



河南女子职业学院

跨境电子商务专业人才培养方案

专业大类及代码：	<u>财经商贸大类 53</u>
专业类及代码：	<u>电子商务类 5307</u>
制 定 时 间：	<u>2022 年 9 月</u>
修 订 时 间：	<u>2025 年 7 月</u>
使 用 年 级：	<u>2025 级</u>

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、培养目标及培养规格	2
(一) 培养目标	2
(二) 培养规格	2
六、课程设置与要求	6
(一) 公共课程	6
(二) 专业课程	27
(三) 实践性教学环节	51
七、教学进程总体安排	58
八、实施保障	64
(一) 师资队伍	64
(二) 教学设施	65
(三) 教学资源	67
(四) 教学方法	68
(五) 学习评价	69
(六) 质量管理	70
九、毕业要求	71
(一) 成绩要求	71
(二) 技能证书的要求	71

附：2025 级跨境电子商务专业人才培养方案专家论证意见错误！未定义书签

跨境电子商务专业人才培养方案

一、专业名称及代码

专业名称：跨境电子商务

专业代码：530702

二、入学要求

本专业招生高中毕业、中等职业学校毕业及同等学力者。

三、修业年限

三年

四、职业面向

表 4-1 跨境电子商务专业职业面向

所属专业大类	财经商贸类	所属专业大类代码	53
所属专业类	电子商务类	所属专业类代码	5307
对应行业	制造业	对应行业代码	13~43
	批发业		51
	零售业		52
	互联网和相关服务		64
	商务服务业		72
	交通运输、仓储和邮政业		53~60
主要职业类别	国际商务专业人员	主要职业类别代码	2-06-07-01
	互联网营销师 S		4-01-06-02
	物流服务师 L		4-02-06-03
	供应链管理师 S		4-02-06-05
	客户服务管理员		4-07-02-03
主要岗位（群）或技术领域	跨境电商运营专员、海外推广专员、跨境电商数据分析专员、跨境电商客服专员、视觉营销设计专员、跨境物流专员		
职业类证书	跨境电商 B2B 数据运营、跨境电商 B2C 数据运营、网店运营推广		

社会认可度高的行业企业标准和证书	电子商务师（网商）（三级）
------------------	---------------

五、培养目标及培养规格

（一）培养目标

本专业聚焦数智丝路，旨在培养能够践行社会主义核心价值观，传承技能文明，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、科学素养、数字素养、职业道德、创新意识，爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，较强的就业创业能力和可持续发展的能力，掌握国际贸易基础理论、跨境电商平台规则与运营模式、国际市场营销、跨境支付结算、供应链管理及关务知识，具备扎实的跨境电商平台运营、国际市场网络营销推广、跨境选品与供应链管理、跨境客户服务、跨境物流方案设计与优化、跨境电商数据分析等核心专业技能，面向制造业，批发业，零售业，互联网和相关服务，商业服务业，交通运输、仓储和邮政业行业的国际商务专业人员、互联网营销师、物流服务师、供应链管理师、客户服务管理员等职业，能够从事跨境电商运营专员、海外推广专员、跨境电商数据分析专员、跨境电商客服专员、视觉营销设计专员、跨境物流专员等岗位工作的高技能人才。

（二）培养规格

1.素质

（1）坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，践行社会主义核心价值观，具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

(2) 树立正确的劳动观，尊重劳动，热爱劳动，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养，弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神，弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚；

(3) 掌握与本专业对应职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握绿色生产、环境保护、安全防护、质量管理等相关知识与技能，了解相关行业文化，具有爱岗敬业的职业精神，遵守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感和担当精神；

(4) 崇德向善、诚实守信，具有质量意识、安全意识、信息素养、科学素养、创新精神，具有较强的集体意识和团队合作意识，能够进行有效的人际沟通和协作，与社会、自然和谐共处，具有职业生涯规划意识；

(5) 具有良好的身心素质、人文素养，具有健康的体魄和心理、健全的人格，能够掌握基本运动知识和至少 1 项运动技能；具有感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力，具有一定的文化修养、审美和人文素养，能够形成至少 1 项艺术特长或爱好；掌握一定的学习方法，具有良好的生活习惯、行为习惯和自我管理能力；

(6) 树立正确的婚恋观、生育观和家庭观，坚定对家庭建设的信心，培养爱国爱家的家国情怀。

2.知识

(1) 掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、数学、外语（英语等）、信息技术等文化基础知识，学习 1 门外语并结合本专业加以运用，掌握必备的美育知识；

(2) 掌握身体运动的基本知识，达到国家大学生体质健康测试合格

标准;

(3) 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;

(4) 掌握性别平等、家庭美德、中华优秀家风家训等相关知识;

(5) 掌握英语语言基础知识,熟悉英语国家跨文化商务沟通,国际商务礼仪和商务管理等相关知识;

(6) 熟悉国际贸易基本理论,国际贸易法规;掌握进出口业务等涉外商务知识;

(7) 掌握跨境电子商务基本理论以及常用工具使用方法,掌握新技术、新业态、新模式及创新创业相关知识;

(8) 掌握跨境客户管理的知识、与客服沟通交流的方法和技巧、纠纷处理的方法与客户关系维护技巧;

(9) 掌握跨境店铺开设知识,图片处理、视觉设计、跨境店铺设计知识;

(10) 掌握主流跨境电子商务平台运营规则及日常运营的基础操作知识,掌握跨境店铺资金流及物流管理的知识,掌握跨境电商产品推广营销知识;

(11) 掌握市场营销、消费者行为、消费心理、零售、商业文化等方面的专业基础理论知识;

(12) 掌握跨境电子商务数据采集、数据监控、数据分析与精准营销、数据分析报告、网店诊断及优化的知识。

3.能力

- (1) 具有良好的人文素养与科学素养，具备职业生涯规划能力；
- (2) 具有良好的语言表达、文字表达能力，较强的人际沟通与公关协调能力，以及较强的团队协作意识与集体意识，具备合作共事能力；
- (3) 具有较强的抗压能力与自我调节能力；
- (4) 具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力，能够整合并综合运用知识分析与解决问题；
- (5) 掌握信息技术基础知识，具有适应本领域数字化和智能化发展需求的数字技能；
- (6) 具备处理亲密关系、亲子关系等家庭关系的能力，提升家庭建设和家庭教育的实践能力；
- (7) 具有跨境电商选品分析和运营能力，能够进行产品市场数据采集与分析，完成产品选择、店铺注册、产品发布、店铺运营、站内活动策划等活动；
- (8) 具有结合产品和品牌特点，制订海外推广策划方案的能力，能够开展搜索引擎营销、社交媒体营销、广告投放等站外推广；
- (9) 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；
- (10) 具有跨境客户服务、跨境供应链管理能力，能够完成售前咨询、订单跟进、异常处理、客户维护，能够制定跨境物流方案，完成采购管理、仓储管理、发货管理、服务商管理、物流数据分析和风险管理；
- (11) 掌握跨境电商数据分析方法和工具，能够制定数据分析方案，完成运营数据分析、推广效果分析、产品需求分析、竞争对手分析、用户

行为和特征分析等，并提供数据分析报告和可视化展示；

（12）具有诚实守信的职业道德和互联网安全意识，遵守与跨境电子商务相关的法律法规；

（13）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。

六、课程设置与要求

本专业课程包括公共课程、专业课程和实践性教学环节。

（一）公共课程

包括公共基础必修课程和公共基础选修课程。

1.公共基础必修课程

根据党和国家的有关文件规定，将思想道德与法治、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、习近平新时代中国特色社会主义思想、形势与政策、大学英语、体育与健康、军事理论、大学生心理健康教育、信息技术、家庭建设、大学生职业发展与就业指导、劳动教育、国家安全教育、商务礼仪等课程列入公共基础必修课程，课程描述如下：

（1）思想道德与法治

周学时数：3，学分：3，开设学期：第一、二学期。

课程目标：领悟公民道德、职业道德规范的核心要义，掌握法律本质特征及主要实体法的基本内容，引导学生培养良好的道德行为习惯，树立法治意识，提升判断、分析和解决问题的综合能力；培养爱党爱国情怀，认同践行社会主义核心价值观。

教学内容：通过系统教学使学生深刻理解并自觉践行社会主义核心价

价值观，厚植爱党爱国情怀，培养有理想、有道德、有文化、有纪律的"四有"新人。

教学要求：针对大学生在思想成长和法治意识形成过程中遇到的典型困惑与现实问题，开展人生观、价值观、道德观、法治观教育，引入社会热点和生活案例，通过理论学习和实践体验，全面提高大学生的思想道德素质、行为修养和法律素养。

考核项目：主要考核大学生爱党爱国情怀、科学探索精神、良好道德习惯、正确法律观念及分析解决问题能力，运用正确的世界观、人生观、价值观、道德观和法治观,分析判断和解决实际问题。

考核要求：课程采用过程性评价和终结性评价相结合的方式，过程性评价含考勤、课堂表现、作业、实践等占 80%，终结性评价为期末考试，考查知识掌握与运用，占 20%。

(2) 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论

周学时数：2，学分：2，开设学期：第二学期。

课程目标：帮助学生了解马克思主义中国化时代化的历史进程，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的能力，引导学生坚定中国特色社会主义道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，增进政治认同、思想认同、情感认同，增强社会责任感与使命感。

教学内容：本课程主要阐述毛泽东思想及其历史地位、新民主主义革命理论、社会主义改造理论、社会主义建设道路初步探索的理论成果、中国特色社会主义理论体系的形成发展，邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观的主要内容和历史地位。

教学要求：坚持理论引导，要求学生深刻认识中国化马克思主义既一脉相承又与时俱进的理论品质；增强思维能力，使学生得到思想的启迪、战略的启蒙和智慧的启示，做到学有所思、学有所悟、学有所得。

考核项目：考核主要为知识理论考核，考核方式为闭卷形式，考试内容主要围绕专题教学内容讲授的教学重难点。

考核要求：本课程为必修考试课，由过程性考核和期末理论考试两部分组成，采取线上线下相结合的模式。其中过程性考核占 80%，期末考试占 20%。

(3) 习近平新时代中国特色社会主义思想

周学时数：3，学分：3，开设学期：第三、四学期。

课程目标：引导学生系统学习习近平新时代中国特色社会主义思想的理论成果和思想精髓，结合其在中华大地的生动实践，深化学生对习近平新时代中国特色社会主义思想的时代意义、理论意义、实践意义、世界意义的认识，成为担当复兴大任的时代新人。

教学内容：习近平新时代中国特色社会主义思想作为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新的飞跃的主要内容。

教学要求：以教促学，以学促知，以知促行，以行促情。激发学生学习本课程的主观能动性，提高用习近平新时代中国特色社会主义思想认识问题、分析问题和解决问题的能力，实现从知识认知到信念生成的转化，增强新时代青年学生的使命责任。

考核项目：理论体系把握、核心观点领会、思维方法运用、实践案例

分析、价值信念塑造。

考核要求：过程性考核占 80%，关注学习过程和发展性评价，期末考核占 20%，重点考查学生的理论掌握程度和综合运用能力。

（4）形势与政策

周学时数：1，学分：1，开设学期：前 4 学期开设，每学期 8 学时。

课程目标：本课程旨在引导学生深刻把握新时代国内外形势，培养学生运用马克思主义立场观点分析复杂社会问题的能力，提升政治判断力与思辨素养，塑造兼具家国情怀与国际视野的新时代青年。

教学内容：着重进行党的基本理论、基本路线、基本纲领和基本经验教育；进行马克思主义形势观、政策观等教育；进行改革开放和社会主义现代化建设的形势、任务和发展成就教育；进行党和国家重大方针政策、重大活动和重大改革措施教育；进行当前国际形势与国际关系的状况、发展趋势和我国的对外政策，世界重大事件及我国政府的原则立场教育。

教学要求：本课程坚持与时俱进的原则，紧密结合时事发展动态，突出政治性、时代性和针对性，注重运用案例教学、专题研讨、情景模拟等灵活多样的教学方法，确保课程教学的实效性和感染力。

考核项目：主要考核大学生正确认识新时代国内外形势，深刻领会党的十八大以来党和国家事业取得的历史性成就、发生的历史性变革、面临的历史性机遇和挑战风等一系列知识点。

考核要求：课程考核综合评估学生课堂学习与实践教学表现，采取过程性评价和终结性评价相结合的方式，过程性考核占 80%，终结性评价占 20%。

(5) 大学英语

周学时数：2，学分：8，开设学期：第一、二、三、四学期。

课程目标：能运用必要的英语知识解决实际语言问题，能在日常生活与职场情景中灵活组织沟通表达，吸收多元文化知识，挖掘不同文化背后的深层内涵；能在日常生活和职场情境中高效完成沟通任务，根据升学、就业等实际需求，选用恰当方式方法开展自主学习；增强跨文化交际意识，始终坚守中国立场并拓展国际视野，培养谨慎判断的思维品格以及精益求精的职业精神。

教学内容：涵盖高职必备的英语语言知识，阅读、写作和翻译技巧；包含职场情景表达，科技、文化等内容；涉及职业英语技能及通过场景模拟解决实际问题的内容。通过完成语言实践任务，增强民族文化自豪感，培养职业精神。

教学要求：教学过程突出实践性与互动性，通过情景模拟、角色扮演、案例分析、项目学习等方式，提升学生实际语言运用能力和跨文化交际能力。

考核项目：知识考核英语所学习的基本词汇、句型、语法点。能力考核英语听、说、读、写、译等英语综合技能，以及职业英语技能。

考核要求：课程采用形成性评价和终结性评价相结合的方式，形成性评价占 80%，终结性评价占 20%。形成性评价结合出勤、学习态度、作业完成情况、课堂表现、语言实践任务、期中阶段性测评及线上自主学习等进行综合评定。终结性评价以线下集中考试的方式进行期末考试。

(6) 体育与健康

周学时数：2，学分：6，开设学期：第一、二、四学期。

课程目标：本课程旨在指导学生运用科学方法提升体能素质，规范运动技能，设计个性化锻炼计划，养成健康生活习惯，培养团队精神和意志品质；结合专业特点提升职业健康素养，践行社会主义核心价值观，塑造全面发展的高素质技术技能人才。

教学内容：教学内容依据《全国普通高等学校体育课程教学指导纲要》和《国家学生体质健康标准》，结合本校实际条件，开设篮球、排球、足球、羽毛球、匹克球、武术、健美操、啦啦操、健身气功、瑜伽、跆拳道等多种选项课。

教学要求：将理论与实践相结合，通过不同类型的体育课程教学，提高学生的兴趣和参与度，使学生掌握两项及以上健身运动的基本方法和技能。此外，通过课内外的体育活动共同改善学生的心理状态，培养积极乐观的生活态度，促进学生身心和谐发展。

考核项目：由运动项目技术与技能评价（60%）、课后体育锻炼——校园跑评价(10%)、学习过程评价(10%)、理论成绩(10%)、课堂表现(10%)组成。

考核要求：课程采用过程性评价和终结性评价相结合的方式，过程性评价占 80%，终结性评价占 20%。过程性评价包括出勤、学习态度、作业完成、课堂表现、线上自主学习等进行综合评定；终结性评价为期末考试，采用线下集中考试方式。

(7) 军事理论

周学时数：2，学分：2，开设学期：第二学期。

课程目标：系统掌握中国国防的基本体系、国家安全战略框架、经典军事思想、现代战争的形态演变及信息化装备的核心技术特征；理解国防法规与军事制度的内在逻辑。通过理论学习与实践体验，激发学生的爱国热情与民族责任感，树立革命英雄主义，增强应对复杂安全形势的国防观念，培养组织纪律性和团队协作能力。以军事教育为载体，促进大学生在思想政治、身心素质、社会责任感等方面的全面发展，为中国人民解放军储备高素质后备兵员。

教学内容：涵盖中国国防的历史沿革与当代发展、国家安全体系的多元构成及战略布局、中外经典军事思想的精髓与传承、现代战争的作战样式与制胜机理、信息化武器装备的技术原理与作战应用等。

教学要求：采用“理论讲授+案例分析+模拟训练”相结合的教学模式，通过军事纪录片赏析、国防热点研讨等活动，使学生掌握基本军事理论框架，并将理论知识转化为国防意识与行动自觉，最终实现思想政治素质、身心素质与社会适应能力的综合提升。

考核项目：中国国防知识、国家安全战略布局、中外经典军事思想、现代战争与信息化武器装备等军事理论基本知识。

考核要求：采用“过程性评价+终结性考核”相结合的方式，过程性评价占 80%，终结性考核占 20%。过程性评价包括出勤、课堂参与、学习态度、作业完成等，终结性考核为期末考查，采用线下集中考试的方式。

（8）心理健康教育

周学时数：2，学分：2，开设学期：第一学期。

课程目标：了解心理学基本概念，掌握自我调适的基本知识。掌握自

我探索技能，心理调适技能。树立科学的心理健康理念，具有正确的世界观、人生观、价值观，以期培养成为认知合理、情绪稳定的从业者。

教学内容：课程分为 3 个模块，模块一为自我认同，章节包括概论、自我意识、人格发展和情绪管理；模块二为价值认同，章节包括压力与挫折教育、人际交往、恋爱与性心理；模块三为职业认同，包括学习心理和生命教育。

教学要求：掌握心理健康调试知识，培养良好的心理素质。灵活运用心理学技巧为自己和他人做心理调适。

考核项目：考核学生是否了解简单的心理调节方法，认识心理异常现象，掌握心理健康常识。正确认识自我，促进人际和谐，提高社会适应性，以更好发挥潜能和发展自我。

考核要求：课程采用过程性评价和终结性考核相结合的方式，过程性评价占 80%，终结性考核占 20%。课前 50%，出勤 10%，课前心理知识学习 10%，课堂活动 30%；课中 30%，进行心理情景剧表演；期末考核 20%：撰写自我成长报告。

（9）信息技术

周学时数：3，学分：3，开设学期：第二学期。

课程目标：能够根据专业需求，借助 AI 技术和办公软件，完成相应任务；掌握信息检索技术和技巧，并根据专业需要，借助 AI 大模型，进行信息检索；了解新一代信息技术的种类及其应用领域，尤其是 AI 与专业融合的应用；培养学生的自主探究能力、团队协作能力、审美能力以及运用 AI 等信息技术解决问题的能力；提高学生的文学素养，爱国情感，

创新意识、信息安全意识和信息素养。

教学内容：AI 办公软件、信息检索、新一代信息技术、信息素养与社会责任。

教学要求：立德树人，加强对学生的情感态度和责任的教育；突出技能，提升学生对 AI 等信息技术的应用技能；服务专业，结合学生专业特点，融入相关的思政教学案例。

考核项目：知识考核 AI 办公软件的操作、信息检索技巧；新一代信息技术及 AI 的应用；能力考核运用 AI 等信息技术解决问题的能力、自主探究能力、团队协作能力等；素质考核信息安全意识、信息素养等。

考核要求：课程采用过程性考核和终结性考核相结合的方式，过程性评价占 80%，终结性考核占 20%。过程性考核包括出勤、学习态度、作业完成、课堂表现、线上自主学习等进行综合评定；终结性考核为期末考试，采用线下提交综合性考核作品方式。

（10）家庭建设

周学时数：2，学分：2，开设学期：第五学期。

课程目标：掌握家庭定义、类型、价值及成员权责、婚姻家庭法规与纠纷解决途径；掌握亲情培养、家庭管理、矛盾解决等知识；掌握家庭美学、健康养生、文化传承及规则构建要点；能够运用知识分析婚恋生育，用沟通技巧经营家庭关系，以法律保障权益，开展家庭财务、时间管理与活动规划，营造美学环境、践行健康生活、传承家风；树立科学家庭观与婚恋观，厚植家国情怀，培育和谐家庭素养，弘扬家庭美德，增强家庭建设能力。

教学内容：涵盖家庭之基、法、爱、智、乐、和、美、健、风、序十大模块，讲授家庭核心知识。在法律模块融入法治意识，文化传承模块融入家国情怀，实现知识与价值引领统一。

教学要求：采用“线上+线下”混合式教学，通过专题讲座、研讨、案例解析等开展，依托超星学习通等辅助，结合实践基地强化实践。

考核项目：知识考核家庭定义、婚姻家庭法规、亲情培养、家庭管理等重点内容。能力考核婚恋认知、家庭关系经营、纠纷解决、家庭规划等综合能力。

考核要求：过程性评价（80%，含出勤、课堂表现、作业、线上学习）与终结性考核（20%，情景剧考查）结合，各院部可适当调整。

（11）大学生职业发展与就业指导

周学时数：2，学分：2，开设学期：第一、二、三、四学期。

课程目标：明晰职业规划理论、自我认知与探索路径及求职要点；能独立制定职业规划，精准筛选职业信息，规范制作求职材料，灵活应对面试，有效管理职业发展。树立正确职业观，融个人发展于国家需求，培育积极心态、创新精神及敬业素养。

主要内容：以“认知—规划—就业—发展”为主线，分四大篇章并融入思政元素。认知篇解析专业与职业关联，借 MBTI、霍兰德理论引导自我探索；规划篇介绍舒伯发展理论，指导制定长中短期目标，传授 SWOT 分析法等工具；就业篇涵盖求职材料准备、笔试面试技巧、信息甄别及法律知识；发展篇指导角色转换，传授职场技能，强调持续学习。

教学要求：采用案例教学、情景模拟等方法，线上线下融合，注重理

论与实践结合，提升就业竞争力，为匹配个人与社会需求奠定基础。

考核项目：知识考核职业规划理论、探索方法及求职发展知识。能力考核规划、信息筛选能力及大赛实践竞技能力。

考核要求：采用过程性评价（80%）与终结性考核（20%）结合的方式，过程性评价包括出勤、作业、参加职业规划大赛及模拟面试等；终结性考核为线上期末考试。

（12）劳动教育

周学时数：1，学分：1，开设学期：第一、二、三、四学期。

课程目标：掌握马克思主义劳动观的核心内涵；了解我国劳动法律法规的基本条款，明晰劳动者的权利与义务；知晓不同行业的劳动特点、职业规范及劳动安全知识。具备基本的劳动技能，能完成日常生活劳动和专业相关的生产实践劳动；掌握团队协作中的劳动分工方法，能在集体劳动中有效沟通、配合完成任务。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；培育吃苦耐劳、爱岗敬业的职业精神；增强劳动责任意识，形成尊重劳动者的良好品德。

教学内容：马克思主义劳动观与新时代劳动精神解读，劳动法律法规与权益保护常识，中外劳动文化史与劳模事迹。日常生活劳动、专业关联劳动技能。

教学要求：课程采用“理论+实践”双轨模式。认真掌握劳动观的核心理论，理解劳动与个人、社会、国家的内在联系，关注劳动领域的时事与政策。遵守劳动纪律与安全规范，积极参与各类劳动活动，在实践中体会劳动过程。

考核项目：马克思主义劳动观的核心内涵，我国劳动法律法规的基本条款，不同行业的劳动特点、职业规范及劳动安全知识，基本的劳动技能实践。

考核要求：采用“过程性评价+终结性考核”相结合的方式，过程性评价占 80%，终结性考核占 20%。过程性评价包括线上课视频学习、章节测试、作业完成、实践练习等，终结性考核为期末考试，采用线上集中考试的方式。

（13）国家安全教育

周学时数：1，学分：1，开设学期：第一学期。

课程目标：掌握总体国家安全观的核心内涵与理论框架，了解政治、经济、文化等 16 个领域国家安全的基本范畴；熟悉《中华人民共和国国家安全法》等相关法律法规的关键条款；知晓我国当前面临的国家安全形势及常见风险点。具备识别国家安全风险的基本能力，能对生活中可能涉及国家安全的场景作出初步判断；掌握维护自身及身边国家安全的基础方法，能规范自身行为并向他人传递基础安全常识。树立“国家安全，人人有责”的责任意识，增强对国家主权、安全、发展利益的认同感与使命感；养成自觉维护国家安全的行为习惯，将国家安全意识融入日常学习与未来职业生活。

教学内容：总体国家安全观的提出背景、发展历程与核心要义，国家安全相关法律法规解读，政治安全、网络安全、经济安全、社会安全等重点领域的安全内涵、风险表现及应对原则。

教学要求：采用“理论讲授+案例研讨”的教学模式，通过国家安全知

识专题讲座、典型案例深度剖析等活动，使学生系统掌握总体国家安全观，培养风险识别与预警能力，增强维护国家安全的责任感与使命感，形成主动抵制危害国家安全行为的自觉意识。

考核项目：总体国家安全观的核心内涵，政治、经济、文化等 16 个领域国家安全的基本范畴，《中华人民共和国国家安全法》等相关法律法规的关键条款，我国当前面临的国家安全形势及常见风险点等。

考核要求：采用“过程性评价+终结性考核”相结合的方式，过程性评价占 80%，终结性考核占 20%。过程性评价包括线上课视频学习、章节测试、作业完成等，终结性考核为期末考试，采用线上集中考试的方式。

（14）大学语文

周学时数：2，学分：2，开设学期：第一学期。

课程目标：系统掌握语言文字文学常识，全面认知中华优秀传统文化的多元内涵；熟悉文学鉴赏基本原理与作品分析方法；精通公务、事务、职场等应用文书的文体规范与写作要求；强化听说读写综合技能，重点提升文学鉴赏、批判性思维、应用写作及职业适应能力；具备娴熟的母语驾驭能力，能精准运用语言文字进行表达交流。树立正确三观，培育职业素养与工匠精神；汲取先贤智慧与品格力量，涵养敬业精神；塑造仁爱孝悌、诚信刚毅的品格；弘扬民族精神与时代精神，增强文化自信与民族认同感。

教学内容：以人文素养培育为主线，梳理中国文学发展脉络，涵盖古今中外经典文学作品选读，聚焦重要作家与代表作的时代价值；设置应用文写作模块，训练各类文书的规范写作。

教学要求：采用“经典研读+技能实训+情境应用”模式，通过讲授、

分组讨论、写作练习等形式引导学生掌握文学基础知识与应用文写作规范。

考核项目：知识考核文学基础知识，能力考核应用文写作规范。

考核要求：采用“过程性评价+终结性考核”相结合的方式，过程性评价占 80%，终结性考核占 20%。过程性评价包括线上课视频学习、章节测试、作业完成等，终结性考核为期末考试，采用线上集中考试的方式。

（15）商务礼仪

周学时数：2，学分：2，开设学期：第五学期。

课程目标：通过学习商务礼仪，使学生了解商务礼仪规范，掌握基本的商务礼仪知识和技能，提升职业素养和形象，提高学生在商务场合中的沟通能力和人际交往能力。通过实际案例分析和社会实践，培养学生在实际工作中灵活运用商务礼仪的水平。

主要内容：包括商务礼仪基础、个人形象礼仪、商务交往礼仪、商务会议礼仪、商务宴请礼仪、国际商务礼仪、商务沟通礼仪、商务谈判礼仪等内容。

教学要求：通过理论讲解学习商务礼仪的基本理论和知识；通过案例分析，理解商务礼仪的应用场景和重要性；通过角色扮演和模拟演练，提升学生的实际操作能力；鼓励学生参与社会实践活动，如企业实习、商务活动观摩等，增强实践经验；强调课堂互动，鼓励学生提问和讨论，提高学习效果。

考核项目：通过平时表现、案例分析报告、角色扮演考核等方式考核。平时表现，包括课堂出勤、课堂表现、作业完成情况等。案例分析报告，要求学生针对某一商务礼仪案例进行分析，并撰写报告。角色扮演考核，

通过模拟商务场景，考核学生的实际操作能力。

考核要求：采用过程性评价（80%）与终结性考核（20%）结合的方式。通过平时表现、案例分析报告、角色扮演等方式进行考核，学生将全面掌握商务礼仪的知识和技能，为未来的职业发展奠定坚实基础。

2.公共基础选修课程

根据党和国家的有关文件规定，将创新创业教育、书法鉴赏、音乐鉴赏、影视鉴赏、高等数学、中华优秀传统文化、中共党史等课程列入公共基础选修课程，课程描述如下：

（1）创新创业教育

周学时数：2，学分：2，开设学期：第三学期。

课程目标：掌握创新创业理论、创新思维与机会识别方法及创业运营知识；具备创新方案设计、机会评估、计划书撰写、项目管理及风险应对能力；树立正确创新创业观，结合个人创业与社会需求，培养开拓精神、创新意识及诚信负责的商业素养。

主要内容：以“创新—创业—实践—成长”为主线，分四大篇章融入思政元素。创新篇解析创新与创业关联，激发潜能；创业篇指导制定项目计划，传授市场调研工具；实践篇涵盖计划书撰写、路演技巧等；成长篇指导从项目到运营的角色转换，强调持续创新的重要性。

教学要求：采用案例教学、情景模拟等互动方式，线上线下融合，注重理论与实践结合，鼓励参与创新大赛、孵化项目等，助力建立创新创业意识，提升实践能力。

考核项目：知识考核创新创业理论、计划书撰写方法、路演技巧及大

赛知识；能力考核创业规划、项目分析、计划书制作、路演展示及大赛实践竞技能力。

考核要求：采用过程性评价（80%）与终结性考核（20%）结合的方式，过程性评价包括出勤、课堂表现、创业计划书、模拟路演、参加创新大赛等；终结性考核为线上期末考试。

（2）书法鉴赏

周学时数：2，学分：2，开设学期：第三学期。

课程目标：本课程旨在引导学生掌握篆、隶、楷、行、草五种书体的辨识与风格特征，欣赏书法艺术中笔法、字法、章法、墨法的美感，理解书法与汉字演变、中国传统文化的内在联系，并通过结合作者生平和时代背景解读经典碑帖的精神内涵与美学价值，借助基础临摹实践体验书写过程、加深对笔法与节奏的控制与理解；同时在陶冶情操、静心养性的过程中培养耐心与专注力，通过感受历代书家的人格魅力与作品格调，接受中华传统美德教育，全面提升人文修养与文化自信。

教学内容：汉字演变简史、文房四宝知识、书法基本技法与美学原则；篆书、隶书、楷书、行书、草书的代表作品精讲；深入研读王羲之、欧阳询、苏轼、赵孟頫等历代书法大家的代表作；书法与文学、哲学、绘画的关系探讨。

教学要求：教师要以立德树人为根本，基于深入备课和清晰目标进行精准的教学设计；在实施教学中善于引导、有效互动，并灵活运用多种教学策略与方法激发学生思维；注重通过多元评价及时反馈以调整教学。教师要言行雅正，关爱、尊重所有学生，教学中始终牢记“师德师风”要求。

考核项目：知识考核对书法史、书体特征、代表书家及作品的基本认知；能力考核对书法作品的鉴赏、批评能力，以及通过临摹所体现的初步实践理解能力。

考核要求：课程采用过程性评价和终结性考核相结合的方式，过程性评价占 80%，终结性考核占 20%。过程性评价包括出勤 10%、学习态度 20%、作业完成 10%、课堂表现 30%、线上自主学习 10%等进行综合评定；终结性考核为期末考试，采用线下集中考试方式。

（3）音乐鉴赏

周学时数：2，学分：2，开设学期：第三学期。

课程目标：本课程旨在通过辨识中外不同历史时期与民族的主要音乐流派、风格特征及代表性作曲家与作品，引导学生运用旋律、节奏、和声、音色等音乐要素分析作品结构与情感表达，同时结合历史文化背景阐释音乐的社会功能与文化内涵，建立音乐风格演变与人类文明发展的关联性认知，培养对音乐的批判性思考与价值评判能力，进而提升学生的审美感知与人文素养，塑造高雅的审美情趣，并通过中国民族音乐经典增强文化自信与民族自豪感，弘扬中华美育精神。

教学内容：音乐基本要素（节奏、旋律、音色、乐器）的认知与听辨；中国古代音乐、民间音乐、近现代经典作品赏析；巴洛克、古典主义、浪漫主义到 20 世纪现代音乐的风格演变与代表作赏析。

教学要求：教师要以立德树人为根本，基于深入备课和清晰目标进行精准的教学设计；在实施教学中善于引导、有效互动，并灵活运用多种教学策略与方法激发学生思维；注重通过多元评价及时反馈以调整教学。教

师要言行雅正，关爱、尊重所有学生，教学中始终牢记“师德师风”要求。

考核项目：知识考核对中外音乐史、音乐流派、代表人物及作品的基本认知；能力考核对音乐作品的聆听、分析、阐释、评价能力以及小组协作与表达展示能力。

考核要求：课程采用过程性评价和终结性考核相结合的方式，过程性评价占 80%，终结性考核占 20%。过程性评价包括出勤 10%、学习态度 20%、作业完成 10%、课堂表现 30%、线上自主学习 10%等进行综合评定；终结性考核为期末考试，采用线下集中考试方式。

（4）影视鉴赏

周学时数：2，学分：2，开设学期：第三学期。

课程目标：本课程旨在使学生掌握解构影视艺术视听语言的能力，并能够辨识剧情片、纪录片等不同类型影片的风格；培养学生分析影视文本的叙事策略、人物塑造与情感思想传递，能够结合社会文化语境对作品主题、意识形态、艺术价值、社会影响进行批判性阐释，最终通过中外优秀影视作品提升学生的媒介素养与影像批判解读能力，帮助树立正确的历史观和价值观，增强对当代社会的认知与思辨能力。

教学内容：中外经典剧情片、商业片、动画片、艺术电影的主要风格与代表作赏析；中外具有重要影响力的电影导演及其美学风格专题研究；影视艺术与世界文化的关联探讨；镜头运动、剪辑、音乐、色彩等元素的分析与读解。

教学要求：教师要以立德树人为根本，基于深入备课和清晰目标进行精准的教学设计；在实施教学中善于引导、有效互动，并灵活运用多种教

学策略与方法激发学生思维；注重通过多元评价及时反馈以调整教学。教师要言行雅正，关爱、尊重所有学生，教学中始终牢记“师德师风”要求。

考核项目：知识考核对电影史、电影理论、类型概念、导演风格的基本认知；能力考核对影视作品的视听读解、叙事分析、批判性思考和影评写作能力。

考核要求：课程采用过程性评价和终结性考核相结合的方式，过程性评价占 80%，终结性考核占 20%。过程性评价包括出勤 10%、学习态度 20%、作业完成 10%、课堂表现 30%、线上自主学习 10%等进行综合评定；终结性考核为期末考试，采用线下集中考试方式。

(5) 高等数学

周学时数：2，学分：2，开设学期：第三学期。

课程目标：清晰描述函数、极限与连续、导数与微分、不定积分、定积分等核心概念的定义；熟练掌握极限运算法则、导数与微分公式、积分的计算技巧等，支撑计算机程序分析、数据建模等专业问题运算，领会极限“无限逼近”、积分“微元累积”等数学思想。具备熟练的计算能力；能够将微积分、微分方程等基本理论，应用于专业相关问题的求解中，并依据计算结果进行分析、推断、预测。通过数学理论严谨推导，树立实事求是、一丝不苟的科学精神；通过融入数学史与数学家故事，厚植爱国主义情怀，塑造坚韧奋斗品格；通过数学建模实践，锻炼创新思维。

教学内容：涵盖函数与极限、连续、导数与微分、微分中值定理与导数的应用、不定积分与定积分以及常微分方程。

教学要求：紧密锚定专业人才培养目标，系统涵盖函数、极限与连续、

导数与微分、微分中值定理与导数的应用、不定积分与定积分、常微分方程六大核心板块。各板块既讲解核心理论要点，又结合专业领域实践适配场景，兼顾数学逻辑严谨性与专业实用价值。

考核项目：极限的计算、函数的连续性、一元微积分的计算、一阶线性微分方程的建立与解法。

考核要求：课程采用过程性评价和终结性评价相结合的方式，过程性评价占 80%，终结性评价占 20%。过程性评价包括出勤、作业完成、课堂表现、阶段性测试等进行综合评定；终结性评价为期末考试，采用线下集中考试方式。

（6）中华优秀传统文化

周学时数：1，学分：1，开设学期：第三学期。

课程目标：学生通过学习，掌握中华优秀传统文化的主要特征和根本精神，熟知中华传统美德元素与传统礼仪精神及中国文学艺术、科学技术主要成果；学生能以中华传统美德为基础涵养良好的行为习惯和健全人格，能客观理性的分析和解读常见社会现象；培养学生人文精神，提升文化自觉和民族自信，培养文化创新意识，增强学生传承弘扬中华优秀传统文化的责任感和使命感。

教学内容：中国历史文化脉络、中国城市、中国古典建筑、中国古典园林与自然、中国器物文化、中国古代科技、中国古代文学、中国古代艺术、中华优秀传统文化核心理念。

教学要求：坚持立德树人，注重挖掘优秀传统文化中蕴含的资源，培养学生的文化自信和民族自豪感；突出职教特色，根据专业不同，采取针

对性教学，助力学生职业发展；强化思政属性，以思政实践培育创新思维。

考核项目：课程为限选考查课，考查学生对中华优秀传统文化的基本概念和主要成就等基础知识的掌握。

考核要求：百分制考核，采用过程性评价和终结性考核相结合的方式，过程性评价综合评定课堂表现和思政实践，占比80%，终结性考核占比20%。

（7）中共党史

周学时数：1，学分：1，开设学期：第三学期

课程目标：通过系统讲授中国共产党从创立到发展壮大的历史进程，帮助学生全面掌握党的重大事件、重要会议、关键决策，深刻理解党的初心使命与奋斗历程。引导学生树立正确的党史观，增强对党的认同感、归属感和使命感，自觉传承红色基因，勇担时代责任。

教学内容：涵盖中国共产党成立的历史背景、新民主主义革命的艰难探索、社会主义革命与建设的伟大实践、改革开放的重大决策与成就，以及中国特色社会主义新时代的辉煌篇章。重点讲述党的理论创新成果、伟大精神传承，剖析党在不同历史阶段如何应对挑战、把握机遇，推动中国社会不断进步。

教学要求：坚持史论结合，采用多样化教学方法，注重引导学生从历史中汲取智慧，联系现实，思考党的历史经验对当代社会发展和个人成长的启示。

考核项目：考核学生对党的历史知识的掌握程度，运用唯物史观分析党史问题的能力，评估学生对党的精神内涵的理解与感悟，以及在现实生活中践行党的优良传统的意识。

考核要求：采用多元化考核评价体系，过程性评价占比 80%，终结性考核占比 20%。

（二）专业课程

专业课程包括专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程。

1.专业基础课

根据行业发展以及人才培养的要求，将跨境电子商务基础、市场营销、零售基础、国际贸易基础、商务数据分析、跨境电商政策法规、管理学基础列入专业基础课程，课程描述如下：

（1）跨境电子商务基础

周学时数：4，学分：4，开设学期：第一学期。

课程目标：了解电子商务在国际贸易中的应用方法与技术；掌握跨境电子商务基础知识；能够用信息技术和互联网技术手段完成跨境电子商务实践中的信息搜索、产品营销、支付、运输和保险等方面的应用。

学习内容：跨境电子商务含义与特征；跨境电子商务的产生、发展及驱动因素；电子商务在国际贸易中的基本应用；电子商务对国际贸易的影响；跨境电子商务发展中存在的问题。

教学要求：采用混合式教学模式，运用多种教学方法，形成性考核与终结性考核相结合组织学生完成多平台比选分析报告及物流成本矩阵测算方案。

考核项目：考查学生对跨境电子商务的基本概念、业务模式、交易流程、主流平台规则等基础知识的掌握，以及运用基础理论分析跨境电商行业典型案例的初步能力。

考核要求：百分制考核，采用过程性评价和终结性考核相结合的方式。过程性评价综合评定课堂出勤、课堂互动发言、课后作业完成质量、跨境电商平台模拟操作练习等，占比 80%；终结性考核以课程论文或案例分析报告形式开展，考查学生对跨境电商基础理论的综合运用能力，占比 20%。

（2）市场营销

周学时数：4，学分：4，开设学期：第一学期。

课程目标：认识市场营销环境，掌握市场营销分析的基本策略；理解顾客价值理论，掌握研究消费者需要、动机和消费者行为分析的理论和方法；掌握市场细分的基本理论、目标市场策略、市场定位策略；掌握产品策略、价格策略、分销策略、促销策略的主要内容；了解市场营销战略和营销控制的相关内容。

学习内容：市场营销环境、市场营销分析的基本策略；顾客价值理论，研究消费者需要、动机和消费者行为分析的理论和方法；市场细分的基本理论、目标市场策略、市场定位策略；产品策略、价格策略、分销策略、促销策略的主要内容；市场营销战略和营销控制的相关内容。

教学要求：采用混合式教学模式，运用多种教学方法，过程性考核与终结性考核相结合要求学生为跨境新品设计全渠道推广方案并模拟路演。

考核项目：考查学生对市场营销的核心概念、4P/4C 等经典理论、市场调研方法、目标市场定位、营销策略制定等知识的掌握，以及运用市场营销理论解决实际商业问题的能力。

考核要求：采用过程性评价和终结性考核相结合的方式。过程性评价综合评定课堂表现（含案例讨论、小组发言）、市场调研实践报告、阶段

性营销策略设计作业等，占比 80%；终结性考核通过闭卷考试考查学生对市场营销理论体系的掌握，或通过综合性营销方案设计考查实践能力，占比 20%。

（3）零售基础

周学时数：4，学分：4，开设学期：第一学期。

课程目标：掌握零售商店选址原则、分析零售商圈特点、设计零售店铺商品布局方案、掌握商品陈列方法且制定促销方案等。具备在运营过程中独立分析问题、解决问题能力、商机捕捉能力。

学习内容：主要包括零售导论、零售业态、零售竞争战略、零售扩张与选址、零售组织设计、商品规划、采购管理、价格管理、促销管理、服务管理、商场设计与商品陈列、零售数字化与智慧商店等内容。

教学要求：采用混合式教学模式，运用多种教学方法，过程性考核与终结性考核相结合利用热力图工具分析商圈客流规律，完成智慧商店布局设计及动线优化提案。

考核项目：考查学生对零售的基本概念、零售业态分类、零售企业运营流程、零售行业发展趋势等基础知识的掌握，以及对不同零售业态运营模式的分析能力。

考核要求：百分制考核，采用过程性考核和最终评价相结合的方式。过程性考核综合评定课堂出勤、课堂案例分析报告、零售门店实地调研作业、零售陈列方案设计练习等，占比 80%；最终评价以闭卷考试或零售企业运营方案设计的形式开展，考查学生对零售基础理论与实践的综合掌握程度，占比 20%。

(4) 国际贸易基础

周学时数：4，学分：4，开设学期：第二学期。

课程目标：熟悉进出口贸易的基本程序和基本做法，能熟悉并胜任国际贸易业务中各环节的工作，能具备制定工作计划和解决实际业务问题的能力，能具备获取和使用信息的能力。具有理论分析和实务操作的基本能力。

学习内容：国际贸易的基本理论基础知识，对外贸易理论及政策，国际贸易措施，国际贸易条约、协定与组织，区域经济一体化，跨国公司的理论与实践，服务贸易，中国对外经济等国际贸易相关的认知性基础知识。

教学要求：采用混合式教学模式，运用多种教学方法，形成性考核与终结性考核相结合模拟 RCEP 原产地规则应用场景，通过阿里巴巴国际站实训处理信用证交易纠纷。

考核项目：考查学生对国际贸易的基本概念、国际贸易术语、国际贸易流程、国际贸易政策与壁垒等基础知识的掌握，以及运用国际贸易理论分析国际贸易案例的能力

考核要求：百分制考核，采用过程性考核和最终评价相结合的方式。过程性考核综合评定课堂表现、国际贸易术语应用练习、阶段性作业、案例分析报告等，占比 80%；最终评价通过闭卷考试考查学生对国际贸易基础理论和核心知识的掌握，占比 20%。

(5) 商务数据分析

周学时数：4，学分：4，开设学期：第三学期

课程目标：通过介绍商务数据分析的思想、方法，使学生掌握从历史

数据中获取有用的认识、求解优化问题、对不确定性的决策问题进行模拟分析的能力，具备用商务数据分析的思想和方法，对不确定性问题进行建模和计算的能力。

学习内容：了解商务数据分析的应用领域，掌握数据分析的基本方法；用时间序列分析、线性回归分析、优化决策分析基本原理解决问题；用 Excel 软件进行商务数据分析的使用方法，能将其应用于解决实际问题。

教学要求：采用混合式教学模式、运用多种教学方法、形成性考核与终结性考核相结合、采用仿真实训的方式，通过真实项目引导教学，边学边练，教学做训评一体化，让学生真正掌握商务数据分析的知识精髓。

考核项目：考查学生对商务数据的基本概念、数据收集与清洗方法、数据分析工具的操作能力，以及运用数据分析方法解决商务场景中问题的能力。

考核要求：百分制考核，采用过程性考核和最终评价相结合的方式。过程性考核综合评定课堂实操练习、阶段性数据分析报告、小组数据调研与分析项目等，占比 80%；最终评价以综合性商务数据分析项目的形式开展，考查学生的综合数据分析与应用能力，占比 20%。

（6）跨境电商政策法规

周学时数：2，学分：2，开设学期：第三学期。

课程目标：了解跨境电子商务的概述和跨境电子商务在我国的立法概况；了解电子商务平台的法律法规，并掌握电子合同的签订等内容。

学习内容：跨境电子商务法基础、跨境电子商务交易规则及相关法律法规、跨境电子商务权益保护法律制度、跨境电子商务管制法律制度和跨

境电子商务争议解决法律制度等内容。

教学要求：采用混合式教学模式，运用多种教学方法，形成性考核与终结性考核相结合，剖析经典诉讼案例，模拟欧盟 **EPR** 合规申报全流程操作。

考核项目：考查学生对跨境电商相关政策（如进出口税收政策、监管政策、跨境支付政策等）、法律法规（如海关法、电子商务法、知识产权法在跨境电商中的应用等）的掌握，以及运用相关政策法规解决跨境电商实际运营中合规问题的能力。

考核要求：百分制考核，采用过程性考核和最终评价相结合的方式。过程性考核综合评定课堂案例分析、政策法规解读报告、阶段性作业等，占比 **80%**；最终评价通过闭卷考试考查学生对跨境电商政策法规体系的掌握，或通过跨境电商合规案例分析报告考查应用能力，占比 **20%**。

（7）管理学基础

周学时数：4、2，学分：5，开设学期：第四、五学期。

课程目标：本课程以组织为研究对象，致力于研究管理者如何有效地管理其所在的组织。通过本课程的学习，要求学生系统地掌握管理学的基本理论和一般方法，了解管理思想史，具有通过执行计划、组织、领导、控制等职能，整合组织的各项资源，实现组织目标的能力。

学习内容：本课程主要讲授管理活动过程及其规律、管理的基本概念、管理理论的形成与发展；计划、决策、组织设计、人员配备、领导、激励、协调与沟通、控制等内容。

教学要求：采用混合式教学模式，运用多种教学方法，形成性考核与

终结性考核相结合，掌握管理理论，培养实践能力与职业素养。

考核项目：考查学生对管理学的基本概念、经典管理理论、管理职能等知识的掌握，以及运用管理理论分析企业管理问题、提出解决方案的初步能力。

考核要求：百分制考核，采用过程性考核和最终评价相结合的方式。过程性考核综合评定课堂表现（含管理案例讨论）、阶段性管理方案设计作业、小组管理模拟实践报告等，占比 80%；最终评价以闭卷考试考查学生对管理学理论体系的掌握，或通过企业管理案例分析报告考查综合应用能力，占比 20%。

2.专业核心课

根据行业发展以及人才培养的要求，将选品管理、视觉营销设计、跨境电商运营、国际市场推广、跨境供应链管理、AI+商务智能、跨境电商客户服务、跨境电子商务通关实务列入专业核心课程，课程描述如下：

（1）选品管理

周学时数：2，学分：2，开设学期：第二学期。

课程目标：使学生能够熟练地在跨境电子商务主流第三方平台，如速卖通、Wish、亚马逊、eBay 等上面开展跨境电商选品。能依据不同产品的生命周期规律，及时调整销售计划与定价策略。

学习内容：通过校内实训平台及第三方产品数据采集工具和方法，用户需求分析方法，如何选择稳定优质的供应商，如何进行产品市场分析与定位，制订合理的价格与销售计划。

教学要求：采用混合式教学模式，运用多种教学方法，过程性考核与

终结性考核相结合，通过案例研讨与电商平台实操，培养选品策略制定与风险评估技能。

考核项目：考查学生对跨境电商选品的基本原则、选品方法（如数据选品、市场需求分析选品等）、选品工具使用、供应链匹配与选品风险控制等知识的掌握，以及独立完成跨境电商产品选品方案设计的能力。

考核要求：百分制考核，采用过程性考核和最终评价相结合的方式。过程性考核综合评定课堂选品案例分析、阶段性选品调研作业、选品工具实操练习等，占比 80%；最终评价以完整的跨境电商选品方案设计的形式开展，占比 20%。

（2）视觉营销设计

周学时数：4，学分：4，开设学期：第三学期。

课程目标：通过理实一体化的教学理念，采用项目实战的教学方法，掌握电商运营的原理，掌握电商视觉营销基础知识，具备网站店铺布局和视觉设计、电商产品视觉、活动视觉等传统 PC 端视觉营销的基本技能，熟悉视觉数据分析及流量引导和转化率提升的技能，并了解移动端视觉营销的发展和运用，把握电商发展的新方向。

学习内容：视觉营销设计的基本概念、原则和技巧，包括色彩心理学、排版规则、图形设计；根据不同的广告目标和受众特点进行创意设计；包装设计提升产品价值感和品牌形象；有效的展示设计吸引顾客注意，提升销售业绩。

教学要求：采用混合式教学模式，运用多种教学方法，形成性考核与终结性考核相结合，培养掌握视觉元素（色彩、排版、图像等）的营销应

用原理与设计工具的核心技能，提升视觉呈现与消费者心理洞察能力。

考核项目：考查学生对视觉营销设计的基本原理、色彩搭配、构图技巧、设计软件操作能力，以及针对电商场景进行视觉设计的能力。

考核要求：百分制考核，采用过程性考核和最终评价相结合的方式。过程性考核综合评定课堂设计练习、阶段性设计作品、设计思路汇报等，占比 80%；最终评价以完整的电商视觉营销设计项目的形式开展，占比 20%。

（3）跨境电商运营

周学时数：4，学分：4，开设学期：第三学期。

课程目标：具备跨境电子商务销售能力、策略策划能力、信息收集与分析能力、客户服务与管理、团队管理等专业能力和学习能力、执行力、沟通能力、团队协作能力等职业关键能力，具有职业意识、职业道德。

学习内容：学习主流的跨境电商平台的运营操作等技能，以及店铺注册、产品上架流程、关键词收集和筛选方法、策划运营活动等，分析店铺绩效数据，调整运营策略，制订店铺补发货计划。

教学要求：采用混合式教学模式，运用多种教学方法，形成性考核与终结性考核相结合，在速卖通虚拟仿真系统达成 GMV 目标。

考核项目：考查学生对跨境电商平台运营的全流程知识，包括店铺搭建、产品上架优化、Listing 撰写、流量获取、订单处理与客户维护、数据分析与运营策略调整等，以及独立开展跨境电商店铺运营的实操能力。

考核要求：百分制考核，采用过程性考核和最终评价相结合的方式。过程性考核综合评定课堂运营模拟练习、阶段性运营报告、平台操作实操

作业等，占比 80%；最终评价以跨境电商店铺运营方案或运营模拟成果的形式开展，占比 20%。

（4）国际市场推广

周学时数：2，学分：2，开设学期：第四学期。

课程目标：掌握国际市场营销的专业基础知识；掌握应用国际市场营销的战略和营销方法，开展国际市场营销活动；能够运用信息收集工具，分析国际市场数据，制定销售方案；增强文化自信，确立国产品牌的责任担当，具有爱岗敬业的职业精神。

学习内容：跨境电商站外推广方法和技巧、短视频推广；学习制定结合产品和品牌特点的推广方案，利用数据监测，分析搜索引擎营销相关数据，学习撰写推广文案，选择广告投放平台，学习如何建立并维护品牌社交媒体形象，能够根据数据反馈及时调整推广策略。

教学要求：采用混合式教学模式，运用多种教学方法，形成性考核与终结性考核相结合，通过数字营销工具及国际案例模拟，提升渠道运营与品牌出海能力。

考核项目：考查学生对国际市场推广的基本概念、国际市场调研方法、国际目标市场定位、国际推广渠道（如社交媒体推广、搜索引擎营销、海外展会、跨境电商平台推广等）、国际品牌传播策略等知识的掌握，以及制定国际市场推广方案的能力。

考核要求：百分制考核，采用过程性考核和最终评价相结合的方式。过程性考核综合评定课堂案例分析（国际市场推广成功与失败案例）、国际市场调研报告、阶段性推广渠道分析作业等，占比 80%；最终评价以针

对特定产品或品牌的国际市场推广方案（含市场分析、目标受众、推广渠道选择、推广内容设计、预算与效果评估等）的形式开展，占比 20%。

（5）跨境供应链管理

周学时数：4，学分：4，开设学期：第四学期。

课程目标：熟练掌握跨境供应链的基础知识；掌握跨境产品采购环节操作技巧、物流方案制定方法与实施流程。具备根据实际情况提出跨境供应链的改进建议；运用跨境电商物流的费用计算方式来计算成本；熟悉平台的操作流程等。

学习内容：包括跨境电商供应链认知、跨境电商供应链采购、跨境电商供应链仓储、跨境电商供应链发货、跨境电商供应链通关等内容。

教学要求：采用混合式教学模式，运用多种教学方法，形成性考核与终结性考核相结合，构建学生全流程管理方法，优化供应链模式选择与运营管理的核心能力及跨学科素养。

考核项目：考查学生对跨境供应链的基本概念、跨境供应链各环节的运作流程、跨境供应链风险识别与应对、跨境供应链优化策略等知识的掌握，以及分析和优化跨境供应链运作的的能力。

考核要求：百分制考核，采用过程性考核和最终评价相结合的方式。过程性考核综合评定课堂供应链案例分析、阶段性供应链方案设计作业、供应链数据分析报告等，占比 80%；最终评价以跨境供应链优化方案的形式开展，占比 20%。

（6）AI+商务智能

周学时数：4，学分：4，开设学期：第四学期。

课程目标：掌握 AI 与商务智能（BI）的核心技术原理（机器学习、数据挖掘、自然语言处理）及其在跨境场景下的应用逻辑，理解跨境电商全链路数字化框架（选品、供应链、营销、客户管理）与 AI 赋能的结合点，具备“技术+商业”双核思维，能通过 AI 与 BI 技术解决跨境业务复杂问题。

学习内容：认识 AI 基础，全面了解当前主流的生成式 AI 工具，涵盖文本、图片、视频及 AI 数字人等多个方面；利用 AI 工具快速且全面地捕捉电商市场的最新动态与概况；依托先进的 AI 工具和实训背景资料，获取新媒体创意策划的灵感，形成独特策划思路。

教学要求：采用混合式教学模式，运用多种教学方法，形成性考核与终结性考核相结合，掌握商务智能与人工智能技术的融合应用。

考核项目：考查学生对 AI 基本概念、AI 在商务领域的应用场景、商务智能系统的构成与运作原理、AI 技术在商务数据分析与决策中的应用等知识的掌握，以及运用 AI 工具解决商务问题的初步能力。

考核要求：百分制考核，采用过程性考核和最终评价相结合的方式。过程性考核综合评定课堂案例分析、AI 工具实操练习、阶段性 AI 商务应用分析报告等，占比 80%；最终评价以 AI+商务智能应用方案的形式开展，占比 20%。

（7）跨境电商客户服务

周学时数：2，学分：2，开设学期：第四学期。

课程目标：通过课堂教学和学生实践相结合，使学生掌握跨境电子商务客户服务的基础知识；具备良好的服务沟通能力，能够熟练运用所学知

识解决生产生活中所遇到的问题，提升学生的服务水平。

学习内容：认识跨境电子商务客户服务；操作跨境电子商务主流平台及其客户服务体系；售前、售中和售后客户服务与沟通；跨境电子商务客户服务技巧等内容。

教学要求：采用混合式教学模式，运用多种教学方法，形成性考核与终结性考核相结合，掌握跨境电商客服岗位的核心技能，通过仿真平台操作，强化学生解决实际问题的能力。

考核项目：考查学生对跨境电商客户服务的基本理念、服务流程、不同国家和地区的客户消费习惯与文化差异、客户投诉处理技巧、跨境客服工具使用等知识的掌握，以及开展跨境电商客户服务的实操能力。

考核要求：百分制考核，采用过程性考核和最终评价相结合的方式。过程性考核综合评定课堂客服模拟演练、阶段性客服案例分析报告、客服沟通话术设计作业等，占比 80%；最终评价以跨境电商客服方案设计或客服模拟实战成果的形式开展，占比 20%。

(8) 跨境电子商务通关实务

周学时数：2，学分：2，开设学期：第四学期。

课程目标：掌握跨境电商进出口通关的核心政策框架，包括海关监管代码的适用范围及差异，理解跨境电商进口综合税、行邮税及出口退税的计算方法，熟悉完税价格确定原则及免税额度，熟练操作中国电子口岸、“互联网+海关”等平台，实现报关单填制、舱单申报及数据对接，理解“关、税、汇、检、物、融”一体化协同机制，具备全局性业务视角。

学习内容：跨境电商关务基础、跨境电商进口通关流程、跨境电商出

口通关流程、跨境电商关务技能等四个项目；包括跨境电商通关核心流程构建内容框架，分为基础理论、进口通关、出口通关和关务技能四大模块，系统解析 1210、9610、9710 等主流及新兴业务模式操作规范，重点涵盖商品归类、税费核算及报关单填制等实务技能。

教学要求：采用混合式教学模式，运用多种教学方法，形成性考核与终结性考核相结合，掌握跨境电商通关的核心流程及国际规则，理解与传统外贸通关的差异点。

考核项目：考查学生对跨境电子商务通关的基本流程、通关所需单证、不同贸易方式的通关要求、海关监管政策与通关合规要点等知识的掌握，以及模拟完成跨境电商通关操作的能力。

考核要求：百分制考核，采用过程性考核和最终评价相结合的方式。过程性考核综合评定课堂通关单证填写练习、阶段性通关案例分析报告、通关模拟系统操作作业等，占比 80%；最终评价以跨境电商通关全流程模拟操作的形式开展，占比 20%。

3.专业拓展课程

专业拓展课程包括图形图像处理、数据可视化、影视剪辑、数据化运营、零售门店 O2O 运营、品牌策划与推广、互联网产品开发、人工智能导论、企业财务会计、财税基础，课程描述如下：

(1) 图形图像处理

周学时数：4，学分：4，开设学期：第二学期。

课程目标：通过该软件的学习能使学生掌握使用 Photoshop 进行绘图、网店网页美工设计、照片处理等。能够让学生达到熟练操作图像处理的方法

法与灵活运用设计创作的基本要求，从而达到专业学习的基本要求和满足市场与社会发展的需求。学生应掌握平面绘图；掌握图层、通道、路径等在平面图形图像处理中的应用；掌握常用的滤镜效果并在创作中应用；掌握图形图像的输出。

学习内容：掌握 Photoshop 的界面，相关工具的使用，图层、蒙版的应用，通道的使用技巧，路径的使用方法及滤镜的灵活运用，对互联网技术的支持，电子商务 GIF 动画的制作方法等，为网页设计打好基础。

教学要求：采用混合式教学模式，采用“理实一体化”教学，形成性考核与终结性考核相结合，完成标志设计、包装设计、数字界面设计等项目实践。

考核项目：考查学生对图形图像处理的基本概念、色彩理论、图像分辨率与格式、图像处理软件的操作技巧，以及根据不同商务场景完成图形图像处理任务的能力。

考核要求：百分制考核，采用过程性考核和最终评价相结合的方式。过程性考核综合评定课堂实操练习、阶段性图像处理作品、设计思路分享等，占比 80%；最终评价以综合性图形图像处理项目的形式开展，占比 20%。

（2）数据可视化

周学时数：4，学分：4，开设学期：第二学期。

课程目标：通过本课程的学习，使学生理解数据可视化与可视分析领域基本概念与方法论，应用基础与趋势，确定潜在的目标用户，学会进行需求分析与挖掘，设计并实现可视分析系统原型。

学习内容：具体内容主要包括人的视觉系统感知、数据分析与挖掘的

基本方法、数据可视化及可视分析的原理，地理空间可视化、高维数据可视化、时序数据可视化、层次数据可视化、网络可视化、跨媒介可视化。

教学要求：采用混合式教学模式，运用多种教学方法，形成性考核与终结性考核相结合，指导学生能独立完成从数据清洗到可视化呈现的全流程。

考核项目：考查学生对数据可视化的基本原理、常用图表类型（如柱状图、折线图、饼图、热力图、词云等）的选择与应用、数据可视化工具的操作能力，以及将复杂商务数据转化为清晰、直观且具有决策价值的可视化图表或报告的能力。

考核要求：百分制考核，采用过程性考核和最终评价相结合的方式。过程性考核综合评定课堂可视化练习、阶段性数据可视化报告、小组数据可视化项目等，占比 80%；最终评价以综合性数据可视化项目的形式开展，占比 20%。

（3）影视剪辑

周学时数：2，学分：2，开设学期：第二学期

课程目标：通过课程的学习，掌握视频处理软件的使用和编辑技巧，以及编辑的基本流程，学会使用视频和音频滤镜为影片添加特殊效果，并能够综合所学知识制作完整的视频作品，使学生具备视频编辑和制作岗位的职业技术能力。

学习内容：编辑和组装各种视频、音频剪辑片段；对视频片段进行各种特效技术效果处理；在视频剪辑上添加各种字幕、图标和其他视频效果；在两段视频之间增加各种过渡效果；设置音频、视频编码及压缩参数；改

变视频特性参数，如图像位深、视频帧率，以及音频采样等。

教学要求：采用混合式教学模式，运用多种教学方法，形成性考核与终结性考核相结合，指导学生完成如纪录片剪辑、广告片包装的短片创作。

考核项目：考查学生对影视剪辑的基本原理、剪辑流程（素材采集、粗剪、精剪、配乐、字幕添加、调色等）、剪辑软件（如 **Premiere Pro**、**Final Cut Pro**、剪映等）的操作技巧，以及根据不同商务需求（如企业宣传视频、产品介绍视频、电商直播片段剪辑等）完成影视剪辑作品的的能力。

考核要求：百分制考核，采用过程性考核和最终评价相结合的方式。过程性考核综合评定课堂剪辑练习、阶段性剪辑作品、剪辑思路汇报等，占比 80%；最终评价以完整的商务影视剪辑作品的形式开展，占比 20%。

（4）数据化运营

周学时数：2，学分：2，开设学期：第二学期。

课程目标：通过本课程的学习，具备运用大数据思维和分析工具进行互联网环境下商务数据分析与应用的能力，实施以提升客户满意度、客户价值为目标的客户数据搜集与客户价值分析。

学习内容：具体内容主要包括数据分析认知、商务数据分析指标体系、商务数据分析指标体系、数据分析方法和工具运用、流量来源分析、成转化率分析、网店商品分析、网店客服服务分析、行业数据分析、客户行为分析、订单漏斗分析、店铺优化方案实施与效果评估。

教学要求：采用混合式教学模式，运用多种教学方法，形成性考核与终结性考核相结合，指导学生能独立完成从数据采集到策略制定的全流程。

考核项目：考查学生对数据化运营的核心概念、的理解与分析方法、

数据驱动运营决策的流程、数据化运营工具的使用等知识的掌握，以及运用数据指导并优化电商或企业运营活动的能力。

考核要求：百分制考核，采用过程性考核和最终评价相结合的方式。过程性考核综合评定课堂运营数据解读练习、阶段性数据化运营报告、运营数据监控与分析作业等，占比 80%；最终评价以数据化运营优化方案的形式开展，占比 20%。

(5) 零售门店 O2O 运营

周学时数：4，学分：4，开设学期：第五学期。

课程目标：了解并掌握零售门店线上线下融合运营的理念、策略及实操技巧。通过这门课程，学生将学会如何利用 O2O（线上到线下）模式，提升零售门店的销售业绩，增强客户体验，以及优化门店运营。

学习内容：O2O 模式的基本概念、发展历程以及当前的市场趋势；将线上和线下的运营策略相结合，包括线上平台的搭建、线下门店的布局、商品陈列、促销活动；分析消费者的购物行为、消费心理以及购物习惯；通过数据分析工具来监测门店业绩，分析销售数据，并根据分析结果调整运营策略；利用社交媒体平台进行品牌推广、客户互动以及营销活动，提升门店知名度。

教学要求：采用混合式教学模式，运用多种教学方法，形成性考核与终结性考核相结合，指导学生能够制定商品规划方案和智能选品策略。

考核项目：考查学生对零售门店 O2O（线上到线下）运营的基本概念、O2O 运营模式（如线上下单线下自提、线下体验线上购买、线上线下一体化营销等）、O2O 平台（如美团、饿了么、企业自有线上商城等）操作、

O2O 运营中的库存协同、订单处理、客户引流与转化等知识的掌握，以及制定零售门店 O2O 运营策略的能力。

考核要求：百分制考核，采用过程性考核和最终评价相结合的方式。过程性考核综合评定课堂 O2O 运营案例分析、阶段性 O2O 运营方案设计作业（如某门店线上引流活动策划）、O2O 平台操作实操等，占比 80%；最终评价以零售门店 O2O 运营全案设计（含门店 O2O 定位、线上线下联动策略、运营目标、执行计划与效果评估等）的形式开展，占比 20%。

（6）品牌策划与推广

周学时数：4，学分：4，开设学期：第五学期。

课程目标：聚焦品牌全生命周期管理，具备系统化品牌建设能力：掌握从品牌定位、价值塑造到市场推广的全流程逻辑，能针对不同行业设计差异化品牌策略；通过消费者洞察、竞品分析构建品牌核心竞争力，实现品牌认知度、忠诚度提升；强化实战导向，使学生能够独立完成品牌策划方案并推动落地，最终提升品牌市场溢价与长期价值。

学习内容：解析品牌定位、品牌架构、品牌资产等核心概念，学习品牌视觉体系与文化内涵的构建方法；涵盖市场调研、竞品分析、策略制定；掌握整合营销传播手段，包括传统媒体、数字营销、线下活动及公关策略；拆解国内外经典品牌案例，分析其从 0 到 1 的品牌冷启动路径与成熟期升级策略；通过模拟真实品牌完成全案策划，包括撰写品牌策划书、设计推广执行方案并进行提案演练。

教学要求：采用混合式教学模式，运用多种教学方法，形成性考核与终结性考核相结合，指导学生能独立完成品牌策划全流程。

考核项目：考查学生对品牌策划的基本概念、品牌定位与品牌形象设计（如 LOGO、Slogan、品牌故事等）、品牌传播策略、品牌推广渠道（线上线下整合推广）、品牌资产建设与维护等知识的掌握，以及独立完成品牌策划与推广方案的能力。

考核要求：百分制考核，采用过程性考核和最终评价相结合的方式。过程性考核综合评定课堂品牌案例分析、阶段性品牌设计作业（如品牌 LOGO 设计、品牌故事撰写）、品牌推广渠道分析报告等，占比 80%；最终评价以完整的品牌策划与推广方案（针对某新品牌或待升级品牌，完成品牌定位、形象设计、传播推广策略、预算与效果评估等全案内容）的形式开展，占比 20%

（7）互联网产品开发

周学时数：4，学分：4，开设学期：第五学期。

课程目标：掌握从需求分析、产品设计、技术实现到产品测试与发布的各个环节。通过实践项目，使学生能够运用所学知识解决实际问题，提高产品开发能力，并具备团队协作和创新思维的能力。

学习内容：互联网产品开发的基本概念、流程、方法和趋势；收集、分析和提炼用户需求，明确产品的功能、特性和目标用户群体；产品设计的原则和方法，包括用户体验设计、交互设计、视觉设计；互联网产品开发中常用的技术框架、开发语言和工具；单元测试、集成测试、系统测试；产品运营的基本概念和策略，通过数据分析来优化产品的功能和体验。

教学要求：采用混合式教学模式，运用多种教学方法，形成性考核与终结性考核相结合，指导学生掌握产品开发全流程（需求分析→原型设计

→运营迭代)。

考核项目：考查学生对互联网产品开发的基本流程（如需求分析、产品规划、原型设计、开发迭代、测试上线等）、产品需求文档（PRD）撰写、产品原型设计工具（如 Axure、墨刀等）使用、互联网产品商业模式与用户体验设计等知识的掌握，以及参与互联网产品开发某一环节或完成简单产品原型设计的能力。

考核要求：百分制考核，采用过程性考核和最终评价相结合的方式。过程性考核综合评定课堂产品案例分析、阶段性产品需求文档撰写、产品原型设计练习等，占比 80%。最终评价以互联网产品原型设计与需求方案（需包含完整的产品原型图、产品需求文档及用户体验优化说明）的形式开展，考查学生对互联网产品开发核心环节的掌握程度，占比 20%。

（8）人工智能导论

周学时数：4，学分：4，开设学期：第五学期。

课程目标：聚焦人工智能与电子商务的深度融合，掌握 AI 核心技术在电商场景中的应用逻辑，能优化用户画像；通过电商数据挖掘与分析，提升精准营销、供应链预测、客户服务等环节的效率；强化伦理合规意识，理解 AI 技术在电商领域的法律边界，最终实现技术赋能电商业务创新与可持续发展。

学习内容：AI 技术基础与电商场景适配：解析机器学习、深度学习等技术原理，学习 Python 及主流框架的电商数据处理能力；掌握电商智能推荐系统的核心逻辑，包括用户画像构建、实时推荐策略设计；智能营销：通过自然语言处理（NLP）生成个性化广告文案，利用强化学习优化促销

活动投放策略；客户服务：开发基于规则引擎和大模型的智能客服机器人，实现多轮对话与工单自动分配。

教学要求：采用混合式教学模式，运用多种教学方法，形成性考核与终结性考核相结合，使学生具备案例分析能力，培养创新思维与科技伦理意识。

考核项目：考查学生对人工智能的基本概念、发展历程、核心技术（如机器学习、深度学习、自然语言处理、计算机视觉等）、典型应用场景（如智能医疗、智能交通、智能金融、智能零售等）以及人工智能伦理与社会影响等知识的掌握，以及运用基础 AI 知识分析实际应用案例的能力。

考核要求：百分制考核，采用过程性考核和最终评价相结合的方式。过程性考核综合评定以下内容，占比 80%：①课堂表现（含人工智能技术案例讨论、核心概念辨析发言的积极性和准确性）；②阶段性作业（如机器学习经典算法原理梳理、特定行业 AI 应用案例分析报告）；③小组实践任务（如针对某生活场景设计简易 AI 应用方案框架、搜集并解读典型 AI 伦理争议案例）；④技术认知测验（针对核心技术原理的阶段性小测，侧重基础理解而非复杂计算）。最终评价占比 20%，采用两种形式任选其一：①闭卷考试（考查人工智能核心概念、技术体系、发展历程等理论知识的系统性掌握）；②综合性报告（围绕“AI 技术在某领域的应用现状与未来趋势”展开，需结合理论知识分析技术瓶颈与落地难点，体现对课程内容的综合运用能力）。

（9）企业财务会计

周学时数：2，学分：2，开设学期：第五学期。

课程目标：了解国家有关企业财务的法律和制度，掌握财务的基本理论知识；掌握企业各经济业务的会计处理程序和方法，具有观察、计算、记录各种经济业务的基本技能；掌握企业财务报告的组成内容和主要会计报表的编制方法。使学生深刻理解会计工作在企业治理和社会经济运行中的重要作用，培养学生的大局观和使命感，为企业和社会的发展贡献力量。

学习内容：主要学习各类资产、各种流动负债和长期负债的账务处理方法；所有者权益的核算方法；收入、费用和利润形成及其分配的核算方法；资产负债表、利润表和现金流量表的编制方法。

教学要求：以企业实际经济业务为导向，结合会计准则和税收法规进行教学，注重会计核算方法的系统性和准确性，培养学生职业判断能力。

考核项目：考查学生对企业财务会计的核心概念（如会计要素、会计等式、会计基本假设与信息质量要求）、基本核算方法（复式记账法、会计科目设置、会计凭证填制与审核、会计账簿登记）、核心业务核算（货币资金、应收款项、存货、固定资产、无形资产、负债、所有者权益、收入、费用、利润等业务的会计处理）、财务报表编制（资产负债表、利润表、现金流量表的编制原理与方法）以及财务会计信息分析（运用报表数据进行简单偿债能力、盈利能力分析）的掌握程度；同时考查学生根据企业实际经济业务填制会计凭证、登记账簿、编制基础财务报表的实操能力，以及运用财务会计准则规范处理经济业务、解决常见会计核算问题的应用能力。

考核要求：百分制考核，采用过程性考核和最终评价相结合的方式。过程性考核综合评定以下内容，占比 80%：①课堂表现（含会计案例讨论、

会计分录编制思路分享的准确性与逻辑性)；②阶段性实操作业(如模拟企业经济业务的会计凭证填制、明细账登记、期末结账练习)；③会计核算案例分析(针对企业典型经济业务场景，完成从业务判断到会计处理的完整流程)；④阶段性小测(侧重会计要素、核心业务核算方法等基础知识的掌握)。最终评价占比 20%，采用两种形式任选其一：①闭卷考试(考查财务会计理论体系、核心业务核算规则、财务报表编制逻辑等系统性知识)；②综合性实操任务(模拟企业一个会计期间的经济业务，独立完成会计凭证填制、账簿登记、基础财务报表编制，并提交核算过程说明)。

(10) 财税基础

周学时数：2，学分：2，开设学期：第五学期。

课程目标：通过业务与财税融合实践项目，具备电商财税合规意识与业财融合能力，使学生能够在复杂多变的商业环境中，更深刻洞察企业运营的全貌，在业务规划与决策时融入财税合规的考量。强化法治观念与诚信经营意识，筑牢防范虚开发票、偷漏税等法律红线的职业道德根基，为胜任电商运营、财务助理等岗位奠定基础。

教学内容：电商企业会计的基本要素，增值税、企业所得税、个人所得税等电商企业常见税种及其征收管理规定，电商财务指标分析、成本结构分析、收入模型分析，剖析资产负债表、利润表、现金流量表三大财务报表的编制原理与解读技巧，电商业务模型分析，整体销售分析、运营成本管理、店铺盈亏平衡分析，直播电商中的财税。

教学要求：采用虚拟企业仿真实训模式，采用“问题导向的情境引入、系统化的知识图谱构建、实战导向的任务实施、拓展性的实训练习”等策

略，构建连贯的学习路径链，为学生提供了丰富多样的实践资源和业务场景。能力方面：学生结课后应具备合规操作能力、风险识别能力、跨境税务适配能力、业财协同能力，培养既精通电商业务运作又熟知财税管理知识的复合型人才。

考核项目：电商企业会计基本要素，各类电商企业涉税类型，电商企业业务与财税融合实践等。

考核要求：采用“过程性评价+终结性考核”相结合的方式，过程性评价占 80%，终结性评价占 20%。过程性评价包括出勤、课堂参与、学习态度、实践作业完成情况等，终结性评价为期末考查，采用线上集中考查的方式。

（三）实践性教学环节

实践课程包括入学教育与军事训练、企业仿真项目实践实训、网店运营与推广、视觉营销设计项目实训、岗位实习、毕业设计，实践性教学贯穿人才培养全过程，公共基础课程和专业课程均有实践性教学，课程描述如下：

1.入学教育与军事训练

学时数：112（周学时 56），学分：2，开设学期：第一学期前两周。

课程目标：掌握校规校纪，接受法治安全、校史校情、专业认知、行为养成等相关教育；了解中国人民解放军三大条令的主要内容，掌握军事训练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；学会单兵战术基础动作，了解战斗班组攻防的基本动作和战术原则，培养学生良好的战斗素养；

熟悉卫生、救护基本要领，掌握战场自救互救的技能，提高学生安全防护能力。

教学内容：入学教育主要包括爱国主义教育、集体主义教育、道德教育、法纪教育、安全教育、专业思想教育、文明行为教育、健康成长教育、节能减排教育、绿色环保教育、金融知识教育、社会责任教育、人口资源教育、海洋科学教育、艾滋病防治等相关教育。军事训练主要有《内务条令》《纪律条令》《队列条令》教育；集合、离散，整齐、报数，出列、入列，行进、停止，方向变换等分队的队列动作训练；单兵战术基础动作、分队战术训练；救护基本知识、个人卫生及意外伤的救护、心肺复苏，战场自救互救等训练。

教学要求：引导学生认真学习入学教育相关知识，积极参与各项训练与教育活动；严格遵守军事训练纪律，培养学生吃苦耐劳和团队协作精神。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，提高学生综合国防素质。

考核项目：校规校纪认知、职业生涯规划启蒙、军事技能训练。

考核要求：采用“过程性评价+终结性考核”相结合的方式。过程性评价（含训练出勤、内务表现、阶段考核、学习态度等）占 70%，终结性考核占 30%。

2.企业仿真项目实践实训

学时数：50（周学时 25），学分：2，开设学期：第二学期。

课程目标：融入本区域产业相关企业的运营环境，掌握电子商务三大核心方向的实战能力：在 Python 数据分析方向，重点训练数据驱动决策思

维，能通过销售趋势预测、用户画像构建指导业务优化；在新媒体营销方向，掌握多平台内容创作与流量裂变技术，提升品牌传播效能；在网络营销与直播电商方向，精通直播间运营全流程与 ROI 优化策略。同步强化跨团队协作意识与商业伦理底线，树立"以技术创新推动商业向善"的职业价值观。

教学内容：课程采用分组分方向实施。**Python** 数据分析方向，基于虚拟数据集，进行数据清洗分析商品动销率、流量转化漏斗，输出库存预警模型与选品策略；新媒体营销方向，策划并执行跨平台营销方案，制作短视频；直播电商方向：完成直播间搭建、脚本策划、实时数据监控，实施秒杀促销与粉丝运营。

教学要求：采用“赛训结合+企业导师”双轨制，通过任务驱动，向每个方向发布阶梯式挑战，使用数字看板实时追踪每组数据进行过程管控，同时企业运营专家参与过程评审。能力方面：学生能够从海量数据中定位核心问题，设计跨部门协作解决方案的系统化问题解决能力；协调数据分析组的新客画像、新媒体组的流量热点、直播组的促销节奏，制定动态定价与库存调配策略的资源整合能力。

考核项目：电子商务三大核心方向的实战能力：**Python** 在销售趋势预测、用户画像构建业务优化中的应用；主流新媒体平台营销内容创作与流量裂变技术和品牌传播实践；直播电商直播间运营全流程与 ROI 优化实践。

考核要求：采用“过程性评价+终结性考核”相结合的方式。过程性评价包括出勤、学习态度、实训作业完成情况等，终结性评价为撰写并提交实习成果报告的形式。

3.视觉营销设计项目实训

学时数：50（周学时 25），学分：2，开设学期：第三学期。

课程目标：通过国际化设计思维+数据化运营能力双轨培养体系，掌握电商视觉设计的核心逻辑。学生将系统理解跨文化审美差异、主流平台视觉规范，精通爆款视觉工具；重点提升高转化视觉创作能力、本土化设计能力及数据驱动优化能力，同步塑造版权合规意识与跨团队协作能力，为国内电商竞争输送“懂数据、精设计、通文化”的复合型人才。

教学内容：基于地域审美拆解，完成多语言详情页架构设计，制作符合 Google 购物广告标准的素材包；实训主图视频拍摄剪辑、3D 虚拟场景搭建、信息流广告图设计，产出符合平台规范的视觉资产库；异化输出亚马逊 A+页面、TikTok 短视频脚本、独立站沉浸式专题页，掌握一端多端设计技巧。

教学要求：采用理实一体化教学模式，以企业真实项目为载体，构建“市场调研—创意策划—设计执行—数据优化”的全流程实训体系。课程分设基础理论、市场分析、创新设计、实操训练四大模块，融入行业标准（如 1+X 证书考核点、职业技能大赛规程）和数字化工具。教学过程中强化多主体协同评价，结合企业 KPI（如点击率、转化率）、教师过程性考核及学生作品展评，确保教学与行业需求同步迭代。能力方面：学生需掌握三大核心能力，技术应用能力：熟练操作 PS、AI 等设计软件，满足跨平台（移动端/H5/线下物料）视觉输出需求。商业设计思维：理解视觉营销逻辑，能基于市场数据优化设计策略，提升商品转化率与品牌辨识度。创新协作能力：结合品牌调性产出创意方案，具备多角色协作（运营/市场/设

计)和抗压执行能力,适应快节奏商业环境。

考核项目:实训项目详情页架构设计,视频脚本的撰写,主图视频拍摄剪辑,一源多端设计技巧的实践应用。

考核要求:考核要求:采用“过程性评价+终结性考核”相结合的方式。过程性评价包括出勤、学习态度、实训作业完成情况等,终结性评价为撰写并提交实习成果报告的形式。

4.网店运营与推广项目实训

学时数:50(周学时25),学分:2,开设学期:第四学期。

课程目标:掌握主流平台的规则算法、数据化选品方法及全链路推广策略;重点提升店铺实操能力、风险应对能力及数据分析能力。同步塑造合规意识、跨文化沟通能力及创新创业精神,为技能竞赛与职业发展夯实基础。

教学内容:涵盖店铺搭建、产品上架及物流模板设置,结合速卖通/亚马逊后台操作实训。训练站内推广与站外引流,通过“9周爆款SOP”学习广告架构优化与流量承接技巧。融入典阅杯等赛事模块,模拟企业决策、广告投放等高强度任务,强化抗压与团队协作能力。

教学要求:以企业真实项目为载体,构建“市场选品—店铺搭建—推广引流—数据分析—优化迭代”的全流程实训体系。课程内容需覆盖平台规则、商品管理、视觉设计、推广工具(直通车、引力魔方、SEO优化)、用户运营及数据复盘等核心模块。教学过程中强化产教融合,引入企业导师协同授课,结合真实店铺运营数据进行动态考核,并通过多主体评价(企业KPI达成率、教师过程性评估、小组互评)确保教学与行业需求同步迭代。

能力方面：学生能基于市场数据制定选品、定价及推广策略，熟练应用直通车、引力魔方等工具精准引流，并设计复购提升方案；熟悉平台规则规避违规风险，具备跨职能协作能力，确保全链路运营高效合规。

考核项目：国内外主流电商平台运营规则，平台店铺开设实操能力、网店选品、上架、推广等运营能力。

考核要求：采用“过程性评价+终结性考核”相结合的方式。过程性评价包括出勤、学习态度、实训作业完成情况等，终结性评价为撰写并提交实习成果报告的形式。

5.岗位实习

学时数：600（周学时 25），学分：24，开设学期：第五、六学期。

课程目标：通过实习学生掌握相关职业岗位所要求的实际问题分析和解决能力，在实习的基础上实现与就业岗位的零距离对接，达到能够完全胜任职业岗位的要求。

教学内容：注重理论与实践相结合，让学生既掌握系统的专业知识，又具有较强的实践操作能力。

教学要求：教师与实习单位建立良好的合作关系，共同指导，确保实习岗位的质量。定期与实习单位和学生沟通，了解实习进展，解决实习中的问题。实习结束后，收集实习单位和学生的反馈，进行综合评价。能力方面：学生具备胜任电商相关岗位所需的专业知识和技能；能够快速适应职场环境，遵守企业规章制度，能够与同事、上级有效沟通，协调工作关系；能够在实际工作中发现问题并寻求解决方案。

考核项目：岗位实践问题的发现、分析和解决能力，电子商务理论知

识和实践操作的应用，职场适应能力。

考核要求：采用“过程性评价+终结性考核”相结合的方式。过程性评价包括实习过程报告、实习线上教学考查，线下企业走访，师生双向沟通等，终结性评价为撰写并提交实习总结报告。

6.毕业设计

学时数：100（周学时 25），学分：4、开设学期：第六学期。

课程目标：本课程旨在培养学生基于真实电商岗位实践的综合应用与创新能力。通过深度复盘实习经历，系统分析岗位业务流程、关键问题及优化方案，强化学生发现问题、解决问题的职业能力；激发学生在真实商业场景中的创新思维，提升其总结反思与流程优化意识；培养学生独立开展岗位研究、数据收集与案例提炼的能力；最终完成一篇紧密结合实习实践、兼具应用价值与规范性的毕业设计。

教学内容：结合实习内容，选取典型业务问题（如直播转化率提升、跨境物流成本优化、用户画像应用等）作为毕业设计主题；整理实习中积累的业务数据（如 GMV 曲线、客诉分类表、广告 ROI 报表），采用统计工具或业务模型进行量化分析；针对发现问题提出可落地的优化方案（如会员体系重构、短视频内容 SOP 调整），并评估其实际或预期效益；严格按学术规范撰写论文，重点体现实习背景、问题分析、解决方案与职业反思。

教学要求：实施“校企双导师+过程管控”机制，企业导师负责审核选题的实际价值与数据真实性，校内导师把控学术规范与研究逻辑；采用阶段审查制，确保毕业设计进度与质量；组织实习案例分享会，推动学生互鉴

行业经验。能力方面：培养学生扎实的专业理论基础；有效解决研究过程中遇到的问题能力；清晰、准确地表达研究内容和成果的能力。

考核项目：电商岗位实践的综合应用与创新能力，结合实践典型业务问题抓取能力，业务问题优化方案的策划和毕业设计的撰写能力。

考核要求：采用“过程性评价+终结性考核”相结合的方式。过程性评价包括毕业设计选题、初稿等节点考核、学习态度等、终结性考核为撰写并提交毕业设计的形式。

七、教学进程总体安排

全学程总学时 2738 学时（表 7-3 理实一体化课程学时 + 表 7-4 集中实践教学学时），总学分 143（表 7-3 专业课程学分 + 表 7-4 集中实践教学学分）。

表 7-1 跨境电子商务专业课程设置及教学学时分配表

项 目		学 分	学时数	百分比 (%)	教学活动安排					
					第一学年		第二学年		第三学年	
					16 周	16 周	16 周	16 周	10 周	0 周
理论 学时 分配	公共基础课程	39	458(202)	43.37	11	12	4	5	4	0
	专业基础课程	27	242(194)	22.92	12	4	6	4	2	0
	专业核心课程	24	188(196)	17.80	0	2	8	14	0	0
	专业拓展课程	12	124(92)	11.74	0	6	0	0	12	0
	人文素养课	5	44(36)	4.17	0	0	5	0	0	0
	合 计	107	1056(720)	100	23	24	23	23	18	0
实践 学时 分配	课内实训	0	720	42.81	--	--	--	--	--	--
	实践教学周	6	6 周（150）	8.92		2 周	2 周	2 周		
	入学教育与军事训练	2	2 周（112）	6.66	2 周					
	岗位实习	24	24 周（600）	35.67					8 周	16 周

	毕业设计	4	4 周（100）	5.95						4 周
	合 计	36	36 周	100	2 周	2 周	2 周	2 周	8 周	20 周
	考试安排周				1 周	1 周	1 周	1 周	1 周	
	机动安排				1 周	1 周	1 周	1 周	1 周	
	总 计	143	1056(1682) 2738		20 周	20 周	20 周	20 周	20 周	20 周
	理论教学与实践教学比例	1:1.59								
	实践学时与总学时比例	1682/2738=61.43%								

注：1.理论学时分配中的学时数为纯理论学时、括号内为课内实训学时；

2.劳动教育16学时、形势与政策16学时、大学生职业发展与就业指导32学时不包含在周学时统计中；

3.实践教学每周折合 25 学时；

表7-2 跨境电子商务专业课程结构比例表

课程类别		学时、学分比例			
		学时	学时比例（%）	学分	学分比例（%）
必修课	公共基础课程	660	24.11	39	27.28
	专业基础课程	436	15.92	27	18.88
	专业核心课程	384	14.02	24	16.78
	合计	1480	54.05	90	62.94
选修课	专业拓展课程	216	7.89	12	8.39
	人文素养课	80	2.92	5	3.5
	合计	296	10.81	17	11.89
实践课（不含课内实训学时）		962	35.14	36	25.17
总 计		2738	100	143	100

注：1.公共课学时占比：（公共基础课学时+人文素养课学时）/总学时 = 740/2738 = 27.03%。

表 7-3 跨境电子商务专业理论课（理实一体课）教学进程安排表

课类		课程名称	课程代码	学 分	学时安排			理论教学活动周数及课内周学时						考核 形式
								第一学年		第二学年		第三学年		
					总计	理论	课内 实训	16 周	16 周	16 周	16 周	10 周	0 周	
必修课程	公共基础课程	思想道德与法治	208991003/06	3	48	32	16	2	1					考试
		毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	208991001	2	32	32	0		2					考试
		习近平新时代中国特色社会主义思想	208991004/05	3	48	48	0			2	1			考试
		形势与政策	208991002/07/08/09	1	32	32	0	每学期 4 周,每周 2 学时						考查
		大学英语	210991003/8/9/10	8	128	96	32	2	2	2	2			考试
		体育与健康	212991001-3	6	108	20	88	2	2		2			考查
		军事理论	210991006	2	36	36	0		2					考查
		心理健康教育	215991001	2	32	20	12	2						考查
		信息技术	216991001	3	48	28	20		3					考查
		家庭建设	213991004	2	32	26	6					2		考查
		大学生职业发展与就业指导	210991014	2	32	26	6	每学期 4 周,每周 2 学时						考查
		劳动教育	210991019	1	16	16	0	每学期 4 学时						考查
		国家安全教育	210991018	1	16	16	0	1						考查
		大学语文	210991001/11	2	32	20	12	2						考试
		商务礼仪	20542039	1	20	10	10					2		考查
	小计	--	39	660	458	202	11	12	4	5	4	--	--	
	专	跨境电子商务基	205042006	4	64	32	32	4						考试

	业 基 础 课 程	础											
		市场营销	205000104	4	64	32	32	4					考试
		零售基础	205042007	4	64	40	24	4					考查
		国际贸易基础	205042520	4	64	40	24		4				考试
		商务数据分析	205002101	4	64	32	32			4			考试
		跨境电商政策法规	205042008	2	32	16	16			2			考查
		管理学基础	205000102/103	5	84	50	34				4	2	考试
		小计	--	27	436	242	194	12	4	6	4	2	--
	专 业 核 心 课 程	选品管理	205042004	2	32	20	12		2				考查
		视觉营销设计	205002102	4	64	32	32			4			考查
		跨境电商运营	205042009	4	64	32	32			4			考试
		国际市场推广	205042010	2	32	20	12				2		考查
		跨境供应链管理	205042011	4	64	32	32				4		考试
		AI+商务智能	205000105	4	64	32	32				4		考查
		跨境电商客户服务	205042012	2	32	8	24				2		考查
		跨境电子商务通关实务	205042013	2	32	12	20				2		考试
		小计	--	24	384	188	196	0	2	8	14	0	--
选 修 课	专 业 拓 展 课 程	图形图像处理	205002031	4	64	32	32	4					考查
		数据可视化	205000106	4									
		影视剪辑	205000107	2	32	12	20	2					考查
		数据化运营	205000108	2									

		零售门店 O2O 运营	205012103	2	40	20	20					4	考查	
		品牌策划与推广	205004103	2										
		互联网产品开发	205002103	2	40	20	20					4	考查	
		人工智能导论	205000108	2										
		企业财务会计	205002029	2	40	40	0					4	考查	
		财税基础	205000022	2										
		小计	--	12	216	124	92	0	6	0	0	12	--	--
	人文素养课程	创新创业教育	210991013	2	32	12	20			2				考查
		书法鉴赏	211993006	2										
		音乐鉴赏	211993001	2	32	16	16			2				考查
		影视鉴赏	211993005	2										
		中华优秀传统文化	210993001	1	16	16	0			1				考查
		中共党史	208993001	1										
		小计	208991010	5	80	44	36	0	0	5	0	0	--	--
合计		--	107	1776	1056	720	23	24	23	23	18	0		

- 注：1.课内实训包括随堂技能训练、随堂实践、模拟教学。
2.学生可以根据自己的兴趣选择不低于17学分的选修课课程。
3.家庭建设课程为线上课程在第五学期16周上完32课时。

表7-4 跨境电子商务专业集中安排的实践教学环节进程表

序号	实践教学内容	课程代码	学时	学分	考核方式	实践教学时间安排					
						第一学年		第二学年		第三学年	
						1	2	3	4	5	6
1	入学教育与军事训练	107990001	112	2	平时表现、操作考核	2周					
2	企业仿真项目实践实训	205000084	50	2	实习成果、撰写报告		2周				
3	视觉营销设计项目实训	205000085	50	2	实习成果、撰写报告			2周			
4	网店运营与推广	205000086	50	2	实习成果、撰写报告				2周		
5	岗位实习	205000999	600	24	校企共同考核					8周	16周
6	毕业设计	205000998	100	4	实习成果、操作考核						4周
合计		--	962	36	$\Sigma=36$ 周	2周	2周	2周	2周	8周	20周

八、实施保障

（一）师资队伍

按照“四有好老师”“建设四个相统一”“四个引路人”的要求教师队伍，将师德师风作为教师队伍建设的第一标准。

1.队伍结构

教师团队现有教师 32 人，其中专任教师 30 人，兼职教师 2 人。专任教师中，高级职称 8 人，占比 26.67%；符合“双师型”要求的教师 22 人，占比 73.33%；均为大学本科及以上学历，其中研究生 22 人，占比为 73.33%，学生数与本专业专任教师数比例不高于 20：1。财经商贸学院通过培养、引进途径，采取企业挂职兼职、参加社会实践、考察调研、教材开发、进修培训、提升学历、职业技术资格认证等方式，完善相关规章制度和考核激励制度，已形成一支素质优良、专兼结合、以中青年教师为主、结构合理、理实素质高的教学师资队伍。

2.专业带头人

专业带头人具有副教授职称，研究生学历，具有坚定的理想信念和高尚的道德情操，主持、参与省市级课题 10 余项，在国内外学术期刊发表高质量论文 20 余篇，在省厅级优质课比赛中多次获奖。能够较好地把握国内外制造业，批发业，零售业，互联网和相关服务，商务服务业专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在本区域和本专业领域具有一定的专业影响力。

3.专任教师

本专业专任教师均具有高校教师资格，是有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心的四有好老师。其中 60.3%教师具有 5 年以上专业相关工作经历；具有电子商务、国际经济与贸易、工商管理、计算机科学技术等相关专业本科及以上学历。具备互联网和相关服务、批发业、零售业行业经验，具有开展思政教育的能力。具有较强信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究。每年至少 1 个月在企业或生产性实训基地锻炼，每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

4.兼职教师

兼职教师主要从本专业相关的互联网和相关服务、零售业行业企业聘任，具有相关专业大学本科以上学历，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上相关专业职称或相应行业企业中层以上管理岗位，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。

（二）教学设施

1.教室配备

跨境电子商务专业配备多媒体教室 7 个，教室面积达 100 平方米，可容纳学生 60-80 名，配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，有线网络和无线 Wi-Fi，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，安防标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2.实训条件

（1）校内实训室

以跨境电商行业先进实训平台为载体，以数字化为驱动，实训场地满足学生独立操作的教学要求，与职业活动环境接近，将教学内容与企业真实项目结合为一体，实现课岗衔接。现有实训室 3 个，内部配置主要设备设施有：教师机、学生机及桌椅、录播设备、智能黑板等，配备信息化云平台、教学、赛训相关硬件及软件。

表 8-1 跨境电子商务专业校内实训室一览表

序号	实训室名称	适用课程	实训项目	工位	培养能力
1	电子商务专业岗课赛证融通实训室	跨境电商数据分析与应用	数据采集与整理、选品与供应链管理、营销推广与品牌建设、多平台运营与策略	60	数据分析能力、市场分析和预测能力、供应链管理和库存控制能力、创新意识和解决问题的能力、较强的学习能力和适应能力
		跨境电商运营	账号注册与平台操作、产品上架与信息管理、订单处理与物流管理、营销推广与客户服务、跨境电商综合实训		国际市场分析能力、供应链管理能力和跨文化沟通能力、营销策划能力、电子商务平台运营能力、信息技术应用能力、售后服务能力
		跨境电子商务进出口实训	跨境选品与采购实训、跨境物流与仓储管理实训、跨境营销与推广、跨境支付与结算		从选品、采购、物流、营销到支付结算等全链条的综合执行能力、根据市场需求、产品竞争力和自身资源等因素进行决策的能力、创新创业能力、团队协作能力、国际视野和跨文化交际能力
		视觉营销设计	跨境电商店铺视觉设计、广告创意设计、社交媒体视觉内容制作		视觉设计能力、品牌策划能力、用户研究能力、团队协作能力
2	电子商务数字媒体实训室	图形图像处理 影视剪辑	图像处理与修饰、UI/UX 设计、广告与海报设计、摄影后期处理、视频剪辑、短片制作	56	图像处理与修饰能力、设计创意能力、软件应用能力
3	电子商务大数据分析实训室	数据可视化 数据化运营	销售数据分析、市场调研分析、业务数据可视化、交互式数据可视化	56	数据分析能力、数据可视化能力、业务理解能力、沟通与协作能力

(2) 校外实训基地基本情况

本专业拥有河南杰夫电子商务有限公司、郑州今思诺电子商务有限公司、河南披荆斩棘配送服务有限公司校外实训基地，能提供跨境电商的营销推广、跨境电商平台网店运营管理、商务沟通、美工设计、数据指标分析等相关实习岗位，能涵盖当前跨境电商产业发展的主流技术及业务，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。

表 8-2 跨境电商专业教学实习基地一览表

校外实训基地	实训项目	培养能力	岗位数	指导教师
河南杰夫电子商务有限公司	跨境电商平台操作与管理； 跨境电商营销推广； 商务沟通模拟；	掌握跨境电商平台上的店铺开设、产品上架、订单处理、客户服务等全流程操作；掌握跨境电商平台的运营规则和技巧，提升平台操作能力；掌握社交媒体营销（如 Facebook、Instagram 等）、搜索引擎优化（SEO）、搜索引擎营销（SEM）、电子邮件营销，培养学生的营销思维和创新能力。	20	1~2 名
郑州今思诺电子商务有限公司	跨境电商平台操作与管理	掌握店铺装修、图片优化技能，及商品展示的视频剪辑等。	20	1~2 名
河南披荆斩棘配送服务有限公司	数据指标分析	数据分析与处理能力，通过数据收集、清洗、转换及可视化等技术，培养学生高效处理复杂数据问题，掌握 Excel、Python 等工具进行数据全流程处理。	10	1~2 名

(三) 教学资源

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所需的教材、图书文献及数字教学资源等。

1.教材选用

严格按照教育部印发的《职业院校教材管理办法》以及我校《河南女子职业学院教材管理办法》选用优质教材，禁止不合格教材进入课堂。学院建立由专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构，优先选用国家规划教材和国家优秀教材。专业课程教材能够体现本行业新技术、新规范、新标准、新形态并通过数字教材、活页式教材等多种方式进行动态更新。

2.图书文献配备

目前共有专业类图书文献 11273 册，图书文献能满足跨境电子商务专业人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。主要包括跨境电子商务专业核心领域的图书、期刊、资料、规范、标准和法律法规等。

3.数字教学资源配置

配备了跨境电子商务专业有关的虚拟仿真软件 10 项；已建成有跨境电子商务专业特色的在线精品课、音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、精品数字教材等超过 1TB 的专业教学资源库，种类丰富形式多样、使用便捷、满足教学需要。

（四）教学方法

在专业合理定位和培养目标清晰的基础上，围绕职业核心能力的要求科学设置课程体系，整合教学内容，不断探索教学过程的实践性、开放性和职业性，加强与企业的合作，进行阶段性的企业实践，逐步建立了职业情景融入教学过程，职业资格考试内容融入高职课程，职业能力与职业岗位实现“零距离对接”的“两融合、一对接”人才培养模式。日常教学中

主要采用“线上+线下”混合式教学，案例教学法、任务驱动法、实操演示法、自主探究法等先进的教学方法。

（五）学习评价

学习评价遵循“关注能力，注重过程，多元评价，分类实施”的原则。聚焦教学目标达成，关注学生全面成长，重点考核学生分析解决实际问题的能力。学习评价分为学生自评、教师评价、家长评价、企业评价，注重过程评价与结果评价相结合，探索增值评价，健全综合评价的方式，充分利用学习通平台、课程配套软件等多种手段，多元化评价学生的学习成果和学习成效，激发学生学习激情，发掘学生的潜能。一般分为理论课考核、实践环节考核和岗位实习考核三部分。

1.理论课考核

理论课程考核包括学生对课程中理论知识的识记、理解、掌握和运用的考核，采用过程性考核评价与终结性考核评价相结合的方式。过程评价由学生自评、任课教师根据学生的平时作业完成情况、上课与老师互动情况、学习表现记录（包括到课率记录）等进行综合评定。

结果评价采取期末无纸化（或纸质）考试。

2.实践环节考核

实践环节的考核包括对学生完成时间项目、任务作业和学习表现的考核，采用过程性考核方式，由任课教师根据学生实践项目、任务作业的完成情况、学习表现记录、对应技能大赛参与情况等综合评定。如果某一实践环节结束需要一次综合性的考核，可作为形成性考核的组成部分给予较大的分值和比例，具体数值由任课教师按照课程标准，结合课程教学

实际合理确定。

考核标准：实训过程符合基础规范；软件操作能完成指定内容为合格。

3.岗位实习考核

岗位实习考核包括对学生在课程学习期间的岗位实习考核和毕业实习期间的岗位实习考核。成绩由企业指导教师和校内指导教师共同评定，以企业评价为主。校内指导教师主要根据学生的岗位实习记录和对学生的指导记录进行评定，企业指导教师主要根据学生在岗位实习期间运用所学专业知识和解决实际问题的能力以及职业素质情况进行评定。校内指导教师的评定成绩占总成绩的 40%，校外指导教师的评定成绩占总成绩的 60%。

本专业考核成绩一律采用百分制，60 分及以上为合格。

（六）质量管理

建立健全专业教学质量监控管理制度。学校和财经商贸学院建有完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养规格。

加强教学督导制度建设。学校和财经商贸学院有完善的教学管理机制，注重日常教学组织运行与管理，有健全的巡课、听课、评教、评学等制度。通过教学督導體系的运行，严明教学纪律，形成教学质量诊断与改进机制。

建立与企业联动的实践教学环节。学校和财经商贸学院突出对实践教学的重视，强化学生实操能力的培养，巩固教学成果。

建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制。应对生源情况、在校学业水平、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。

加强教研能力水平建设。财经商贸学院充分利用评价分析结果有效改进专业教学，对教材、教法深入研究，定期开展公开课、示范课等教研活动，持续提高人才培养质量。

九、毕业要求

（一）成绩要求

学生在学校规定学习年限内，修完专业人才培养方案所规定的课程与教学活动，修满 143 学分，全部课程成绩考试合格，且体育测试成绩均达到 50 分以上（含 50 分）。

德、智、体、美、劳五育并举，综合评价达到良好及以上，积极参加课外素质教育拓展活动，学生管理部门考核达标。

（二）技能证书的要求

学生毕业前需至少获取以下四项证书中的一项。

- 1.本专业的学生鼓励获取阿里巴巴跨境电商人才（初级）证书。
- 2.本专业的学生鼓励获取电子商务师证书。
- 3.本专业的学生鼓励获取全国高等院校计算机等级二级(文管)证书考试。
- 4.本专业的学生鼓励获取普通话二级乙等以上等级证书。

2025 级跨境电子商务专业人才培养方案 专家论证意见

学院： 财经商贸学院

2025 年 8 月 4 日

专家姓名	单位	职务/职称	签名
尤影	开封大学	教授	
郭磊	河南物流职业学院	教授	
王俊飞	厦门网中网软件有限公司	经理	
专家论证意见			
跨境电子商务专业人才培养方案体现了“三对接”原则（专业与产业、课程内容与职业标准、教学过程与生产过程），在课程体系模块化与“岗课赛证”融通设计上较为扎实，契合高职类型教育定位。学习评价方面建议建立多元评价机制，将岗位需求直接映射到人才培养全过程，切实增加专业与产业的适应性与匹配度。			
学校审核意见（优秀/合格）： 合格  2025 年 8 月 4 日			