



湖南電気職業技術學院
HUNAN ELECTRICAL COLLEGE OF TECHNOLOGY

跨境电子商务专业

人才培养方案 2020 级

2020 年 7 月

编制说明

一、编制与修订依据

2020 级跨境电子商务专业人才方案是以教育部《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》(教高〔2012〕4号)、国务院《国家中长期教育改革和发展规划纲要(2010-2020年)》、《国家职业教育改革实施方案》(国发〔2019〕4号)、《关于职业院校专业人才培养方案制定与实施工作的指导意见》(教职成〔2019〕13号)等文件为依据编制与修订。

二、方案指导思想

遵循以服务为宗旨、以就业为导向、以质量为本，全面贯彻党的教育方针和“面向现代化、面向世界、面向未来”的指导思想，通过校企合作办学，明确培养目标，科学设计课程体系，培养面向生产、建设、服务和管理需要的高素质技术技能人才。

三、编委会成员

本专业人才培养方案适于三年全日制高职专业，是湖南电气职业技术学院经济管理学院与广州大洋教育科技股份有限公司、厦门优优汇联科技有限公司、杭州微诚网络科技有限公司等企业共同制订，并经专业建设指导委员会审定、学院党委批准在 2020 级跨境电子商务专业实施。

主要编制人：

湖南电气职业技术学院	李宇飞	教授
	周哲民	教授
	周 惠	教授
	彭仁孚	副教授
	段慧兰	副教授
	尹 月	副教授
	仇 蕾	讲师
湖南科技职业技术学院	孟迪云	教授
	刘丹娜	讲师
广州大洋教育科技股份有限公司	朱 清	总经理
厦门优优汇联科技有限公司	潘晓斌	运营总监
杭州微诚网络科技有限公司	赵 潜	跨境电商事业部部长

目 录

一、专业名称及代码.....	1
二、入学要求.....	1
三、修业年限.....	1
四、职业面向.....	1
五、培养目标与培养规格.....	2
(一)培养目标	2
(二)培养规格	2
六、课程设置及要求.....	5
(一)公共基础课程	5
(二)专业基础课程	15
(三)专业核心课程	22
(四)其他专业课程	30
(五)专业拓展课程	36
七、教学进程总体安排.....	42
(一)专业课程框架结构表	42
(二)专业教学进程安排	43
八、实施保障.....	46
(一)师资队伍	46
(二)教学设施	47
(三)教学资源	52
(四)教学方法	53
(五)学习评价	54
(六)质量管理	55
九、毕业要求.....	56
十、其他说明.....	57
十一、附录.....	58
附录 1 人才培养模式设计与说明	58
附录 2 课程体系设计与说明	59

2020 级跨境电子商务专业人才培养方案

一、专业名称及代码

跨境电子商务(630805)。

二、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力者。

三、修业年限

三年。

四、职业面向

本专业主要就业岗位有跨境电子商务企业、进出口企业、国际物流企业、电子商务企业的国际市场推广专员、跨境营销专员、跨境运营专员、跨境客服专员、跨境网络编辑、跨境物流专员等，亦可从事相关的制造企业的跨境电子商务营销、运营、客服和美工等工作。本专业职业面向见表 1 所示。

表 1 专业职业面向

所属专业 大类(代 码)	所属专 业类 (代码)	对应行 业 (代码)	主要职业类别 (代码)	主要岗位类别 (或技术领域)	职业资格证书或 技能等级证书举 例
财经商贸 大类(63)	电子商 务类 (6308)	互联网 和相关 服务 (64)； 批发 (51)； 零售业 (52)	销售人员 (4-01-02)； 商务咨询服务人 员(4-07-02)	国际市场推广专 员、跨境营销专 员、 跨境运营专员、 跨境客服专员、 跨境网络编辑、 跨境物流专员、 新媒体运营、 网站(店)美工、 网站编辑等	(中级)1+X 跨境电 商 B2B 数据运营职 业技能等级证

五、培养目标与培养规格

(一) 培养目标

本专业培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力，面向跨境电子商务企业、进出口企业、国际物流企业、电子商务企业，培养具有跨境营销产品与活动策划、选品分析、采购管理、文案策划、图文编辑、平台运营、国际市场推广、客户服务、跨境电商物流供应链管理等能力的高素质技术技能人才。

(二) 培养规格

1. 素质

(1) 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；

(2) 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；

(3) 具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维；

(4) 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；

(5) 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；

(6)具有一定的审美和人文素养,能够形成 1-2 项艺术特长或爱好；

(7)具有全球视野和跨文化交流能力,形成独立思考、辩证质疑的思维和批判精神,帮助学生通学习逐步成为不仅具有家国情怀和全球视野,同时能够胜任建设社会主义、构建人类命运共同体、参与和推动中外人文交流的时代新人。

2. 知识

(1)掌握必备的政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；

(2)掌握人文社科基础知识,能运用马列主义、毛泽东思想、邓小平理论分析问题,解决问题；

(3)掌握法律基础知识,能运用法律维护社会公共利益和个人合法权益。具备较强语言与文字表达能力；

(4)熟练掌握经济管理基本理论、现代信息技术基础知识、跨境电子商务理论与方法,具有良好的网络营销及相关专业基础知识,掌握“互联网+”时代轻工电商类企业所需要的营销技能；

(5)具备网络调研、电商产品设计、商务网站建设、UI 设计、大数据和运营分析相关的基础知识；

(6)具备商品拍摄、平面设计、美工修图、文案写作、详情页制作的知识,掌握商品发布上传流程；

(7)具备商品标题、主图、评价管理、搜索排序优化的能力,掌握 SEO 技能；熟悉和熟练操作 Google 等竞价推广账户,掌握

SEM 技能；熟悉 Amazon、eBay、海淘、阿里速卖通、京东海外购、dhgate 等大型电商平台的店铺规则；

(8) 具备 Facebook、twitter、Google+ 等海外社交媒体新媒体运用及全网营销推广的能力；具备通过 Skype 等即时通信工具，和客户在线交流、咨询服务的能力；

(9) 具备从商品发布上传、搜索优化、付款支付、物流交付、在线服务等流程的操作能力；

(10) 具备店铺运营和推广的能力。

3. 能力

(1) 具有持续学习和终身学习的能力，具有一定的创新意识、精神及能力；

(2) 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力；

(3) 具有阅读一般性英语资料和简单口头交流的能力；

(4) 具有较强的计算机操作与应用能力；

(5) 具有一定的信息收集和筛选能力，以及信息技术应用与加工能力；

(6) 具有一定的商务谈判和销售技巧；

(7) 具有国内外法律意识，遵守涉及我国及目的地国家的进出口法律法规，以及国内外主流网络平台政策；

(8) 具有跨文化交际能力，能够根据企业发展目标和市场需求特点，结合国际市场发展情况，开展行业分析、竞争对手分析、市场容量分析等工作；

(9) 能够具备品牌发展理念，树立国际品牌打造目标，掌握品

牌推广方式和品牌维护理念；

(10) 能够结合主要贸易国家的宗教信仰、商务习惯、法律法规等人文知识确定营销目标和方案，规划人力、设备等资源投入；

(11) 能够根据经营产品的运营成本，对不同供应商进行评估和筛选，开展采购活动；

(12) 能够根据经营目标在跨境电子商务平台上开展产品上下架、店铺装修等工作；

(13) 能够根据经营目标在跨境电子商务平台上开展站内营销等活动，根据经营目标制定站外搜索推广、E-mail 推广、SNS 推广等方案；

(14) 能够结合国际商务礼仪知识，熟练运用外语与客户开展网络客服工作；

(15) 能够根据客户需求和产品特质，开展符合企业需求的跨境物流活动；

(16) 能够根据跨境电子商务运营情况开展效果分析，优化产品的定价、渠道、推广、客服、物流等策略，达到公司效益的最大化。

六、课程设置及要求

主要包括公共基础课程和专业(技能)课程。

(一) 公共基础课程

1. 思想道德修养与法律基础

(1) 教学目标

本课程的目标是帮助大学生形成崇高的理想信念，弘扬伟大

的爱国精神，确立正确的人生观和价值观，加强思想品德修养，增强学法、用法的自觉性，全面提高大学生的思想道德素质、行为修养和法律素养。

(2) 教学内容

教学内容包括正确的人生观，理想信念的内涵及重要性，中国精神、爱国主义及其时代要求，价值观、社会主义核心价值观，道德、道德准则，社会主义法律、中国特色社会主义法律体系、中国特色社会主义法治体系等。

(3) 教学要求

在多媒体教室实施教学，采用案例分析、辩论赛等方法进行教学。

2. 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论

(1) 教学目标

本课程的目标是帮助大学生准确把握马克思主义中国化理论成果，深刻领会其精神实质；切实提升运用马克思主义立场、观点和方法认识、分析和解决问题的能力；坚定马克思主义信仰和中国特色社会主义“四个自信”，自觉为实现中华民族伟大复兴的中国梦而奋斗。

(2) 教学内容

教学内容包括毛泽东思想相关理论、邓小平相关理论、“三个代表”重要思想、科学发展观、习近平新时代中国特色社会主义思想及其历史地位、坚持和发展中国特色社会主义的总任务、“五位一体”总体布局、“四个全面”战略布局、全面推进国防

和军队现代化、中国特色大国外交、坚持和加强党的领导等。

(3) 教学要求

在多媒体教室实施教学，采用“听、说、看、读、写、察”实效性多路径教学模式，采用任务驱动、参观法、案例教学法、讨论法、课堂竞答、自主研究性学习等多种方法进行教学。

3. 形势与政策

(1) 教学目标

本课程的目标是帮助大学生科学分析国内外形势，正确理解党的现行政策，自觉拥护党的基本路线，维护社会主义制度，坚定中国特色社会主义“四个自信”，增强历史使命感和社会责任感。

(2) 教学内容

教学内容包括教育部社会科学司每半年下发的《高校“形势与政策”教育教学要点》通知的要点。

(3) 教学要求

在多媒体教室实施教学，采用课堂教学专题讲授为主，采用启发式、参与式、互动式、讨论式等多种教学形式。

4. 高职英语

(1) 教学目标

本课程的目标是培养学生的英语应用能力，增强跨文化交际意识和交际能力，同时发展自主学习能力，提高综合文化素养，使他们在学习、生活、社会交往和未来工作中能够有效地使用英语，满足国家、社会、学校和个人发展的需要。

(2) 教学内容

教学内容包括求职面试、商旅、办公室英语、商务餐、公司介绍、产品介绍、商务会议、安全生产、商务写作、商务接待等。

(3) 教学要求

本课程在多媒体教室实施教学，采用角色扮演、对话等教学方法，在专业英语资源上使用校企共建共享的高职职业英语网络空间课程。

5. 经济数学

(1) 教学目标

本课程的目标是让学生掌握经济数学的基本定义和应用，学会使用 MATLAB 等数学软件解决案例中的计算问题，掌握使用数学进行建模的基本思路和方法。

(2) 教学内容

教学内容包括函数极限与连续、导数与微分、不定积分与定积分、常微分方程、数学实验(MATLAB 或 Mathcad)等。

(3) 教学要求

本课程在多媒体教室和计算机机房实施教学，主要采用讲授教学方法为主，同时结合生活和专业培养学生的建模思维，合适采用超星一平三端等进行信息化教学。

6. 大学体育

(1) 教学目标

本课程的目标提高学生参与各种体育活动并基本形成自觉锻炼的意识和习惯，熟练掌握两项以上健身运动的基本方法和技能，

能科学地进行体育锻炼，提高自己的运动能力，养成良好的健身习惯和及终生体育的理念。

(2) 教学内容

教学内容包括体育理论、田径、球类、武术、体育舞蹈、传统养生、运动保健等内容。

(3) 教学要求

本课程理论教学注重讲和模拟动作相结合，实践教学在各种相应运动场地实施，采用小群体教学法、游戏教学法、竞赛教学法、目标教学法、正误动作对比教学法、循环教学法等。

7. 信息技术

(1) 教学目标

本课程的目标是使学生了解计算机硬件知识，掌握操作系统、办公软件、网络安全等相关知识，能熟练应用 OFFICE 办公软件完成文档编辑、数据处理、演示文稿制作等，能满足企业办公对计算机应用的实际需要。

(2) 教学内容

教学内容包括计算机应用基础知识、个人计算机配件选择与组装、Windows 操作系统的基本知识和操作、使用 Word 进行文字处理、使用 Excel 进行电子表格处理、使用 PowerPoint 制作演示文稿、利用 Internet 下载和发布并共享信息、多媒体与常用工具软件应用等。

(3) 教学要求

本课程在计算机机房实施，采用理实一体的教学方法。

8. 湖湘文化

(1) 教学目标

本课程的目标使学生比较深入地了解区域传统文化，增强文化自信，厚植爱国情怀，自觉肩负起实现中华民族伟大复兴的历史使命。

(2) 教学内容

教学内容包括区域传统文化及其历史地位、区域传统文化的渊源与发展、区域传统文化的灵魂与精髓、区域传统文化杰出历史人物、弘扬区域传统精神、实现民族复兴等。

(3) 教学要求

在多媒体教室实施教学，以课堂教学专题讲授为主，采用启发式、参与式、互动式、讨论式等多种教学方法。

9. 心理健康

(1) 教学目标

本课程的课程目标是使学生明确心理健康的标准及意义，增强自我心理保健意识和心理危机预防意识，掌握并应用心理健康知识，培养自我认知能力、人际沟通能力、自我调节能力，切实提高心理素质，促进学生全面发展。

(2) 教学内容

教学内容包括的大学生心理健康、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、大学生人际交往、大学生压力与挫折应对、大学生恋爱与性心理、大学生生命教育与心理危机应对等相关知识。

(3) 教学要求

本课程在多媒体教室实施，主要采用示例教学法进行教学。

10. 大学生职业生涯规划

(1) 教学目标

本课程的目标是使学生在获得适应岗位的职业素养和职业能力的同时，获得自主学习能力、创新的方法能力，协作沟通的社会能力和可持续发展能力，从个人实际出发，主动适应社会需要，学会自己求职择业，具备一定的职业素质和职业能力，做一名合格的社会劳动者。

(2) 教学内容

教学内容包括大学与职业生涯规划、职业生涯规划相关理论、自我探索（知己）、工作世界的探索（知彼）、决策与行动、职业认知职业能力提升、职业素质与职业精神、职业生涯规划经典案例等。

(3) 教学要求

本课程在多媒体教室实施，采用角色扮演教学、情境教学、案例教学等教学方法。

11. 大学生创业基础

(1) 教学目标

本课程的目标是传授学生创业基础知识、培养创业技能及创业思维。

(2) 教学内容

教学内容包括创业的意义及定义、团队建设、如何挖掘好的

企业构思、让创业创意可见、从创新走向创业、发扬创业精神、创业融资、新企业的创办等。

(3) 教学要求

本课程在多媒体教室和计算机机房实施，采用案例分析讨论、创业实训软件模拟、撰写创业计划书、创业论坛交流座谈、企业调研实践等方法进行教学。

12. 大学生就业指导

(1) 教学目标

本课程的目标是让学生通过就业创业相关学习，能够掌握就业和创业的基本技能。

(2) 教学内容

教学内容包括大学生就业形势分析、就业能力、大学生职业规划、劳动法与就业、求职应聘与面试技巧等。

(3) 教学要求

本课程在多媒体教室实施，采用讲授法、实践法相结合的教学方式。

13. 普通话训练

(1) 教学目标

本课程的目标是让学生通过普通话的相关学习与培训，能够提升普通话发音准确度、培养语感等语言方面的基本技能。

(2) 教学内容

教学内容包括发音训练、语感训练与普通话考证等。

(3) 教学要求

本课程在多媒体教室实施，采用讲授法、实践法相结合的教学方式。

14. 军事课程（包括《军事理论》及《军事技能》）

军事课程包括《军事理论》及《军事技能》两部分组成。

(1) 教学目标

本课程的目标是通过军事课教学，让学生了解掌握军事基础知识和基本军事技能，增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识，弘扬爱国主义精神、传承红色基因、提高学生综合国防素质。

(2) 教学内容

教学内容包括理解国防内涵和国防历史，树立正确的国防观；了解我国国防体制、国防战略、国防政策以及国防成就，激发学生的爱国热情；熟悉国防法规、武装力量、国防动员的主要内容，增强学生国防意识。了解中国人民解放军三大条令的主要内容，掌握队列动作的基本要领，养成良好的军事素养，增强组织纪律观念，培养学生令行禁止、团结奋进、顽强拼搏的过硬作风。

(3) 教学要求

本课程需坚持课堂教学和教师面授在军事课教学中的主渠道作用，重视信息技术和慕课、微课、视频公开课等在线课程在教学中的应用和管理。

15. 职业素养与公益劳动

(1) 教学目标

本课程的目标是学生通过亲身参与劳动与技术实践活动获得

直接劳动体验，促使学生主动认识并理解劳动世界，逐步树立正确的劳动价值观，养成良好劳动习惯和热爱劳动人民的思想情感。

(2) 教学内容

教学内容包括学校行政部门文件整理劳动教育、教学院部文件整理劳动教育、学校食堂卫生整理劳动教育、学校公共场所卫生清理劳动教育、学校图书馆图书整理劳动教育等相关知识。

(3) 教学要求

本课程实践教学劳动课主要在行政办公楼、教学实训楼、图书馆等区域实施，以实践教学为主。

16. 诚信银行

(1) 教学目标

本课程的目标是通过实施“学生诚信银行”、CRP 工作平台等手段为全校学生提供一个人本环境，形成学生信用评估体系，逐步树立正确的价值观，引导学生在学院的育人理念下成长。

(2) 教学内容

教学内容主要是建立学生档案，实施学生诚信银行，教师实时监管，系统平台自动预警，学生自行改进的方式实现课程教学。

(3) 教学要求

本课程主要在 CRP 平台上进行，要求三年学生信用在学院《诚信银行》中的积分达到 1800 分以上。

17. 阳光跑

(1) 教学目标

本课程的目标是学生通过亲身参与“阳光跑”体验，促使学

生主动参与体育锻炼，逐步树立正确的价值观，养成良好运动习惯和身体素质。

(2) 教学内容

教学内容主要包括组织阳光晨跑与夜跑等活动，通过开展阳光跑日记录、周排名、月度之星等活动推动全校学生的体育锻炼。

(3) 教学要求

本课程实践教学主要在体育场等区域实施，以实践教学为主。

(二) 专业基础课程

1. 跨境电商基础

(1) 教学目标

本课程的目标是通过本门课程的学习，学生能熟知跨境电子商务的基本概念和政策，遵守跨境第三方操作平台规则，进行跨境电商基本工作流程的操作，具备跨境店铺运营管理、客服服务和电商操作技术等业务能力。

(2) 教学内容

教学内容包括跨境电子商务概述、跨境电子商务平台的选择与介绍、跨境电子商务平台基本操作、国际物流跨境与支付、跨境网络营销推广与数据分析、客服服务与维护等。

(3) 教学要求

本课程在多媒体教室和实训室进行，以学生为中心，工作过程为线索，工作任务为载体，组织课程内容和课程教学，以真实跨境电商业务的形式导出，以激发学习兴趣，明确学习方向，便于教学中的启发、引导。让学生在完成各项目具体工作任务的过

程中来构建相关理论知识和各项职业技能，发展职业能力。教学中以跨境电子商务平台基本操作、国际物流跨境与支付、跨境网络营销推广与数据分析为重点内容，培养学生综合运用所学的专业知识和专业技能解决专业领域中实际解决问题的能力。

2. 国际商务文化与礼仪

(1) 教学目标

本课程的目标是通过知识和技能的学习，使学生了解国际商务礼仪文化的内容和不同国家间的文化及习俗差异，掌握并灵活运用国际商务礼仪的基本技巧、规范及操作方法，具备尊重为本的文化及礼仪意识和素养，树立持之以恒、积极进取的精神素质和应变思维、创造性意识的能力素质。

(2) 教学内容

教学内容包括国际商务文化概述、文化因素对国际商务活动与礼仪的影响、国际商务活动基本礼仪、国际商务职场文化、国际商务应酬礼仪、国际商务文书礼仪、世界各大洲部分国家文化与商务文化等项目。

(3) 教学要求

本课程在多媒体教室进行，以国际商务活动场景为主线，以项目为导向，以任务驱动教学，坚持实践教学原则，运用案例分析教学和角色扮演方法，引导学生进行自主分析与决策，使学生掌握有关国际商务文化与礼仪的基本技巧、规范和方法。

3. 企业经营沙盘模拟

(1) 教学目标

本课程的目标是让学生熟悉、了解企业全面运营管理内容；培养学生决策能力及战略管理能力；理解外部信息的重要作用，提高利用信息进行预测和决策的能力；认识各种决策与经营策略的市场效果；培养统观全局和系统思考的能力；培养控制企业风险的能力；强化市场竞争意识；学习重要的财务知识，包括了解和分析财务报表；学会使用各种分析工具，诊断企业经营状态。

(2) 教学内容

教学内容包括全面阐述一个企业的概貌；企业财务管理、资金流控制运作的规则；企业生产、采购、销售和库存管理的运作规则；企业面临的市场、竞争对手、未来发展趋势分析；企业的组织结构和岗位职责等。

(3) 教学要求

本课程教学过程中，应以岗位分析和具体工作过程为基础，将理论与实践性相结合，系统性与趣味性相结合，营造学生愉快学习、自主学习的氛围；在教学手段方面进行分组训练；在教学组织方面，注重营造职业氛围，争取真实的职业体验和职业道德教育，真正做到学中做，做中学，提高学生的岗位职业认识。

4. 国际贸易基础

(1) 教学目标

本课程的目标是通过对本课程的学习，培养学生掌握和理解国际贸易基础理论知识、基本理论、基本政策。系统全面的介绍了国际贸易基础知识、基本理论、基本政策；跨国公司、国际服务贸易、国际技术贸易。希望学生认识理解国际经济发展的原因

与趋势。

(2) 教学内容

教学内容包含国际贸易概述，国际贸易基本理论，国际贸易政策，国际分工，关税措施，出口管制，世界贸易组织，当代国际贸易发展趋势等。

(3) 教学要求

本课程应根据国家、省市及学校等相关部门的指示精神，紧紧围绕职业岗位的实际需求，以职业能力培养为重点，以培养综合管理技能为主线设计教学内容，打破固有的教材体系，把知识点和技能要求融合成各个模块，主要采用“任务式、探究式、体验式”等教学方法设置专业场景，强调学生的主动参与，在教学中做到以学生为主体，突出学生的主体地位。

5. 市场营销实务

(1) 教学目标

本课程的目标是通过知识和技能的学习，使学生系统地掌握市场营销基本理论、基本方法和基本技能，学会用营销知识指导企业开展营销管理活动，培养学生识别、分析和解决营销问题的能力。

(2) 教学内容

教学内容包括市场营销环境分析、市场调查、STP 战略、产品策略、价格策略、分销渠道策略、促销策略和市场营销管理等项目。

(3) 教学要求

本课程在多媒体教室进行，以项目为导向，以任务驱动教学，通过以情境化教学，将一个个相对独立的企业营销项目交由学生自己处理，包括信息的收集、方案的设计、项目实施及最终评价，学生通过该项目的进行，了解并把握整个过程及每一个环节中的基本要求，培养学生独立分析和解决营销问题的能力。

6. 消费者心理行为与分析

(1) 教学目标

本课程的目标是以培养高素质、高技能应用型人才为目标，通过以情景化、项目制为特色的实践教学，将本课程专业知识系统地融于实践全过程。教学内容按市场营销活动的规律划分为相互关联的若干学习情境，结合社会、企业需要解决的实际项目，把上述学习情境中的一个个项目转换成相对独立的模块教学交予学生独立完成。从而培养学生独立与协作工作的能力，提升学生自主学习的兴趣，锻炼学生通过自主学习掌握工作思路与方法的能力，切实提高学生的实践技能和处理实际问题的综合素质。

(2) 教学内容

教学内容包含：模块一认识消费心理学，让学生了解消费心理学的历史发展与研究意义，了解消费心理学的研究对象与研究内容，了解消费心理学的研究方法与研究原则；模块二消费者的需要与动机，了解需要、动机是人们购买行为的根源和动力，掌握弗洛伊德的精神分析论与马斯洛的需要层次论，了解主导动机在营销中的作用，掌握基本动机的主要类型；模块三消费者的情绪、情感与态度，了解情绪情感的含义、作用，掌握影响消费者

情绪情感变化的因素，了解消费者态度的含义、作用，掌握消费者态度的组成成分、生效层次和改变态度的途径，学会利用营销因素促使消费者形成有利于企业的态度；模块四消费者的个性，了解个性的含义和特征，掌握个性倾向性的主要构成部分(消费观、兴趣、消费习惯)等在营销中的作用和应用，掌握个性心理特征的主要构成部分(气质、性格、能力)等在营销中的作用和应用；掌握消费者自我意识、生活方式消费行为的影响。

(3) 教学要求

本课程立足于培养学生的综合职业能力，激发学生的学习兴趣，坚持“做中学”“学中做”，采用精讲多练，多样化的教学方法；可按工作任务或项目组织教学，让学生多接触社会中具体的顾客购买心理案例；

教学中应注重培养学生认真负责的工作态度，交流沟通与合作能力，促进良好职业素养的形成。

7. 文案策划与撰写

(1) 教学目标

本课程的目标是通过学习和实训任务，使学生熟练掌握商品(材质)的专业名词、商品描述的要点等，准确地理解和把握网络营销、网上交易、网站建设等相关的内容，具备提炼产品卖点和撰写各类文案及策划案的能力，培养良好的文学写作和素材整理能力。

(2) 教学内容

教学内容包括商务文案概述、商务文案岗位认知、商务文案

的创意及写作套路、电商产品文案、商务品牌文案、微信文案、微博文案和其他商务文案等项目。

(3) 教学要求

本课程在多媒体教室进行，以跨境电子商务的实际业务为主线，为学生提供具体的文案创作场景，以项目为导向，以任务驱动教学，引入案例分析和角色扮演教学方法，使学生掌握有关跨境电子商务网络营销文案设计方面的应用和具体操作方法。同时利用网络资源为学生提供教学视频、案例、习题、相关专业网站链接等教学资源和企业虚拟经营场景，提高学生自主学习的积极性。

8. 商品信息采编

(1) 教学目标

本课程的目标是让学生了解商品采编的基础知识；商品信息采编的含义、在电子商务领域中的重要性，以及未来的发展趋势；理解商品采编各岗位的职责与技能要求。

(2) 教学内容

教学内容包括商品信息采编概述、商品拍摄的前期准备、商品图片的基本处理、商品详情页的设计基础。采编各岗位的职责与技能要求，采编的工作流程，拍摄的原则、构图与注意事项、布光方式，图片的基本处理，文案排版方式，色彩搭配方式，构图方式等。

(3) 教学要求

本课程理论配合案例步骤进行学习，提高学生的实战动手能

力，教学中以教会学生可以应用所学知识和技能来完成不同品类的商品信息采编与优化，为网店提供风格鲜明、效果精美、符合网店特色的图片、视频及详情页，有效提升网店访问量、浏览量和销售量。

9. 跨境电商图文编辑

(1) 教学目标

本课程的目标是使学生掌握 Photoshop 相关工具的使用，以及相关电子商务视觉设计的基础，本课程旨在通过案例教学、项目实训等方式，培养学生发现、分析和解决相关 Photoshop 及图形图像处理相关问题的基本方法和手段，提高创造性视觉审美能力等，为学习后续课程打好基础。

(2) 教学内容

教学内容包括 Photoshop 视觉设计认知、Photoshop 常用工具、Photoshop 进阶功能、视觉设计综合应用、电子商务网店网站页面视觉设计、Photoshop 视觉设计综合应用等。

(3) 教学要求

本课程在多媒体教室进行，以项目为载体，以任务驱动教学，把知识融入到项目中，教学中以教会学生跨境电子商务平台及站点的商品主图、Banner 图、详情页以及网页等设计与制作。

(三) 专业核心课程

表 2 专业核心课程描述 1

课程名称 1	视觉营销	第四学期 64 学时
学习目标	通过本课程的学习，让学生学会视觉系统规划和营销全局思维，能	

	够完成一整套店铺视觉营销系统的设计；对流行时尚具有敏锐的洞察力、具有丰富的视觉创作经营和独到的审美修养、对设计与创意富有热情。
工作任务	赏析电子商务网站页面、运用 Photoshop 制作简单页面、搭建电子商务网店页面、创建电子商务网店中的动态图像、设计与制作店铺、PC 端及移动端店铺装修、详情页设计等。
职业能力	● 素质目标 (1) 培养一定的哲学思维、美学思维、伦理思维、计算思维、数据思维、交互思维、互联网思维能力； (2) 培养团结协作完成工作的精神和意识； (3) 培养良好的吃苦耐劳和迎难而上的进取心； (4) 养成良好的遵守企业规章制度的习惯和为企业保守秘密的意识。 ● 知识目标 (1) 掌握视觉营销的基础知识； (2) 掌握跨境电商各类网站、网页及图片的设计与制作； (3) 掌握视觉营销的设计规范和技巧； (4) 学会分析用户体验、视觉定位、店铺结构和商品陈列。 ● 能力目标 (1) 能根据企业文化、品牌故事，对企业品牌宣传页进行视觉营销海报设计； (2) 能够根据商品定位和目标人群，完成商品主图、商品细节图、商品营销图的设计与制作； (3) 能根据店铺的经营理念和文化特色，制作一个高辨识度的 LOGO； (4) 能根据店铺的营销目标、商品卖点，制作主题明确风格统一的 Banner 图； (5) 能根据网络用户的消费心理和浏览习惯，对店铺首页、商品详情页等常用图进行视觉营销设计。
学习内容	模块一 跨境电商视觉营销基础 模块二 店铺首页视觉营销设计 模块三 商品详情页视觉营销设计 模块四 高点击率推广图视觉营销设计 模块五 自定义页视觉营销设计

	模块六 移动端店铺的视觉营销设计 模块七 PC 端和移动端店铺的视觉营销设计综合实训
--	---

表 3 专业核心课程描述 2

课程名称 2	跨境电商产品开发	第三学期 48 课时
学习目标	通过本课程的学习，使学生灵活运用市场营销战略和策略的选择，针对目标市场需求，将现有产品进行组合，开发出符合电商平台销售的系列产品；按照目标市场的个性化需求，开发符合电商平台销售的订单型产品。	
工作任务	能够关注市场动态，评估市场容量，分析产品前景，熟悉第三方销售平台(亚马逊、Ebay, wish, 速卖通等)，调研平台热卖的产品、利润分析以及竞争对手动态，对客户需求进行分析，做好产品生命周期管理；追踪、搜集、分析、汇总及考察评估新产品的信息，开发新的产品线；定期分析销售，库存等数据，提高产品销售业绩与库存周转率。	
职业能力	● 素质目标 (1) 培养商业职业道德和敬业精神； (2) 培养团结协作完成工作的精神和意识； (3) 培养良好的吃苦耐劳和迎难而上的进取心； (4) 培养一定跨文化素养； (5) 培养认真、严谨的态度以配合开展产品开发商业行为。 ● 知识目标 (1) 了解产品开发的基本思路； (2) 掌握产品开发的价值逻辑、原则和方法； (3) 掌握跨境电商三大平台的站内选品方法； (4) 掌握 Google Trends、Jungle Scout、Merchantwords、Keepa 等第三方选品工具的功能特点及相关内容。 ● 能力目标 (1) 能够利用关键词寻找市场，找到用户痛点与爱好，寻找机会缺口等； (2) 能够使用第三方选品工具判断关键词是否可用并且挖掘长尾关	

课程名称 2	跨境电商产品开发	第三学期 48 课时
	关键词； (3)能够多平台比较进行产品开发，能够运用数据抓取进行产品开发； (4)能够运用社区选品、网站选品、产品趋势等寻找新产品； (5)能够分析产品细化市场、市场需求、竞争对手、产品趋势，选择产品渠道并全面评估产品。	
学习内容	模块一 对产品进行全面且标准化的评估； 模块二 挑选合适的供应商； 模块三 数据化选品； 模块四 真正的爆款商品打造； 模块五 产品开发的基本逻辑； 模块六 跨境电商平台产品开发策略。	

表 4 专业核心课程描述 3

课程名称 3	跨境电商 B2C 实务	第四学期 48 课时
学习目标	通过本课程的学习,使学生掌握跨境电子商务行业发展历史以及未来发展趋势,掌握开设跨境网上店和物流分拣基本操作。培养学生独立完成跨境电商平台开店、网店基础设置、网店初级运营的能力。	
工作任务	根据跨境电子商务概述的学习让学生了解常见的跨境网络零售平台,了解开店相关规则,完成开店认证以及基本设置,了解店铺流量构成和影响店铺转化率的因素等,亚马逊、eBay 平台运营、优化与推广。	
职业能力	● 素质目标 (1)热爱跨境电商平台工作,对待工作精益求精,具有吃苦耐劳的精神; (2)培养较好的团队合作精神,严于律己,宽以待人,善于交流沟通; (3)培养自学意识,紧跟技术发展的最新动态,对工作中遇到的挫折和困难不畏惧,能够主动寻找解决问题的方法; ● 知识目标 (1)初识亚马逊、eBay 和店铺注册; (2)亚马逊、eBay 前台熟悉及后台操作详解; (3)账户与规则;	

课程名称 3	跨境电商 B2C 实务	第四学期 48 课时
	(4) 产品刊登及注意事项; (5) 亚马逊、eBay 店铺运营思维; (6) 亚马逊、eBay 优化推广; (7) 客服与订单管理。 ● 能力目标 (1) 熟练地运用跨境电商平台工具并有效结合到新媒体营销与运营中; (2) 能够主动搜集素材、阅读资料和利用资源的能力; (3) 能够自学自主能力及创新能力; (4) 能够根据要求制作出用户满意的各类产品和方案。	
学习内容	模块一 跨境电子商务概述; 模块二 开店流程; 模块三 店铺运营; 模块四 仓储与物流管理。	

表 5 专业核心课程描述 4

课程名称 4	国际市场推广	第三学期 64 课时
学习目标	通过本课程对国际市场营销策划中常用操作规则与实务的学习,培养学生的跨境电子商务营销职业能力,能正确设计及运用国际市场营销方案,能熟练应对跨境电商营销岗位人员在日常工作中涉及的关键问题。	
工作任务	根据国际市场营销、跨境电子商务概述的学习让学生利用常用平台和进行网络营销活动实施,制定合适的促销计划;能对营销活动实施情况进行数据统计分析、效果分析、提出优化改进措施。	
职业能力	● 素质目标 (1) 培养利用互联网不断学习新知识、新技术、有一定创新意识; (2) 热爱互联网电子商务行业,有较强的团队精神和工作激情,善于沟通,踏实肯干; (3) 培养良好的策划推广和项目执行意识; (4) 心思细腻,能换位思考,对数字敏感,具有较强的数据分析能力; (5) 培养工作场所的 6S 管理意识,遵守操作规程、操作纪律,注重活动合法性、规范性;	

课程名称 4	国际市场推广	第三学期 64 课时
	(6)培养较好的团队合作精神，严于律己，宽以待人，善于交流沟通。 ● 知识目标 (1)熟悉跨境电商营销策略； (2)掌握跨境电商营销方法与步骤； (3)熟悉跨境电商营销活动的策划过程； (4)掌握营销策划文案的撰写。 ● 能力目标 (1)能够根据跨境电商营销目标选择跨境营销渠道和设计营销内容； (2)能够根据跨境电商营销的特点进行创意营销方案设计，精准地传达产品及服务，提高营销活动的关注度； (3)能够依据科学的策划步骤和方法完成跨境电商营销策划文案的撰写，突出营销活动的创新特点及高效的实施操作性。	
学习内容	模块一 国际市场营销概论； 模块二 国际市场营销环境分析； 模块三 国际市场调研与产品策略； 模块四 国际促销活动策划与宣传； 模块五 初创型企业跨境电商营销策划； 模块六 成熟型企业跨境电商营销策划； 模块七 创新型企业跨境电商营销策划。	

表 6 专业核心课程描述 5

课程名称 5	商务数据分析与应用	第四学期 48 学时
学习目标	通过本课程的学习，学生在理解商务数据分析的意义、作用、基本流程和常用方法等理论基础上，掌握从电子商务相关数据资料的收集、处理、分析到数据分析报告的撰写整个工作流程，学会依据相关的分析结果提升营销和运营效率，进行有根据的科学预测，增强客户的体验。同时还要培养学生自主学习能力、自我管理能力、沟通能力、组织协调能力、市场开拓意识、竞争意识和团队协作精神，使学生既具备较高的业务素质，又具有良好的职业道德和敬业精神。	
工作任务	通过收集、处理和分析数据，提升电商平台的运营效率和效果，增强客户体验。	

职业能力	● 素质目标 (1) 培养较强的口头与书面表达素养、人际沟通素养、基本的风度和礼仪； (2) 培养团结协作完成工作的精神和意识； (3) 培养数据分析时谦虚、谨慎和务实的工作精神； (4) 养成成为公司保守数据秘密的意识。 ● 知识目标 (1) 掌握商务数据的采集、分析方法； (2) 掌握几个主要数据分析工具的基本操作； (3) 掌握产品数据、品牌数据、竞争店铺数据、竞品数据等数据的分析方法； (4) 运用统计学分析方法及数据分析常用模型。 ● 能力目标 (1) 针对网店运营的各个环节，对市场行情、店铺运营、营销推广等方面能够熟练分析，加强对知识的理解与运用； (2) 针对网店运营的现状分析存在的问题并根据数据分析结果提出改善性对策； (3) 能使用 Excel、爬虫软件等工具分析商务数据并得出相关结论； (4) 能根据商务数据分析结果对市场行情进行分析； (5) 能对店铺运营中实时数据、交易结构数据、售后服务数据、物流服务数据及视觉设计数据等进行分析； (6) 能对营销推广中直通车数据、淘宝客数据进行分析，帮助店铺提升销量； (7) 能对商务数据总结并形成分析报告。
学习内容	模块一 商务数据分析与应用概述 模块二 商务数据分析工具及应用 模块三 商务数据分析应用 模块四 商务数据分析报告

表 7 专业核心课程描述 6

课程名称 6	跨境电商客户服务	第四学期 64 学时
学习目标	通过学习使同学们了解跨境电商平台交易流程和信用评价规则；熟悉跨境电商客户服务的基本范畴与工作惯例、客服工作思路与技巧，具备良好的网络服务礼仪。	

工作任务	能掌握客服询盘技巧、纠纷的预防和处理办法；能够从客户角度出发，制定并随时更新可能的FAQ；能够把握客户心理，理解客户咨询并快速地给出有效解答，及时处理客户售前、售中、售后的纠纷，能够对客户情绪加以引导、对店铺损失予以控制，能够对客户相关数据进行分类统计，配合其他部门完成客户的定期回访、促销信息送达等工作，以达到二次购买、转化潜在客户等效果。
职业能力	● 素质目标 (1)良好的服务心态，较好的服务意识。 (2)培养适应环境的素质，能够脚踏实地，适应社会和企业的需要； (3)培养高度的工作热情 and 责任感，能吃苦耐劳，勇于承担责任，树立正确的职业道德观、择业和就业观； (4)培养较强的口头与书面表达素养、人际沟通素养、基本的风度和礼仪； (5)培养团队合作意识和自我发展能力； ● 知识目标 (1)分析目标客户 (2)准确沟通客户需求 (3)合理处理客户投诉 (4)提升客户满意度 (5)培育忠诚客户 (6)客户关系管理 (7)接受客服礼仪、客服策划、客服团队管理、客户开发与维护、客服渠道建设、沟通与谈判等方向的培训 (8)强烈的自学或实践精神 ● 能力目标 (1)熟悉企业的客服政策与方针 (2)熟悉产品性能、竞争优势 (3)掌握竞争对手的产品性能、价格和竞争优势 (4)熟悉客户拜访的流程、礼仪，具有深度分析客户关系的能力 (5)熟悉客户投诉处理流程和技巧 (6)熟悉客户信息收集渠道和方法 (7)熟悉客户接待流程与相关注意事项 (8)掌握较强的客户沟通技能 (9)积极了解产品或服务中的不足 (10)组织实施客户关怀活动
学习内容	模块一 认识客户与服务并计算客户价值 模块二 了解优质的客户服务与客服岗前知识储备 模块三 分析市场环境 模块四 分析目标客户 模块五 理解客户需求 模块六 选择沟通方式与满足客户期望

	模块七 处理客户投诉 模块八 培育忠诚客户 模块九 管理客户关系
--	--

(四) 其他专业课程

1. 跨境电商英语

(1) 教学目标

本课程的目标是要求学生了解跨境电商专业知识，培养专业英语阅读写作能力，熟悉跨境电子商务领域的专业词汇和短语，并能用英语开展跨境电商产品描述、店铺描述、售前、售中、售后交流的能力。

(2) 教学内容

教学内容包括跨境电商平台简介、产品及店铺描述、跨境电商平台售前、售中及售后交流。通过讲练结合，以练为主，让学生初步掌握跨境电商基础岗位的基本英语专业术语、表达方法和基本沟通技能。

(3) 教学要求

本课程要求学生能使用正确的书面表达、基本的口头表达，熟练处理客户往来邮件，确保商家的经营效率和交易量，并与客户维持良好的合作关系，并完成店铺商品的上传与售后工作，为从事跨境电商运营管理或者网上自主创业打下良好的基础。

2. 进出口实务

(1) 教学目标

本课程的目标是掌握进出口贸易业务各个环节的内容，特别

是有关贸易术语方面的知识、商品作价的原则、成本核算的方法、贸易谈判的技巧以及操作中应该注意的问题等等。能初步掌握在我国对外贸易的方针政策指导下，进行国际货物买卖的基本技能；学会在进出口贸易活动中，既能结合我国实际、切实贯彻企业经营意图，又能符合 WTO 原则、按国际贸易惯例办事。培养学生创新意识和创业精神，培养良好的职业道德和敬业精神。

(2) 教学内容

教学内容包括贸易术语和商品的价格、国际货物运输、货物运输保险、国际货款的收付、争议的预防与处理、交易磋商和合同的订立、合同的条款、进出口合同的履行和善后等等。

(3) 教学要求

本课程在多媒体教室和实训室进行，采用案例教学和项目引导任务驱动式教学法，以课堂讲授为主，辅以案例讨论，其目的是使学生在掌握国际贸易实务基本原理的基础上，懂得如何将所学的原理用来解决实际业务问题。教学中以贸易术语和商品的价格、国际货物运输、国际货款的收付、合同履行为重点，培养学生综合运用所学的专业知识和专业技能解决专业领域中实际解决问题的能力。

3. 跨境电商 B2B 实务

(1) 教学目标

本课程的目标是掌握跨境电商 B2B 基本理论。通过对本课程的学习，培养学生理解和掌握跨境电商 B2B 的基础知识，熟悉 B2B 平台的基本操作流程；加强学生实践技能训练。在教学实训环节，

注重对学生实践技能的训练，通过跨境电商 B2B 模拟仿真软件操作，促使学生真正掌握跨境电商 B2B 平台的操作流程和基本步骤，切实提高学生跨境电商的职业技能，适应跨境电商企业的岗位需求；提高学生解决问题、团队协作的能力。教学过程中，实训作业由个人或小组完成，主要是培养学生自主思考、团队合作解决问题的能力。

(2) 教学内容

教学内容包含阿里巴巴国际站概念、发展及入驻规则，对外商品的选择与定位、选品、产品发布、管理与优化，国际物流与运输、平台营销手段及纠纷处理等。

(3) 教学要求

本课程教学的组织总体采取任务驱动、项目导向等教学模式。教学中应选用客户开发和管理业务的具体方法和实例为载体，教师的讲授、示范与学生操作互动，学生提问与教师解答、指导有机结合，融“教、学、做”为一体，使学生在“学中做”或“边学边做”，以此培养并提高业务技能。

4. 跨境电商 B2B 实务强化训练

(1) 教学目标

本课程的目标是使学生通过对跨境电子商务沙盘的操作，进行关键词优化(SEO)；关键词竞价推广(SEM)；市场营销(4P)；消费心理和消费行为分析；运用采购管理和财税知识，学习电子商务知识并增强认知，全面提升专业能力。

(2) 教学内容

教学内容包括战略制定、产品采购、营销策划、项目管理、财务管理、人力资源、物流配送、客户服务、网站运营等。

(3) 教学要求

本课程在跨境电子商务沙盘实训室进行，将知识融入实践，融入项目教学实践，在教学过程中能使得学生掌握电子商务运营知识并增强认知，全面提升专业能力。

5. 跨境电商 B2C 实训

(1) 教学目标

本课程的目标是掌握跨境电商网络营销的概念；网络营销的常用工具和方法；掌握跨境电商营销导向的企业网站的建设、开发、维护、管理搜索引擎注册和排名；熟悉邮件列表营销，病毒性营销；熟悉网络会员制营销；掌握微店经营计划书的编写；掌握网上市场调研。以网店运营项目为载体，了解学生的跨境电商网店运营知识掌握情况，提升学生网店经营技能。

(2) 教学内容

教学内容包括：制定和编写跨境电商网店经营计划书；网上经营前期市场调研；跨境电商网店的建设与管理；微店经营与营销活动的评估。

(3) 教学要求

本课程在多媒体教室进行，以项目为导向，以任务驱动教学，通过以情境化教学，将一个个相对独立的企业营销项目交由学生自己处理，包括信息的收集、方案的设计、项目实施及最终评价，学生通过该项目的进行，了解并把握整个过程及每一个环节中的

基本要求，培养学生独立分析和解决营销问题的能力。

6. 专业技能综合实训

(1) 教学目标

本课程的目标是通过设置网络客户服务与管理、网店美工、电商平台运营、企业网络推广 4 个技能模块，测试学生的网络客服、美工设计、网店运营、网络推广能力以及学生从事电子商务工作的团队协作、执行力、创新思维、成本控制、质量效益、安全规范等职业素养。

(2) 教学内容

教学内容包括客户服务与管理、网店美工、电商平台运营、企业网络推广 4 个技能模块的内容。

(3) 教学要求

本课程按照专业教学标准要求，不断加大实践教学条件投入，配足实践教学设施设备(软件)，备齐实训所需材料，力争使实践教学条件与行业企业技术要求、工艺流程、管理规范、设备水平同步，技术参数应能满足专业技能考核要求，锻炼学生的实操能力和专业素养。

7. 毕业设计写作与指导

(1) 教学目标

本课程的目标是培养学生撰写毕业设计的能力，要求学生文献材料有一定的综合分析能力、并能用自己的语言表达个人观点和意见，同时还要求学生学会正确地引用他人的观点，避免有意或无意的抄袭现象。

(2) 教学内容

教学内容包括毕业设计的写作流程、毕业设计执行方案构成与撰写、毕业设计的文本格式、答辩汇报 PPT 制作等。

(3) 教学要求

本课程在学校机房和一定数量紧密型工学结合的校外实习基地进行，以项目为载体，以任务为驱动教学，把知识融入到项目中。教学中以毕业设计的执行方案构成与撰写、毕业设计的文本格式为主要目标，培养学生综合运用所学的专业知识和专业技能解决专业领域中实际解决问题的能力。

8. 毕业设计

(1) 教学目标

本课程的目标是培养学生撰写文稿的能力，培养学生对所学知识综合运用能力、并能用自己的语言表达个人观点和意见。

(2) 教学内容

教学内容包括学习调研、学会选题、阅读文献、资料分析、列提纲、起草、修改到编辑的写作基本方法和基本技能，对学生的毕设写作能力进行训练，培养学生的研究创新能力、文本规范书写能力、相关办公软件的运用能力。

(3) 教学要求

本课程根据专业课程和涵盖的工作任务要求，确定课程内容和要求，培养学生的研究创新能力、文本规范书写能力、相关办公软件的运用能力。

9. 就业性顶岗实习

(1) 教学目标

本课程的目标是培养学生社会实践能力，培养学生对所学知识在岗位上的运用能力、并能在实习岗位中不断提升自我。

(2) 教学内容

教学内容包括一线岗位实践训练，培养学生的岗位意识、动手能力及自我学习能力。

(3) 教学要求

本课程在一线岗位进行，根据专业课程和涵盖的工作任务要求，确定课程内容和要求，培养学生的岗位意识、动手能力及自我学习能力。

(五) 专业拓展课程

1. 管理学基础

(1) 教学目标

本课程的目标是通过知识和技能的学习，使学生掌握管理及管理系统的基础知识和四大关键管理能力的基础知识，初步具备计划与决策、组织与人事、领导与沟通、控制与信息处理的能力，具备现代管理意识和管理素养、勇于创新的心理品质和良好的团队合作精神。

(2) 教学内容

教学内容包括管理及管理学概述、管理学理论概述、管理者理论、计划理论、决策理论、组织理论、领导理论、激励理论、沟通理论、控制理论等项目。

(3) 教学要求

本课程在多媒体教室进行，以项目为导向，以任务驱动教学，以模拟实践教学为主线，建立参与式、体验式、交互式、模拟教学和实训为一体的教学方法体系，重点采用案例分析教学方法和角色扮演教学方法，使学生具备解决管理问题的能力。

2. 经济学基础

(1) 教学目标

本课程的目标是向学生介绍经济学的基本概念、基本原理和分析逻辑，培养学生的经济学基础思维，训练学生的经济学直觉，形成经济学思维方式，能够运用经济学的基本原理观察、分析和解释现实生活中典型的经济现象和问题，并指导自己在工作、学习、生活和商业活动中做出最优决策。

(2) 教学内容

教学内容包括经济学导论、微观经济学和宏观经济学三大模块，供求理论、价格理论、消费者行为理论、生产者行为理论、竞争与垄断、收入分配问题、国民收入核算、宏观经济政策等项目。

(3) 教学要求

本课程在多媒体教室进行，以项目为导向，以任务驱动教学，采用讲授、案例讨论、情景模拟、实证研究等教学方法，重视对教学案例和教学课题的遴选，将培养经济学方面的人文素养融于教学过程中。

3. 跨境电商法律法规

(1) 教学目标

本课程的目标是通过学习跨境电子商务法律法规相关知识和国内外跨境电子商务立法概况，使学生能够运用跨境电商法律法规独立分析和解决实践中相关法律问题的能力，为今后从事跨境电子商务活动提供法律保障。

（2）教学内容

教学内容包括跨境电子商务平台规则、跨境电子商务合同的法律制度、跨境电子商务支付的法律制度、跨境电子商务的知识产权保护、跨境电子商务的物流法律制度、跨境电子商务海关监管和检验检疫法律制度、跨境电子商务的风险防范与争议解决法律制度基等项目。

（3）教学要求

本课程在多媒体教室进行，以项目为导向，以任务驱动教学，通过提供具体的跨境电商平台场景，为学生创造接触和解决问题的机会，使学生能够了解现实中企业在跨境电商平台会触及的法律问题及其解决方案，培养学生独立分析和解决实践中相关法律问题的能力。

4. 跨境电商物流管理

（1）教学目标

本课程的目标是通过知识和技能的学习，使学生较为全面地了解跨境电子商务物流管理的基础知识，物流在实现完整的电子商务交易中起着举足轻重的作用。能够理解跨境电子商务和物流的关系，理解跨境电子商务物流的特点；能够初步应用电子商务物流技术，并使用各项现代化物流技术为电子商务交易服务；能

熟练应用物流服务特性在电子商务物流流转过程中的作用，提高电商物流服务质量水平，降低电商物流成本。

（2）教学内容

教学内容包括跨境电子商务物流认知、跨境电子商务下的仓储作业、跨境电子商务下的包装与运输、跨境电子商务下的配送作业以及跨境电子商务下的物流信息技术等，以及物流系统的七个子系统运输、仓储、流通加工、信息、包装、装卸搬运、配送中在跨境电子商务运输、仓储等活动中的所处的地位。

（3）教学要求

本课程在多媒体教室进行，以学习情境为载体，以网络、电脑以及手机应用软件为媒介，以工作流程、操作步骤为贯穿业务知识的主线，构建学习情境下任务驱动的教学体系，突出职业行动能力，把如何操作、怎样操作、操作方法、工具等作为教学的中心环节。

5. 财会基础知识

（1）教学目标

本课程的目标是使学生能够了解会计账簿的作用及种类，理解会计账簿的设置、启用、登记，理解对账、错账更正、结账、更换新账和账簿保管。

（2）教学内容

教学内容包括会计认知、会计核算基础理论认知、借贷复式记账法的运用、填制和审核会计凭证、设置和登记账簿、财产清查、会计报表的阅读与分析。根据课程目标确定课程内容，注重

整合教学内容，引导学生主动参与新知探索，为学生可持续发展奠定良好的基础。

(3) 教学要求

本课程在多媒体教室进行，将知识融入实践，在教学过程中能使得学生掌握财会基础相关知识点。

6. 社会化媒体营销

(1) 教学目标

通过本课程能熟练运用 Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, LinkedIn, WhatsApp 等社交媒体的后台操作；掌握社会化媒体的项目策划和项目创意技术，把握社会热点事件、提升话题的敏锐度，实现解决完整项目的策划与创意能力；熟悉掌握各社会化媒体特点和广告投放渠道，能根据客户需要通过社会化媒体及数据分析进行营销方案的计划、实施、控制、改进及反馈等。

(2) 教学内容

教学内容包括 Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, LinkedIn, WhatsApp 等社交媒体的后台操作；社会化媒体的项目策划与创意、社会化媒体营销效果的评价标准，熟悉广告投放 ROI、粉丝活跃度管理、话题影响力分析、流量精准度研究及粉丝变现与购买转化效果分析等项目。

(3) 教学要求

本课程在多媒体教室进行，以项目为导向，以任务驱动教学，采用讲授、案例讨论、情景模拟、实证研究等教学方法，重视对

教学案例和教学课题的遴选。

7. 网络创业

(1) 教学目标

本课程的目标是通过知识和技能的学习，使学生较为全面地了解网络创业的基础知识，帮助学生树立创业意识。

(2) 教学内容

本课程内容主要包括：网上创业需要做的准备工作，开设 C2C 网店、落户网上商城和建立 B2C 网站以及网络推广的方法，物流管理、客户关系管理、创业团队管理的基本方法等，达到能识别网上创业机会，能够选择商品并落实货源，会开设 C2C 网店，能进行网络推广，会进行电子支付与发货操作，能撰写网上创业计划书的能力。

(3) 教学要求

本课程在多媒体教室进行，将知识融入实践，在教学过程中能使得学生掌握网络创业基础技能。

七、教学进程总体安排

(一) 专业课程框架结构表

表 8 跨境电子商务专业课程框架结构表

课程类型	课程	课程门数	课时分配		学分分配		实践学时分配			总学时分配		
			课时	课时比例	学分	学分比例	第 1 学年	第 2 学年	第 3 学年	第 1 学年	第 2 学年	第 3 学年
公共基础课	院公共基础课程	18	860	30.11%	56.5	34.14%	314	100	14	704	116	40
专业（技能）课	专业基础课程	9	364	12.75%	22	13.29%	156	0	0	364	0	0
	专业核心课程	6	336	11.76%	21	12.69%	0	184	0	0	336	0
	其他专业课程	9	964	33.75%	42	25.48%	0	56	732	0	200	764
拓展课程	专业拓展课程	7	248	8.68%	15.5	9.57%	0	92	0	0	248	0
	公共基础拓展课程	7	84	2.94%	8	4.83%	0	24	10	16	48	20
合计(总学时 2856)		56	2856	100.00%	165	100.00%	470	456	756	1084	948	824

(二) 专业教学进程安排

表 9 跨境电子商务专业教学进程安排

课程类别	课程序号	课程代码	课程名称	学分	总学时	授课方式		学期周数与周学时						考核方式	课证融合	备注
						讲授	实践	一	二	三	四	五	六			
								20W	20W	20W	20W	20W	20W			
公共基础课	1	A000001	思想道德修养与法律基础	3.5	56	48	8	4*12						试		
	2	A000002	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	4	64	48	16		4*12					试		
	3	A000003	形势与政策	1	40	40		4*2	4*2	4*2	4*2	4*2		查		
	4	A000004	高职英语	5	80	80		4*10	4*10					试、查、证		
	5	A000005	经济数学	4.5	72	72		6*6	6*6					查、试		
	6	A000006	大学体育	8	128	0	128	2*16	2*16	2*16	2*16			查		
	7	A000007	信息技术	3	48	24	24	4*12						查		
	8	A000008	湖湘文化	0.5	8	8		2*4						查		
	9	A000009	心理健康	2	32	18	14		2*9					查		讲座 14H
	10	A000010	大学生职业生涯规划	1	20	16	4	2*8						查		讲座 4H
	11	A000011	大学生就业指导	2	32	16	16				2*8			查		讲座 16H
	12	A000012	大学生创业基础	2	32	18	14			2*9				查		讲座 14H
	13	A000013	普通话训练	1	16	8	8		2*8							
	14	A000014	军事理论	2	36	36	0	4*9								
	15	A000015	军事技能	2	112		112	2W								
	16	A000016	职业素养与公益劳动	1	20		20			1W						
	17	A000017	诚信银行	10										查		CRP
	18	A000018	阳光跑	4	64		64									不排课
	小计			56.5	860	432	428	460	244	60	56	40	0			
专业(技能)课	19	D040301	跨境电商基础	3	48	32	16	4*12						考试		●
	20	D040302	企业经营沙盘模拟	1	28	0	28	1W						考查		●
	21	D040303	国际商务文化与礼仪	2	32	32	0	4*8						考查		●

课程类别		课程 序号	课程 代码	课程 名称	学 分	总 学时	授课方式		学期周数与周学时						考核 方式	课 证 融 合	备注
							讲授	实践	一	二	三	四	五	六			
									20W	20W	20W	20W	20W	20W			
		22	D040304	国际贸易基础	3	48	32	16		4*12					考查		●
		23	D040305	消费者心理行为与分析	3	48	32	16		4*12					考试		●
		24	D040306	市场营销实务	2	32	16	16		4*8 前/后					考查		●
		25	D040307	文案策划与撰写	2	32	16	16		4*8 后/前					考查		●
		26	D040308	商品信息采编	3	48	24	24		4*12					考查		●
		27	D040309	跨境电商图文编辑	3	48	24	24		4*12					考试机考		●
		28	D040310	视觉营销	4	64	32	32			4*16				考试机考		※
		29	D040311	跨境电商产品开发	3	48	16	32			4*12				考试机考	★	※
		30	D040312	跨境电商 B2C 实务	3	48	16	32			4*12				考试机考		※
		31	D040313	进出口实务	3	48	24	24			4*12				考查		
		32	D040314	跨境电商英语	6	96	96	0			4*12	4*12			考试		
		33	D040315	国际市场推广	4	64	32	32				4*16			考试机考		※
		34	D040316	商务数据分析与应用	3	48	24	24				4*12			考试机考	★	※
		35	D040317	跨境电商客户服务	4	64	32	32				4*16			考试机考		※
		36	D040318	跨境电商 B2B 实务	3.5	56	24	32				8*7			考试机考 考证	★	1+X 认证 考试
		37	D040319	跨境电商 B2B 实务强化训练	1	28	0	28					1W		考查	★	1+X 认证 考试
		38	D040320	跨境电商 B2C 实训	3.5	56	24	32					8*7		考查		
		39	D040321	专业技能综合实训	4	64	0	64					8*8		考查		
		40	D040322	毕业设计写作与指导	1	16	8	8					2*8		考查		
		41	D040323	毕业设计	4	80	0	80					4W		考查		
		42	D040324	就业性顶岗实习	16	520	0	520					6W	20W	考查		分段实施
			小计		85	1664	536	1128	108	256	256	280	364	400			
选修课	专业选	43	F040301	管理学基础	2	32	32	0			4*8 前/后				考查		
		44	F040302	经济学基础	2	32	32	0			4*8 后/前				考查		

课程类别	课程序号	课程代码	课程名称	学分	总学时	授课方式		学期周数与周学时						考核方式	课证融合	备注
						讲授	实践	一	二	三	四	五	六			
								20W	20W	20W	20W	20W	20W			
修	修	45	F040303	财会基础知识	2	32	16	16			4*8 前/后			考查		
		46	F040304	跨境电商法律法规	3	48	24	24				4*12		考查		
		47	F040305	跨境电商物流管理	3	48	24	24				4*12		考查		
		48	F040306	社会化媒体营销	1.5	24	12	12				4*6 后/前		考查		
		49	F040307	网络创业	2	32	16	16				4*8 后/前		考查		
	公共选修	50	B000001	国家安全教育(讲座)	0.5	8	8		4	4				查		
		51	B000002	大学生安全教育(讲座)	0.5	8	8		4	4						
		52	B000003	艺术鉴赏	1	16	8	8			16					
		53	B000004	节能减排基础知识(讲座)	1	16	8	8			16					
		54	B000005	绿色环保(讲座)	1	16	8	8			16					
		55	B000006	毕业教育 1 周	1	20	10	10							1W	
		56	B000007	社会实践(寒暑假)	3				寒假 1W, 暑假 2W							
		小计			23.5	332	206	126	8	8	144	152	0	20		
合计				165	2856	1174	1682	576	508	460	488	404	420			

注：1. 课程编号中，A 代表学校必修、B 代表学校选修、C 代表院部必修、D 代表专业必修、E 代表专业限选、F 代表专业任选。

2. 考核方式：试、查、证等 3 种类型的单个或其 3 种的组合。

3. 如果是属于课程和职业资格证融合的课程，请在“备注”栏用“★”表示。

4. 请在备注栏内注明本专业核心课程，请在“备注”栏用“※”表示。

5. 请在备注栏内注明课程性质，“专业基础课”在“●”表示。

八、实施保障

(一) 师资队伍

教学团队是专业人才培养方案顺利实施的关键。教学团队由专业带头人、专任教师和兼职教师组成，在校生与本专业专任教师数比例不高于 18:1，双师素质教师占专业教师比例一般不低于 60%。本专业带头人实行双带头人，学校有 1 名带头人，企业有 1 名带头人；专业负责人具有 5 年以上高职教育经验，讲师以上职称；专任教师均为双师素质教师，有骨干教师和一般教师；兼职教师由企业技术专家与能工巧匠、企业指导教师共同组成。其人员结构见表 10 所示。

表 10 专业教学团队组成人员结构表

专业带头人	专任教师		兼职教师	
双带头人	骨干教师	一般教师	企业技术专家与能工巧匠	企业指导教师
2 人	5 人	10 人	2 人	6 人

1. 专业带头人的基本要求

教学团队专业带头人具有中级以上职称，基础扎实、实践能力强，能解决跨境电商专业建设中的难题，把握本专业职业教育发展方向，具有团结协作精神和较好的组织、管理和领导能力。了解我国高等职业教育的发展状况，发展前景，掌握高等职业教育的发展规律，有一定课程改革能力和开发能力及高职教育理论水平。能带领专业教学团队进行专业建设、专业标准、课程体系及课程建设以及专业技能考证、竞赛与抽查。

2. 骨干教师的基本要求

具有中级以上职称，能积极协助专业带头人搞好专业建设和

技术服务，完善专业标准和课程体系，能够开发课程和实验实训项目。能够掌握专业发展方向和技术动态，能独立完成专业核心课程或主干课程的建设与主讲。

3. 一般教师的基本要求

具有大学本科学历和教师资格证，有一定职业教育理念，具有较扎实的专业技能，能协助骨干教师开展专业建设和课程建设与改革，能独立完成专业基础课程教学，能指导学生开展实践实习和综合实践。

4. 企业技术专家与能工巧匠的基本要求

具有中级以上职称或具备 5 年以上行业从业资格，富有企业实操经验的人员担任教师，能为教学注入强烈的职业信息。能独立承担专业核心课程理论和实践教学工作，能承担和参与专业教学计划、教学标准、课程建设、教材建设、实训标准制订等教学改革等工作。

5. 企业指导教师的基本要求

具备 3 年以上行业从业资格，能将行业中最先进的技术、规范、信息引入教学，将熟练的职业技能和丰富的职业经验传授给学生，有利于学生对技术技能的熟练掌握和职业意识的强化。能基本指导学生专业实习和实践，指导学生完成专业综合实践。

所有教师要求必须拥有爱岗敬业的工作态度、尽善尽美的从用户(学生)需求分析出发完成教学任务、并在教学教改、专业建设等各方面保持持续不断的创新能力。

(二) 教学设施

1. 专业教室基本条件

专业教师教室，互联网接入或 Wi-Fi 环境，并实施网络安全防护措施；安全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. 校内实训基地基本要求

为保证人才培养方案的顺利实施，构建与课程、专业相配套的一批理论和实践一体化的专业教室。为实施工学结合课程和岗位实习提供条件支持。其校内专业教室配置情况见下表。

表 11 校内专业教室配置情况表

序号	专业教室名称	主要设备配置	功能说明
1	跨境电子商务营销推广实训室	电脑、多媒体、服务器跨境电商营销推广模拟软件等	理实一体化课程需要，能够模拟跨境平台，支撑教学实训项目。
2	大学生 3D 创业实训室	教学主机、投影仪、音响、电脑、多媒体、服务器等	用于大学生创业模拟实训课程；
3	ERP 综合实训室	教学主机、投影仪、音响、电脑、多媒体、服务器等	《跨境电商客户服务》、《国际市场推广》等课程需要，供学生进行客户关系管理、网络营销等模拟操作，培养学生企业资源管理方面的能力；
3	企业经营沙盘模拟实训室	教学主机、投影仪、服务器、学生端、多媒体、音响等	用于《企业经营沙盘模拟》的沙盘教学，训练学生在工业企业的实际运营过程中，对市场营销、企业决策和财会知识等方面的模拟操作；
4	跨境电子商务数据运营实训室 1	电脑、多媒体、服务器跨境电商网店开设与装修实训软件、跨境电商 B2B 数据运营实训软件等	用于《商务数据分析与应用》课程教学，1+X 跨境电商 B2B 数据运营职业技能等级证认证实训室；

5	跨境电子商务数据运营实训室 2	电脑、多媒体、服务器 跨境电商网店开设与装修实训软件、跨境电商运营综合实训软件、跨境客服实训软件等	用于《商务数据分析与应用》课程教学，1+X 跨境电商 B2B 数据运营职业技能等级证认证实训室；
6	跨境电商运营管理实训室 1	电脑、多媒体、服务器 跨境电商网店开设与装修实训软件、跨境电商运营综合实训软件、跨境客服实训软件等	用于《跨境电商 B2C 实务》、《跨境电商 B2B 实务》等课程需要，训练学生在电子商务企业实际运营过程中，对网店运营、店铺美化、网络推广等方面的模拟操作；
7	跨境电商运营管理实训室 2	电脑、多媒体、服务器 跨境电商网店开设与装修实训软件、跨境电商运营综合实训软件、跨境客服实训软件等	用于《跨境电商 B2C 实务》、《跨境电商 B2B 实务》等课程需要，训练学生在电子商务企业实际运营过程中，对网店运营、店铺美化、网络推广等方面的模拟操作；
8	跨境电商物流实操实训室	电脑、因特网、办公桌等	模拟跨境出口采购工作和退货流程；
9	商品摄影实训室	单镜头反光照相机、静物台等	《商品信息采集与处理》课程需要，供学生进行网店商品照片拍摄与后期图片处理技巧训练；
10	跨境电子商务产品选品实训室	电脑、因特网、办公桌、货架，各类产品、静物台、常规度量工具等	用于跨境电子商务选品实训，帮助学生更好的了解产品信息，组建合适的商品路线；
11	跨境电子商务直播室	电脑、因特网、办公桌、直播架，麦等	用于跨境电子商务直播实训及视频采编等。
12	综合实训室	电脑、多媒体、服务器等	能够满足正常跨境电子商务网络实训要求。

3. 校外实训基地基本要求

配备多个校外实习基地，组织学生到实习基地见习或实习，请企业业务骨干承担学生在企业的实践教学工作，帮助学生对企业实际业务路程进行了解或动手。毕业实习以学生在实习单位顶

岗操作为主，直接担当所在单位的某一角色进行业务处理，直接检验其操作技能与动手能力。

表 12 校外实习工位配置情况表

序号	实习企业行业属性	实施工位名称	实习工位要求说明
1	长沙聚博东达国际贸易有限责任公司实习基地	客服实习 运营实习 视觉/美工实习 文案策划实习 网页设计实训	要求学生能准确判断客户异议的类型，掌握提问的技巧、将客户异议具体化的技巧，掌握一般投诉的处理方法；统筹、决策能力；网站(店)整体策划设计能力； 要求学生具有统筹、决策能力；网站(店)整体策划设计能力； 要求学生能完成天猫淘宝页面的设计、制作、美化、修图、详情页、活动图片、动态广告条、商品模板等，以及日常产品维护、调整等； 要求学生具有文案策划，脚本书写能力。 要求学生能完成策划设计各种网站专题页面，网页风格设计。
2	步步高集团实习基地	客服实训 运营实训 视觉/美工实训	要求学生能准确判断客户异议的类型，掌握提问的技巧、将客户异议具体化的技巧，掌握一般投诉的处理方法； 要求学生具有统筹、决策能力；网站(店)整体策划设计能力； 要求学生能完成天猫淘宝页面的设计、制作、美化、修图、详情页、活动图片、动态广告条、商品模板等，以及日常产品维护、调整等。
3	京东(湘潭)电子商务实习基地	客服实习 运营实习 视觉/美工实习 文案策划实习	要求学生能准确判断客户异议的类型，掌握提问的技巧、将客户异议具体化的技巧，掌握一般投诉的处理方法；统筹、决策能力；网站(店)整体策划设计能力； 要求学生具有统筹、决策能力；

			力；网站(店)整体策划设计能力； 要求学生能完成天猫淘宝页面的设计、制作、美化、修图、详情页、活动图片、动态广告条、商品模板等，以及日常产品维护、调整等； 要求学生具有文案策划，脚本书写能力。
4	蜻蜓娱乐直播经济公司实习基地	新媒体营运实训	要求学生思维活跃，能高效产出年轻人喜欢的热点视频内容：舞蹈、搞笑段子、视频剪辑等，懂自媒体引流。
5	玛雅电商企业实习基地	营销推广实训	要求学生能对推广活动实施情况进行数据统计分析、效果分析、提出优化改进措施。
6	杭州东方电子商务实习基地	视觉/美工实习 文案策划实习 新媒体岗实习 运营实习	要求学生能完成天猫淘宝页面的设计、制作、美化、修图、详情页、活动图片、动态广告条、商品模板等，以及日常产品维护、调整等； 要求学生具有文案策划，脚本书写能力； 要求学生思维活跃，能高效产出年轻人喜欢的热点视频内容：舞蹈、搞笑段子、视频剪辑等，懂自媒体引流； 要求学生具有统筹、决策能力；网站(店)整体策划设计能力。
7	杭州宰相电子商务实习基地	新媒体岗实习 运营实习	要求学生思维活跃，能高效产出年轻人喜欢的热点视频内容：舞蹈、搞笑段子、视频剪辑等，懂自媒体引流； 要求学生具有统筹、决策能力；网站(店)整体策划设计能力。

8	长沙众猫科技实习基地	视觉/美工实习 文案策划实习	要求学生能完成天猫淘宝页面的设计、制作、美化、修图、详情页、活动图片、动态广告条、商品模板等，以及日常产品维护、调整等； 要求学生具有文案策划，脚本书写能力。
---	------------	-------------------	--

(三) 教学资源

1. 教材选用

遵循国家规定选用精品优质教材，坚持国家“规划”教材和“面向 21 世纪教材”优先，禁止不合格的教材进入课堂。学校建立由专业教师、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，做到有章可循，照章办事。专业课程优先使用结合本校特色和企业特色编写的校本教材。

2. 图书文献配备

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。专业类图书文献主要包括：跨境电子商务行业政策法规、行业标准、职业标准、技能规范以及主流品跨境电商平台操作手册、运营技巧手册等；跨境电子商务运营类与国际贸易专业类技能类图书和实务案例类图书；5 种以上跨境电子商务专业学术期刊。

3. 数字教学资源配置

建设、配备与跨境电子商务有关的音视频素材、教学课件 PPT、数字化教学案例库、虚拟仿真跨境电商平台软件、数字教材等专

业教学资源库，建立专业网络精品课程。

(四) 教学方法

1. 以翻转课堂为辅助，按体验式教学方法开展课程教学

体验探究式教学具有个性差异性、亲身体验性和情感刺激性三大特点，注重培养学生良好的市场研究、分析、判断、决策的能力和素养，尤其适用于实践性强的商务技能教学。体验式教学注重知行合一，其先行后知的教学方式对跨境电子商务课程建设有着极大的实用性。在体验探究式教学中，通过精心设计相应的选题及场景，让学生在加强体验深度以获取大量感性认知的同时，学会去探究、分析、判断、总结、提升，以加强对市场的理解，提高综合应用能力。将体验式教学进一步与翻转课堂、微课等教学方法相结合，有助于激发学生的学习兴趣，调动学生学习的积极性，同时有助于教师在有限的教学时间内，解决课程教学的重难点，提高教学效率，提升课堂教学的互动性。

2. 以三位一体为保障，按任务驱动式教学方法开展实践教学

“三位一体实践教学体系”即一套包含跨境电商综合实训平台、校企实习基地和就业创业实训模式的递进式实践教学体系。通过这套体系，学生的实践能力、实操能力和职业能力将不断得到提升。第一阶段，通过跨境电商综合实训平台，实施“任务驱动”模块化跨境电商项目教学，依据工作过程和岗位方向将课程整体分化为商家注册、产品管理、业务管理、运营管理、订单管理、货运物流、国际支付、客户服务、数据分析等多个模块项目，解决传统实战教学中存在的平台收费、无法产生订单、亏损、教

学效果无法评价等问题；第二阶段，教师作为桥梁通过互动交流将生动案例和新鲜资讯通过基地平台实现校企间的流动，让学生参加一项以上校企合作项目，体验真实的跨境电商业务全流程，将所学与所用无缝对接；第三阶段，就业创业实训阶段，有 3 种实训模式：顶岗实习、创新创业孵化、企业项目承包。

3. 以校企合作为前提，按项目式教学方法开展课程教学

基于目前跨境电子商务专业特点、人才培养目标和岗位需求，依据我校现有资源，本专业特别强调校企深度合作的项目式教学方法的应用。项目式教学方法以调研企业岗位需求为依据，采用以工作过程为主线，体现“任务驱动、项目教学”的教学模式，将跨境电商软件、联合教学、职业资格证书植入教学，充分考虑职业性、实践性和开放性，融“教、学、做、考、创业或就业”于一体。项目式教学中的项目可以根据实际应用重构出来的学习型项目，也可以是直接的企业应用项目，重点培养学生跨境电商应用的职业技能和岗位能力。

（五）学习评价

1. 严格落实培养目标和培养规格要求，注重教学过程中对于学生的积极反馈，把控教学质量。加大过程考核、实践技能考核成绩在课程总成绩中的比重。

2. 严格考试纪律，健全多元化考核评体系，完善学生学习过程监测、评价与反馈机制，引导学生自我管理、主动学习，提高学习效率。

3. 强化实习、实训、毕业设计等实践性教学环节的全过程管

理与监测，完善考核评价标准体系

（六）质量管理

1. 本专业人才培养方案是在党委领导下，专业教师充分调研的基础上，结合教育部颁发的《跨境电子商务专业教学指导方案》制定。

2. 建立“三三二一”教学质量监控体系。建立学校、二级学院、教研室三级质量监控层次，建立督导评教、同行评教、学生评教三级评教体系，建立“教师教学质量”和“学生学习质量”两个观测点，形成“一个回路”（指教学质量监控体完整的反馈回路）。

3. 建立健全教学质量监控体系的领导机构、管理机构、工作机构，构建学校、学院、系（专业负责人、教研室/课程团队）三级监控体系，建立了一支理论与实践并重、专职与兼职结合、业务水平高、分工合作的教学质量管理队伍，明确各自在教育教学质量保障中的职责，落实责任人。在课堂教学质量监控过程中，除了发挥学校领导、教务处和各学院教学管理干部、相关职能部门有关同志，以及校、院教学工作委员会的作用外，也充分发挥教学督导组 and 教学信息员两支辅助队伍的作用。

4. 强化课程思政。积极构建“思政课程+课程思政”大格局，推进全员全过程全方位“三全育人”，实现思想政治教育与技术技能培养的有机统一。

5. 组织开发课程标准和教案，要根据专业人才培养方案总体要求，制（修）订专业课程标准，明确课程目标，优化课程内容，

规范教学过程，及时将新技术、新技能、新规范纳入课程标准和教学内容。要指导教师准确把握课程教学要求，规范编写、严格执行教案，做好课程总体设计，按程序选用教材，合理运用各类教学资源，做好教学组织实施。

6. 深化“三教”（教师、教材、教法）改革。建设符合项目式、模块化教学需要的教学创新团队，不断优化教师能力结构。总结推广现代学徒制试点经验，普及项目教学、案例教学、情境教学、模块化教学等教学方式，广泛运用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法，推广翻转课堂、混合式教学、理实一体教学等新型教学模式，推动课堂教学革命。加强课堂教学管理，规范教学秩序，打造优质课堂。

7. 推进信息技术与教学有机融合。适应“互联网+职业教育”新要求，全面提升教师信息技术应用能力，推动大数据、人工智能、虚拟现实等现代信息技术在教育教学中的广泛应用，积极推动教师角色的转变和教育理念、教学观念、教学内容、教学方法以及教学评价等方面的改革。加快建设智能化教学支持环境，建设能够满足多样化需求的课程资源，创新服务供给模式，服务学生终身学习。

九、毕业要求

1. 在学院规定的年限内，修满专业人才培养方案所规定的 165 学分，达到本专业人才培养目标和培养规格的要求。
2. 三年时间在学院《诚信银行》中的积分达到 1800 分以上。
3. 无被司法机关拘留或违法刑事犯罪记录。

4. 无违反校规校纪等处分记录

十、其他说明

1. 本人才培养方案由跨境电子商务教研室和杭州微诚网络科技有限公司、厦门优优汇联信息科技有限公司、步步高集团、广州大洋酷校跨境电商等联合开发。

2. 主要撰稿人：仇蕾、杨丽海、陈咪、刘裕敏、彭天蓝、欧阳琴

3. 主要审阅人：周哲民、李书舟、温够萍、彭仁孚、段慧兰

4. 制订日期： 2020 年 3 月

5. 修订日期： 2020 年 7 月

十一、附录

附录 1 人才培养模式设计与说明

创新“双线三段、双元五融合”的跨境电子商务双创型人才培养模式

建立“创业引领，个性培养”的创业中心，培养跨境电子商务创业型人才。通过调研分析，专业在培养学生时应借助学院企业办学，以及与步步高集团、杭州微诚网络科技有限公司、广州大洋酷校跨境电商、厦门优优汇联科技有限公司等实力企业合作优势，借鉴酷校跨境电商项目管理与运作模式先进经验，充分利用其实训平台、培训教材等宝贵资源，以学生的职业能力培养为主线，把职业活动全过程贯穿于学生培养各环节中，全面推进跨界+跨文化的跨境电子商务人才培养，由专业和企业共同制定并实施“双线三段、双元五融合”的跨境电子商务双创型人才培养模式。

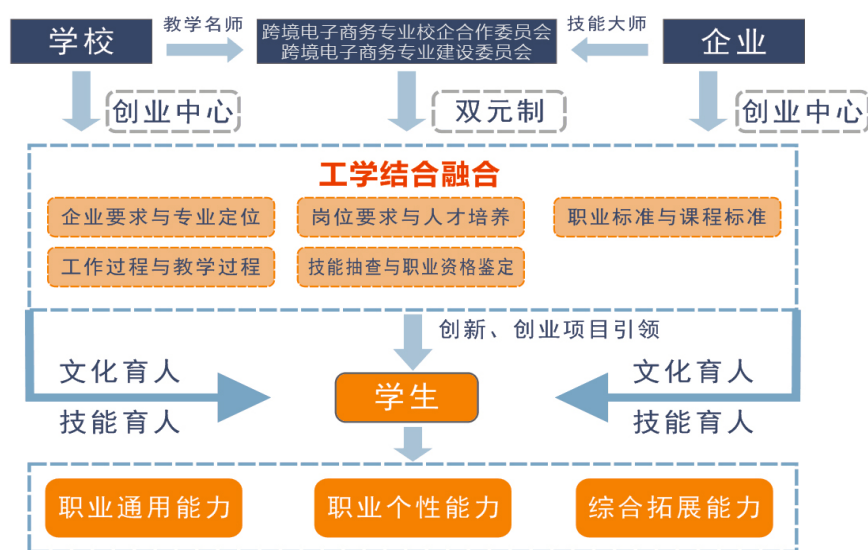


图1 “双线三段、双元五融合”跨境电子商务双创型人才培养模式

附录2 课程体系设计与说明

根据跨境电子商务专业基础相通，技术领域相近的特点，对接最新职业标准、行业标准和岗位规范，紧贴岗位工作任务，提高和优化专业群的共享度和融合度，建立起以人文素养能力培养为主的职业素质课程平台；以核心岗位群的职业知识与能力需求为导向的职业知识与能力课程平台；对接跨境电商职业标准和专业教学标准，引进仿真实训项目，培养学生岗位提升和可持续发展能力。

专业课程体系按照“企业调研得到的物流专业岗位群及工作任务——教育专家选择典型工作并归纳整合职业行动能力——企业专家确认典型工作和职业行动能力——教师对典型工作和职业行动能力进行教学论加工——校企专家共同确认课程体系”的课程体系开发模式，以职业岗位能力为主线，根据“项目导向，三阶段能力递进”专业人才培养模式，将跨境电商 1+X 职业技能等级证书（中级）标准、典型跨境电商企业标准与操作规范导入课程开发过程中，以职业标准为依据，以技能实训为轴心，注重操作技能培养与管理能力训练，以任务为载体让学生“学中做”、“做中学”，构建基于职业岗位典型工作任务的项目导向课程体系。见图 2 所示。

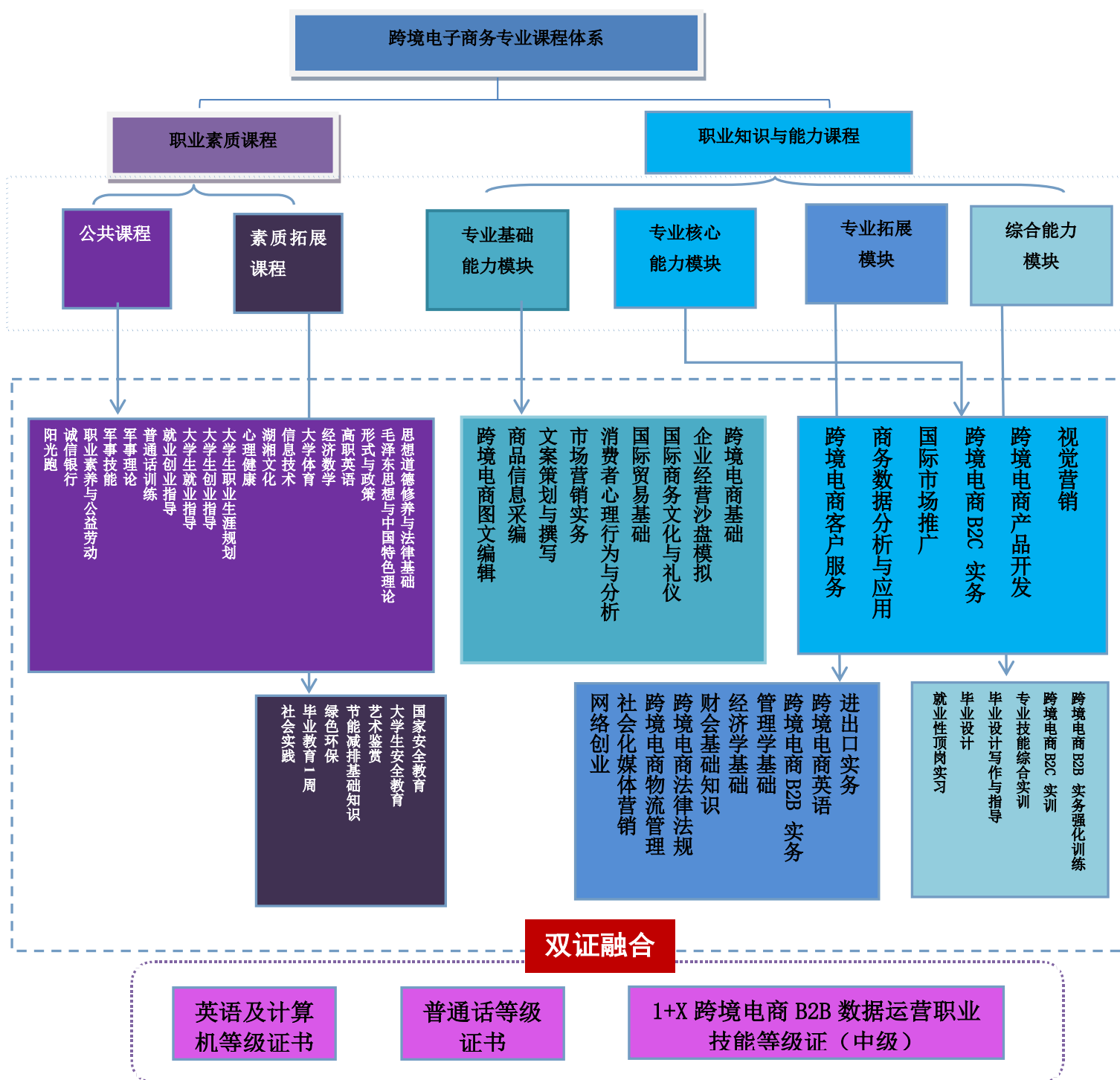


图2 课程体系结构图