质量反馈调查

5.跨境电商专业就业学生对本专业感兴趣的课程以及课程满意度调查

四、调研方式与方法

此次调研主要采用问卷调查法，采用网络与实地调查相结合的方式进行。对广东省、江浙沪地区、湖南省（以长沙、岳阳地区为主）跨境电商企业、学生毕业就业企业进行实地走访，采用问卷调研和访谈、数据分析、案例研究和实地考察等方式；对我校 2022、

2023 级跨境电商专业在校学生，采用面对面座谈；对已开设跨境电商专业的兄弟院校，采用网络收集、文献查找等方式进行调研。本次调查共计划发放调查问卷 150 份，调研时间为 2024 年 2 月 1 日至 2024 年 4 月 30 日，为期三个月。

1.抽样方法：采取非随机抽样里任意抽样方法。

2.调研范围：广东省、江浙沪地区、湖南省（以长沙、岳阳地区为主）跨境电商企业一线的专业从业人员及我院跨境电商专业毕业生，我校 22、23 级跨境电商专业在校学生，已开设跨境电商专业的兄弟院校。

3.抽样框：以上地区的跨境电商企业、开设跨境电商专业的兄弟院校等。

4.抽样程序：对湖南省的跨境电商企业主要采用实地面访调查，辅以网络、电话、微信、QQ 等形式，对广东省、江浙沪地区已开设跨境电商专业的兄弟院校，采用网络信息采集、电话沟通等方式进行调研。

5.样本量：以上地区的调查问卷 150 份。

五、调研组织与人员安排

成立调研工作小组，由教研室主任张旻书任组长。问卷设计、培训和数据处理由专业教研室共同讨论完成，跨境电商教研室 7 位专业教师和 10 位在校跨境电商专业 22 级学生参与。此次调研采用网络（或电话）和实地调研的方式，为更好地完成本次市场调研，特将调研人员进行如下工作安排。

1.收集二手资料及整理：1 人

2.调研方案设计：2 人

3.问卷设计及打印、装订：2 人

4.网上调查、电话调查、实地调查以及调研问卷的发放与回收：10 人

5.数据分析及整理：4 人

6.调查报告撰写：1 人

六、时间安排

此次调研时间为 2024 年 2 月 1 日至 4 月 30 日，为期三个月，具体时间安排如下：

序号	时间	阶段步骤	负责人	备注
1	2024.2.1	总体方案的论证、设计	张旻书	
2	2024.2.2—2.12	抽样方案设计	张旻书、蔡冰心	

3	2024.2.13-2.23	问卷等设计、测试与合议	张旻书、廖新琳	
4	2024.2.24-2.26	问卷定稿及印刷	荆迪	
5	2024.2.27-3.5	调查员的挑选与培训	李娟、易梅梅	
6	2024.3.6-3.25	网络调查、电话调查、实地调查	张旻书等	
7	2024.3.26-4.10	调查数据整理、录入和统计分析	廖新琳	
8	2024.4.11-4.28	报告撰写	张旻书、蒋文	

七、经费预算

调研经费实行专款专用，为加强调研经费的使用管理，提高经费使用效率，保证调研经费支出的合法性，根据调研工作实际和学校有关财务规定，本次调研按调研工作操作过程中需支出的费用预算，经费预算如下。

项目	金额(元)
调研方案设计费与策划费	500
抽样设计实施费	500
问卷设计费、测试费	200
问卷打印费、装订费	500
调查实施费（调查费、调查劳务费、交通费、被访者礼品费、异地差旅费等）	2000
数据统计分析费	500
报告撰写费	500
合计	4700

跨境电商教研室

2024.1.21

附件2 调查问卷1：企业版

湖南民族职业学院
2024级跨境电子商务专业人才培养需求调研表

尊敬的用人企业：

您好！

我们是湖南民族职业学院商贸旅游学院跨境电商专业教研室，为了解社会对于本专业人才的需求，提升本专业人才培养质量，为社会输送高素质跨境电商人才，特制定本调查问卷，诚挚听取您对的意见和建议。

本次调研内容和结果，我们将严格保密，仅用于学校教学中。希望您能在百忙中抽出时间填写此问卷。感谢您的支持！

一、基本信息

1.您所在的单位/学校名称：_____

2.您的职位/学历（如：管理层、人力资源部、学生、本科、研究生等）：_____

3.您所在的行业/专业（如：跨境电商企业、电子商务、商务英语等）：_____

二、对跨境电商的了解程度

您对跨境电商的了解程度如何？

[ ] 很了解

[ ] 比较了解

[ ] 一般

[ ] 比较不了解

[ ] 很不了解

三、跨境电商人才需求

1.您所在的企业是否需要跨境电商人才？

[ ] 需要

[ ] 不需要

[ ] 不确定

2.您认为哪种专业背景的毕业生更适合从事跨境电商工作？（可多选）

[ ] 国际贸易

[ ] 电子商务

[ ] 外语

[ ] 国际商务

[ ] 新媒体运营

[ ] 其他（请补充）_____

3.在招聘跨境电商人才时，您最看重的因素是什么？（可多选）

[ ] 跨境电子商务平台运营能力

[ ] 活动策划能力

[ ] 跨文化沟通及外语能力

[ ] 数据分析与应用能力

[ ] 品牌推广能力

[ ] 创新思维与解决问题的能力

4.您认为在跨境电商业务中，哪些岗位的人才最为关键？（可多选）

[ ] 跨境电商运营

[ ] 市场营销

[ ] 美工

[ ] 客户服务

[ ] 数据分析

[ ] 产品开发与选品

[ ] 数智技术

[ ] 其他（请说明）_____

5.在跨境电商人才培养方面，您认为最需要加强的是哪些方面？（可多选）

[ ] 跨境电商平台操作与规则

[ ] 国际贸易法规与流程

[ ] 市场营销策略与技巧

[ ] 数智工具使用技巧

[ ] 数据分析与决策支持

[ ] 跨文化交流与商务谈判

[ ] 其他（请说明）_____

6.目前您的企业在跨境电商领域面临的主要人才挑战是什么？（可多选）

[ ] 跨境电商专业人才短缺

[ ] 复合型人才需求增加

[ ] 人才培养和供给不足

[ ] 人才流失大

[ ] 其他（请说明）_____

四、跨境电商人才培养目标

您认为跨境电商人才培养的主要目标是什么？（可多选）

[ ] 培养复合型人才

[ ] 提升专业技能水平

[ ] 增强国际视野和人文素养

[ ] 培养创新意识和创业精神

[ ] 提高综合素质和职业道德

[ ] 其他（请补充）_____

五、培养方式

1.您认为哪种培养方式对于跨境电商人才最为有效？（可多选）

[ ] 校企合作，产教融合

[ ] 课程体系改革与创新

[ ] 教师技能培训

[ ] 构建行业专家库

[ ] 项目驱动学习

[ ] 创业孵化

[ ] 建立网上学习平台

[ ] 其他（请补充）_____

2.您认为目前学校在培养跨境电商人才方面存在哪些主要问题？（可多选）

[ ] 课程设置与行业需求脱节

[ ] 师资力量不足

[ ] 校企合作不够深入

[ ] 学生综合素质培养不足

[ ] 缺乏行业参与评价

[ ] 教学管理水平差

[ ] 缺乏电子商务实验科研设备

[ ] 其他（请补充）_____

六、核心知识与技能

您认为跨境电商人才应具备哪些核心知识与技能？（可多选）

[ ] 平台操作

[ ] 数据分析

[ ] 活动策划

[ ] 社交媒体营销

[ ] 跨境电商法规

[ ] 图形图像处理软件应用

[ ] 营销推广

[ ] 选品分析

[ ] 外语沟通

[ ] 商务数据分析

[ ] 现代商务礼仪

[ ] 其他（请补充）_____

七、校企合作

1.您是否愿意参与校企合作，共同培养跨境电商人才？

[ ] 是

[ ] 否

[ ] 不确定

2.您认为企业应如何与学校合作，以更好地培养跨境电商人才？（可多选）

[ ] 订单式培养

[ ] 共建校内实训基地

[ ] 共建顶岗实习基地

[ ] 为教师提供企业实践锻炼的机会

[ ] 参与人才培养方案的修订

[ ] 委托院校培训员工

[ ] 联合开发项目产品

[ ] 企业送课进校园

[ ] 其他（请补充）_____

八、其他建议

您对跨境电商人才培养还有哪些其他建议或意见？

感谢您的参与和支持！您的意见对我们非常重要，将有助于我们更好地了解跨境电商人才培养的现状与需求，推动人才培养质量的提升。

调查问卷2：在校生版

湖南民族职业学院

2024级跨境电子商务专业人才培养需求调研表

跨境电商人才培养在校生调研问卷

尊敬的同学：

你好，为了更好地了解当前跨境电商人才培养的现状及需求，以便进一步优化我们的教学内容和方式，特此开展本次调研。您的意见对我们至关重要，请您花费几分钟时间，认真填写以下问卷。所有信息将仅用于研究目的，并严格保密。

一、基本信息

1.您目前就读的年级是？

[ ]大一

[ ]大二

[ ]大三

2.您所学的专业是？

[ ]跨境电商

[ ]商务英语

[ ]市场营销

[ ]旅游管理

[ ]其他，请具体说明：_____

3.您对跨境电商的了解程度如何？

[ ]非常了解

[ ]比较了解

[ ]一般

[ ]比较不了解

[ ]很不了解

4.您认为跨境电商行业最具吸引力的因素是什么？（可多选）

[ ]国际化工作环境

[ ]广阔的职业发展空间

[ ]高薪机会

[ ]创新与挑战并存

[ ]其他，请具体说明：_____

二、跨境电商认知与学习

1.您认为跨境电商人才培养的目标应该包括哪些方面？（可多选）

[ ]具备一定的外语能力

[ ]掌握电子商务技能

[ ]掌握外贸业务知识

[ ]掌握电商平台营销技巧

[ ]具备创新创业能力

[ ]其他，请具体说明：_____

2.您认为哪种培养方式对您学习跨境电商最有效？（可多选）

[ ]邀请外部讲师到学校进行集中讲授

[ ]学校内部有经验的人员进行讲授

[ ]听外部培训机构的公开课

[ ]视频资料的学习和研讨

[ ]设立专门的借阅室

[ ]拓展训练

[ ]建立网上学习平台

[ ]其他，请具体说明：_____

3.您目前是否参与过跨境电商相关的实训或实践课程？

[ ]是

[ ]否

如果参与过，请简要描述您的收获或体验：_____

三、跨境电商知识与技能需求

1.您认为在跨境电商学习中，哪方面的知识更重要？（可多选）

[ ]跨境电商平台的操作与运营

[ ]网络营销推广

[ ]图片及技术处理

[ ]客户开发与管理

[ ]其他，请具体说明：_____

2.您认为跨境电商人才应具备的主要知识与技能有哪些？（可多选）

[ ]外贸函电撰写

[ ]法律与知识产权保护

[ ]国际货运代理实务

[ ]外贸英语函电

[ ]商务英语口语

[ ]数字化运营技能

[ ]网络信息处理

[ ]新媒体运营

[ ]国际贸易实务

[ ]网络营销

[ ]美工设计

[ ]客户服务

[ ]其他，请具体说明：_____

四、求职准备与期望

1.您是否已经开始为进入跨境电商行业做准备？（如学习相关课程、实习等）

[ ]是

[ ]否

2.在求职过程中，您认为自己最需要提升的能力或技能是什么？（可多选）

[ ]外语沟通能力

[ ]电商平台运营

[ ]数据分析能力

[ ]市场营销策略

[ ]新媒体运营能力

[ ]跨文化交流能力

[ ]其他，请具体说明：_____

3.您期望的首份跨境电商相关工作类型是什么？

[ ]跨境电商客服专员

[ ]跨境电商运营专员

[ ]市场营销专员

[ ]物流专员

[ ]外贸业务员

[ ]其他，请具体说明：_____

4.您希望工作地方在哪里？

[ ]湖南省内

[ ]珠三角

[ ]大湾区

[ ]江浙地区

5.您对首份工作的薪资期望是多少？

五、现状与展望

1.您认为目前是否存在跨境电商的人才缺口？

[ ]存在

[ ]不存在

[ ]不确定

2.您认为在跨境电商教育中，可能存在哪些问题？（可多选）

[ ]教师质量不高

[ ]培养目标定位不准确，教学计划不合理

[ ]教学方法单一

[ ]师生数量比例过低

[ ]教学管理水平差

[ ]缺乏案例教学，实际操作不足

[ ]忽视个性培养

[ ]实训条件不好

[ ]其他，请具体说明：_____

3.您认为学校在培养跨境电商人才方面应该如何改进，才能更好地满足企业需求？

感谢您完成此问卷！您的反馈将对我们改进跨境电商人才培养工作提供重要参考。

调查问卷3：毕业生版

湖南民族职业学院
2024级跨境电子商务专业人才培养需求调研表
跨境电商专业毕业生调研问卷

尊敬的校友：

您好！为了全面了解跨境电商专业往届生的就业情况、职业发展以及对专业教育的反馈，特此开展本次调研。您的意见对我们至关重要，请您花费几分钟时间，认真填写以下问卷。本问卷所有信息将仅用于统计分析，确保您的隐私安全。

一、基本信息

1.您的毕业年份：____年

2.您的性别：

[ ]男

[ ]女

[ ]不愿透露

3.您的年龄段：

[ ]18-24岁

[ ]25-30岁

[ ]31-35岁

[ ]36-40岁

4.您的最高学历：

[ ]大专

[ ]本科

[ ]硕士及以上

[ ]其他（请说明）_____

二、就业情况

1.您目前从事的工作领域：

[ ]跨境电商平台运营管理

[ ]跨境电商客户服务

[ ]跨境电商产品策划与市场推广

[ ]跨境电商物流与供应链管理

[ ]其他（请说明）_____

2.您目前所在的行业：

[ ]服饰鞋包

[ ]电子产品

[ ]美妆洗护

[ ]食品生鲜

[ ]其他（请说明）_____

3.您的月薪范围（人民币）：

[ ]3000元以下

[ ]3000-5000元

[ ]5000-10000元

[ ]10000元以上

三、职业发展

1.您对目前工作的满意度如何？

[ ]非常满意

[ ]比较满意

[ ]一般

[ ]不太满意

[ ]非常不满意

2.您认为在跨境电商领域，哪些技能最为重要？（可多选）

[ ]英语或其他小语种能力

[ ]电商平台运营能力

[ ]市场推广与品牌建设

[ ]图形图像处理

[ ]数据分析与决策能力

[ ]其他（请说明）_____

四、专业教育反馈

1.您对在校期间跨境电商专业教育的满意度如何？

[ ]非常满意

[ ]比较满意

[ ]一般

[ ]不太满意

[ ]非常不满意

2.您认为当前跨境电商行业面临的主要挑战是什么？（开放性问题）

3.对于即将踏入跨境电商领域的学弟学妹，您有哪些建议或寄语？

感谢您抽出宝贵时间完成此问卷！您的反馈对我们至关重要，将帮助我们更好地服务学生，推动跨境电商专业的发展。祝您工作顺利，前程似锦！

调查问卷4：院校版

湖南民族职业学院
2024级跨境电子商务专业人才培养需求调研表
兄弟院校跨境电商专业调研问卷

尊敬的领导：

您好！我们是湖南民族职业学院跨境电商专业人才市场需求调研工作小组。首先，非常感谢您能在百忙当中填写这张调查表。根据高职院校培养德智体美劳全面发展的高素质劳动者和技能型人才的专业人才培养目标和现状，我们目前正在做“关于跨境电商专业人才市场需求调研”项目，本次调研仅用于专业建设和优化人才培养方案，所填信息均严格保密。衷心感谢您的支持！

1. 您的职务是（　　）。

A.专任教师　B.专业负责人/教研室主任　C.教学副院长 D.分院院长

2.您的学校所在省份是（　　）。

A.湖南省　B.湖北省　C.广东省　D.江浙地区　E.其他

3.贵校跨境电商专业近三年的年均招生人数是（　　）。

A.50人以下　B.50-150人　C.150人以上　D.200人以上

4.贵校跨境电商专业专职教师人数为是（　　）。

A.5人以下　B.5-10人　C. 10-15人　D. 15人以上

5.贵校跨境电商专业专职教师中，博士学位（　　）人，硕士学位（　　）人，学士学位（　　）人。

6.贵校确定跨境电商专业培养方向的依据是（　　）。

A.本地经济发展需要　B.对接社会及企业人才需求

C.兄弟院校的合作发展　D.其它

7.贵校跨境电商专业开设的实训项目有（　　）。

A.跨境电商综合实训　B.跨境电商直播实训　C.课程实操实训

D.电商企业实训　E.平台操作实训　F.其他

8.贵校的跨境电商专业学生需要考取的证书有哪些？（　　）

A.跨境电子商务师证书　B.计算机等级证　C.1+X职业技能证书

D.英语等级证　　E.普通话等级证　　F.其他

9.贵校目前跨境电商专业学生参加技能竞赛有哪些？（　　）

A.湖南省职业院校技能竞赛“跨境电子商务”赛项　　B.世界职业院校技能大赛

C.湖南省职业院校技能竞赛“电子商务师”赛项　　D.其他

10.贵校是如何组织主要就业单位参与平时教学的?（　　）

A.企业老师来校授课　　B.企业定时来校授课

C.学校教师带学生定期到企业学习　　D.其他

11.贵校应届跨境电商毕业生就业的职位主要有哪些?（　　）

A.跨境电商平台运营专员　　B.视觉营销设计专员　C.海外推广专员

D.跨境电商数据分析专员　　E.单证员　　F.跨境电商客服专员

G.跨境物流管理员　　H.外贸业务员　　I.其他

12.在以下跨境电商专业基本能力中，贵校最注重培养的是（　　）。

A.语言沟通能力　　B.平台运营能力

C.跨境电商运营能力　　D.跨境电商推广能力

E.图片处理能力　　F.跨境电商平台软件操作能力

G.跨境电商供应链管理能力　　H.跨境电商客户管理能力

I.跨境电商选品能力　　J.视觉营销能力

K.跨文化交际能力　　L.市场营销能力

13.贵校认为目前跨境电商专业毕业生在就业中面临的突出问题是（　　）。

A.专业理论基础差，不能满足企业要求实践经验欠缺

B.动手能力差自主学习能力差

C.持续发展能力弱沟通意识差

D.表达能力弱职业素养差

E.职业道德意识弱

F.其他

14.现阶段贵校跨境电商专业核心课程主要有哪些?（　　）

A.跨境电商运营与推广　　B.跨境电商客户服务　　C.跨境电商供应链管理

D.跨境电商选品　　E.跨境电商数据分析与应用　　F.视觉营销设计

G.Photoshop美工基础与网店装修　　H.跨境电商专业英语　I.跨境电商政策法规

K.跨文化沟通与交际　　J.其他

15.贵校跨境电商专业近三年毕业生的总体情况:

总体就业率：

总体专业对口率：

月平均收入：

16.您认为贵校跨境电商专业未来改革与发展的重点是（　　）。

A.人才培养模式改革、课程体系优化

B.师资队伍建设、加强1+X职业资格认证

C.工作改善、实习实训条件加强

D.校企深度合作、提升社会服务能力

E.其他

17.贵校跨境电商专业教学过程中，最希望得到哪些硬件教学资源?（　　）

A.校内实训设备　　B.校外实践条件

C.信息化条件　　D.多媒体教学环境

18.您对跨境电商专业人才培养的建议是什么?（　　）

A.校企联合办学/培养

B.建立满足实际教学需求的实验实训场所

C.学院学习与企业顶岗相结合

D.进行跨境电商技能比赛

E.开展企业家讲堂

F.引进师资

G.企业师傅进课堂授课

H.其他

附件 4：湖南民族职业学院专业人才培养方案审批表

湖南民族职业学院专业人才培养方案审批表

专业名称	跨境电子商务	专业代码	532702
培养对象	普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学历	修业年限	标准学制三年；弹性学制3-6年
所在院系	商贸旅游学院	制/修订时间	2024年5月
制（修）订人（签字）：		联系方式	13517301525
专业负责人或教研室审批	签字 2024年6月11日		
院系审批	签字（章） 2024年6月11日		
教务处审批	签字（章） 2024年6月11日		
教学指导委员会审批	签字（章） 2024年6月11日		
学校分管领导审批	签字（章） 年 月 日		
学校党委审批	签字（章） 年 月 日		