跨境电子商务专业
人才培养方案

专 业 名 称	跨境电子商务
专 业 代 码	530702
二 级 学 院	商学院
专业带头人	吴蓓蓓
适 用 年 级	2026 级
制（修）订时间	2026 年 5 月

湖南科技职业学院教务处　编制

2026 年 4 月

编制说明

本专业人才培养方案严格依据《关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》（教职成〔2019〕13 号）文件核心精神，严格对标跨境电子商务专业简介、专业教学标准、实训条件建设标准等国家规范要求编制。同时，深度结合《“十五五”规划建议》、《跨境电商人才培养白皮书》、行业指导准则、企业岗位能力调研数据、湖南区域数字贸易与外贸产业发展实际，并立足本院 Ozon 俄罗斯跨境电商真实项目运营实践，遵循“国家战略—区域产业—行业企业—典型岗位—岗位能力—专业能力—课程与实训项目”的系统化逻辑体系完成修订完善。

本方案紧扣国家外贸新业态新模式发展、数字贸易升级、跨境电商赋能产业带、人工智能融合商务发展等战略导向，精准对接湖南省“湘品出海”发展布局。聚焦湖南陶瓷文创、箱包旅行用品、汽配五金工具等本土优势产业带产品跨境出海核心场景，依托本院自主注册的 Ozon 跨境真实店铺及校企合作优质项目资源，构建形成“以 Ozon 平台为主阵地、多跨境平台多海外市场为拓展、真实店铺运营与技能迁移实训双轨并行”的特色人才培养路径，精准适配区域产业跨境电商人才刚需，助力地方特色产业国际化发展。

本方案以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，落实立德树人根本任务，坚持面向市场、服务发展、促进就业的办学方向，深化产教融合、校企合作，强化学生职业素养与技术技能培养。

近年来，由于本专业“智能选品算法”、“跨境直播营销”、“人工智能（AI）与大数据”等新技术、新工艺、新材料、新设备”出现，及“绿色包装与物流”、“网络平台的绿色化运营”等绿色化改造的需要，为了促进专业升级和数字化转型、绿色化改造，特此修订本专业人才培养方案。

本方案主要由专业名称（专业代码）、入学要求、基本修业年限、职业面向、培养目标与培养规格、课程设置及要求、教学进程总体安排、实施保障、毕业要求、附录等内容组成。适用于三年制全日制高职高职跨境电子商务专业，由湖南科技职业学院跨境电子商务专业教学团队与中国（长沙）东盟经贸合作总部基地、中榜集团、长沙星满途、湖南高绅贸易等企业经规划与设计、调研与分析、起草与审定、发布与更新等程序，将在 2026 级跨境电子商务专业实施。

主要编制人：

姓名	单位	身份	职称
杨磊	湖南科技职业学院	骨干教师	讲师
吴蓓蓓	湖南科技职业学院	专业带头人	讲师
刘丹娜	湖南科技职业学院	骨干教师	讲师
王慧	湖南科技职业学院	骨干教师	讲师
张警之	湖南科技职业学院	骨干教师	讲师
曾靖雅	湖南科技职业学院	骨干教师	讲师
马昭	长沙星满途教育科技有限公司	企业技术人员	总经理

罗敏	湖南高绅贸易有限公司	企业技术人员	总经理
张晔	中国（长沙）东盟经贸合作总部基地泰国（长沙）商务中心	企业技术人员	主任
张超	中国（长沙）东盟经贸合作总部基地泰国（长沙）商务中心	企业技术人员	副主任
黄仁华	中榜集团	企业技术人员	总经理
胡长利	湖南众睿智联科技有限公司	企业技术人员	总经理
汤喜	长沙美育智能科技有限公司	企业技术人员	总经理
黄柄菱	长沙美育智能科技有限公司	企业技术人员	技术骨干
薛宇哲	长沙美育智能科技有限公司	企业技术人员	技术骨干

目　录

一、专业名称（专业代码）.....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）职业发展路径.....1
（三）典型工作任务与职业能力分析.....6
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.....6
（一）课程体系.....6
（二）课程设置.....8
（三）课程描述.....9
七、教学进程总体安排.....57
（一）教学进程安排.....57
（二）教学时数分类统计.....63
八、实施保障.....63
（一）师资队伍.....63
（二）教学设施.....64
（三）教学资源.....66
（四）教学方法.....68
（五）学习评价.....68
（六）质量管理.....69
九、毕业要求.....69
十、附录.....70
（一）学分认定、积累与转换.....70
（二）公共基础任选课一览表.....70
（三）专业人才培养方案论证表.....70
（四）专业人才培养方案制（修）订审批表.....70

跨境电子商务专业人才培养方案

一、专业名称（专业代码）

跨境电子商务（530702）。

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。

三、基本修业年限

三年。

四、职业面向

（一）职业面向

本专业职业面向如表1所示。

表1　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（群）或技术领域	职业类证书举例
财经商贸大类（53）	电子商务类（5307）	制造业（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）	国际商务专业人员（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）	跨境平台与品牌运营专员； 跨境产品开发与智能选品专员； 海外营销推广与渠道运营专员； AIGC视觉内容与品牌本地化专员； 客户服务/供应链履约与合规风控专员	电子商务师（4-01-06-01）； 互联网营销师(4-01-06-02）； 商务数据分析师(4-07-02-05）

（二）职业发展路径

结合《跨境电子商务专业国家教学标准》职业面向定位、行业企业实地岗位调研数据，对标《“十五五”规划建议》中提到的“创新发展数字贸易、推动人工智能赋能外贸新业态”顶层战略部署，本专业以高职毕业生初次就业岗位为培养起点，按“岗位任务执行—业务单元统筹—跨岗位或跨平台迁移”构建职业发展路径。初始岗位主要为平台运营、选品开发、海外推广、视觉内容和客服履约等助理或专员；毕业时要求能够在业务规范和授权范围内独立完成常规任务。发展岗位为对应业务主管，须在工作实践中形成目标分解、成本控制、团队协同和业务复盘能力；迁移岗位是在原岗位能力基础上拓展平台、市场或产业服务场景，项目经理属于积累经验后的发展方向，不作为应届毕业生就业达标要求。图1为跨境电商头部企业组织结构图，为跨境电商学生的职业发展路径提供了很好的参照，该图综合了安克创新、美迈科技等头部跨境电商企业的典型职能架构，系统梳理了从决策层到一线执行层的完整组织体系，涵盖产品开发、平台运营、海外营销、AIGC内容与品牌本地化、供应链履约、合规风控等十大核心业务中心，并进一步细分为各具体运营与执行小组。表2中的五类初始岗位分别衔接同业务方向的发展岗位，发展岗位再经综合项目实践向迁移岗位拓展。


跨境电商头部企业组织结构图（示意）
综合美迈科技、安克创新、湖南肆玖科技股份有限公司、长沙艺海泛舟等头部跨境企业的常见职能架构归纳绘制
说明：本图为基于头部跨境电商企业常见职能的示意性组织结构图，非单一企业官方架构。
企业董事会 / 创始团队
总经理 / CEO
战略委员会 / 风控与审计委员会
战略发展中心
人力行政中心
产品开发与选品中心
平台与品牌运营中心
海外营销增长中心
AIGC内容与品牌本地化中心
客户服务中心
供应链与履约中心
合规风控中心
信息技术与数据中心
产品开发与选品中心
市场调研组
品类开发组
智能选品组
供应商开发组
样品与成本核算组
平台与品牌运营中心
Ozon平台运营组
Amazon / Shopee / TikTok Shop运营组
店铺运营组
品牌运营组
数据运营组
海外营销增长中心
广告投放组
社媒内容组
达人合作组
渠道拓展组
用户增长组
AIGC内容与品牌本地化中心
视觉设计组
AIGC内容生成组
多语种文案组
视频剪辑组
品牌本地化组
客户服务中心
售前客服组
售后客服组
客诉处理组
客户关系维护组
服务质检组
供应链与履约中心
采购计划组
仓储管理组
物流履约组
海外仓协同组
订单交付组
合规风控中心
平台规则合规组
知识产权与侵权风险组
报关与资料组
申诉与异常处理组
风险监测组
相关业务部门
A. 财务与人力行政
财务核算岗
人力资源岗
行政支持岗
B. 信息技术与数据
ERP实施与维护
BI数据分析
AI工具支持
C. 战略与项目管理
产业带项目专员
跨境项目专员
品牌出海支持岗
学生职业发展路径
初始就业岗位
跨境平台与品牌运营专员
跨境产品开发与智能选品专员
海外营销推广与渠道运营专员
AIGC视觉内容与品牌本地化专员
客服服务 / 供应链履约与合规风控专员
中期发展岗位
跨境平台与品牌运营主管 / 经理
产品开发 / 品类运营经理
海外营销增长经理 / 渠道运营经理
AIGC内容营销主管 / 品牌本地化经理
客服供应链与合规履约主管 / 供应链履约经理
高阶迁移岗位
产业带数字化出海项目经理
跨境电商项目经理
培养目标：面向跨境平台运营、产品开发、海外营销、AIGC内容创作、本地化服务、供应链履约与合规风控等岗位，培养能够服务湖南产业带数字化出海的高素质技术技能人才。

图 1 企业组织结构图

表 2 毕业生职业发展路径

岗位类型	岗位名称	岗位要求
初始岗位	跨境平台与品牌运营专员	（1）能够完成Ozon、Amazon、Shopee、TikTok Shop、Temu、等跨境平台店铺基础运营与账号维护。 （2）能够完成商品上架、标题优化、关键词设置、类目属性填写、图片上传、价格维护和Listing优化。 （3）能够根据平台活动机制执行优惠券、促销、秒杀、Deal、活动报名、跟卖测试和精铺运营。 （4）能够监控店铺流量、点击率、转化率、订单量、评价、库存和账号健康状态。 （5）能够使用Excel、平台后台、ERP或数据看板完成运营日报、周报和基础经营复盘。 （6）能够使用AI工具辅助生成商品卖点、多语种Listing、关键词、运营报告，并能对AI输出进行人工复核。 （7）具备平台规则意识、数据敏感性、执行力、责任心、客户意识和团队协作能力。
	跨境产品开发与智能选品专员	（1）能够围绕湖南陶瓷/文创礼品、箱包/旅行用品、汽配/五金工具等产业带产品开展资料收集和市场调研。 （2）能够采集跨境平台热销榜、搜索趋势、竞品价格、销量、用户评价、退货原因等数据。 （3）能够完成竞品分析、评论痛点分析、价格带判断、产品卖点提炼和差异化机会识别。 （4）能够测算采购成本、平台佣金、广告费用、物流费用、税费和毛利率，形成基础核价表。 （5）能够初步识别产品认证、禁限售、知识产权、平台准入、侵权和物流限制等风险。 （6）能够使用AI工具完成评论痛点提取、竞品卖点摘要、选品报告初稿生成和数据结论复核。 （7）具备商业敏感度、成本意识、风险意识、供应商沟通能力、严谨细致和产业服务意识。
	海外营销推广与渠道运营专员	（1）能够根据产品特点、目标市场和销售目标制定基础推广计划、预算安排和KPI指标。 （2）能够协助搭建Google、Meta、TikTok、Amazon PPC等广告账户或仿真投放结构。 （3）能够完成关键词、人群、地域、预算、素材、落地页和投放周期等基础设置。 （4）能够开展站内推广、社媒内容发布、短视频传播、直播活动、达人合作和站外引流。 （5）能够监控CTR、CPC、CVR、ROAS、ACOS、ROI等推广指标，形成投放复盘表。 （6）能够使用AI工具生成广告文案、社媒内容、短视频脚本、推广邮件和素材测试方案。 （7）具备目标导向、成本意识、数据思维、跨文化理解、渠道拓展和快速迭代能力。
	AIGC 视觉内容与品牌本地化专员	（1）能够根据跨境平台规则和品牌定位完成商品主图、详情页、广告图、社媒图和基础视觉素材设计。 （2）能够使用Photoshop、Canva、剪映/CapCut等工具完成图片处理、短视频剪辑、字幕配音和内容包装。 （3）能够使用AIGC工具生成商品场景图、广告图、图生视频、短视频脚本、品牌故事和多语种内容初稿。 （4）能够结合俄罗斯、欧美、东南亚等不同市场进行基础文化适配和视觉表达调整。 （5）能够检查图片、视频和文案中的版权、商标、肖像、违禁词、虚假宣传和平台内容合规风险。 （6）能够将视觉内容与Listing、广告投放、社媒传播、品牌页和独立站转化结合起来。

		（7）具备审美意识、版权意识、品牌意识、内容合规意识、AI复核意识和团队协作能力。
	客户服务/供应链履约与合规风控专员	（1）能够回复海外客户售前、售中、售后咨询，处理订单查询、物流跟踪、退换货、退款和投诉问题。 （2）能够使用英语或AI辅助翻译工具完成客户邮件、平台消息、FAQ和客服话术编写。 （3）能够跟进采购、备货、发货、海外仓、物流节点、签收和异常订单处理。 （4）能够维护客户评价、店铺评分、售后记录和服务质量，及时反馈产品和运营问题。 （5）能够整理商业发票、装箱单、申报要素、禁限售检查、平台规则和申诉材料等基础合规资料。 （6）能够使用AI客服知识库、物流异常预警表、库存预警表和合规检查清单提升服务效率。 （7）具备服务意识、同理心、责任心、时间观念、成本意识、合规意识和问题闭环能力。
发展岗位	跨境平台运营主管/品牌运营主管	（1）能够负责一个或多个跨境平台店铺的销售目标、运营计划、活动节奏、产品节奏和利润目标。 （2）能够制定店铺月度、季度和年度运营策略，统筹商品上架、活动运营、广告投放、客服售后和库存协同。 （3）能够分析GMV、转化率、客单价、广告投产比、库存周转、退款率、差评率等核心指标。 （4）能够带领运营专员完成账号健康管理、平台规则调整、销售复盘和运营问题闭环。 （5）能够协调产品、视觉、推广、客服、供应链、财务和合规等岗位，推动跨部门协同。 （6）能够利用AI自动报表、账号健康预警、Listing优化工具和运营智能体提升运营效率。 （7）具备团队管理、目标拆解、数据决策、平台风险判断、品牌运营和项目复盘能力。
	产品开发主管/品类运营主管	（1）能够围绕目标市场和产业带资源制定品类规划、新品开发计划和产品生命周期管理方案。 （2）能够组织选品团队完成市场趋势判断、竞品矩阵分析、评论洞察、利润测算和产品机会识别。 （3）能够整合供应商、工厂、采购、质检、包装、物流和运营资源，推动新品从开发到上线。 （4）能够判断产品认证、知识产权、禁限售、平台准入和目标市场合规风险。 （5）能够根据销售数据、退货数据、评价数据和库存数据决定补货、改款、清仓或淘汰。 （6）能够建设产业带产品库、选品模型、核价模板和AI评论分析工作流。 （7）具备品类经营、成本控制、供应商管理、产品创新、数据化决策和跨部门协同能力。
	海外营销推广主管/渠道运营主管	（1）能够负责海外市场推广目标、品牌传播目标、流量增长目标和投产比目标。 （2）能够统筹Google、Meta、TikTok、Amazon PPC、平台站内广告、社媒、达人和联盟营销等渠道。 （3）能够搭建广告账户结构、推广预算体系、素材测试机制和投放复盘机制。 （4）能够基于CTR、CPC、CVR、ROAS、ACOS、ROI等数据优化广告、人群、素材和落地页。 （5）能够管理达人资源、KOL合作、社媒矩阵、直播内容和海外渠道CRM台账。 （6）能够使用AI工具生成素材测试方案、广告文案矩阵、社媒内容日历和投放异常预警。 （7）具备增长思维、预算管理、品牌传播、跨文化营销、渠道拓

		展和团队协同能力。
	AIGC 内容营销主管/品牌本地化主管	（1）能够负责跨境品牌视觉体系、内容策略、产品故事、社媒内容和平台内容规范。 （2）能够统筹商品主图、详情页、广告图、短视频、直播切片、品牌页和站外内容生产。 （3）能够根据不同市场文化、消费习惯和平台规则开展品牌本地化表达。 （4）能够建立AIGC内容生产流程，包括Prompt设计、素材生成、人工复核、版权审查和合规归档。 （5）能够协同运营、推广、产品和客服团队，让内容服务搜索流量、广告转化、社媒传播和客户信任。 （6）能够分析内容点击率、完播率、互动率、转化率和素材测试结果，持续优化内容策略。 （7）具备品牌审美、内容策划、AIGC应用、版权合规、团队指导和跨文化表达能力。
	客服供应链履约主管/合规风控主管	（1）能够统筹客户服务、采购备货、物流履约、海外仓、售后纠纷和基础合规风控等闭环工作。 （2）能够制定客服SOP、物流异常SOP、退换货处理流程、客户满意度提升方案和账号安全维护机制。 （3）能够根据销售预测、库存周转和安全库存制定采购、补货、发货和海外仓计划。 （4）能够协调供应商、物流商、海外仓、运营、客服、财务和合规团队处理复杂问题。 （5）能够分析履约成本、物流时效、退款率、投诉率、差评率和库存风险，提出优化方案。 （6）能够建设AI客服知识库、物流异常预警、库存预警、合规风险清单和申诉案例库。 （7）具备服务管理、供应链计划、风险控制、成本优化、合规意识和团队管理能力。
迁移岗位	产业带数字化出海项目经理/跨境电商项目经理	（1）能够面向制造业、批发零售业和湖南产业带企业，整体诊断其产品出海基础、市场适配度、平台选择和数字化运营短板。 （2）能够围绕陶瓷/文创礼品、箱包/旅行用品、汽配/五金工具等产业带产品，制定跨境电商出海项目方案。 （3）能够统筹选品开发、核价测算、平台入驻、Listing优化、内容本地化、营销推广、订单履约和数据复盘等完整项目流程。 （4）能够协调企业负责人、工厂、供应商、平台运营团队、视觉内容团队、物流服务商和第三方服务商推进项目落地。 （5）能够根据Ozon、Amazon、TikTok Shop、Shopee、阿里国际站等不同平台特点，设计“一主多翼”的平台组合方案。 （6）能够运用AI工具完成市场调研、竞品分析、评论洞察、产品卖点提炼、出海方案撰写和项目复盘。 （7）能够建立项目进度表、预算表、任务分工表、风险清单、数据看板和阶段复盘机制。 （8）具备产业理解能力、项目管理能力、跨部门协同能力、数据决策能力、AI工具应用能力和服务区域产业发展的意识。
迁移岗位	跨境电商综合服务解决方案经理/供应链履约解决方案经理	（1）能够面向跨境平台企业、代运营企业、ERP/SaaS 服务商、国际物流企业、海外仓企业和产业带客户，提供综合服务解决方案。 （2）能够根据客户产品类型、目标市场、销售平台、物流时效、成本预算和合规要求，设计跨境电商运营与履约方案。 （3）能够统筹平台运营、广告推广、数据看板、客服系统、库存预警、物流渠道、海外仓、清关单证和售后追踪等服务链路。 （4）能够分析平台销售数据、广告数据、库存数据、客服数据和物流履约数据，发现经营异常并提出优化建议。 （5）能够建设客户服务 SOP、物流异常 SOP、海外仓操作流程、合规检查清单和项目交付标准。

		（6）能够使用 ERP、WMS、BI 看板、AI 客服知识库、自动报表和风险预警工具，提高项目交付效率。 （7）能够协调平台方、服务商、物流商、海外仓、运营团队、客服团队和客户企业解决复杂问题。 （8）具备解决方案设计能力、客户成功意识、供应链计划能力、成本控制能力、合规风控能力、数字化工具应用能力和项目交付能力。

（三）典型工作任务与职业能力分析

跨境平台与品牌运营专员、跨境产品开发与智能选品专员、海外营销推广与渠道运营专员、AIGC 视觉内容与品牌本地化专员以及客户服务/供应链履约与合规风控专员是本专业职业面向的主要岗位，也是学生毕业从事的初始岗位，图 2 为跨境电商专业岗位能力图谱，针对上述五项基础岗位，提炼 12 项典型工作任务，为完成上述任务，总结出 10 项综合能力和 50 项专业能力。其典型工作任务与职业能力分析如表 3 所示。



图 2 跨境电商专业岗位能力图谱

表 3　典型工作任务与职业能力分析

职业岗位名称	典型工作任务	主要职业能力
跨境平台与品牌运营专员	（1）多平台商品信息建设、多语种本地化与AIGC内容优化； （2）多平台店铺账号维护、商品上架、价格维护、活动报名与运营执行； （3）多平台经营数据采集、数据看板、经营诊断与项目复盘； （4）平台规则、知识产权、禁限售、税费单证与合规风控处理； （5）多平台规则比较与同一产品多市场适配。	（1）具有跨境平台账号维护能力，能够完成Ozon、Amazon、Shopee、TikTok Shop、Temu、SHEIN、独立站、阿里国际站等平台的店铺基础设置、账号权限检查、物流模板配置和账号健康检查； （2）具有多平台商品发布能力，能够根据不同平台规则完成标题、类目属性、关键词、图片、价格、库存和商品描述设置； （3）具有Listing/商品卡优化能力，能够根据不同平台搜索机制、目标市场语言和消费者习惯优化商品信息表达； （4）具有店铺活动执行能力，能够完成优惠券、秒杀、Deal、促销、平台活动报名、跟卖测试和精铺运营； （5）具有品牌运营基础能力，能够围绕产品定位、品牌故事、页面呈现和客户体验进行基础品牌化表达； （6）具有平台数据监控能力，能够监控曝光量、点击率、转化率、订单量、评价、库存和账号健康状态，并提出优化建议； （7）具有AI辅助运营能力，能够使用AI工具生成商品卖点、多语种Listing、关键词、运营报告，并能对AI输出进行人工复核； （8）具有多平台迁移能力，能够比较不同平台规则差异，将同一产品从一个平台迁移到多个平台和多个区域市场； （9）具备平台规则意识、数据敏感性、执行力、责任心、客户意识和团队协作能力。
跨境产品开发与智能选品专员	（1）湖南产业带产品调研与多市场产品资料库建设; （2）多平台多区域市场AI选品、竞品分析与用户痛点挖掘; （3）产品核价、利润测算、履约成本测算与合规风险初筛。 （4）多平台规则比较与同一产品多市场适配。 （5）“湘品出海”多区域市场方案设计与项目成果转化。	（1）具有产业带产品调研能力，能够围绕湖南陶瓷/文创礼品、箱包/旅行用品、汽配/五金工具等产品开展资料收集、供应商信息整理和产品资料库建设； （2）具有多平台选品数据采集能力，能够采集 Ozon、Amazon、Shopee、Lazada、TikTok Shop、Temu、SHEIN、独立站、阿里国际站等平台的热销榜、搜索趋势、竞品价格、销量和用户评价； （3）具有多区域市场需求判断能力，能够比较俄罗斯、欧美、东南亚、拉美等市场的消费偏好、价格接受度、物流条件和平台规则； （4）具有竞品分析与评论痛点挖掘能力，能够分析竞品卖点、价格带、差评原因、退货原因和用户需求； （5）具有产品差异化开发能力，能够结合产业带产品特征、目标市场需求和平台规则，提炼产品卖点和改进方向； （6）具有跨境核价与利润测算能力，能够测算采购成本、平台佣金、广告费用、物流费用、税费、包装成本、退货成本和毛利率； （7）具有产品合规风险初筛能力，能够识别产品认证、禁限售、知识产权、平台准入、侵权和物流限制等风险； （8）具有 AI 智能选品应用能力，能够使用 AI 工具完成评论痛点提取、竞品卖点摘要、选品报告初稿生成和数据结论复核； （9）具有新品开发建议撰写能力，能够形成多平台选品报告、核价表、产品开发建议书和“湘品出海”多市场产品适配方案； （10）具备商业敏感度、成本意识、风险意识、供应商沟通能力、严谨细致和产业服务意识。

职业岗位名称	典型工作任务	主要职业能力
海外营销推广与渠道运营专员	（1）全球数字营销、站内外推广、社媒内容传播与达人渠道拓展； （2）多平台经营数据采集、数据看板、经营诊断与项目复盘； （3）多平台规则比较与同一产品多市场适配； （4）“湘品出海”多区域市场方案设计与项目成果转化。	（1）具有海外市场推广计划制定能力，能够根据产品特点、目标市场、平台规则和销售目标制定推广计划、预算安排和KPI指标； （2）具有站内推广执行能力，能够围绕不同平台的活动机制、广告工具、搜索规则和促销节奏开展推广执行； （3）具有广告账户与投放结构搭建能力，能够协助搭建Google、Meta、TikTok、Amazon PPC等广告账户或仿真投放结构； （4）具有广告投放基础设置能力，能够完成关键词、人群、地域、预算、素材、落地页和投放周期等基础设置； （5）具有海外社媒内容运营能力，能够面向TikTok、Instagram、YouTube、Facebook等渠道开展内容发布、短视频传播和直播转化； （6）具有达人渠道拓展能力，能够建立达人、KOL、联盟渠道或社媒渠道台账，完成基础建联、样品寄送、合作跟进和效果记录； （7）具有推广数据分析与复盘能力，能够监控CTR、CPC、CVR、ROAS、ACOS、ROI等指标，形成投放复盘表和优化建议； （8）具有AI辅助营销能力，能够使用AI工具生成广告文案、社媒内容、短视频脚本、推广邮件和素材测试方案； （9）具有多区域市场推广迁移能力，能够比较俄罗斯、欧美、东南亚、拉美等市场在流量渠道、内容偏好、达人资源和转化路径上的差异； （10）具备目标导向、成本意识、数据思维、跨文化理解、渠道拓展和快速迭代能力。
AIGC视觉内容与品牌本地化专员	（1）多平台商品信息建设、多语种本地化与AIGC内容优化； （2）全球数字营销、站内外推广、社媒内容传播与达人渠道拓展； （3）平台规则、知识产权、禁限售、税费单证与合规风控处理； （4）多平台规则比较与同一产品多市场适配； （5）“湘品出海”多区域市场方案设计与项目成果转化。	（1）具有商品视觉设计能力，能够根据跨境平台规则和品牌定位完成商品主图、详情页、广告图、社媒图和基础视觉素材设计。 （2）具有图片处理与短视频制作能力，能够使用Photoshop、Canva、剪映/CapCut等工具完成图片处理、短视频剪辑、字幕配音和内容包装。 （3）具有AIGC视觉内容生成能力，能够使用AIGC工具生成商品场景图、广告图、图生视频、短视频脚本、品牌故事和多语种内容初稿。 （4）具有多语种商品内容本地化能力，能够根据不同市场语言和文化习惯，完成俄语、英语、西语等商品标题、卖点文案和内容表达。 （5）具有跨平台内容适配能力，能够根据Ozon、Amazon、Shopee、TikTok Shop、Temu、SHEIN、独立站等平台内容规则调整图片、视频、标题和详情页。 （6）具有品牌本地化表达能力，能够结合俄罗斯、欧美、东南亚、拉美等不同市场的文化偏好和审美习惯进行视觉调整。 （7）具有内容合规复核能力，能够检查图片、视频和文案中的版权、商标、肖像、违禁词、虚假宣传和平台内容合规风险。 （8）具有内容数据复盘能力，能够根据点击率、完播率、互动率、收藏率和转化率等数据优化视觉内容和短视频素材。 （9）具有AI输出复核与过程留痕能力，能够沉淀Prompt记录、AI生成过程记录和人工复核记录，形成可追溯的内容生产流程。 （10）具备审美意识、版权意识、品牌意识、内容合规意识、AI复核意识和团队协作能力。

职业岗位名称	典型工作任务	主要职业能力
客户服务/供应链履约与合规风控专员	（1）产品核价、利润测算、履约成本测算与合规风险初筛； （2）跨境采购、库存、物流、海外仓与履约异常处理； （3）多语种客户服务、售后处理、评价维护与AI客服知识库建设； （4）多平台经营数据采集、数据看板、经营诊断与项目复盘； （5）平台规则、知识产权、禁限售、税费单证与合规风控处理。	（1）具有跨境客户服务能力，能够回复不同平台海外客户售前、售中、售后咨询，处理订单查询、物流跟踪、退换货、退款和投诉问题。 （2）具有多语种客服沟通能力，能够使用英语或AI辅助翻译工具完成客户邮件、平台消息、FAQ和客服话术编写。 （3）具有售后纠纷处理能力，能够处理差评、退款、投诉、纠纷和客户情绪安抚，维护店铺评分和客户关系。 （4）具有AI客服知识库建设能力，能够搭建FAQ、客服话术库、AI客服知识库和服务质检表，提高客服响应效率。 （5）具有采购与备货跟进能力，能够根据销售数据、库存情况和项目需求制定采购计划，跟进备货、发货和订单处理。 （6）具有物流追踪与异常处理能力，能够跟进国内发货、国际物流、海外仓、签收节点、退换货和异常订单处理。 （7）具有库存与履约成本管理能力，能够分析库存周转、物流时效、履约成本、退款率、投诉率和差评率，并提出改进建议。 （8）具有基础合规风控能力，能够整理商业发票、装箱单、申报要素、禁限售检查、平台规则、知识产权风险和申诉材料。 （9）具有多平台合规适配能力，能够比较不同平台在物流、退换货、客服响应、申诉、处罚和商品合规方面的规则差异。 （10）具有AI预警工具应用能力，能够使用AI客服知识库、物流异常预警表、库存预警表和合规检查清单提升服务效率。 （11）具备服务意识、同理心、责任心、时间观念、成本意识、合规意识和问题闭环能力。

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养践行社会主义核心价值观，德智体美劳全面发展，具有科学文化基础、人文素养、数字素养、职业道德、创新意识和可持续发展能力的高技能人才。立足商学院商贸类专业协同育人，面向湖南陶瓷文创、箱包旅行用品、汽配五金工具等产业带产品出海，服务中小企业跨境零售运营及配套商务服务需求。以 Ozon 平台业务为主要教学场景，以其他平台和市场适配为拓展，形成“产业带产品理解、平台运营执行、AI 辅助作业、数据复盘、合规履约”的专业特色。学生掌握选品开发、视觉内容、海外推广、客户服务、供应链履约和数据分析等知识技能，能够胜任相应助理或专员岗位，在规范和授权范围内完成常规业务任务。将学校精业乐业、诚公文化融入职业行为要求，以诚信经营、严谨核算、精益制作、团队协作和服务社会体现育人成效；通过视觉作品训练审美，通过商品整理、内容制作和订单履约培养劳动素养。毕业后经 3—5 年实践，可向业务主管发展，并通过持续学习拓展至多平台运营和产业带出海项目服务岗位。

（二）培养规格

本专业学生应在系统学习跨境电子商务专业知识并完成相关实习实训的基础上，全面提升知识、能力和素质，掌握并实际运用跨境平台与品牌运营、跨境产品开发与智能选品、海外营销推广与渠道运营、AIGC 视觉内容与品牌本地化、客户服务/供应链履约与合规风控等岗位群所需的专业核心技术技能，具备服务湖南产业带产品数字化出海、多平台运营、多区域市场适配和 AI 赋能业

务创新的综合能力，实现德智体美劳全面发展。总体上须达到以下要求：

1．素质

S1：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。

S2：践行精业乐业和诚公文化，具备爱岗敬业、诚信经营、服务客户和公平协作的职业素养；在任务日志、团队协作和企业评价中体现责任意识。。

S3：具有良好的人文素养与科学素养、数字素养、创客素养、创新思维。

S4：具有较强的集体意识和团队合作意识。

S5：具有良好的运动习惯、卫生习惯和行为习惯。

S6：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。

S7：能够规范完成商品整理、素材制作、订单处理等生产性劳动任务，保持良好劳动习惯，以劳动日志、任务成果及安全规范执行情况接受评价。

S8：具有湖湘精神，发扬湘商品质，秉持奋斗品质。

S9：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。

S10：遵守跨境电子商务职业行为规范，真实呈现商品与经营数据，尊重消费者权益、知识产权及不同市场文化，具备公共责任意识。

2.知识

Z1：掌握跨境电子商务相关的国家法律、行业规定（包括知识产权、消费者权益保护、数据安全、个人信息保护、广告合规、平台规则等）；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。

Z2：掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、数学、外语、信息技术、创新创业、职业发展等文化基础知识。

Z3：掌握跨境电商业务流程、平台类型、交易模式、支付结算、物流履约、客户服务、评价管理、平台风控及经营数据分析等基础知识。

Z4：熟悉 Ozon、Amazon、Shopee、Lazada、TikTok Shop、Temu、SHEIN、独立站、阿里国际站等平台的基本规则、商品发布要求、活动机制、流量机制、账号健康要求及运营流程。

Z5：熟悉俄罗斯、欧美、东南亚、拉美等目标市场的消费习惯、文化差异、产品偏好、语言表达、平台生态、物流条件及合规要求。

Z6：掌握产品开发与智能选品相关知识，包括产业带调研、供应商资料整理、竞品分析、评论痛点挖掘、卖点提炼、核价测算、利润测算、物流成本测算及产品合规初筛。

Z7：掌握视觉设计与 AIGC 内容创作知识，包括商品拍摄、图形图像处理、主图详情页设计、短视频脚本与剪辑、AIGC 图片与文案生成、多语种内容本地化及内容合规复核。

Z8：掌握海外营销推广知识，包括搜索引擎营销、社交媒体营销、站内外推广、达人合作、直播转化、广告素材测试、推广邮件、EDM 营销及投放数据复盘。

Z9：掌握客户服务与跨文化沟通知识，包括跨境咨询回复、订单查询、物流跟踪、退换货处理、投诉处理、差评维护、客户关系维护、AI 客服知识库建设及多语种沟通。

Z10：掌握供应链履约知识，包括采购计划、库存管理、备货发货、国际物流、海外仓、履约成

本、异常订单处理、退换货管理及服务商管理。

Z11：掌握数据分析与 AI 业务自动化知识，包括经营数据采集清洗、数据看板制作、运营日报编制、推广复盘分析、库存预警、账号健康预警、AI 自动报表生成、Prompt 设计及 AI 输出复核。

Z12：了解绿色包装、低碳物流、平台绿色化运营及可持续供应链等绿色发展与可持续运营的前沿趋势。

3．能力

通用能力：

N1：具有良好的语言表达能力、文字表达能力和沟通合作能力，学习 1 门外语（如英语）并结合跨境电商业务加以运用，能够完成客户沟通、商务邮件、产品文案、运营报告和项目汇报。

N2：具有适应行业数字化和智能化发展需求的数字技能，能够使用办公软件、平台后台、ERP 系统、数据分析工具、AI 工具及 AIGC 工具完成业务任务。

N3：具备至少 1 项体育运动技能，达到国家大学生体质健康测试合格标准，并具备一定的心理调适能力。

N4：具有一定的文化修养、审美能力和艺术修养，形成至少 1 项艺术特长或 2 项爱好。

N5：具备职业生涯规划能力，能够根据跨境平台运营、产品开发、海外营销、AIGC 内容、客服供应链合规等岗位方向进行规划，具备岗位迁移和职业发展意识。

N6：具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力，能够跟踪跨境平台规则、海外市场变化、AI 技术更新和新业态发展趋势；具有整合知识和综合运用知识分析问题和解决问题的能力，能够分析和解决选品偏差、流量不足、转化率低、物流异常、客户投诉、平台处罚、合规风险等实际问题。

核心能力：

N7：具有跨境平台与品牌运营的能力，能够完成多平台店铺基础设置、商品上架、Listing 优化、价格维护、活动报名、跟卖测试、精铺运营、账号健康检查和品牌页面基础运营。

N8：具有跨境产品开发与智能选品的能力，能够围绕湖南产业带产品开展调研、供应商资料整理、多平台 AI 选品、竞品分析、评论痛点挖掘、卖点提炼、核价测算、利润测算和产品合规初筛。

N9：具有海外营销推广与渠道运营的能力，能够根据产品特点、目标市场和平台规则制定推广方案，开展站内活动、广告投放、社交媒体运营、达人 BD、短视频传播、直播转化和投放数据复盘。

N10：具有 AIGC 视觉内容创作与品牌本地化的能力，能够使用 Photoshop、Canva、剪映/CapCut 及 AIGC 工具完成商品主图、详情页、广告图、社媒图、短视频、图生视频、多语种 Listing、品牌故事和本地化内容制作，并能进行内容合规和 AI 输出复核。

N11：具有跨境客户服务与关系维护的能力，能够使用英语及 AI 辅助翻译工具回复海外客户咨询，处理订单查询、物流跟踪、退换货、退款、差评、纠纷和投诉，建设 FAQ、客服话术库和 AI 客服知识库，维护客户关系和店铺评价。

N12：具有供应链履约与库存管理的能力，能够根据销售数据和库存情况制定采购计划，完成备货发货、物流追踪、海外仓协同、库存周转分析、履约成本分析、异常订单处理和物流风险预警。

N13：具有合规风控与通关处理的能力，能够识别不同平台和区域市场中的平台规则、禁限售要求、知识产权风险、内容合规风险、产品认证要求、税费单证要求、报关资料要求和平台处罚风险，完成基础合规审查、申诉材料整理和风险案例复盘。

N14：具有数据分析与经营决策的能力，能够采集和清洗店铺、商品、订单、活动、广告、客服、

物流、库存和利润数据，构建经营数据看板，形成运营日报、周报、经营复盘报告和优化建议，为选品、运营、营销、客服、供应链和合规决策提供数据支持。

N15：具有 AI 工具应用与业务自动化的能力，能够根据跨境电商业务场景设计 Prompt，使用 AI 工具完成选品分析、Listing 生成、广告文案生成、AIGC 图片生成、短视频脚本生成、客服回复生成、自动报表生成和预警工作流搭建，并能够对 AI 输出进行人工复核。

N16：具有多平台多市场迁移的能力，能够比较 Ozon、Amazon、Shopee、Lazada、TikTok Shop、Temu、SHEIN、独立站、阿里国际站等平台规则差异，完成同一产品在俄罗斯、欧美、东南亚、拉美等不同区域市场中的商品适配、内容适配、营销适配、履约适配和合规适配。

N17：具有“湘品出海”项目转化的能力，能够基于湖南产业带产品、多平台运营数据和多区域市场分析，形成产品方案、品牌方案、营销方案、履约方案、商业计划书、创业赛项目和毕业设计成果。

上述能力体系中，N1—N6 为通用基础能力，由公共基础课程和专业基础课程共同支撑；N7—N15 为毕业必达的岗位执行能力，由七门核心课程、专项实训和岗位实习支撑；N16—N17 为综合应用与迁移准备能力，以专业综合实训和毕业设计中的平台适配方案、产业带出海方案评价。主管级预算统筹、团队管理和复杂项目决策属于毕业后的持续发展目标。

六、课程设置及要求

（一）课程体系

1．课程体系构建

通过岗位职业能力需求分析，根据课程体系设计思路，确定本专业的课程体系。如图 3 所示，本课程体系以跨境电子商务专业五项典型岗位（跨境平台运营、产品开发与选品、海外营销推广、AIGC 视觉内容与品牌形象设计、客服与供应链合规）为逻辑起点，按照“岗课赛证创”五位一体的融通理念进行模块化重构，将公共基础课、专业基础课、专业核心课和专业拓展课与技能竞赛、职业技能等级证书及创新创业大赛有机衔接，实现课程内容与岗位能力标准精准对接。同时，依托“智汇电商”创工坊，引入 Ozon 平台店铺真实运营、得物种草短视频创作、产品设计研发、物流供应链管理等实战项目，将课堂教学延伸至真实业务场景，强化学生实操能力培养。课程体系以成果产出为导向，通过商业计划书撰写、创新大赛项目孵化、毕业设计和创业孵化等环节，形成完整的能力培养闭环，最终实现从基础能力、专项能力到综合应用能力的分层递进式培养目标，为跨境电商行业数字化出海输送高素质技术技能人才。



图 3　课程体系结构图

通过整合校外企业实训基地与校内生产性实训基地，分课程项目、课程组实训、综合实训三个层次，设置涵盖专业技能、创新创业及行业前沿的多元化实践项目，紧密对接市场需求与行业趋势，强化学生知识综合应用与实际问题解决能力，全方位提升学生专业素养与实践能力。

课程项目训练完成单项技能，集中性实训整合前置课程成果，专业综合实训贯通全链路；三者分别评价操作规范、业务任务交付和经营问题解决，避免重复教授同一操作。统一以湖南产业带产品为项目载体，按“市场与规则识别—商品与内容准备—选品及服务分析—运营推广与履约—综合优化—岗位应用”递进。

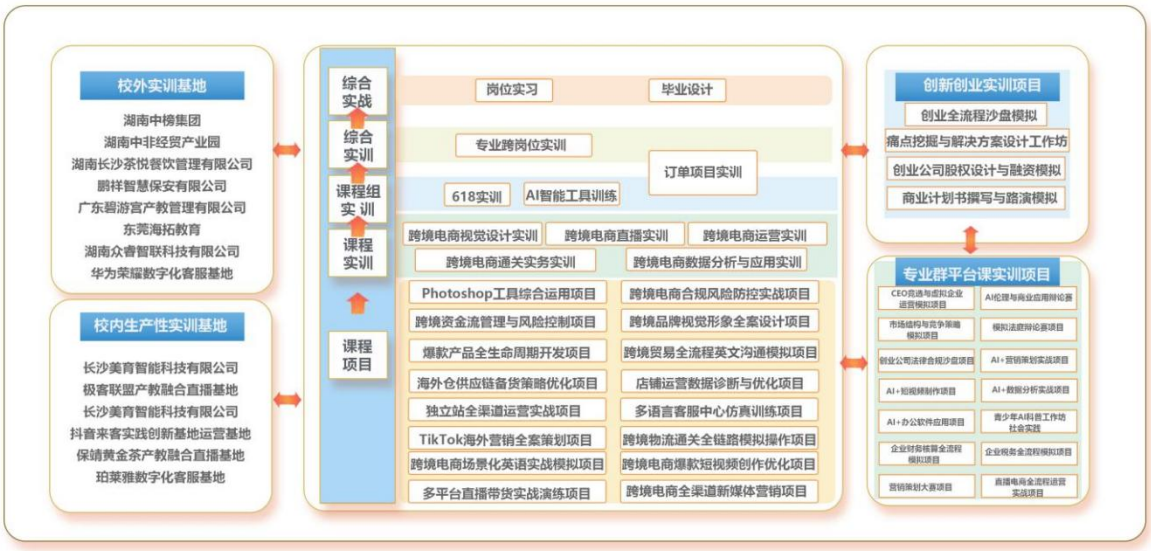


图 4 实践教学体系图

2．课证赛新融通

本专业课证赛融通如表 4 所示。

表 4　课证赛融通一览表

证书/赛项类别	证书/赛项名称	组织单位	融通课程	
通用证书	高等学校英语应能力考试证书	高等学校英语应用能力考试委员会	公共必修课	大学英语
	全国计算机等级考试一级证书	人力资源和社会保障部	公共必修课	信息技术
	普通话水平测试等级证书	湖南省语言工作委员会	公共必修课	实用语文
职业技能等级证书	商务数据分析师	人力资源和社会保障部	专业核心课	跨境电商数据分析与应用；跨境电商数据分析与应用实训；市场调研与选品
	互联网营销师	人力资源和社会保障部	专业核心课	跨境电商直播；视觉营销设计；社群内容运营；海外营销推广
	电子商务师	人力资源和社会保障部	专业核心课	跨境电商运营实务；视觉营销设计；跨境电商数据分析与应用
	电子商务数据分析职业资格证（中级）	北京博导前程信息技术股份有限公司	专业核心课 专业集中实践课程	跨境电商数据分析与应用；跨境电商数据分析与应用实训
职业技能大赛	世界职业院校技能大赛	湖南省教育厅	专业核心课 专业拓展课程	跨境电商数据分析与应用；跨境电商直播； 视觉营销设计； 跨境电商通关实务
	跨境电子商务师	电子商务师（跨境电子商务）职业技能 大赛组委会	专业核心课 专业拓展课程	跨境电商数据分析与应用；跨境电商直播； 视觉营销设计； 跨境电商通关实务
创新创业大赛	中国国际大学生创新大赛	教育部	公共必修课	创新创业教育
	中华职业教育创新创业大赛	中华职业教育社	公共必修课	创新创业教育
	“挑战杯”全国大学生课外学术科技作品竞赛	共青团中央、中国科协、教育部和全国学联、举办地人民政府	公共必修课	创新创业教育

本专业课新融通如表 5 所示。

表 5　课新融通一览表

对应项目	对应内容	融通课程	
新技术	新技术	人工智能（AI）与大数据	实习实训

（二）课程设置

本专业课程主要包括公共基础课程和专业（技能）课程。其中，公共基础课程包括公共基础必修课程、公共基础限选课程、公共基础任选课程，专业（技能）课程包括专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程、专业集中实践课程。本专业课程设置如表 6 所示。

表 6　课程设置表

序号	课程类别		课程性质	主要课程
1	公共基础课程	公共基础必修课程	必修	入学教育、军事技能、军事理论、大学体育、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概论、思想道德与法治、形势与政策、大学英语、高等数学、信息技术、实用语文、国家安全教育、心理卫生与健康、劳动教育、职业生涯发展与就业指导、创新创业教育
2		公共基础限选课程	限选	生命安全与救援、突发事件及自救互救、中国传统文化、党史国史、大学美育（2选1：美术鉴赏/音乐鉴赏）
3		公共基础任选课程	任选	详见附件2《2026级部分公共基础任选课一览表》
4	专业（技能）课程	专业基础课程	必修	习近平经济思想概论、人工智能应用基础、跨境电子商务基础、管理学基础、Photoshop图形图像处理、跨境电商政策法规、短视频拍摄与制作、经济学原理、市场营销实务、会计基础
5		专业核心课程	必修	视觉营销设计、跨境电商运营、跨境电商客户服务、跨境电商产品开发、跨境供应链管理、跨境电商数据分析与应用、国际市场推广
6		专业拓展课程	限选	跨境电商通关实务、跨境电商英语函电、跨境电商直播、消费者行为分析
			任选	跨境电商英语、新媒体运营与推广、跨境电商支付与结算、湖湘商文化
7		专业集中实践课程	必修	Photoshop图形图像处理综合实训、618实训、AI智能工具训练、跨境电商视觉营销设计实训、跨境电商直播实训、跨境电商客服服务实训、跨境电商产品开发实训、跨境电商数据分析与应用实训、跨境电商通关实务实训、跨境供应链管理实训、国际市场推广实训、跨境电商运营实训、专业综合实训、毕业设计、岗位实习

（三）课程描述

1．公共基础课程

（1）公共基础必修课程

公共基础必修课程描述如表 7 所示。

表 7　公共基础必修课程描述

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
1	军事理论	**1.素质目标：**具有国防观念和国家安全意识，强化爱国主义、集体主义观念。 **2．知识目标：**了解基本军事知识；熟悉国防知识；掌握基本军事理论与军事技能。 **3．能力目标：**加强组织纪律性，促进综合素质的提高，为中国人民解放军训练储备合格后备兵员和培养预备役军官打下坚实基础。	1．国防、国家安全、军事思想概述。 2．国际战略形势。 3．外国军事思想、中国古代、当代军事思想。 4．新军事革命。 5．机械化战争、信息化战争。	**1．课程思政：**增强学生的国防意识，提升军事课的满意度，提高参军入伍的积极性，筑牢大思政格局下的国防教育课程思政新阵地。 **2．教学条件：**学习通平台等，方便学生跨时间、跨地域灵活自主地参与学习。 **3．教学方法：**为纯在线式网络课程，线上学习资源采用案例教学法、情境教学法等教学方法。	S1 S2 S6 S8 N1 N3 N6

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
				4．考核方式：考核成绩评定办法：课程视频考核占40%，课程测验考核占30%，期末考试占30%。	
2	思想道德与法治	**1.素质目标：**具有坚定理想信念、强烈家国情怀、良好道德素质、基本法治素养； **2.知识目标：**了解时代新人应具备的能力与素养；掌握马克思主义人生观、价值观、道德观、法治观。 **3.能力目标：**具有理论联系实际，明辨是非的能力；具有创新创业的能力；具有道德践履和法治实践能力。	1.绪论篇：　　担当复兴大任大任，成就时代新人。 2.思想篇：领悟人生真谛，把握人生方向；追求远大理想，坚定崇高信念；继承优良传统 弘扬中国精神；明确价值要求，践行价值准则。 3.道德篇：遵守道德规范，锤炼道德品格 4.法治篇：学习法治思想，提升法治素养。	**1．教学条件：**线上省级精品课教学资源库，超星学习通；线下多媒体智慧教室，校外实践基地。 **2．教学方法：**坚持“教师主导、学生主体”，采用混合式教学法、任务驱动法、案例教学法等。 **3．师资要求：**政治强、情怀深、思维新、视野广、自律严、人格正。 **4．考核方式：**过程性考核60%+终结性考核40%。	S1 S2 S3 S9 N1 N3
3	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	**1.素质目标：**具有中国特色社会主义“四个自信”的政治意识；具有正确“三观”的基本素养；具有将思政理论指导于个人行为的自觉思维。 **2.知识目标：**了解马克思主义中国化的历史进程；熟悉马克思主义中国化几大理论之间的相互关系；掌握毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系的基本内容、精神实质、历史地位、重要作用和科学方法。 **3.能力目标：**具有运用马克思主义中国化、时代化的基本立场、观点和方法认识问题、分析问题和解决问题的能力。	1．马克思主义中国化时代化及其理论成果；2．毛泽东思想的形成发展、主要内容和历史地位；3.邓小平理论的主要内容和历史地位；4.“三个代表”重要思想的主要内容和历史意义；5.科学发展观的核心要义和历史意义。	**1．教学条件：**线上省级精品课教学资源库，超星学习通；线下多媒体智慧教室，校外实践基地。 **2．教学方法：**理论讲授法、信息化教学法、启发式教学法、探究式教学法、情景教学法、案例教学法等。 **3．师资要求：**政治要强，情怀要深，思维要新，视野要广，自律要严，人格要正。 **4．考核方式：**过程性考核60%+终结性考核40%。	S1 S2 S3 S9 Z1 Z2 N1 N5 N6
4	习近平新时代中国特色社会主义思想概论（一）	**1.素质目标：**具有中国特色社会主义信仰，增强“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”。增进政治认同、思想认同、理论认同、情感认同，切实做到学思用贯通、知信行统一。 **2.知识目标：**了解和把握习近平新时代中国特色社会主义思想产生的时代背景、主要内容、现实意义；了解中国式现代化的基本内涵和本质要求；掌握坚持党的全面领导的基本内涵；了解高质量发展的基本要义；掌握教育、科技、人才的战略	1.马克思主义中国化时代化新飞跃； 2.新时代坚持和发展中国特色社会主义； 3.以中国式现代化全面推进中华民族伟大复兴； 4.坚持党的全面领导； 5.坚持以人民为中心； 6.全面深化改革开放； 7.推动高质量发展； 8.社会主义现代化建设的教育、科技、人才战略； 9.发展全过程人民民主。	**1．教学条件：**采用教育部统编教材，课内依托线上精品课教学资源库，线下智慧教室，课外依托校内外德育实践基地展开教学，将信息技术充分融入课堂，并根据专业特点和学情分析，增强课程教学的针对性、时代性和吸引力。 **2．教学方法：**以“教师主导、学生主体”为教学理念，采取理论讲授法、实践教学法、启发式教学法、案例教学法、情境教学法等。 **3．师资要求：**政治要强，情怀要深，思维要新，视野要	S1-S10 Z1 Z2 N1 N5 N6

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		意义和全过程人民民主的本质要求。 **3.能力目标：**提升学生的政治判断力，具有正确运用习近平新时代中国特色社会主义思想的世界观、方法论和贯穿其中的立场、观点、方法分析中国特色社会主义的经济、政治热点、疑点问题的能力。		广，自律要严，人格要正。 **4．考核方式：**过程性考核60%+终结性考核 40%。	
5	习近平新时代中国特色社会主义思想概论（二）	**1.素质目标：**具有中国特色社会主义信仰，增强“四个意识”，坚定“四个自信”，做到“两个维护”。增进政治认同、思想认同、理论认同、情感认同，切实做到学思用贯通、知信行统一。 **2.知识目标：**了解全面依法治国的中国特色社会主义法治道路；领悟中国特色社会主义文化力量；了解共建共治共享的社会治理现代化；掌握人与自然和谐共生、绿水青山就是金山银山的生态文明理念；了解总体国家安全观的新安全格局；了解新时达的强军目标；掌握一国两制的核心要义；了解人类命运共同体的重大意义；掌握全面从严治党的重大举措等。 **3.能力目标：**提升学生的政治判断力，具有正确运用习近平新时代中国特色社会主义思想的世界观、方法论和贯穿其中的立场、观点、方法分析中国特色社会主义的经济、政治热点问题的能力。	1.全面依法治国； 2.建设社会主义文化强国； 3.以保障和改善民生为重点加强社会建设； 4.建设社会主义生态文明； 5.维护和塑造国家安全； 6.建设巩固国防和强大人民军队； 7.坚持“一国两制”和推进祖国完全统一； 8.中国特色大国外交推动构建人类命运共同体； 9.全面从严治党。	**1．教学条件：**采用教育部统编教材，课内依托线上精品课教学资源库，线下智慧教室，课外依托校内外德育实践基地展开教学，将信息技术充分融入课堂，并根据专业特点和学情分析，增强课程教学的针对性、时代性和吸引力。 **2．教学方法：**以“教师主导、学生主体”为教学理念，采取理论讲授法、实践教学法、启发式教学法、案例教学法、情境教学法等。 **3．师资要求：**政治要强，情怀要深，思维要新，视野要广，自律要严，人格要正。 **4．考核方式：**过程性考核60%+终结性考核 40%。	S1-S10 Z1 Z2 N1 N5 N6
6	形势与政策	**1.素质目标：**具有认识时政热点的理性思维、政治素养以及责任担当意识；牢固树牢“四个意识”，坚定“四个自信”，增强为实现中华民族伟大复兴而努力的使命感。 **2.知识目标：**了解国内国际发展大势；掌握新时代坚持和发展中国特色社会主义的新理论新实践。 **3.能力目标：**能够运用马克思主义的立场、观点和方法把握时代脉搏，分析判断形	1.加强党的建设和全面从严治党形势与政策 2.我国经济社会发展形势与政策 3.港澳台工作形势与政策 4.国际形势与政策	**1.教学条件：**线上校级精品课教学资源库，超星学习通；线下多媒体智慧教室，校外实践基地。 **2．教学方法：**案例教学法、自主探究法等 **3．师资要求：**政治要强，情怀要深，思维要新，视野要广，自律要严，人格要正。 **4．评价及考核：**过程性考核60%+终结性考核 40%。	S1-S10 Z1 Z2 N1 N5 N6

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		势；能够自觉抵制各种不良思潮和言论的影响，与党和政府保持高度一致。			
7	大学体育	**1.素质目标：**具有“健康第一”和“终生体育”意识，具有爱国主义、集体主义、社会主义精神以及奋发向上、顽强拼搏的意志品质；具有强健体魄、成为身心协调发展的高素质人才；具有良好的体育道德风尚；能正确处理竞争与合作的关系。 **2．知识目标：**了解相关的体育理论知识，裁判知识；掌握运动损伤的救护及运动营养常识，懂得体育文化内涵的欣赏；了解职业病的防治并掌握一定的康复技能。 **3．能力目标：**具有一定运动能力并能促进身体健康、心理健康、适应社会的能力；掌握一到两项运动项目；具有参与简单的基层体育赛事的组织开展能力；具有制定可行的个人锻炼身体计划的能力；能够通过康复知识养成体育锻炼习惯，形成健康的生活方式。	该课程为纯实践课程，课程内容包含： 1．运动技术模块：篮球、足球、排球、啦啦操、武术、健身气功、羽毛球。 2．基础模块：体育竞赛规则、体育与健康概述、体育锻炼的科学方法、创伤急救基本技术等。 3．拓展模块：阳光跑和运动会。	**1．课程思政：**落实立德树人的根本任务，以体育人，增强学生体质。融体育知识传授、体育锻炼能力培育、人文素质提高于一体。 **2．教学条件：**田径场、足球场、篮球场、排球场、形体房，基本体育器材，多媒体一体机。 **3．教学方法：**采用讲授法、示范法，情境教学法、案例教学法等多种教学方法。课前预习，课中体验教学内容，回答提问，课后完成布置练习。 **4．师资要求：**体育相关专业，体育的基础理论知识丰富，实践能力较强，同时应具备一专多项的教学经验。 **5．考核方式：**采用过程性考核与终结性考核相结合的考评方法，其中过程性考核占40%，终结性考核占60%。	S1 S2 S5 N3
8	大学英语	**1.素质目标：**具有跨文化交际和职业岗位意识；具有良好的多元文化交流素养和可持续学习素养；具有良好的学习习惯和逻辑性思维。 **2．知识目标：**了解世界多元文化的差异性，拓宽国际视野；熟悉跨文化交际知识与交际策略；掌握日常生活和职场交际中的英文核心词汇、句型和语法结构。 **3．能力目标：**具有英文日常交流和简单业务交流沟通会话能力；具有阅读并理解社会、经济、文化等英文资料的能力；具有一定英文资料翻译和职场应用文写作能力；具有职场环境下用英语处理业务的能力。	1．职业与个人主题模块：包括人文底蕴、职业规划、职业精神专题。职场情境任务有求职应聘、活动策划、活动组织、参访接待等。 2．职业与社会主题模块：包括社会责任、科学技术、文化交流专题。职场情境任务有产品策划、产品推荐、网络问题处理等。 3．职业与环境主题模块：包括生态环境、职场环境专题。职场情境任务有危机公关、交易善后等。	**1．课程思政：**将立德树人的理念贯穿于教学中，用英语传播中国文化，培育和践行社会主义核心价值观。在潜移默化中坚定学生的理想信念，厚植爱国主义情怀，形成正确的世界观、人生观、价值观。 **2．教学条件：**充分利用学习通、职教云等网络学习平台和大数据、人工智能等技术，建立真实、开放、交互、合作的教学环境，将抽象的教学内容，采用图文并茂的形式形象地展示出来。 **3．教学方法：**利用网络资源和学习通等平台进行线上+线下混合式教学，采用任务驱动法、项目导向法、情景教学法和翻转课堂教学法相结合的教学方法，培养学生在职场环境下运用英语的基本技能。 **4．师资要求：**有英语类相关专业本科及以上学历；有	S1 S2 S3 S4 Z2 N1 N4

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
				扎实的学科专业知识；有较强的实践能力和信息化教学能力；能够有效实施英语教学，开展教学研究。 **5．考核方式：**本课程为考试课程。课程考核包括平时考核，过程性考核和期末考试三部分。具体考核成绩评定办法如下：平时考核成绩占比30%，过程性考核成绩占比40%，期末考试成绩占比30%。	
9	经济数学	**1.素质目标：**具有探究和创新意识；培养严谨求实的科学精神和辩证思维；具有严谨细致、团队合作精神和坚韧不拔的思维品质；融入财经伦理意识，在量化分析中理解社会责任感。 **2．知识目标：**掌握求极限的方法；熟练掌握求解导数、微分、不定积分、定积分的方法；了解线性代数中关于行列式、矩阵及线性方程组的知识。 **3．能力目标：**具有一定的抽象概括能力以及逻辑推理能力；能应用数学知识求解相应经济问题，并会对相应经济问题的计算结果，正确进行数量分析、推断和预测。	1．函数、极限及连续。 2．导数与微分。 3．导数的应用。 4．不定积分。 5．定积分。 6．行列式及矩阵。 7．线性方程组及其应用。	**1．课程思政**：以立德树人为根本任务，实现文化育人，挖掘经济专业领域及生活情景中的思政元素，树立文化自信和认同感，将实事求是、诚实守信、严谨规范、创新创业等思政元素注入教学内容之中。 **2．教学条件：**教室配备多媒体设施和无线网络等。 **3．教学方法：**以“教师主导、学生主体”为教学理念，采取任务驱动、分层教学、数字化工具，如要求超星学习通推送 MATLAB 实操微课，课内用 Excel 训练经济数据处理等教学方法，引导学生积极思考、勇于创新。以问题解决为核心组织教学，创立良好的教学环节促进“问题解决”的实现。 **4．师资要求：**数学及相关专业研究生学历或讲师以上职称；有扎实的学科专业知识同时应具备较丰富的教学经验。 **5．考核方式：**本课程为考试课程，采取过程性考核与终结性考核相结合的考评方法，其中过程性考核占60%，终结性考核占40%。	S1 S2 S3 S4 Z2 N1 N4
10	信息技术	**1.素质目标：**培养学生对新一代信息技术与人工智能的探索热情和创新精神，激发学生主动关注行业前沿动态，树立持续学习意识。引导学生在智能技术应用过程中，强化责任意识与法律意识，提升信息道德修养，形成正确的 AI 伦理观。增强学生的团队	1．新一代信息技术与AI基础； 2．智能信息检索； 3．智能办公与应用； （1）文档编辑与智能排版 （2）数据统计与AI分析 （3）智能演示与协作 4．生成式AI（AIGC）实战； （1）文本生成	**1．课程思政：**紧紧围绕立德树人的根本任务，培养具备信息社会责任，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，能有效维护公共信息安全。 **2．教学条件：**本课程在超	S1 S2 S3 S4 Z2 Z3 N2 N6

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		协作能力和沟通表达能力，在项目实践中，培养集体荣誉感和合作共赢的价值观。 **2．知识目标：**掌握新一代信息技术与人工智能的基础概念、核心技术及发展趋势，理解大数据、云计算、物联网等技术与人工智能的关联，构建基础理论框架。熟悉智能信息检索的常用方法与工具，掌握智能办公软件（如智能文档处理、数据可视化工具、智能演示文稿）的操作技巧，掌握生成式 AI（AIGC）的基础应用（文生文、文生图、文生视频、智能体开发）。清晰认识 AI 伦理与信息素养的重要性，熟悉人工智能在应用中涉及的伦理规范、法律问题和信息安全知识。 **3．能力目标：**运用信息技术与人工智能基础知识，提升在职业场景中应用新技术的适应能力。能熟练使用智能信息检索工具快速获取有效信息，运用智能办公软件高效完成文档处理、数据统计、演示文稿制作等日常办公任务，提高职场工作效率。能应用生成式 AI（AIGC）实践能力，完成简单的图文创作、视频生成、智能体开发任务，并能结合 AI 伦理知识，对技术应用的潜在风险进行初步评估的能力。	（2）图像生成 （3）语音与视频生成 （4）智能体（AI Agent）开发 5．AI伦理与信息素养。	星平台建设有网络在线课程，采用线上线下混合式教学，需要稳定的网络环境；硬件要求提供足够的计算机、投影仪等设备；软件要求安装WIN10以上操作系统、主流智能办公软件（WPS AI、Microsoft 365 Copilot）、生成式 AI 工具（如ChatGPT、Midjourney简易版 **3．教学方法：**采用启发式、参与式、个性化教学等多种教学方法，包括课堂讲解、案例分析、小组讨论、实践操作等。通过具体案例和实践操作，引导学生应用信息技术来解决实际问题。 **4．师资要求：**教师需具备信息技术或人工智能相关专业背景，熟悉高职院校学生特点，能将复杂知识转化为通俗易懂的内容进行教学。 **5．考核方式：**过程性考核（40%）：课堂表现（10%），考核学生课堂参与、提问互动情况；作业与实践任务（20%），评估学生对知识掌握与技能操作水平；小组项目（10%），从团队协作、项目成果完成度进行评价。 终结性考核（60%）：理论考试（30%），以选择题、判断题、简答题为主，考查基础知识掌握；实践操作考核（30%），要求学生在规定时间内完成智能信息检索任务、智能办公软件操作任务、AIGC 工具应用任务。综合两项成绩，形成学生课程总评成绩。	
11	国家安全教育	**1.素质目标：**树立国家利益至上的观念，具有自觉维护国家安全的意识。 **2．知识目标：**了解我国新时代国家安全的形势与特点；掌握总体国家安全观的基本内涵、重点领域和重大意义，以及相关法律法规。 **3．能力目标：**能够对不同领域的安全问题进行分析和判断，识别潜在的安全风险和威胁。能够将国家安全意	1．国家安全总论：国家安全的重要性，我国新时代国家安全的形势与特点，总体国家安全观的基本内涵、重点领域和重大意义，以及相关法律法规。 2．国家安全重点领域：国家政治安全、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	**1．课程思政：**通过课程学习，使学生牢固树立和全面践行总体国家安全观，牢固树立国家利益至上的观念，增强自觉维护国家安全意识。 **2．教学条件：**学习通平台等，方便学生跨时间、跨地域灵活自主地参与学习，多媒体教室。 **3．教学方法：**线上学习+线下安全教育班课的形式，引导学生自主参与、体验感悟。充	S1 S2 S3 S4 S5 Z1 N1 N6

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		识转化为自觉行动，强化责任担当。	空、深海、极地、生物等不断拓展的新型领域安全等重点领域的基本内涵、重要性、面临的威胁与挑战、维护的途径与方法。	分利用学校学生党支部、学生会、学生社团等组织，开展知识竞赛、演讲比赛、文艺表演、社会实践等形式多样的国家安全教育主题活动，实现国家安全知识传播常态化。 **4．师资要求：**政治要强，情怀要深，思维要新，视野要广，自律要严，人格要正。 **5．考核方式：**平时成绩占60%，课程考试占40%。	
12	实用语文	**1.素质目标：**具有爱岗敬业、诚实守信的职业道德；具有积极向上的职业观，提升职业人文素养；具有严谨细致、坚持不懈的工作作风；弘扬工匠精神、楚怡精神，具有高尚的职业道德和职业情操，具备高尚情操、专业精神和卓越沟通能力的精英。 **2．知识目标：**掌握日常沟通、高效演讲及各场景演讲技巧的相关知识； 了解应用文写作的特点及要求；掌握与专业相关的应用文写作的基本知识；掌握专升本考试中大学语文部分的应用文写作知识点。 **3．能力目标：**能适应岗位情境，提升逻辑思维能力及审美能力；能适应AI科技裂变，具备个性化的语文素养能力；能够强化泛语言文化与人际沟通能力。	1．口语模块：日常沟通技巧；高效演讲技巧；场景演讲技巧。 2．通用写作模块：应聘场景写作；汇报场景写作；会议场景写作。 3. 专业场景写作模块：市场调研报告、新媒体文案写作。	**1．课程思政：**以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，以立德树人为根本任务，实现文化育人，培养新时代具有竞争力及创新力的高素质职业人才，将心怀天下、乐于奉献、质量意识、实事求是、诚实守信、严谨规范、创新创业等思政元素注入教学内容之中。 **2．教学条件：**教室配备多媒体设施和无线网络等。 **3．教学方法：**以“教师主导、学生主体”为教学理念，采取任务驱动法、案例分析法、情境教学法、角色扮演法、头脑风暴法、启发诱导法等教学方法，引导学生积极思考、乐于动笔。 **4．师资要求：**有扎实的学科专业知识、较强的文字写作能力，同时应具备较丰富的教学经验。 **5．考核方式：**本课程为考查课程，采取过程性考核与终结性考核相结合的考评方法，其中过程性考核占70%，终结性考核占30%。	S1 S2 S3 S4 Z2 N1 N4
13	心理卫生与健康	**1.素质目标：**树立心理健康发展的自主意识；具备“知行合一”和“助人自助”的心理素养；具备自尊自信、理性平和、积极向上的健康心态； **2．知识目标：**了解心理学的相关理论和基本概念；掌握心理健康的标准及意义；了解大学阶段人的心理发展特征和异常表现；掌握自我调适的基本知识、大学生心	模块一：走近心理健康 项目1：大学生心理健康绪论 项目2：心理咨询与心理障碍预防 模块二：正确认识自我 项目3：自我意识1 项目4：自我意识2 项目5：塑造健全人格 模块三：适应大学生活 项目6：适应与规划大学生活	**1．课程思政：**明确课程教学各环节中的思政教育元素和育人要求，注重“课程思政”的价值聚焦，聚焦育人价值的本源，注重价值导向。不断更新和提升专业知识水平和思想政治素养，及时把握专业和思想政治教育动态，增强对心理育人在思想政治教育中价值的充分认识。 **2．教学条件：**多媒体教室，心理中心各功能室。	S1 S2 S4 S5 Z1 N1 N3

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		理危机及其干预知识。 **3．能力目标：**能够提升自我探索技能；能够提升心理调适技能；能够提升心理发展技能。	项目7：学会学习与创造1 项目8：学会学习与创造2 模块四：有效管理情绪 项目9：大学生情绪管理 项目10：网络心理健康 模块五：优化人际交往 项目11：大学生人际交往1 项目12：大学生人际交往2 项目13：恋爱心理 模块六：敬畏神圣生命 项目14：应对压力与挫折1 项目15：应对压力与挫折2 项目16：生命教育	**3．教学方法：**理论讲授、团体辅导、小组分享、案例教学、心理测试、角色扮演等。 **4．师资要求：**必须拥有国家三级及以上心理咨询师资格证书或者心理治疗师资格证书，或者拥有心理学、教育学硕士学位、或有丰富的辅导员工作经验。 **5．考核方式：**考核过程由过程性考核（50%）和终结性考核（50%）组成。 其中过程性考核包括：学习态度40%+平时作业30%+出勤情况30%，终结性考核为成长分析报告、心理知识竞赛、心理情景剧或心理科普视频。	
14	职业生涯发展与就业指导	**1.素质目标：**具有职业生涯发展的自主意识；具有正确职业态度和就业观念；具有良好的职业道德素养；具有开拓创新的思维，具备全球化视野并树立文化自信，把个人发展和国家需要、社会发展相结合。 **2．知识目标：**了解职业生涯规划对人生发展的重要作用；了解就业政策与就业权益保护；熟悉职业生涯规划的流程和步骤；掌握自我探索、职业世界探索、生涯决策与行动计划制定的方法；掌握求职技巧。 **3．能力目标：**具有职业规划与管理的能力；具有自我觉察和自我分析能力；具有综合分析各类信息进行科学的生涯决策能力。	1．认识职业生涯。 2．探索自我。 3．探索职业世界。 4．职业生涯决策。 5．制定行动计划与措施。 6．就业形势与政策。 7．收集就业信息。 8．准备求职材料。 9．面试指导。 10．职场适应与发展。	**1．课程思政：**融入社会主义核心价值观，使学生将个人职业发展与社会发展紧密结合；结合国家发展战略和行业发展趋势，增强学生的社会责任感和历史使命感；融入“诚公文化”教育，培养学生诚实守信、敬业爱岗的职业态度。 **2．教学条件：**多媒体设备、无线网络和分组教学。 **3．教学方法：**采用模块教学和行动导向教学法，结合案例分析、测试分析、情景模拟训练、小组讨论、角色扮演、访谈、调查等方法进行。 **4．师资要求：**具备丰富的就业指导经验和职业咨询能力，引导学生进行职业规划和就业准备。 **5．考核方式：**采取过程性考核70%+终结性考核30%的形式进行考核评价。	S1 S2 S3 S4 S5 S6 Z1 Z2 N1 N5 N6
15	创新创业教育	**1.素质目标：**具有创新创业意识；具有团队合作意识；具有勇于担当、服务社会、挑战自我、承受挫折、坚持不懈、创造价值、追求卓越的创业精神。 **2．知识目标：**了解开展创新、创业活动所需要的基本知识；熟悉创业资源整合与创业计划撰写的方法；掌握创业与职业生涯发展的关系。	1．创业与人生发展 2．创新、创业与创业精神 3．创业者与创业团队 4．整合创业资源 5．探索创业机会 6．创意设计与创新方法 7．商业模式设计与创新 8．创业风险的识别与控制 9．创业计划书的撰写与展示	**1．课程思政：**实行思政教育、劳动教育与创新创业教育融合，注重培养学生的爱国精神、企业家精神、责任意识、安全意识等，激发学生的创新创业兴趣，让思想“活”起来，让创业“动”起来。 **2．教学条件：**多媒体设备、无线网络和分组教学 **3．教学方法：**采用模块教学和行动导向教学法，结合案例分析、项目训练、情景	S1 S2 S3 S4 S5 S6 Z1 Z2 N1 N5 N6

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		3．能力目标：具有当代大学生必备的创业综合素质和能力；能主动适应国家经济社会发展和人的全面发展需求，积极投身创新实践。		模拟训练、小组讨论、角色扮演、问卷调查等方法进行。 **4．师资要求：**具备大学生创新创业教育改革的理念，积极创新教学方式和教学内容，创设更加具体的教学情境。具有创业指导能力，引导学生进行创新创业项目的策划和实践。 **5．考核方式：**采取过程性考核70%+终结性考核 30%的形式进行考核评价。	

（2）公共基础限选课程

公共基础限选课程描述如表 8 所示。

表 8　公共基础限选课程描述

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
1	生命安全与救援	**1.素质目标：**具有应对危机突发事件意识。 **2.知识目标：**掌握基本生存、自救和救助技能。 **3.能力目标：**掌握常见运动创伤的预防与处置方法。	1．现场急救技能。 2．户外活动危险的预测与预防。 3．运动损伤的预防与处理。4．生活中常见的意外事件。	本课程是纯在线式网络课程。所有教学活动均在网络上进行，学生可以跨时间、跨地域灵活自主地参与学习。 考核成绩评定办法：课程视频考核占40%，课程测验考核占30%，期末考试占30%。	S1 S2 S3 Z1 N3
2	突发事件及自救互救	**1.素质目标：**具有应急应对自然灾害、事故灾难、公共卫生事件和社会安全事件意识。 **2．知识目标：**了解突发事件，熟悉急救原则，掌握呼救现场急救知识。 **3．能力目标：**能做到遇到突发事件冷静有效自救互救。	1．突发事件应急处理原则。 2．急性中毒的应急处理。 3．心肺复苏初级救生术。 4．呼吸道异物的现场急救。 5．常见急危重病症的现场急救。 6．常见意外事故的现场急救。 7．各类创伤的现场急救。 8．止血与包扎术。 9．固定与搬运术。	本课程是纯在线式网络课程。所有教学活动均在网络上进行，学生可以跨时间、跨地域灵活自主地参与学习。 考核成绩评定办法：课程视频考核占40%，课程测验考核占30%，期末考试占30%。	S1 S2 S3 Z1 N3
3	中国传统文化	**1.素质目标：**具有完善人格修养的意识；具有一定的审美和人文素养；具有传承弘扬中华优秀传统文化的责任感和使命感；具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感。 **2．知识目标：**了解必备的中华优秀传统文化知识、	1．中国传统文化绪论。 2．中国古代思想文化。 3. 中国语言文字。 4．中国古代教育。 5．中国古代文学。 6．中国古代艺术。 7．中国古代科学技术。 8．中国古代建筑。 9．中国古代礼仪。	**1．课程思政：**以立德树人为根本，培养学生对中华优秀传统文化的认同和传承意识，引导学生树立正确的价值观，提高学生的文化素养和民族认同感，增强学生的文化自信。 **2．教学条件：**教室配备多媒体设施和无线网络等。	S1 S2 S3 S4 S6 Z2 N1 N4

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		中国传统道德规范和统美德；熟悉中国古代思想、文学、艺术、礼仪、节日等优秀文化成果；掌握中国传统文化的基本精神和核心理念。 **3．能力目标：**具有较高的阅读鉴赏能力和审美能力；具有一定的文化思辨和创新文化的能力，能自觉将中华优秀传统文化与社会主义核心价值观相结合，对社会现象具有较准确的分析和判断。	10．中国传统节日。 11．中国古代社会生活。	**3．教学方法：**运用现代化教学手段，采用讲授教学法、翻转教学法、情境教学法、案例教学法、任务驱动法、小组讨论法等多种方法，使用在线开放课程组织教学。 **4．师资要求：**应具有较深厚的中华优秀传统文化知识和较高的人文素养，同时应具备较丰富的教学经验。 **5．考核方式：**本课程为考查课程，采取过程性考核与终结性考核相结合的考评方法，其中过程性考核占50%，终结性考核占50%。	
4	党史国史	**1.素质目标：**具有史学素养和政治思维。 **2.知识目标：**了解中国近现代历史基本知识，熟悉马克思主义基本理论和中国共产党历史发展历程，掌握中国近现代历史的基本知识和基本规律。 **3.能力目标：**具有史学素养和政治觉悟，并借以观照现实中的社会、政治和人生。	1．西方列强对中国的侵略；2．马克思主义在中国传播与中国共产党成立；3．中华民族抗日战争的伟大胜利；4．历史和人民选择了中国共产党；5．中国特色社会主义进入新时代。	本课程是纯在线式网络课程。所有教学活动均在网络平台上进行，学生可以跨时间、跨地域灵活自主地参与学习。 考核成绩评定办法：课程视频考核占40%，课程测验考核占30%，期末考试占 30%。	S1-S9 Z1 Z2 N1 N5 N6
5	大学美育（美术鉴赏）	**1.素质目标：**具有正确的审美观念、高尚的道德情操、深厚的民族情感；具有审美意识及个人艺术修养；具有文化传承意识，坚定文化自信；具有正确的价值观、文化观。 **2．知识目标：**了解艺术的本质与特征、艺术的起源、功能与种类；熟悉艺术创作、艺术作品、艺术鉴赏等方面知识；掌握从美学和文化学的角度来研究艺术的方法。 **3．能力目标：**能探索和发掘艺术与美学的人文精神，具有一定的美术鉴赏能力。	线下模块： 1．中国美术作品赏析：从古代至现代，涵盖绘画、雕塑、建筑、工艺美术等多个方面；重点介绍各时期的重要美术遗产、美术流派、美术家及其代表作品。分析不同历史时期的艺术特色、文化背景和社会影响。 2．外国美术作品赏析：涵盖欧洲、亚洲、非洲等地区的美术发展；重点介绍不同文明背景下的美术风格和代表作品；分析外国美术作品的技法、材料、形式和内容等方面的特点。 线上模块 （6选1：音乐鉴赏、书法鉴赏、影视鉴赏、戏剧鉴赏、戏曲鉴赏、艺术导论）	**1．课程思政：**坚持立德树人，充分发挥艺术课程特色优势，以美育人、以情动人、以文化人，引领学生树立正确的审美观念，陶冶高尚的道德情操，培养深厚的民族情感，激发想象力和创新意识，提高学生审美能力和人文素养，促进学生全面发展。 **2．教学条件：**多媒体教学设备。智慧职教、超星智慧学习平台。 **3．教学方法：**线上线下混合式教学，运用现代媒体教学手段，采用情境导入法、故事讲述法、互动讨论法、多媒体体验法、自主学习法。 **4．师资要求：**较高的理论水平；良好综合艺术素养；具有良好的沟通能力和教学耐心，能够激发学生的学习兴趣和积极性。 **5．考核方式：**本课程采用	S1 S3 S4 N1 N4

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
				“过程考核+终结考核”方式进行考核，其中过程考核占60%，终结考核占40%。	
6	大学美育（音乐鉴赏）	**1.素质目标：**具有正确的审美观念、文化传承意识、坚定文化自信。提高学生的艺术修养和团队合作精神。 **2．知识目标：**了解音乐的常见体裁与发展脉络。理解音乐与文化、历史、社会等方面的关系，认识音乐在人类文明中的地位和作用。掌握音乐基础知识及基本技能，并能理解其在音乐表现中的作用。 **3．能力目标：**具有识谱能力、视唱能力。审美感知和审美评价能力。创新精神和实践能力。	线下模块： 1．音史之缘——音乐历史与文化的瑰丽之旅。 2．乐声之基——探索音乐的无限奥秘。 3．音流之脉——流动的音乐脉搏。 4．汉韵民律——绚丽的汉族与少数民族音乐。 5．音舞之韵——声乐、器乐与舞蹈音乐。 6．音镜之魂——戏剧、影视与流行音乐。 7．音之万象——多彩的世界音乐文化。 8．音舞飞扬——音乐表演与舞台实践。 线上模块： （6选1：音乐鉴赏、书法鉴赏、影视鉴赏、戏剧鉴赏、戏曲鉴赏、艺术导论）	**1．课程思政：**引导学生树立正确的历史观、民族观、国家观、文化观，提高学生的审美和人文素养，培养创新精神和实践能力，塑造健全人格。 **2．教学条件：**多媒体教学设备。超星智慧学习平台、实践舞台。 **3．教学方法：**运用现代媒体教学手段，采用情境导入法、故事讲述法、互动讨论法、多媒体体验法、自主学习法。 **4．师资要求：**较高的理论知识和音乐素养；良好的演唱、范唱能力；扎实的音乐理论功底指导教学；具有良好的沟通能力和教学耐心，能够激发学生的学习兴趣和积极性。 **5．考核方式：**本课程为考查课程。采取过程性考核50%（考勤10%+课堂表现20%+课后作业20%）与终结性考核50%（作品表现、舞台表演）相结合考评方法。	S1 S3 S4 N1 N4

（3）公共基础任选课程

公共基础任选课程描述如表 10 所示。

表 9　公共基础任选课程描述

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
1	公共基础任选课程	**1.素质目标：**具有个人认知与文化修养，具有一定的科学素养。 **2．知识目标：**了解文明起源与历史演变、人类思想与自我认知、科学发现与技术革新、文学修养、国学经典与文化传承等方面知识。 **3．能力目标：**能吸收前人的智慧，用于拓展心胸，提升个人修养。	1．中西文化比较 2．中华诗词之美 3．中国当代小说选读 4．文化地理 5．生命科学与人类文明 6．经济与社会：如何用决策思维洞察生活 7．社会学与中国社会 8．先秦诸子 9．《诗经》导读 10．文物精品与中华文明 11．先秦君子风范 12．中国古代礼仪文明	本课程 1-26 单元为纯在线教学，学生可灵活自主学习，考核由视频学习（40%）、章节测试（30%）、课程考试（30%）构成；27-34 单元选课人数达 30 人及以上则采用线下授课，考核为过程性考核（60%）、终结性考核（40%）。学生在 1-6 学期内自主选修，需完成不少于 32 学时、不少于 2 学分，具体学时学分详见附录（二）《公共基础任选课程一览表》	S1 S2 S3 S4 S5 S6 Z1 Z2 Z4 N1 N3 N4 N5 N6

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
			13．《老子》《论语》今读 14．《论语》导读（同济版） 15．如何高效学习 16．批判与创意思考 17．有效沟通技巧 18．礼行天下 仪见倾心 19．大学生防艾健康教育 20．辩论修养 21．大数据分析导论 22．大学生健康教育 23．宪法与法律 24．红色旅游与文化传承 25．人工智能与信息社会 26．人工智能与创新 27．专升本英语 28．专升本数学 29．专升本语文 30．法律技能与职场应用(民法刑法) 31．一书一世界:阅读启航与探索 32．羽毛球 33．篮球 34．瑜伽		

（4）公共基础实践课程

表 10　公共基础实践课程描述

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
1	入学教育	**1.素质目标：**坚定理想信念、树立远大理想。 **2．知识目标：**掌握校纪校规，熟悉专业的就业方向。 **3．能力目标：**能快速适应新环境、转变新角色，明确学习目标、合理规划大学生活。	1．理想信念教育。 2．校纪校规教育。 3．优良学风教育。 4．心理健康教育。 5．职业规划教育。 6．文明修养教育。	**1．课程思政：**紧紧围绕立德树人的根本任务，以理想信念教育为核心，以社会主义核心价值观为引领，以学生成长成才为目标，构建内容丰富、形式多样、特色鲜明、实效性强的入学教育体系。要爱国教育与爱校教育相结合，帮助新生坚定理想信念，增强爱校情感和家国情怀，引导新生正确认识大学，适应大学生活，实现角色转换。 **2．教学条件：**教室配备多媒体设施和无线网络等。 **3．教学方法：**采取讲座、交流、报告会等多种形式进行；集中教育与分散教育相结合、课堂教育与朋辈指导相结合、主题教育与专业教育相结合。	S1 S2 S3 S4 S5 S6 N5

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
				4．师资要求：政治强、情怀深、思维新、视野广、自律严、人格正。 **5．考核方式：**授课教师和辅导员根据每次授课实际情况进行评价。	
2	军事技能	**1.素质目标：**具有国防意识；具有组织观念和纪律意识；具有吃苦耐劳精神；具有团队合作精神。 **2．知识目标：**了解中国人民解放军三大条令的主要内容；掌握军事队列训练动作要领；掌握寝室内务整理规范。 **3．能力目标：**拥有基本的军事技能；能够规范完成单兵队列动作；能够规范整理寝室内务。	1．《中国人民解放军内务条令》主要内容。 2．《中国人民解放军纪律条令》主要内容。 3．《中国人民解放军队列条令》主要内容。 4．军事队列训练动作要领。 5．寝室内务整理规范。	**1．课程思政：**立德树人贯穿始终，要加强爱国主义教育及国家军事安全教育。 **2．教学条件：**有足够面积的运动场地。如有必要，可在寝室、教室开展有关活动。 **3．教学方法：**讲解与示范相结合，要求严格训练、科学训练、按纲施训、依法治训。 **4．师资要求：**军训教官的资质应符合国家有关规定。 **5．考核方式：**综合学生军训期间的表现及训练效果进行评价。军训教官、辅导员应做好日常训练记录。	S1 S2 S4 S5 S6 Z3
3	劳动教育	**1.素质目标：**具有崇尚劳动、尊重劳动、热爱劳动的劳动价值观；具有精益求精的工匠精神和爱岗敬业的劳动素养；培养学生积极劳动的良好观念和习惯。 **2．知识目标：**了解劳动的含义和价值；了解岗位职责要求与安全注意事项；了解基本的劳动法律法规知识。 **3．能力目标：**具有自身专业相对应的劳动能力和素养；掌握日常劳动工具的使用方法及要求。	1.劳动纪律教育，做好劳动实践分工。 2.劳动安全教育，强调劳动实践注意事项。 3.弘扬劳动之风，践行劳模精神。 4.劳动岗位要求，强调专业技能和通用能力。 5.劳动技能训练，落实劳动实践要求。 6.开展志愿服务劳动。 7.劳动技能考核。	**1．课程思政：**通过劳动教育使学生能够理解和形成马克思主义劳动观，牢固树立正确的劳动价值观，提升学生的综合劳动素养，培养良好的劳动品质。 **2．教学条件：**授课主要以劳动实践为主，需要配备基础的劳动工具，根据三校区实际情况进行校园环境卫生区域划分。理论课在教室配备多媒体设施和无线网络。 **3．教学方法：**讲授法，采用“以案例为载体、以任务为驱动、以要点为主线”的教学方式；演示法，充分利用信息化技术工具构建移动教学资源辅助教学；练习法，实践课当中，按照《劳动实践周实施方案》老师布置任务，团队合作完成劳动任务。 **4．师资要求：**具备扎实的岗位技能和示范、指导能力。 **5．考核方式：**采用过程性考核与终结性考核相结合的考评方法，其中过程性考核占50%，终结性考核占50%。	S5 S6 S7 Z1 N5

2．专业课程

（1）专业基础课程

专业基础课程描述如表 11 所示。

表 11　专业基础课程描述

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
1	习近平经济思想概论	**1. 素质目标:**坚定“四个自信”，增强服务中国式现代化的责任感。树立正确的经济观、发展观。强化服务国家战略、推动高质量发展的使命担当。 **2. 知识目标:**掌握习近平经济思想的核心概念（新发展理念、高质量发展、新质生产力等）。理解党领导经济工作、基本经济制度、统筹发展与安全等重大命题。把握城乡融合、区域协调、产业体系现代化、经济全球化等战略布局及其内在联系。 **3. 能力目标:**能解读国家经济政策。能运用相关理论分析现实经济问题。初步具备统筹效率与公平、发展与安全的战略思维能力。的	1. 以经济建设为中心扎实推进中国式现代化。 2. 加强党对经济工作的全面领导。 3. 坚持以人民为中心的发展思想。 4. 坚持和完善社会主义基本经济制度。 5. 全面深化改革开放。 6. 完整准确全面贯彻新发展理念。 7. 构建新发展格局。 8. 推动高质量发展。 9. 加快发展新质生产力。 10. 加快建设现代化产业体系。 10. 推动城乡融合发展。 11. 促进区域协调发 12. 倡导普惠包容经济全球化。 13. 统筹发展和安全。 15. 做好经济工作的方法论。 16. 结合数字贸易、实体产业与湖南产业带出海案例理解经济运行。	**1. 教学条件:** 线上：校级精品课资源库、超星学习通。线下：多媒体智慧教室、校外实践基地（开发区、高新企业、乡村振兴点等）。 **2. 教学方法:** 理论讲授法、案例教学法（如新质生产力典型事例）、探究式教学法、情景模拟法、数据驱动教学法。 **3. 师资要求:**政治强、视野广、业务精、思维新、情怀深、人格正。熟悉习近平经济思想和中央经济工作会议精神。 **4 .考核方式：** 过程性考核60%+终结性考核 40%。	S1 S2 S3 S4 Z1 Z2 Z3 N1 N2 N3 N5 N6 N7
2	人工智能应用基础	**1.素质目标：**培养学生尊重知识产权、坚守法律底线的社会责任意识；培养学生主动探索和AI协同创造与创新的素质；培养学生严谨求实科技创新意识；培养学生创新思维；培养学生安全可控的技术价值观。 **2．知识目标：**了解人工智能的发展历程及典型应用场景；理解人工智能的三大要素；掌握提示词工程的核心要素；熟悉AIGC文本生成、图像处理、视频生成和数字人生成的主要工具、原理和基本流程；	1．人工智能的发展历程及典型应用场景。 2．各种AI技术的发展及中国的AI技术发展。 3．人工智能三大要素。 4．AI时代的思维方式。 5．提示词工程核心要素。 6．生成式AI技术生成文本、处理数据表格。 7．生成式AI技术生成、处理图像，生成PPT。 8．生成式AI技术生成音视频。 9．生成式AI技术生成数字人。 10．大模型本地部署与智能体开发。	**1．课程思政：**以立德树人为根本，将AI伦理、科技伦理、社会责任等思政元素融入教学，通过案例分析、实践项目等方式，培养学生科技向善意识、法治观念与家国情怀，实现专业知识与价值引领的深度融合。 **2．教学条件：**配备支持AI算法实践的理实一体化实训室及行业案例资源库，计算机搭载TensorFlow、PyTorch等框架和Python、Jupyter开发工具，满足模型训练与智能应用开发教学需求。 **3．教学方法：**以真实AI应用项目开发为主线，注重培养	S1 S2 S3 S4 Z1 Z2 N1 N2 N6 N14 N15

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		掌握大模型本地部署的命令和方法；理解智能体的概念；了解机器学习、深度学习的基本原理与应用场景；熟悉常用算法和模型；理解人工智能主流框架与应用领域。 **3．能力目标：**能运用人工智能时代思维方式解决问题；能运用AIGC技术生成各类文档、处理和生成图像、制作音视频、生成数字人；能完成本地服务器部署Deepseek模型；能构建简单的个人AI Agent智能体；能通过EasyDL平台完成模型定制。	11．机器学习的发展、主流框架、应用领域及可视化平台应用。 12．深度学习的主流框架、应用流程及EasyDL平台的应用。 13. 围绕选品摘要、多语种文案和客服问答训练提示词、结果核验与数据保护。	工程实践能力，主要采用项目式+翻转课堂混合教学模式，使用案例研讨、情境模拟、迭代开发等多种教学方法。 **4．师资要求：**具备扎实的人工智能理论功底与项目实战经验，善于通过项目驱动教学和技术前沿解析，培养学生工程思维与问题解决能力，关注AI伦理引导与个性化指导，能结合行业实践动态更新教学内容。 **5．考核方式：**课堂考核占10%，作业考核占20%，实操考核占40%，期末考核占30%。	
3	跨境电子商务基础	**1.素质目标：**具有团结协作、勇于创新的精神；具有吃苦耐劳的工作精神和严谨的工作态度；具备良好的服务意识和市场观念；具备精益求精的工作态度和敬业精神。 **2．知识目标：**掌握跨境电商的知识、概念、定义和原理，掌握跨境电商的几种主要表现形式；了解网上创业的知识；掌握跨境电商的技术、金融、物流基础知识；掌握跨境电商风险的识别与防范。 **3．能力目标：**能够利用网络收集与分析对学习和生活有用的信息；能够熟练使用网上支付工具；能够利用网络进行应聘、订票等操作；具有利用网络对企业网站进行推广的能力；能够对给出的企业进行跨境电商应用策划；具有利用网络进行个人跨境电商店铺创业的能力。	1．跨境电商概述； 2．跨境电商技术基础； 3．跨境电商市场分析； 4．网络信息检索； 5．网上支付； 6．跨境电商物流； 7．跨境电商安全； 8．网上开店； 9．跨境电商企业网站策划。 10. 完成产业带产品识别、目标市场和平台比较，交付平台选择报告与业务流程图。	**1.课程思政**：融入党的二十大精神，党的科学先进的治国管理理念和方针政策；引导学生树立全球视野，理解不同文化背景下的商业伦理与道德，培养学生的国际责任感与跨文化沟通能力。 **2.教学条件：**线下采用多媒体教室，线上基于智慧职教、学习通等平台开展信息化教学，增强教学的实效性和针对性。 **3．教学方法：**通过项目引导、任务驱动的模式，以学生为主展开实践性教学，组织学生参与多项模拟或真实的企业跨境电子商务活动的策划与实施。 **4.师资要求：**有坚定的社会主义理想信念；有高尚的道德情操；具有扎实的跨境电子商务理论功底和一定的实践经验。 **5．考核方式：**考核方式方法模式以“线上学习及考勤（40%）+项目作业设计（40%）+项目团队答辩（20%）”相结合进行。	S1 S2 S3 S4 S7 S9 Z1 Z2 Z3 Z4 Z5 N1 N2 N6 N7 N16 N17
4	管理学基础	**1.素质目标：**具有良好的思想政治素质、职业精神和职业道德；具有坚持和维护“公开、公正、公平”原则的意识；具有改善管理现状、不达目标不罢休的管理者勇气；具有强烈的计划意识和科学理性决策思维；具有强烈的创新	1．走进管理。 2．以史为鉴。 3．制定战略。 4．科学决策。 5．精准计划。 6．高效组织。 7．有效激励。 8．平衡控制。 9. 结合跨境店铺分工、任	**1.课程思政：**融入党的二十大精神，党的科学先进的治国管理理念和方针政策；融入优秀的管理案例弘扬中华民族传统文化和以人为本的管理思想。 **2.教学条件：**线下采用多媒体教室，线上基于智慧职教、学习通等平台开展信息化教学，	S1 S2 S3 S4 Z1 Z2 Z3 N1 N2 N5 N6

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		意识、质量意识、成本意识和工匠精神。 **2．知识目标：**熟悉管理者的角色、层次和技能；掌握管理工作的性质、职能和基本原理；熟悉中国和西方管理发展史；掌握科学决策方法，计划的编制流程和方法；熟悉组织职能、部门和层级的设计；熟悉沟通原理、领导理论；掌握激励原理和激励方法；掌握控制的程序和种类，熟悉 TQC 和 5S 现场管理控制方法。 **3．能力目标：**能够熟练运用计划、组织、领导和控制四大职能；能够制定公司基本战略，描述使命、愿景和价值观；能够运用定性和定量决策方法进行科学决策；能够结合具体情境编制要素完整的工作计划；能够根据组织目标设计职能、部门和层级，画出组织架构图；能够结合具体情境实施有效沟通，改善管理环境；能够运用激励原理和方法，结合具体情境进行有效激励；能够科学制定控制标准，衡量工作实绩，纠正工作偏差；能够运用TQC和5S现场管理等控制方法，改善管理工作质量。	务看板、运营SOP训练团队管理基础。	增强教学的实效性和针对性。 3．**教学方法：**采用讲授法、小组讨论法、案例教学法、任务驱动法、启发式教学法等帮助学生理解管理原理和方法，提升理论联系实际的能力。 **4．师资要求：**有坚定的社会主义理想信念；有高尚的道德情操；具有扎实的管理学理论功底和一定的管理实践经验。 **5．考核方式：**采取学习过程考核、项目任务作业考核和期末线上考试三个方面进行考核，总评成绩=学习过程考核（20%）+项目任务作业考核（30%）+期末线上考试（50%）。	N7 N17
5	Photoshop图形图像处理	**1.素质目标：**具有职业道德和敬业精神；团队协作精神；具有审美及视觉鉴赏意识；具有认真、严谨的态度。 **2.知识目标**：掌握并熟悉Photoshop基本面板工具等的使用；了解相关视觉设计元素、视觉色彩、视觉设计中字体的应用、视觉构图；了解用户体验、视觉定位、店铺结构、商品陈列；掌握电子商务文案视觉化相关技巧；掌握电子商务网店网站商品主图、Banner图、详情页以及网页的设计与制作；掌握Photoshop图形图像处理	1．Photoshop视觉设计认知；2．Photoshop常用工具；3．Photoshop进阶功能； 4．视觉设计综合应用； 5．电子商务网店网站页面视觉设计； 6．Photoshop视觉设计综合应用。 7. 按跨境商品图片规格处理背景、色彩和尺寸，交付规范商品素材。	1．**课程思政：**引导学生认识到图像处理在传播正能量、弘扬优秀文化中的重要作用。通过实践项目，让学生体验图形图像对人们情感和观念的影响，培养积极向上的价值观和社会责任感。强调原创性和尊重知识产权的重要性，培养学生的诚信意识和法律意识，树立正确的道德观念。 **2．教学条件：**线下采用多媒体教室，线上基于智慧职教、学习通等平台开展信息化教学，增强教学的实效性和针对性。 **3．教学方法：**教学过程中通过建立项目团队，进行协作学习。采用讲授法、提问法、分组讨论法、案例教学法、项目	S1 S2 S3 S4 S10 Z1 Z2 Z6 Z7 N1 N2 N4 N10 N15

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		及其他相关技巧。 **3.能力目标：**能够使用Photoshop工具进行图片处理的能力；能够收集分析网上图片的审美能力；能够进行Photoshop软件完成主图、详情页、Banner图片等的图像处理；能够主动建构新知识的学习迁移能力；能够对Photoshop图形图像处理具备敏锐地观察比较能力。		教学法、在线教学与预习巩固、自主学习等。 **4. 师资要求：**有坚定的社会主义理想信念；有高尚的道德情操；具有扎实的 photoshop 软件理论功底和一定的实践经验。 **5．考核方式：**为丰富学生学习效果的考核方式、方法，全面掌握学生学习情况，推动学生课程教学改革和创新。课程考核主要包括学习过程考核、项目作品考核和总结性考评（含考试）三部分。具体考核成绩评定办法如下：总评成绩=线上自主学习（20%）+课堂活动（30%）+团队实训任务（30%）+考试（20%）。	
6	跨境电商政策法规	**1.素质目标：**具备国际化视野和国际合作意识；具备法治观念和法律意识；培养创新精神和解决问题的能力； 具备团队合作精神和职业道德。 **2.知识目标：**跨境电商政策法规的基本概念和原则；主要跨境电商政策法规公约和国际商事争端解决机制；国际贸易合同的法律规定；跨境投资法律框架和规范；跨国公司合规管理和国际商事纠纷解决。 **3.能力目标：**具备独立研究和分析跨境电商政策法规问题的能力；能够理解和运用跨境电商政策法规和相关法规原则解决实际问题；具备独立撰写跨境电商政策法规文书和报告的能力；具备跨文化沟通和合作处理跨境电商政策法规纠纷的能力。	1. 国际贸易法规 2. 国际商事合同 3. 跨境争议解决 4. 跨境投资法 5. 跨境货物运输法 6. 知识产权法 7. 国际商事法律实务 8. 围绕商品准入、知识产权、内容和客户数据保护形成基础合规检查清单。	**1.课程思政：**本课程通过介绍跨境电商政策法规的法律体系和法规，引导学生树立法治观念，重视法律的权威和约束力。强调国际商务活动应该遵守基本的商业道德规范，如信守承诺、公平竞争、尊重知识产权等。鼓励学生尊重不同文化背景和价值观，培养他们的跨文化沟通能力和包容性思维。通过将这些思政元素融入跨境电商政策法规课程中，可以更好地培养学生的法治观念和商业道德，提升他们的综合素质和国际竞争力。 **2.教学条件：**教学主要在配有网络、实训软件安装的机房和情景实训室完成。 **3.教学方法：**本课程综合采用项目教学法、任务驱动教学法、角色扮演法、合作探究教学法、模仿教学法等多种教学方法。丰富学生学习效果的考核方式、方法，全面掌握学生学习情况，推动学生课程教学改革和创新。 **4.师资要求：**担任本课程的主讲教师应具有相关行业的工作经验，具备较强的业务能力，对专业技能考核标准、技能比赛要求、毕业设计要求有深刻理解与把握。	S1 S2 S3 S4 S9 Z1 Z2 Z4 Z12 N1 N2 N6 N13 N16

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
				5.考核方式：总评成绩=学习过程考核成绩（20%）+ 项目作品考核成绩（30%）+总结性考评成绩（50%）。	
7	短视频拍摄与制作	**1．素质目标：**培养学生尊重知识产权与跨文化传播伦理，在跨境短视频创作中坚守版权、肖像权等法律底线，尊重不同文化习俗；树立“讲好中国品牌故事、助力中国制造出海”的使命担当与全球视野；树立“人机协作、人为主导”的正确AI工具观；培养精益求精的工匠精神与创新思维；践行“品牌出海、内容先行”的理念。 **2．知识目标：**了解TikTok、Instagram Reels、YouTube Shorts等海外主流短视频平台生态、算法机制与用户画像，理解不同区域市场的文化差异与内容偏好；掌握跨境短视频脚本策划、镜头语言、跨文化视觉表达等核心知识点；了解AIGC工具链（DeepSeek、CapCut、剪映AI、HeyGen等）在跨境短视频创作中的应用；掌握海外社媒账号运营、跨文化粉丝互动、短视频投流素材创作与数据复盘知识；理解品牌出海战略下短视频内容矩阵的搭建逻辑与变现路径。 **3．能力目标：**能够利用AIGC工具精准完成跨境短视频主题策划、多语言脚本撰写与分镜设计；能够独立完成跨境短视频拍摄，掌握符合海外受众审美的构图、运镜与视觉表达；能够使用剪映、CapCut、Premiere Pro等工具完成多语言字幕、AI配音、本地化适配剪辑；能够完成海外社媒短视频发布、标签策略优化、跨文化粉丝互动与多平台数据复盘；能够独立完成跨境品牌账号内容规划与基础	模块一：跨境短视频基础素养与AIGC工具认知 项目一：跨境短视频认知与AIGC工具链——平台生态、剪辑软件、视听语言基础、AIGC多语言工具、合规版权 项目二：跨文化视觉表达基础——海外审美偏好、区域风格差异、轻语言视觉叙事 模块二：跨境短视频创作实战（三阶递进） 项目三：真人秀式产品展示——无语言/轻语言场景化展示、AI配音+多语言字幕、TikTok发布 项目四：跨境产品开箱与测评——开箱设计、测评脚本、多语言剪辑与分发 项目五：品牌出海短视频叙事——品牌故事挖掘、工厂探访叙事、跨文化数据复盘 模块三：跨境短视频综合实战 项目六：TikTok直播引流短视频——直播切片、预告视频制作、流量闭环 项目七：跨境短视频投流素材创作——广告素材创作、多版本适配、投流数据基础复盘 项目八：跨文化品牌宣传片——品牌价值观提炼、国际化视觉风格、多语言版本适配	**1.课程思政：**配备多媒体教学网络环境，支持跨境平台访问及AIGC工具使用；依托学习通、智慧职教等平台，具备跨境短视频案例库；实训室配备高性能计算机、拍摄设备（手机/相机/三脚架/补光灯/收音）、剪映/CapCut/PR/DeepSeek/HeyGen等软件工具，满足“教学做一体化”实训需求；配备海外社媒模拟账号供学生实操练习。 **2.教学条件：**配备多媒体教学网络环境，支持跨境平台访问及AIGC工具使用；依托学习通、智慧职教等平台，具备跨境短视频案例库；实训室配备高性能计算机、拍摄设备（手机/相机/三脚架/补光灯/收音）、剪映/CapCut/PR/DeepSeek/HeyGen等软件工具，满足“教学做一体化”实训需求；配备海外社媒模拟账号供学生实操练习。 **3．教学方法：**采用项目教学法、任务驱动法、案例教学法、AI辅助创作法、对比实验法等，以“品牌出海实战模拟”为主线，每个任务嵌入AIGC工具应用，构建“自主创作→AI辅助优化（多语言适配）→对比复盘”的闭环学习流程。 **4.师资要求：**具备跨文化传播意识与全球视野，拥有跨境电商相关专业背景与行业实践经验，熟悉TikTok等海外短视频平台生态；熟练运用剪映、PR、CapCut及AIGC多语言工具，能够指导学生完成跨境短视频策划、拍摄、剪辑及海外推广全流程实践；了解不同区域文化差异与内容偏好。 **5．考核方式：**采用“过程性评价（50%）+结果性评价（50%）+增值评价（加分项）”多元体系。增值评价通过课外积分（TikTok账号数据、跨境企业实践、竞赛	S2 S3 S4 Z9 Z13 N2 N6 N9 N12

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		运营，形成“一人全岗”的全链路能力。		获奖、1+X证书等）激励“学练战创”结合。实行“四证融通”荣誉证书体系（跨境短视频创作员→跨境内容策划师→跨境账号运营师→跨境全媒体创作者），实现进阶式激励	
8	经济学原理	**1.素质目标：**具有诚实守信，重合同，守信用的作风；具有热爱科学、实事求是的学风；具备自信、开拓进取的精神； 具备创新意识和创新精神； 具有团队协作精神；形成正确的人生观、价值观。 **2.知识目标：**了解经济学基本概念，了解经济学理论的发展与演进过程； 掌握市场上商品的供求规律及均衡价格的形成原理；能够运用消费者行为理论分析解决消费决策问题；能够进行生产者行为与决策分析；运用成本分析的基本原理解决收益与利润分析问题；掌握四种市场类型及每种市场结构中厂商均衡分析；学会运用分配理论分析社会收入分配问题；学会国民收入指标核算指标的运用与核算方法；掌握失业与通货膨胀、经济周期与经济增长等基本的宏观经济理论；学会运用财政政策和货币政策对经济运行调控时的应用及其配合使用；掌握在开放经济的条件下宏观经济运行的一般原理； **3.能力目标：**能运用价格理论、边际效用理论、生产最优组合理论、规模经济理论、生产成本理论、生产要素理论等分析简单的微观经济现象和处理现实经济问题的能力；能运用国民收入理论、消费与投资理论、失业与通货膨胀理论、总供给与总需求理论等分析简单的宏观经济现象。能够根据经济学的基本理论知识和技能， 能够对经济问题和经济现象进行简单分析，	1．认识经济学 2．需求和供给 3．学会理性消费 4．透视厂商行为 5．洞悉市场结构与厂商均衡 6．生产要素分配 7．市场失灵与微观经济政策 8．国民收入核算与决定 9.失业与通货膨胀 10.经济增长与经济周期 11.宏观经济政策 12. 以跨境产品价格、需求和汇率变化案例训练经济分析。	**1．课程思政：**融入党的二十大精神，党的科学先进的治国管理理念和方针政策；融入优秀的企业生产案例，以人为本的社会管理思想。 **2．教学条件：**线下采用多媒体教室，线上基于智慧职教、学习通等平台开展信息化教学，增强教学的实效性和针对性。 **3．教学方法：**采用讲授法、小组讨论法、案例教学法、任务驱动法、启发式教学法等，帮助学生理解经济学原理和方法，提升理论联系实际的能力。 **4．师资要求：**有坚定的社会主义理想信念；有高尚的道德情操；具有扎实的经济学理论功底；具有企业工作经验及实习经历，能够运用企业案例进行教学过程设计，能够运用多种教学方法进行教学。 **5．考核方式：**采取学习过程考核和期末线上考试两个方面进行考核，总评成绩=学习过程考核（30%）+期末线上考试（70%）。	S1 S2 S3 S4 Z1 Z2 Z3 Z6 N1 N2 N4 N8 N14

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		对市场供求发展趋势做出科学合理的预测。			
9	市场营销实务	**1.素质目标：**具有创新思维以及学习市场营销实务知识的愿望和兴趣；具有学好市场营销实务的信心，能够将市场营销实务知识与技术与其他学科相互结合渗透；具备良好的团队合作意识、能力及文字表达能力等综合素养。 **2.知识目标：**了解市场环境分析的内容和方法；掌握消费者和竞争者分析的主要方法和技能；熟悉 STP 战略，掌握产品整体概念和产品组合策略；掌握新产品开发方式、品牌和包装策略；掌握定价方法、分销渠道管理的方法；掌握新型和传统营销组合方式。 **3.能力目标：**能够树立正确的营销观念，判断产品处于何种需求状态；能够运用 SWOT 分析方法对营销环境、消费者、竞争者进行分析；能够实施 STP 分析，能依据 4P 理论知识进行营销组合促销策略的制定；具有撰写要素完整主题明确、内容详实、条理清楚、操作性强的整体营销组合方案的能力。	1.走进市场营销实务。 2.项目团队组建。 3.营销环境分析。 4.消费者与竞争者分析。 5.市场细分、目标市场确定、市场定位。 6.4P营销策略制定。	**1.课程思政：**围绕诚信与道德、团队协作与沟通、创新意识与创业精神、社会责任与可持续发展、法治意识与合规经营等多重因素，从整体上规范从业行为、提高岗位素质。 **2.教学条件：**配备多媒体教学网络环境，并具有网络安全防护措施；具备多媒体教学资源。 **3.教学方法：**“两导四步”教学法：课前任务导学，促进学生主动建构知识；课中研学，实施“释、践、展、检”教学环节和面授、答疑、研讨等活动促进技术知识与实践的深度联结、重构，实现学生岗位知能迁移；课后项目导练，促进学生创造性解决问题实现线上线下混合式课程教学。 **4.师资要求：**有理想信念、有道德情操及仁爱之心；具有扎实的相关理论功底、实践能力及较强的信息化教学能力；具有市场营销实务领域相关的技能等级证书。 **5.考核方式：**本课程需组建团队进行学习，采取线上线下混合式教学方式，通过项目引导、任务驱动的模式，以学生为主展开实践性教学，组织学生参与多项模拟或真实的企业营销活动的策划与实施，总评成绩=线上学习及考勤（40%）+项目作业设计（40%）+项目团队答辩（20%）	S1 S2 S3 S4 S7 Z1 Z2 Z4 Z5 N1 N2 N4 N8 N9 N14 N16
10	会计基础	**1.素质目标：** 具有自主学习意识； 具备爱岗敬业、诚实守信的职业道德； 具有严谨细致、稳健审慎的职业素养； 具有互联网思维和大数据思维； 具有规范意识和质量意识。 **2.知识目标：** 了解会计的产生与发展；	1.会计基础理论； 2.会计对象与会计要素； 3.会计科目与会计账户； 4.复式记账法与借贷记账法； 5.工业企业日常经济业务核算； 6.会计凭证与会计账簿； 7.财产清查； 8.账务处理程序； 9.会计报表。	**1.课程思政：**厚植家国情怀，突出职业道德和会计准则，立足社会主义核心价值体系，融入谨慎原则、公允与平衡、责任与担当、职业道德、合规意识、大局意识、社会责任感、正确消费观、创业思维与管理意识，重构了“线上+线下”双结合的课程思政教学体系。 **2.条件要求：**本课程采取多媒体教学，具备线上教学资源。	S1 S2 S3 S4 Z1 Z2 Z6 N1 N2 N5 N6 N8 N12

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		理解会计的基本理论，掌握会计的对象； 掌握会计要素和记账方法，掌握工业企业的主要经济业务的核算； 掌握凭证填制方法和审核要求，了解账簿的设置与登记、对账与结账； 熟悉会计报表编制方法； 了解不同账务处理程序； 熟悉财产清查的方法与结果处理； 了解会计档案的归档与整理。 **3.能力目标：** 能够准确进行工业企业基本经济业务的账务处理； 能够根据经济业务填制原始凭证； 能够基本理解会计报表的结构和项目； 能够区分不同账务处理程序下的记账工作区别。		**3.教学方法：**理论讲授与案例教学时间规划为 10 学时，实践训练时间规划 22 学时。运用实物引导法，即通过让学生观察真实的凭证、账簿、报表，培养学生的感性认识。理论讲授与实操相结合，强化学生的专业能力。开展合作教学法，以小组为单位进行课堂教学，分设不同岗位，进行师评、自评、互评打分，纳入考核体系。 **4.师资要求：**教师具备扎实理论基础，熟悉非专业学生学情，合理调整教学策略，针对性开展教学，达成教学目标。 **5.考核要求：**拟采用“总评成绩=过程性考核（70%）+随堂测验（30%）”的考核方式。过程性考核包括签到考勤、课前活动、课前学习情况、课前自学测试、课中互动、课中任务完成情况、课后测试等部分。随堂测验 30 分，为最后一次课终结性测验，可以选择教学资源库中的1次实操任务考核，也可以选择 1 次测验。	N14

（2）专业核心课程

专业核心课程描述如表12所示。

表12　专业核心课程描述

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
1	视觉营销设计	**1.素质目标：**具备并践行社会主义核心价值观；具备良好的视觉审美素养；具备一定团队协作精神以及认真、严谨的态度。 **2．知识目标：**了解视觉营销的基础；熟悉电商视觉营销的布局；掌握商品图片的处理技术；掌握店铺首页的视觉设计；熟悉专题页和活动页的视觉营销设计；掌握商品详情页的视觉营销设计；熟悉广告图的视觉营销设计；熟悉移动端店铺的视觉营销设计；掌握短视频的视觉营销设计。 **3．能力目标：**具有创意设计能力，能够创造出吸引人、富有想象力的设计作品；具有视觉传达能力，能够运用各种视觉元素（如颜色、图像、排版等）有效传达信息，提升品牌形象并吸引目标受众；具有工具应用能力，能够运用常用的设计软件（如Adobe Photoshop、Illustrator等）进行视觉内容制作；具有制定营销策略的能力，能够根据品牌定位和营销目标，制定相应的视觉营销策略，从而提升推广效果和品牌知名度；具有团队合作和沟通能力。	1．视觉营销设计基础； 2．店铺首页视觉设计； 3．商品详情页视觉设计； 4．高点击率推广图视觉设计营销； 5．自定义页的视觉营销设计； 6．移动端店铺的视觉营销设计； 7．PC端、移动端、跨境端店铺的视觉营销设计综合实训等。	**1．课程思政：**通过案例分析、项目实践等方式，融入爱国主义教育、社会主义核心价值观等思政元素，引导学生关注社会热点，增强国家意识和民族自豪感。强调设计师的职业道德和职业操守，培养学生的诚信意识和敬业精神。 **2．教学条件：**选用视觉营销设计国家规划教材，配备丰富的教辅材料；配备先进的软硬件设施；线下采用多媒体教室，线上基于智慧职教、学习通等平台开展信息化教学，增强教学的实效性和针对性。 **3．教学方法：**利用或创设“项目+产品+学徒”的教学模式，采用讲授法、提问法、分组讨论法、案例教学法、项目教学法、在线教学与预习巩固、自主学习等。 **4．师资要求：**设计类、美术类、艺术类相关专业硕士及以上学历，具备扎实的视觉设计理论基础。精通Photoshop、Illustrator、CorelDRAW等设计软件，能够熟练使用这些工具进行高效的视觉设计。 **5．考核方式：**过程性评价（60%）+结果性评价期末考试（30%）+增值性评价（10%）。	S1 S2 S3 S4 S10 Z1 Z2 Z6 Z7 N1 N2 N4 N10 N15
2	跨境电商产品开发	**1.素质目标：**具有一定商业职业道德和敬业的素养；具有团队协作、集体意识和认真负责的思维； **2．知识目标：**了解产品开发的基本思路；熟悉产品开发的价值逻辑、原则和方法；掌握跨境电商三大平台的站内选品方法；掌握Google Trends、Jungle Scout、Merchant words、Keepa等第三方选品工具的功能特点及内容。 **3．能力目标：**具有利用关	1．对产品进行全面且标准化的评估； 2．挑选合适的供应商； 3．数据化选品； 4．真正的爆款商品打造； 5．产品开发的基本逻辑； 6. 亚马逊平台选品； 7. 速卖通平台选品； 6. wish平台选品 7. 跨境电商平台产品开发策略。	**1．课程思政：**坚持正确价值取向，在未来开展跨国贸易时自觉践行社会主义核心价值观，诚实守信、德法兼备；理解我国“一带一路”倡议，培育学生开放包容、互利共赢的国际视野；在跨境电商平台选品中，积极融入“中国智造”与“品牌出海”。 **2．教学条件：**选用跨境电商产品开发国家规划教材，配备丰富的教辅材料；利用跨境电商产品开发实验室，配备先进的软硬件设施；与跨	S1 S2 S3 S4 S9 Z2 Z5 Z6 N1 N2 N6 N7 N8 N13 N14 N15

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		键词寻找市场的能力，能够找到用户痛点与爱好；能够使用第三方选品工具判断关键词并且挖掘长尾关键词；能够多平台比较进行产品开发；能够运用社区选品、网站选品、产品趋势等寻找新产品；能够选择产品渠道并全面评估产品。		境电商平台合作，让学生在真实环境中进行产品开发实践；搭建了 mooc 省级精品在线课程等在线资源，为学生提供拓展学习和交流互动的渠道。 **3.教学方法：**采用理实一体、翻转课堂等教学方式，采用讲授、案例分析、小组讨论等多种教学方法，确保学生掌握跨境电商产品开发的理论知识；通过项目驱动、实践操作等方式，让学生在实践中掌握产品开发技能，并邀请企业专家参与课程设计和教学评估。 **4．师资要求：**对产品开发流程有深入理解，熟悉相关行业的最新动态和发展趋势。 **5．考核方式：**总评成绩=过程性评价（50%）+结果性评价（40%）+增值性评价（10%）。	
3	跨境电商客户服务	**1.素质目标：**具有吃苦耐劳、爱岗敬业、顾客至上、遵纪守法、坚韧不拔的品质。具有踏实严谨的工作作风，具有风险意识、创新精神、团队合作、系统化思维。 **2．知识目标：**熟悉客户信息分类知识、熟悉客户信息管理知识、熟悉客户开发与维护知识、熟悉客户服务与管理知识、熟悉客户拜访、日常联络的基本礼仪知识、熟悉客户开发和拜访知识、熟悉客户满意度知识、熟悉客户忠诚度知识、熟悉客户绩效评价知识、熟悉货损处理知识、熟悉客户关系管理知识。 **3．能力目标：**能完成客户档案分类管理、能完成物流客户开发、能维系客户关系、能完成客户服务、能处理客户投诉、能处理客户异议、能分析物流客户绩效。	1．客户服务体验； 2．售前准备工作； 3．售中有效订单的处理； 4．售后交易纠纷的处理； 5．管理客户关系。	**1．课程思政：**通过客户服务实践，引导学生树立正确的职业观念，培养良好的职业道德和服务意识，提高服务质量和客户满意度。使学生了解全球市场的特点和趋势，培养学生的国际视野和跨文化沟通能力，提高在国际市场中的竞争力。 **2．教学条件：**选用跨境电商客户服务国家规划教材，专门的跨境电商客户服务实训场地，如模拟客服中心或多功能实训教室，提供足够的工作空间和舒适的实训环境。丰富的线上学习资源，基于智慧职教、学习通等平台开展信息化教学。 **3．教学方法：引导学生参与真实的跨境电商平台，进行在线客户服务实践。布置与跨境电商客户服务相关的作业，如案例分析报告、实践报告等。通过作业评估，了解学生的学习情况和掌握程度。** **4．师资要求：**教师应深入了解跨境电商行业的发展趋势、政策法规以及客户服务的相关理论知识。教师应具	S1 S2 S3 S4 S9 Z1 Z2 Z5 Z9 Z11 N1 N2 N5 N6 N11 N13 N14 N15

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
				备流利的英语或其他目标语言的口语和书写能力。教师应熟练掌握基本的计算机操作技能，并能熟练使用跨境电商平台的客服系统和其他相关软件。 **5．考核方式：**总评成绩=线上自主学习（20%）+课堂活动（40%）+期末考试（40%）。	
4	跨境电商运营	**1.素质目标：**能够在跨境电商网店运营推广过程中具备正确的价值观和道德观；确保跨境电商网店运营推广遵循相关法律法规；能够在跨境电商网店运营推广中培养应用意识；具备良好的跨境电商网店运营推广安全意识，以及较强的科学判断能力；培养良好的团队合作意识。 **2．知识目标：**了解跨境电商网店运营推广的概念、目标、思路，理解商业的本质与网店运营的目的；熟悉跨境电商网店运营推广中的大数据思维、新兴商业模式下的思维转化和电子商务运营的新思维；了解跨境电商网店经营类目选择的因素与指标，理解网店经营类目选择的方法；掌握跨境电商网店目标人群定位的方法与策略，熟悉网店营销策略与竞争策略制定的步骤与规范；了解搜索引擎的工作原理，掌握关键词优化的概念与原理； **3.能力目标：**能够结合跨境电商平台规则与市场数据完成店铺类目筛选、店铺定位与整体运营规划，具备海外目标市场调研、用户画像搭建、客群精准定位的实操能力；能够熟练掌握搜索引擎优化与关键词运营技巧，运用站内站外多元推广方式制定并落地店铺营销与竞争策略；具备店铺运营数据读取、整理、复盘与研判分析能力，可依托大数据思维开展精细化运营优化；能够严格依照法律法规与平台规则开展全流程合规运营，具备	1.认识跨境电商 2.跨境电商的选品与定价 3.跨境电商的营销与推广 4.跨境电商物流 5.跨境电商财务体系构建 6.跨境电商客服管理 7.速卖通店铺运营 8.亚马逊店铺运营 9.Wish店铺运营	**1．课程思政：**通过学习跨境电商的运营与管理，引导学生理解并尊重不同文化背景下的商业行为，树立正确的国际商务交往价值观。在课程中强调诚信经营、公平竞争等职业道德，培养学生面对国际商业伦理问题时能够做出正确判断和选择。 **2．教学条件：**选用跨境平台运营与管理国家规划教材，配备丰富的教辅材料；配备先进的软硬件设施；与跨境电商平台合作，让学生在真实环境中进行实践；搭建了智慧职教在线资源，为学生提供拓展学习和交流互动的渠道。 **3．教学方法：**教学通过项目导入、学生操作、教师示范、归纳总结、能力实训等五个环节循序渐进，让学生以职业人身份进行业务操作，突出学生主体地位，实现课堂与实习地点一体化教学模式。融“教、学、做、创业”为一体。 **4．师资要求：**拥有国际贸易、电子商务、管理信息系统或相关领域的硕士研究生及以上学历。具有在跨境电商平台工作或咨询的经验，了解行业动态和实际操作流程。 5．考核方式：本课程考核为阶段性考核，总评成绩=理论考核占40%，实践考核占60%。	S1 S2 S3 S4 S6 Z1 Z2 Z3 Z4 Z5 Z6 Z11 N1 N2 N7 N11 N13 N15 N16

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		运营风险识别、规避及突发问题应急处置能力；能够紧跟行业新业态、新模式完成运营思维迭代，创新店铺运营与获客方式；具备独立开展店铺基础运营实操、团队协作配合、方案落地执行的综合能力，同时能够自主学习行业新规与新技术，动态优化店铺长期运营效果			
5	跨境供应链管理	**1.素质目标：**坚持正确价值引领,树立高尚的职业理想，具备家国情怀、国际视野、创新意识、爱岗敬业、劳动精神、诚信精神等职业素养，成为能够挺膺担当、助力贸易强国的新时代跨境电商供应链管理专员。 **2．知识目标：**掌握跨境电商供应链管理概念、网络、企业、风险；跨境电商供应链采购需求和模式、跨境电商采购合同；跨境电商包装含义、分类与包装材料、跨境电商仓库管理技术与布局、海外仓模式；小包快递专线的类型、运费计算及发运流程；跨境电商货物海运、空运、班列发货流程、运费计算方法、操作流程等；跨境电商通关基础和平台、跨境电商 B2C 通关要求、跨境电商 B2B 通关要求。 **3．能力目标：**能够制定跨境电商供应链采购计划和合同；能够完成跨境电商货物包装，完成跨境电商仓库布局和库存决策，完成海外仓备货、送仓和税费核算；能够通过小包快递专线完成跨境电商 B2C 货物发货；能够通过海空运班列方式完成跨境电商 B2B 货物发货；能够完成 1210、1239、9610 等跨境电商 B2C 通关，完成 9710、9810、1039 等跨境电商 B2B 通关。	1．跨境电商供应链认知； 2．跨境电商供应链采购； 3．跨境电商供应链仓储； 4．跨境电商供应链发货； 5．跨境电商供应链通关。	**1．课程思政：**使学生了解跨境供应链在全球经济中的作用，认识到供应链管理的社会责任，培养学生对社会的贡献意识。通过跨境供应链管理的学习，使学生了解不同国家和地区的经济、文化、法律等差异，培养学生的全球视野和跨文化交流能力。 **2．教学条件**：选用跨境供应链管理国家规划教材，配备丰富的教辅材料；配备先进的软硬件设施；线下采用多媒体教室，线上基于智慧职教、学习通等平台开展信息化教学，增强教学的实效性和针对性。 **3．教学方法：**本课程综合采用项目教学法、任务驱动教学法、角色扮演法、合作探究教学法、模仿教学法等多种教学方法。丰富学生学习效果的考核方式、方法，全面掌握学生学习情况，推动课程教学改革和创新。 **4．师资要求：**要求硕士及以上学历，供应链管理、物流管理、国际商务等相关专业。具备在跨境供应链管理领域的实际工作经验，了解国际市场的运作机制和贸易规则。 **5．考核方式：**总评成绩=学习过程考核成绩（20%）+项目作品考核成绩（30%）+期末考试（50%）。	S1 S2 S3 S4 S8 S9 Z1 Z2 Z10 Z11 Z12 N1 N2 N6 N12 N13 N14 N15
6	跨境电商数据分析与应用	**1.素质目标：**具有在电子商务数据分析过程中坚持正确的价值观和道德观的意识；具备数据保密意识，尊重公民隐私，遵守职业道德；具备较强的数据化运营思维和	1．商务数据分析认知； 2．商务数据采集与处理 3．市场数据分析； 4．运营数据分析； 5．产品数据分析； 6．数据可视化；	**1．课程思政：**通过分析跨境电商领域的经典案例，引导学生深入了解数据分析与应用的实际应用，同时结合思政元素，分析案例中的社会责任、全球视野、创新思维	S1 S2 S3 S4 Z1 Z5

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		文字表达能力；具有良好的团队合作意识和能力。 **2．知识目标：**熟悉电子商务数据化运营理念；掌握数据采集、数据处理和可视化展示的知识、方法和工具；掌握市场数据分析、客户数据分析、产品数据分析以及运营数据分析等典型分析任务的分析内容、分析方法与分析步骤；掌握商务数据分析报告撰写。 **3．能力目标：**能够熟练开展电子商务数据分析；能够应用数据图表和透视图实现数据可视化展示和分析；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，完成数据分析报告撰写。	7．数据分析报告展示。	等要素。课程思政的融入能够引导学生关注数据分析结果对社会、经济、环境等方面的影响，培养学生的社会责任感。 **2．教学条件：**用跨境电商数据分析与应用国家规划教材，配备丰富的教辅材料；利用跨境电商实训室，配备先进的软硬件设施；与跨境电商平台合作，让学生在真实环境中进行数据分析与应用。 **3．教学方法：**（1）组建团队学习：教学活动的组织、项目任务的布置，以团队形式进行，营造团队学习合作氛围，培养团队荣誉感；（2）实行线上线下混合式课程教学。 **4．师资要求**：要求具备硕士及以上学历，专业背景应为统计学、数学、计算机、经济学、管理学或相关领域的专业。教师需具备数据分析、跨境电商或相关领域的专业认证或资质。 **5．考核方式：**总评成绩=过程性评价（50%）+结果性评价（40%）+增值性评价（10%）。	Z11 N1 N2 N5 N6 N7 N8 N9 N14 N15 N16 N17
7	国际市场推广	**1.素质目标：**具备国际市场推广及跨境营销理念，具备掌握开展跨境电商推广的基本步骤的素养；具备运用电子商务的相关知识解决企业的主要问题，尤其是跨境电商营销方面的问题，具有继续学习和可持续发展能力。 **2．知识目标：**了解国际市场推广及跨境营销的发展历史；了解跨境电商推广基本业务；掌握跨境电子商务数据通信、搜索、办公、广告的基本形式与主要作用；熟悉跨境电子商务交易服务的具体形式和策略；掌握跨境电子商务产业的价值链与构建体系；掌握国际市场推广的资源开发技术。 **3．能力目标：**能够利用跨境电子商务增值业务和信息资源的开发与利用；能够利用跨境电子商务相关工具进	1.跨境电商推广基础； 2.跨境电商推广及营销发展； 3.跨境电商推广行业环境分析； 4.跨境电商营销政治法律环境分析； 5.跨境电商营销经济技术环境分析； 6.跨境电商营销社会文化环境分析； 7.跨境电商购买行为分析； 8.跨境电商推广信息管理； 9.跨境电商推广营销战略规划； 10.跨境电商推广产品策略；11.跨境电商推广定价策略；12.跨境电商推广渠道策略；13.跨境电商推广促销策略。	**1．课程思政：**分析跨境电子商务营销岗位的典型工作任务，明确外贸营销员所需的知识、技能、素质。结合“一带一路”等国家战略，宣扬中国梦，提升学生的民族自豪感。通过分析国家在跨境电商领域的核心地位，开展爱国主义教育。 **2．教学条件：**选用国际市场推广教材。跨境电商实训室配备足够的计算机、投影仪、音响设备、网络设备等基础设施，确保学生能够顺利进行在线学习和实践操作。建立丰富的国际市场推广教学资料库和案例库。 **3．教学方法：**利用或创设”项目+产品+学徒”的教学模式，采用讲授法、提问法、分组讨论法、案例教学法、项目教学法、在线教学与预习巩固、自主学习等。	S1 S2 S3 S4 S7 Z1 Z2 Z4 Z5 Z8 Z9 N1 N2 N6 N9 N14 N15 N16 N17

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		行国际市场推广活动；能够利用跨境电子商务电子支付、移动技术进行相关应用；能够进行跨境电子商务客户服务和在商务接待掌握跨境电子商务的管理；能够运用Facebook、twitter、Instagram等海外社交媒体新媒体开展全网营销推广。		丰富学生学习效果的考核方式、方法，全面掌握学生学习情况，推动课程教学改革和创新。 **4．师资要求：**教师应具备国际贸易、电子商务、市场营销实务等方面的专业知识，具备硕士及以上学历，并有跨境电商企业从业经历或相关领域的研究经验。 **5．考核方式：**总评成绩=过程性考核（60%）+结果性评价（30%）+增值性评价（10%）。	

（3）专业拓展课程

专业拓展课程描述如表 13 所示。

表 13　专业拓展课程描述

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
1	跨境电商通关实务	**1.素质目标：**具备良好的职业道德和职业素养：培养学生的诚信意识、责任意识和法律意识，使其在跨境电商通关工作中能够遵守职业道德规范，维护行业秩序。 提升学生的职业素养，包括沟通能力、团队协作能力和解决问题的能力，以适应跨境电商通关工作的复杂性和多样性。具备持续学习和创新的能力：培养学生具备持续学习的意识，关注跨境电商通关领域的最新动态和政策变化，不断更新知识结构。鼓励学生在实践中探索创新，提出新的通关策略和解决方案，提高通关效率。具备国际视野和跨文化沟通能力：培养学生的国际视野，了解不同国家和地区的法律法规、文化习俗和贸易规则，以适应跨境电商的全球化特点。提升学生的跨文化沟通能力，能够与不同国家和地区的人员进行有效沟通，解决通关过程中的问题。 **2.知识目标：**掌握跨境电商	1. 跨境电商的监管环境、政策法规和海关要求 2. 海关监管方式 3. B2C保税进口通关 4. B2C直邮进口通关 5. B2C出口通关 6. B2B出口通关 8.跨境电商综合税计算：介绍跨境电商综合税的适用范围、纳税义务人、计征方法、完税价格以及计算方法及税率。 9. 税费筹划 10. 实践操作与技能提升模拟通关操作 11. 跨境电子商务物流方案设计 12. 技能提升训练	**1．课程思政：**跨境电商通关实务实训课程的课程思政内容应涵盖家国情怀与民族自豪感、职业道德与法治意识、团队协作与沟通能力、创新思维与解决问题的能力以及国际视野与跨文化交流能力等多个方面。这些内容的融入将有助于培养学生的综合素质和职业素养，为未来的职业发展打下坚实的基础。 **2.教学条件：**利用综合实训室，配备先进的软硬件设施；与跨境平台合作，让学生在真实环境中进行跨境电商通关实务实训；搭建了在线课程等在线资源，为学生提供拓展学习和交流互动的渠道。 **3.教学方法：**采用理实一体、翻转课堂等教学方式，采用讲授、案例分析、小组讨论等多种教学方法，确保学生掌握跨境电商通关操作，通过项目驱动、实践操作等方式，并邀请企业专家参与课程设计和教学评估。 **4. 师资要求：**教师应具备电子商务、国际贸易、市场营	S1 S2 S3 S4 S9 Z1 Z2 Z3 Z4 Z5 Z10 N1 N2 N5 N6 N12 N13 N16

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		通关的基本概念、原理和流程：了解跨境电商通关的定义、特点和作用，掌握通关的基本原理和流程。熟悉跨境电商通关的法律法规和政策：掌握国内外关于跨境电商通关的法律法规和政策规定，包括关税、税率、报关流程、检验检疫等方面的内容。了解跨境电商通关的国际贸易规则和惯例：熟悉国际贸易的基本规则和惯例，了解国际贸易术语、贸易方式、支付方式等，为跨境电商通关提供支持。 **3.能力目标：**具备跨境电商通关实务操作能力：能够熟练掌握跨境电商物流方案设计和通关实务操作，包括物流方案选择、报关单填写、物流运费和关税计算、检验检疫申报等。具备跨境电商通关风险识别与应对能力：能够识别跨境电商通关过程中的风险点，如关税风险、合规风险等，并制定相应的应对策略和措施。具备跨境电商通关数据分析与处理能力：能够运用数据分析工具对跨境电商通关数据进行分析和处理，提取有价值的信息，为通关决策提供支持。具备跨境电商通关沟通与协调能力：能够与海关、检验检疫、物流等相关部门进行有效沟通，协调解决通关过程中的问题，确保通关顺畅。		销实务等相关专业的硕士及以上学历，具备跨境电商通关实践经验和教学能力，能够为学生提供实战指导和案例分析；具备国际视野和跨文化交流能力，能够引导学生关注全球市场动态和消费者需求。 **5.考核方式：**总评成绩=线上自主学习（10%）+ 课堂活动（30%）+ 团队实训任务（50%）+ 项目实战（20%）。	
2	跨境电商英语函电	**1.素质目标：**具有团结协作、勇于创新的精神；具有吃苦耐劳的工作精神和严谨的工作态度；具备良好的服务意识和市场观念；具备精益求精的工作态度和敬业精神。 **2．知识目标：**掌握外贸函电的格式、套用句型、行文方法以及文体特点；掌握商务函电常用短语、词语、习惯用语和习惯表达方法；掌握外贸业务流程	1.Basic Knowledge of Business English Letter Writing 2.Establishing Business Relations 3.Inquiries 4.Offers & Counter-offers 5.Letters of Acceptance and Confirmation, Orders 6.Contracts 7.Payment 8.Shipment 9.Packing and Insurance 10.Complaints, Claims and Settlements	**1．课程思政：**通过课程学习，引导学生树立正确的国际商务交往价值观，增强国际贸易中的文化自信和民族自豪感结合当前国内外政治经济形势，分析其在外贸英语函电中的实际应用，增强课程的时代感和实用性。 **2．教学条件：**选用外贸英语函电国家规划教材，配备丰富的教辅材料；配备先进的软硬件设施；与跨	S1 S2 S3 S4 S7 Z2 Z5 Z8 Z9 N1 N2 N5 N6 N9 N11

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		中十个主要项目的外贸业务往来函电的撰写知识；掌握相关外贸单证知识和商务谈判策略和技巧。 **3．能力目标：**能够正确理解外商来函并翻译成通顺、并具有专业特点的汉语；能够正确地使用格式和语言文字撰写各业务环节地商务信函；能够正确理解、翻译和填制一般地英文协议。		境电商平台合作，让学生在真实环境中进行实践；搭建了智慧职教在线资源，为学生提供拓展学习和交流互动的渠道。 **3．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、创业”为一体的项目教学法。教学通过项目导入、学生操作、教师示范、归纳总结、能力实训等五个环节循序渐进。 **4．师资要求：**拥有电子商务、国际贸易或相关领域的硕士研究生或更高学历。教师应掌握电子商务的基本理论。了解国际贸易的基本流程。具备高级英语水平，能够流利地使用英语进行教学和交流。 **5．考核方式：**评成绩=学习过程考核（20%）+ 项目任务作业（20%）+ 期末考试（60%）。学习过程考核共 20 分。项目实训任务共 20 分。考试为理论测试，共 60 分。	N16
3	跨境电商英语	**1.素质目标：**具有团结协作、勇于创新的精神；具有吃苦耐劳的工作精神和严谨的工作态度；具备良好的服务意识和市场观念；具备精益求精的工作态度和敬业精神。 **2．知识目标：**了解跨境电商英语基本概念；了解跨境电子商务平台运营基本英语知识；了解跨境电子商务客户服务基本英语知识；了解跨境电子商务美工设计工作中的基本英语描述；掌握跨境电子商务基本工作流程中所要求的英语词汇；掌握跨境电子商务基本口语表达。 **3．能力目标：**能够阅读专业英文资料；能够用英语进行跨境电商平台运营及客户服务等交流的能力；能够阅读跨境电商专业的	1.What Is E-commerce, Speeding-up Cross-border E-commerce in China;2.AliExpress Platform;3.Amazon Platform(Expanded Reading);3.How to Write a Product Press Release; 4.What’s the difference between offers and counter offer;5.Firm Offer(Expanded Reading); 6.E-commerce Payment System;7.Online Dispute Resolution;8.Business Relations The Importance of Loyalty and Trust in a Business;9.How to Write a Business Letter, Composing the Body.	**1．课程思政：**通过英语教学内容的精心设计以及相关跨境电商案例的深入分析，引领学生开阔国际化视野，强化对国际贸易和跨境电商行业的认知与理解，着力培育学生具备全球化思维模式以及国际合作意识，使其能够在未来的跨境电商领域以开放包容、合作共赢的态度参与国际交流与竞争。 **2.教学条件**：选用专门针对跨境电商英语的优质教材，确保教材内容涵盖跨境电商各环节的常用英语表达、专业术语以及实际业务场景对话等。同时，跨境电商英语实训室需配备充足且性能良好的计算机、高清投影仪、高品质音响设备以及稳定高速的网络设备等基础设施，以此保障学生能够	S1 S2 S3 S4 S7 Z2 Z4 Z5 Z9 N1 N2 N5 N6 N11 N16

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		英文资料；能够运用跨境电商相关专业英语进行跨文化沟通；能够具备一定的书面英文撰写能力；具备一定的专业英语听说读写能力；掌握基本的电子商务领域的专业词汇和短语；有一定的专业英文互译水平；能进行跨国电子商务交流。		顺利开展在线英语学习以及跨境电商英语模拟实践操作。 **3．教学方法：**本课程依托职教云平台，采用英语理论知识与跨境电商实操紧密结合、线上学习与线下实践协同推进的教学模式。综合运用任务驱动教学法，为学生布置具有跨境电商实际业务场景的英语任务，促使其在实践中提升英语应用能力；采用情景教学法，创设各类跨境电商业务情景，如商务洽谈、订单处理、客户服务等，让学生在模拟真实情境中锻炼英语交流与沟通能力。 **4．师资要求：**担任本跨境电商英语课程的主讲教师，不仅应具备扎实的英语语言基础，包括流利的英语口语表达能力、精准的英语书面表达能力以及出色的英语听力理解能力，还需拥有丰富的跨境电商实际工作经验，熟悉跨境电商业务流程、运营模式以及行业动态。同时，主讲教师应具备较强的跨境电商业务能力，对跨境电商专业技能考核标准、相关技能比赛要求以及毕业设计要求有深刻且精准地理解与把握，能够将这些要求融入教学过程中，有效指导学生提升跨境电商英语综合素养。 **5．考核方式：**着重强化过程考核，借助职教云平台的强大功能，对学生学习全过程实施全面考察考核。考核成绩占比分别是：学习过程考核20%，项目任务作业考核60%，期末考试20%，总分100分。	
4	新媒体运营与推广	**1.素质目标：**具有在新媒体营销过程中坚持正确的价值观和道德观的意识；具备图片、字体、音视频的版权意识和广告法等法律法规意识，以及一定的审美能力、图文制作和视频剪辑能力；具备对新媒体运营相关活动的探索意识	1．认知新媒体营销与运营 2．新媒体用户与内容定位 3．新媒体图文设计 4．新媒体数据分析及内容优化 5．微信营销与运营 6．微博营销与运营 7．音频/视频/直播营销与运营	**1．课程思政：**传播优秀品牌文化和中国传统文化相结合，增强文化自信，树立互联网诚信意识；将爱国情怀、职业素养、团队精神始终贯穿于新媒体课堂教学中，对学生进行正向的新媒体从业人员的法治意识与职业道德；增强学生服务国	S1 S2 S3 S4 S7 Z1 Z2 Z4 Z8 Z9

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		及创新精神，尊重公民隐私，遵守职业道德；具备较强的新媒体运营思维和创新能力；具有良好的团队合作意识；传播优秀商业文化与中国传统文化，具备较强的文化自信。 **2．知识目标：**掌握新媒体概念、类型、新媒体营销特征及模式、发展现状、趋势及应用领域等知识；掌握新媒体用户运营、内容运营、活动运营、产品运营及社群运营的方法与技巧。 **3．能力目标：**能够独立进行新媒体运营策划及效果评估工作，并能够针对遇到的问题做出一定的应对措施，具备分析问题和解决问题的能力，能有效地开展新媒体运营相关活动。		家、服务人民的社会责任感。 **2．教学条件：**选用新媒体营销教材，配备丰富的教辅材料；利用新媒体营销实验室，配备先进的软硬件设施；与抖音平台合作，让学生在真实环境中进行产品开发实践；搭建校级精品在线课程等在线资源，为学生提供拓展学习和交流互动的渠道。 **3．教学方法：**采用理实一体、翻转课堂等教学方式，采用讲授、案例分析、小组讨论等多种教学方法，确保学生掌握国际市场推广的实操知识；通过项目驱动、实践操作等方式，让学生在实践中掌握海外营销推广技能，并邀请企业专家参与课程设计和教学评估。 **4．师资要求：**教师需具备较强的实践能力和操作能力，能够熟练掌握实训设备的使用方法和操作流程。鼓励教师参与企业实践和技术服务活动，提高自己的实践能力和教学水平。 **5．考核方式：**总评成绩=学习过程考核成绩（40%）+项目任务考核成绩（60%）。	N1 N2 N6 N9 N10 N14 N15 N16
5	跨境电商直播	**1.素质目标：**培育和践行社会主义核心价值观；具有团结协作、勇于创新的精神；具有吃 苦耐劳的工作精神和严谨的工作态度；具有良好的服务意识和市场观念；具有精益求精的工作态度和敬业精神。 **2．知识目标：**掌握直播电商的基本理论、方法和操作能力，掌握直播电商的筹划、运作、 实施和评估，了解主要直播电商岗位和直播电商存在的风险，能够分析一些直播电商的案 例，为构筑完整的电子商务专业知识和能力体系服务。 **3．能力目标：**掌握直播电商的筹备、运作、实施和改进的方法与技巧。同时，巩固和扩展。	1．直播电商概述与认知； 2．直播电商的筹划与准备；3．直播电商的策略与运作；4．直播电商的实施与执行； 5．直播电商的效果评估与改进； 6. 直播电商相关岗位概述； 7. 直播电商的风险与防范； 8. 直播电商典型案例分析。	**1.课程思政：**本课程培养学生的国际视野、商业道德和社会责任感，帮助学生成为具有全球竞争力和社会责任感的优秀跨境电商人才。 **2.教学条件：**教学主要在配有网络、实训软件安装的机房和情景实训室完成。 **3.教学方法：**本课程综合采用项目教学法、任务驱动教学法、角色扮演法、合作探究教学法、模仿教学法等多种教学方法。丰富学生学习效果的考核方式、方法，全面掌握学生学习情况，推动学生课程教学改革和创新。 **4.师资要求：**担任本课程的主讲教师应具有跨境电商直播的工作经验，具备较强的业务能力，对专业技	S1 S2 S3 S4 Z1 Z2 Z8 Z9 N1 N2 N6 N7 N9 N11 N15

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
				能考核标准、技能比赛要求、毕业设计要求有深刻理解与把握。 **5.考核方式：**总评成绩=学习过程考核成绩（20%）+项目作品考核成绩（30%）+总结性考评成绩（50%）。	
6	消费者行为分析	1．**素质目标：**具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感，践行社会主义核心价值观；具有社会责任感和社会参与意识；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；具有团结协作、勇于创新的精神；具有探究学习、终身学习的意识。 **2．知识目标：**掌握感知、记忆和注意、学习和联想、思维和想象等消费者心理与行为的基本理论知识；掌握消费者个性心理知识；掌握消费者的决策过程，了解消费者的特征和购买类型；掌握社会因素对消费者行为的影响；掌握消费者群体对个体消费者行为的影响；掌握文化、亚文化对消费者行为的影响；掌握价格、包装等市场营销因素对消费者行为的影响；掌握通过改变市场营销因素来引导消费者行为。 **3．能力目标：**能够从事与消费者消费活动有关的信息搜集、信息整理和分析的能力；能够换位思考，善于察言观色，准确把握消费者心理活动，具有较强的感知能力、观察能力和判断能力；能够分析影响消费者行为的心理因素，并能运用这些因素引导消费者的行为；能够依据市场细分、产品定位与消费者行为的关系、消费者需求来进行选品与产品开发；能利用市场营销因素来影响消费者的购买行为。	1．消费者行为认知； 2．消费者购买决策； 3．消费者感知、记忆与学习； 4．消费者个性、自我概念与 生活方式； 5．消费者态度； 6．消费者需要与动机； 7．消费者群体沟通与创新扩散； 8．消费文化与消费行为； 9．消费者购后行为； 10．网络消费与消费行为等。	1．课程思政：在课程中强调爱国主义、集体主义和社会主义核心价值观的培育。 结合中国特色社会主义思想中的“绿水青山就是金山银山”理念，教育学生树立节约资源和保护环境的意识。 **2．教学条件：**配备多媒体教学网络环境，并具有网络 安全防护措施；具备多媒体 教学资源。 3．教学方法：本课程综合采 用项目教学法、任务驱动教 学法、角色扮演法、合作探 究教学法、模仿教学法等多种教学方法。 **4．师资要求：**教师深入掌握消费者行为学的基本理论、研究方法以及最新研究 动态，能够熟练地将理论知识应用于实际案例分析中。 具备高度的职业道德和敬业精神，能够以身作则，为 学生树立良好的榜样；具备 创新精神和团队合作意识， 不断推动课程教学改革和发展。 5．考核方式：课程考核主要包括学习过程考核、项目 作品考核和总结性考评（含 考试）三部分。具体考核成绩评定办法如下：总评	S1 S2 S3 S4 Z1 Z2 Z5 Z6 N1 N2 N6 N9 N14

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
				成绩 =线上学习及考勤（25%）+项目作业设计（25%）+期末 考试（50%）。	
7	跨境电商支付与结算	**1.素质目标：**具备国际化视野和国际合作意识；具备法治观念和法律意识；培养创新精神和解决问题的能力； 具备团队合作精神和职业道德。 **2.知识目标：**熟悉跨境电商支付与结算的基本概念和流程；了解不同国家和地区的跨境电商支付法律法规和政策；掌握跨境支付与结算的相关技术和工具。 **3.能力目标：**能够为跨境电商企业提供支付与结算方案的建议与支持；能够处理跨境支付与结算中可能遇到的问题和挑战；能够根据市场需求和国际标准，制定相应的支付与结算策略。	1. 跨境电商支付与结算概论 2. 跨境电商支付方式及特点 3. 跨境支付服务提供商（PSP）和支付网关的介绍 4. 跨境支付的法律法规和监管政策 5. 跨境支付的风险管理与对策 6. 熟悉国际贸易的结算方式和流程 7. 跨境结算的重要性和影响因素 8. 跨境结算的手续费与汇率 9. 跨境结算的操作流程和技术工具 10. 跨境支付与结算的案例分析与实践操作	1. **课程思政：**通过教学内容和案例分析，引导学生拓宽国际化视野，增强对国际贸易和跨境电商行业的认识和理解，培养学生具有全球化思维和国际合作意识。 **2.教学条件：**选用跨境电商支付与结算教材。跨境电商实训室配备足够的计算机、投影仪、音响设备、网络设备等基础设施，确保学生能够顺利进行在线学习和实践操作。 **3．教学方法：**本课程依托职教云平台，采用理论与实操相结合、线上与线下相结合的教学模式，任务驱动、情景教学等教学方法。 **4．师资要求：**担任本课程的主讲教师应具有实际工作经验、采购与物流管理较强的业务能力，对专业技能考核标准、技能比赛要求、毕业设计要求有深刻理解与把握。 **5．考核方式：**注重过程考核，借助职教云平台，实施包括在线任务点学习、章节测试、作业、讨论、课堂活动积分、出勤等学习全过程的考察考核,过程考核60%，期末考查占40%。	S1 S2 S3 S4 Z1 Z2 Z3 Z5 N1 N2 N5 N6 N11 N13
8	湖湘商文化	**1.素质目标：**具有浓厚的商业创新意识；具有诚信为本的商业道德素养；具有灵活应变、锐意进取的商业思维。 **2．知识目标：**了解湖湘商文化的历史渊源和发展脉络；熟悉湘商的名人名事和湖湘地区典型的商业模式和成功案例；掌握湖湘商人在经营管理、市场营销等方面的独特理念和方法。 **3．能力目标：**具有敏锐的市场洞察能力和商业分析能力；具有高效的团队协作	1．了解商文化。 2．湖湘文化对湘商的影响。 3．湘商精神的形成与传承。 4．湘商的历史与现状。	**1．课程思政**：湖湘商文化的课程思政元素涵盖了文化认同与自信、商业伦理与道德、创新精神与创业意识、 社会责任与担当以及跨文化交流与合作等多个方面。这些元素不仅有助于提升学生的综合素质和职业能力，更能够引导他们在未来的商业活动中传承和弘扬湖湘商文化的优秀传统和精神内核。 **2．教学条件：**线上建设课程资源；线下使用能联网的	S1 S2 S3 S4 Z1 Z2 Z4 N1 N2 N5 N6 N8 N17

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		能力；能够形成正确的职业伦理意识，树立诚信为本的职业素养；能够灵活运用湖湘商文化的精髓，在商业实践中实现创新与发展。		多媒体教室。 **3．教学方法：**运用信息化手段在理论教学的基础上，通过小组讨论、头脑风暴、案例分析、视频讲解、课后测验、项目训练等方法组织教学，增强学生的动手能力和实战能力。 **4．师资要求：**任课教师应具有湖湘文化、中华商业文化、职业伦理等方面理论功底和一定的实践经验。 **5．考核方式：**总评成绩=学习过程考核成绩（30%）+项目作品考核成绩（30%）+总结性考评（含考试）成绩(40%).	

（4）专业集中实践课程

专业集中实践课程描述如表 14 所示。

表 14　专业集中实践课程描述

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
1	Photoshop图形图像处理综合实训	**1.素质目标：**培养严谨细致、追求卓越的工作态度；增强审美意识与艺术鉴赏力，提升对美的感知和创造能力；具有勇于探索、敢于创新的精神；具备高度的责任心和良好的职业道德，注重作品质量与细节；拥有团队协作精神，能够与他人有效沟通合作。 **2.知识目标：**深入了解Photoshop软件的功能架构与操作原理；熟悉图形图像处理的基本概念、术语和常见格式；掌握图像选区制作、编辑与调整的多种方法；掌握图像色彩校正、色彩模式转换及特殊色彩效果处理的技巧；掌握图层、蒙版、通道等核心功能的应用原理与操作流程；了解图形图像处理在不同领域（如广告设计、网页设计、摄影后期等）的应用特点与规范。 **3.能力目标：**初步具备运用Photoshop软件进行各类图	1.Photoshop软件基础操作学习，包括界面介绍、工具使用、文件管理等。 2.图像选区的创建、编辑与调整技巧，如矩形选框、椭圆选框、套索工具、魔棒工具等的使用。 3.图像色彩校正与调整，涵盖色彩平衡、亮度对比度、色阶、曲线等调整命令。 4.图层、蒙版与通道的深入应用，包括图层的创建、编辑、混合模式，蒙版的类型与使用方法，通道的概念与操作。 5.文字设计与特效制作，学习文字工具的使用、文字样式设置以及文字特效的制作方法。 6.滤镜效果的应用与创意设计，了解各类滤镜的功能特点，并运用滤镜进行创意图像处理。 7.综合项目实操，如广告海	**1.课程思政：**引导学生认识到图形图像处理在文化传播、社会宣传等方面的重要作用，培养学生的文化自信和社会责任感；在项目创作中，鼓励学生融入中华优秀传统文化元素，弘扬正能量；教育学生尊重知识产权，遵守相关法律法规，树立正确的价值观和职业道德观。 **2.教学条件：**配备专业的图形图像处理实验室，安装最新版本的Photoshop软件及相关辅助工具；提供丰富的图像素材资源库，包括各类图片、字体、插件等；搭建在线学习平台，上传教学视频、课件、案例等资料，方便学生随时学习和交流；引入企业实际项目案例，让学生在真实的工作场景中进行实践操作。 **3.教学方法：**采用项目驱动教学法，以实际项目为载体，引导学生逐步完成项目	S1 S2 S3 S4 Z1 Z2 Z7 N1 N2 N4 N10 N15

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		形图像处理的能力，能够独立完成常见的设计任务；具备根据不同需求，灵活运用所学知识进行创意设计和图像优化的能力；初步具备对图像处理项目进行整体规划、进度把控和质量评估的能力；能够快速解决在图像处理过程中遇到的常见技术问题；具备与团队成员有效沟通，共同完成复杂图像处理项目的能力。	报设计、照片修复与合成、网页界面设计等，将所学知识综合运用到实际项目中。 教学要求	任务，培养学生的实践能力和解决问题的能力；运用案例教学法，通过分析经典案例，让学生了解不同类型图像处理的设计思路和方法；组织小组合作学习，鼓励学生相互交流、协作，共同完成项目，培养学生的团队协作精神；邀请行业专家进行讲座和指导，让学生了解行业最新动态和技术发展趋势。 **4.师资要求：**教师应具备艺术设计、计算机图形图像处理等相关专业的硕士及以上学历；具有丰富的Photoshop软件教学经验和实践操作能力，熟悉图形图像处理行业的发展动态和市场需求；能够为学生提供专业的指导和建议，帮助学生解决在实际操作中遇到的问题；具备良好的沟通能力和团队协作精神，能够与企业专家和行业人士进行有效地交流与合作。 **5.考核方式：**具体考核成绩评定办法如下：总评成绩 = 学习过程考核成绩（30%）+ 项目实践考核成绩（40%）+ 总结性考评（含作品展示与答辩）成绩（30%）。学习过程考核主要考查学生的课堂表现、作业完成情况、出勤率等；项目实践考核重点评估学生在实际项目中的操作技能、创意设计能力、团队协作能力等；总结性考评通过学生提交的作品展示和现场答辩，综合评价学生对所学知识的掌握程度和综合运用能力。	
2	618实训	**1．素质目标：**具有与人合作精神和团队意识；具有吃苦耐劳、乐于奉献的素养；具有诚信守纪的品质和责任感与敬业精神；具备创新创业思维。 **2.知识目标：**了解电子商务运营与管理流程，熟悉电子商务平台经营规程制度、熟悉商业运营环境；掌握店铺装修的相关视觉设计理念，掌握店铺装修具体流程规	1．电子商务运营与管理学习。 2．店铺装修的相关视觉设计理念。 3．跨境商务营销推广知识。 4．了解实践岗位工作内容、工作规范。 5．短视频营销与运营。 6．618实训产品营销实操。	**1．课程思政：**引导学生在开展跨境营销时，积极融入“中国智造”与“品牌出海”；尊重客观事实，在社交媒体平台树立正确的舆论意识，自觉践行社会主义核心价值观，诚实守信、德法兼备；理解我国“一带一路”倡议，培育学生开放包容、互利共赢的国际视野。 **2．教学条件：**利用产教融合项目工作室，配备先进的软	S1 S2 S3 S4 Z1 Z2 Z3 Z4 Z5 Z9 Z10 Z11 N1 N2

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		范；掌握电子商务营销推广知识，在实践中得到深入的理解和巩固；掌握岗位工作内容、工作规范，明确岗位责任；掌握社群与社群营销、策划并开展社群活动策略与方法；掌握视频营销与运营、直播营销与运营的策略与方法； **3．能力目标：**初步具备使用电子商务平台运营的能力；初步具备营销方案策划能力；初步具备推广方案制定及实施能力；预防突发事件的能力；初步具备客服（自助购物流程，催款方案，自动回复，话术，危机处理）的能力；初步具备新媒体营销的能力。		硬件设施；将电商企业的真实项目和产品引入教学，通过项目管理方式，在专业教师和企业导师的共同指导下，让学生在真实环境中进行产品开发实践；搭建了学习通精品在线课程等在线资源，为学生提供拓展学习和交流互动的渠道。 **3．教学方法：**采用校企合作、翻转课堂等教学方式，采用讲授、案例分析、小组实操等多种教学方法，确保学生掌握跨境电商618营销推广的实操知识；通过项目驱动、实践操作等方式，让学生在实践中掌握营销推广技能，并邀请企业专家参与课程设计和教学评估。 **4．师资要求：**教师应具备电子商务、国际贸易、市场营销实务等相关专业的硕士及以上学历，具备国际市场推广实践经验和教学能力；能够为学生提供实战指导和案例分析；具备国际视野和跨文化交流能力，能够引导学生关注全球市场动态和消费者需求。 **5．考核方式：**具体考核成绩评定办法如下：总评成绩=学习过程考核成绩（20%）+项目考核成绩（30%）+总结性考评（含考试）成绩（50%）。	N5 N9 N11 N14 N16
3	AI智能工具训练	1.素质目标： 具有自主学习意识；具备爱岗敬业、诚实守信的职业道德；培养对AI技术的兴趣和探索精神；具有创新意识和问题解决能力；了解AI技术的伦理和社会责任。 2.知识目标： 了解AI智能的产生与发展；了解AI智能工具的基本原理和特性；了解多种AI智能工具协同工作方法。 3.能力目标： 能够熟练使用AIGC系列人工智能工具；能够理解和应用AIGC人工智能工具，如自然语言处理、机器翻译、智能推荐等，以提升文本处理的效率和准确性。学生应	（1）介绍AI技术的发展和应用领域，引导学生了解AI智能工具的重要性和优势； （2）文心一言实践应用： ①原理介绍 ②功能演示 ③实践操作 ④案例分析 （3）文心一格实践应用： ①原理介绍 ②功能演示 ③实践操作 （4）chatgpt实践应用： ①原理介绍 ②功能演示 ③实践操作 （5）多种AI协同实现最终设计	**1.课程思政：**厚植家国情怀，突出职业道德和会计准则，立足社会主义核心价值体系，融入AI伦理和社会责任的内容，引导学生树立正确的科技观和价值观，培养具有社会责任感的AI技术人才。通过案例分析、小组讨论等形式，引导学生探讨AI技术发展对社会、经济、文化等方面的影响，培养学生的批判性思维和独立思考能力。 **2.教学条件：**配备多媒体教学设备和网络连接；提供文心一言和chatgpt的官方下载链接和安装指导。 **3.教学方法：**理论讲授与案例教学时间规划为8 学时，	S1 S2 S3 S4 Z1 Z2 Z3 Z11 N1 N2 N5 N6 N14 N15

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		能够导入、编辑和导出图像文件，包括图片的裁剪、缩放、旋转、调整亮度和对比度等基本操作。学生应能够使用软件提供的图像特效和滤镜功能，对图片进行艺术加工和风格转换，满足不同的设计需求。		实践训练时间规划12学时。讲授法：通过PPT展示和讲解，引导学生了解AI智能工具的基本原理和应用场景。 组织学生进行实践操作练习，巩固所学知识并提高技能水平。通过分析实际案例，让学生了解AI智能工具在各个领域的应用情况。分组进行项目实践，培养学生的团队协作和创新能力。 **4.师资要求：**教师具备扎实理论基础，熟悉商学院该专业学生学情，合理调整教学策略，针对性开展教学，达成教学目标。 **5.考核要求：**考核形式：平时成绩（40%）+ 项目实践成绩（60%）。平时成绩：包括签到考勤、课堂参与度、作业完成情况。项目实践成绩：根据项目完成的质量、创新性和团队协作等方面进行评价。	
4	跨境电商视觉营销设计实训	**1.素质目标：**遵从商业活动规律和事物发展趋势，具有正确的人生观和价值观；具备良好的职业道德品质和工匠精神。具备主动分析问题、解决难题的创新思维，并能正确、清晰地阐述自己观点； **2．知识目标：**掌握店铺装修的重点及常见的误区；掌握店铺装修与转化率的关系；掌握常见的配色方法；掌握店铺色彩和市场营销实务的关系；掌握商品详情页常用的页面布局；掌握图像修复、修饰和优化的方法。 **3．能力目标：**具备店铺Logo、店招、主图、促销海报的设计和制作的能力；具备首页的设计与制作能力；具备商品详情页的设计与制作的能力；具备店铺设计与装修能力。	1．商品图片处理 2．店铺设计与装修 3．店铺促销图片、页面及推广素材的设计制作、编辑，美化，发布 4．对新开发的产品进行排版、优化店内宝贝描述、美化产品图片及商品的上下架	**1．课程思政：**鼓励学生创作符合时代精神和社会需要的视觉设计作品，培养学生的社会责任感，积极参与社会公共事务，并通过自己的视觉设计作品传递社会正能量，弘扬社会主义核心价值观,宣传中华优秀传统文化,为国家形象的构建添砖加瓦。理解我国“一带一路”倡议，培育学生开放包容、互利共赢的国际视野。 **2．教学条件：**利用视觉营销设计实训室，配备先进的软硬件设施；与跨境电商平台合作，让学生在真实环境中进行视觉营销设计实践；搭建了在线课程等在线资源，为学生提供拓展学习和交流互动的渠道。 **3．教学方法：**采用理实一体、翻转课堂等教学方式，采用讲授、案例分析、小组讨论等多种教学方法，确保学生掌握店铺 Logo、店招、主图、促销海报的设计和制作的能力；通过项目驱动、实践操作等方式，并邀请企业专家参与课程设计和教学	S1 S2 S3 S4 Z1 Z2 Z3 Z6 Z7 N1 N2 N4 N10 N15

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
				评估。 **4．师资要求：**教师应具备电子商务、国际贸易、市场营销实务等相关专业的硕士及以上学历，具备视觉营销设计实践经验和教学能力，能够为学生提供实战指导和案例分析；具备国际视野和跨文化交流能力，能够引导学生关注全球市场动态和消费者需求。 **5．考核方式：**总评成绩=线上自主学习（10%）+ 课堂活动（30%）+ 团队实训任务（50%）+ 项目实战（20%）。	
5	跨境电商直播实训	**1.素质目标：**了解跨境电商行业规范和职业道德，树立诚信、责任意识；认识到不同国家和地区的文化差异，尊重多元文化，培养跨文化沟通能力；学会与不同专业背景和技能的人员合作，共同完成直播任务，培养团队意识和沟通协调能力。 **2.知识目标：**掌握跨境电商的概念、发展历程；熟悉直播流程和规范；理解市场营销的基本概念、理论和策略，学会运用市场营销知识进行直播选品、内容策划和推广营销；掌握电商店铺的搭建与装修、商品管理、订单管理、客户服务等基础知识，了解电商运营的关键指标和数据分析方法，能够运用数据指导直播运营和决策。 **3.能力目标：**能够根据目标市场和受众需求，制定直播主题、内容脚本和流程安排；掌握直播间的搭建与优化技巧，包括背景布置、商品陈列、灯光调试等，提升直播画面的视觉效果；学会运用直播平台的各类功能和工具，能够对直播数据进行实时监测和分析，根据数据反馈调整直播策略和内容，提高直播效果和转化率。熟练掌握至少一门外语（如英语、法语、西班牙语等），能够用外语进行流利的直播讲解、与观众互动交流，准	1．介绍跨境电商的概念、发展历程、模式（如B2B、B2C 等）、特点以及各主要平台的运营规则和市场定位，为后续的直播实训打下基础。 2．涵盖直播的定义、类型、发展历程、技术原理与设备要求（包括摄像头、麦克风、灯光、推流软件等），以及不同直播平台的使用方法和功能特点。 3．指导学生如何运用工具和方法收集目标市场的需求、偏好、消费习惯以及竞争对手信息，进行市场细分和目标市场选择，制定相应的直播营销策略。 4．依据目标市场需求和数据分析，传授选品原则、方法和渠道，如选择有竞争力的产品、分析产品优势与卖点等，帮助学生学会筛选适合直播销售的跨境商品。 5．如何围绕产品和目标受众设计直播主题、环节和互动形式，编写吸引人的直播脚本，合理安排直播流程，以提升直播的趣味性和吸引力。 6．让学生熟悉直播设备的搭建与调试，掌握推流软件的使用，在模拟或真实环境中进行直播操作演练，熟悉开播流程、画面	**1．课程思政：**鼓励学生创作符合时代精神和社会需求的跨境电商直播内容，培养学生的社会责任感，积极参与社会公共事务，并传递社会正能量，弘扬社会主义核心价值观，宣传中华优秀传统文化，为国家形象的构建添砖加瓦。理解我国“一带一路”倡议，培育学生开放包容、互利共赢的国际视野。 **2．教学条件：**配备先进的软硬件设施；与跨境电商平台合作，让学生在真实环境中进行跨境电商直播实践；搭建了在线课程等在线资源，为学生提供拓展学习和交流互动的渠道。 **3．教学方法：**采用理实一体、翻转课堂等教学方式，采用讲授、案例分析、小组讨论等多种教学方法，确保学生掌握跨境电商直播能力；通过项目驱动、实践操作等方式，并邀请企业专家参与课程设计和教学评估。 **4．师资要求：**教师应具备电子商务、国际贸易、市场营销实务等相关专业的硕士及以上学历，具备跨境电商直播实践经验和教学能力，能够为学生提供实战指导和案例分析；具备国际视野和跨文化交流能力，能够引导学生关注全球市场动态和消费者需求。 **5．考核方式：**总评成绩=线上自主学习（10%）+ 课	S1 S2 S3 S4 Z1 Z2 Z3 Z4 Z5 Z8 Z9 N1 N2 N6 N9 N11 N15

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		确理解和回应观众的需求和反馈，消除语言障碍，扩大直播的国际影响力和覆盖面。能够在直播过程中及时处理观众的咨询、投诉和建议，提供专业、友好、高效的客户服务，提高客户满意度和忠诚度；了解跨境电商售后服务的重要性，掌握退换货政策、质量保证等售后服务流程，为客户提供完善的购物体验。	切换、音视频控制等技术操作。 7．重点培养学生的语言表达能力、产品展示与介绍能力、与观众互动技巧以及应对各种突发情况的能力，通过模拟销售场景，提高学生的直播销售转化率。 8．讲解如何利用直播平台的数据分析工具，实时监测直播过程中的流量、观看时长、转化率、互动率等关键数据指标，分析数据变化趋势，为优化直播策略提供依据。	堂活动（30%）+ 团队实训任务（50%）+ 项目实战（20%）。	
6	跨境电商客服服务实训	**1.素质目标：**培养耐心、热情的服务态度，面对不同文化背景的客户时保持尊重与包容；增强跨文化沟通中的应变能力，灵活处理各类突发问题与矛盾；树立强烈的客户至上意识，将客户满意度作为工作的重要目标；具备高度的责任心，对客户咨询和问题负责到底；培养良好的团队合作精神，与团队成员协同解决客户问题。 **2.知识目标：**深入了解跨境电商不同平台（如亚马逊、速卖通、eBay等）的客服规则与政策；熟悉主要目标市场（欧美、东南亚等）的文化习俗、消费习惯和法律法规；掌握跨境电商客服常用的专业术语和沟通话术；了解跨境电商物流、支付、售后等环节的基本知识；知晓常见客户问题的类型及对应的解决方案。 **3.能力目标：**初步具备用英语或其他目标市场语言进行流畅、准确的书面和口头沟通能力，能清晰解答客户疑问；能够快速识别客户需求，提供个性化的服务建议；具备处理客户投诉和纠纷的能力，有效化解矛盾，维护店铺声誉；可以高效管理客户信息，建立并维护良好的客户关系；初步具备数据分析能力，通过分析客户反馈数据	1.跨境电商平台客服规则学习。 2.目标市场文化与消费知识。 3.客服专业术语与沟通技巧。 4.物流、支付与售后知识。 5.客户投诉与纠纷处理。 6.客户关系管理与数据分析。 7.综合实训项目。	**1.课程思政：**引导学生认识到跨境电商客服在促进国际贸易、传播中国文化方面的重要作用，培养学生的民族自豪感和国际视野；教育学生在与客户沟通中遵守职业道德和法律法规，诚实守信、公平公正地处理问题；鼓励学生积极传播正能量，展现中国跨境电商从业者的良好形象。 **2.教学条件：**配备专业的跨境电商客服实训室，模拟真实的客服工作环境，安装跨境电商平台客服系统、CRM工具和数据分析软件，引入企业实际客服业务和客户数据，让学生接触真实的工作场景。 **3.教学方法：**采用案例教学法，通过分析实际案例引导学生思考和讨论，总结客服经验和教训；运用角色扮演法，让学生分别扮演客服和客户，模拟各种沟通场景，提高学生的应变能力和沟通技巧；组织小组讨论法，针对复杂问题让学生分组讨论解决方案，培养学生的团队协作精神和创新能力；邀请企业客服专家进行讲座和指导，分享实际工作中的经验和技巧。 **4.师资要求：**教师应具备电子商务、国际贸易、外语等相关专业硕士及以上学历；	S1 S2 S3 S4 Z1 Z2 Z3 Z4 Z5 Z9 N1 N2 N5 N6 N11 N13 N14

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		优化客服服务策略。		具有丰富的跨境电商客服实践经验，熟悉跨境电商平台的运营规则和客服流程；能够熟练运用英语或其他目标市场语言进行交流和教学；具备良好的沟通能力和团队协作精神，能够与企业专家和行业人士进行有效地交流与合作；关注行业动态和最新技术发展趋势，不断更新教学内容和方法。 **5.考核方式：**具体考核成绩评定办法如下：总评成绩 = 学习过程考核成绩（30%）+ 项目实践考核成绩（40%）+ 总结性考评（含案例分析与答辩）成绩（30%）。	
7	跨境电商产品开发实训	**1.素质目标：**培养严谨细致、求真务实的职业态度，树立跨境产品合规开发、品质优先的职业理念；具备创新意识与市场敏感度，尊重不同海外市场的文化与消费差异；强化岗位责任心，对产品调研、选品、开发、迭代全流程负责；培养团队协作能力，可协同运营、推广岗位完成产品落地工作；坚守行业职业道德，杜绝侵权、仿冒等违规开发行为。 **2.知识目标：**掌握亚马逊、速卖通、eBay等主流跨境平台的产品上架规则、侵权规范与品类政策；熟悉欧美、东南亚等核心目标市场的消费特征、产品偏好、法规标准及认证要求；掌握跨境电商选品、产品定位、竞品分析的基础理论与方法；了解跨境产品成本构成、定价逻辑、供应链及仓储物流基础常识；熟悉产品开发常用专业术语、产品参数撰写规范；掌握新品开发、优化、迭代及滞销产品调整的基础方案。 **3.能力目标：**具备独立开展跨境市场调研与竞品分析的能力，可精准挖掘市场需求与爆款潜力品类；具备跨境选品能力，能够结合平台规则、市场数据与成本情况筛选优质产品；掌握产品信息编撰能力，可规范撰写产品参数、标题、卖点及详情文	1. 跨境电商平台产品规则学习。学习主流跨境平台品类准入、上架规范、侵权管控、产品处罚规则，掌握合规开发基本要求。 2. 目标市场产品需求与标准认知。了解各海外市场产品消费偏好、季节需求、认证标准及合规要求，适配区域产品开发方向。 3. 跨境选品与竞品分析实训。运用平台工具、数据榜单开展选品实操，分析竞品价格、卖点、评价、供应链优势，形成选品报告。 4. 产品信息编撰与合规优化实训。规范完成产品标题、关键词、参数、卖点文案撰写，排查侵权、违规用词等风险点。 5. 产品成本核算与定价实训。掌握产品采购、物流、平台佣金等成本核算方法，结合市场行情制定合理售价。 6. 产品迭代与滞销优化实训。根据客户评价、销售数据、市场趋势，完成产品卖点升级、品类调整、滞销产品整改优化。 7. 产品开发综合实训项目。结合真实平台场景，完成市场调研、选品分析、合规排查、文案制作、产品上架、迭代优化全流程实训。	**1.课程思政：**引导学生认识跨境产品开发对国货出海、品牌国际化的重要意义，增强民族品牌自信与国际化视野；培养学生合规经营、诚信从业的职业素养，坚守知识产权保护底线，杜绝侵权仿冒行为；树立精益求精的工匠精神，注重产品品质与用户体验，打造优质跨境产品；引导学生紧跟国际市场趋势，坚持创新研发，助力中国优质产品远销海外，展现外贸从业者良好风貌。 **2.教学条件：**配备跨境电商专业实训室，搭建仿真产品开发实训环境；安装跨境平台模拟系统、选品工具、数据分析软件与合规排查工具；引入企业真实产品数据库、选品案例、竞品资料与违规案例资源；依托真实平台数据开展实操实训，模拟产品调研、选品、上架、优化全流程工作场景。 **3.教学方法：**采用案例教学法，通过爆款选品、违规侵权、产品滞销等典型案例，引导学生总结开发经验与风控要点；运用实操演练法，围绕选品、文案撰写、合规排查开展常态化实操训练；采用项目驱动法，以完整产品开发项目贯穿教学，实现学做结合；开展小组讨论法，针对选品争议、产品优化问题协同研讨；邀请企业产品	S1 S2 S3 S4 S9 Z1 Z2 Z3 Z4 Z5 Z6 N1 N2 N6 N8 N13 N14 N15

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		案；具备产品合规排查能力，可识别专利、商标、图片等各类侵权风险；具备产品优化迭代能力，根据市场反馈、数据变化调整产品卖点与品类布局；具备基础数据分析能力，依托平台数据评估产品竞争力，优化开发方案。		开发专员开展讲座，分享行业实操经验与最新开发趋势。 **4.师资要求：**教师具备电子商务、国际贸易、市场营销等相关专业硕士及以上学历；熟悉各大跨境平台产品规则，具备跨境产品开发、选品优化、供应链对接实战经验；熟练掌握产品数据分析、合规排查实操技能；具备良好的教学与校企协作能力，及时跟进行业新规与市场动态，更新教学内容。 **5.考核方式：**具体考核成绩评定办法如下：总评成绩 = 学习过程考核成绩（30%）+ 项目实践考核成绩（40%）+ 总结性考评成绩（30%）。	
8	跨境电商数据分析与应用实训	**1.素质目标：**具有在电子商务数据分析过程中坚持正确的价值观和道德观的意识；具备数据保密意识，尊重公民隐私，遵守职业道德；具备较强的数据化运营思维和文字表达能力；具有良好的团队合作意识和能力。 **2.知识目标：**熟悉电子商务数据化运营理念；掌握数据采集、数据处理和可视化展示的知识、方法和工具；掌握市场数据分析、客户数据分析、产品数据分析以及运营数据分析等典型分析任务的分析内容、分析方法与分析步骤；掌握商务数据分析报告撰写。 **3.能力目标：**能够熟练开展电子商务数据分析；能够应用数据图表和透视图实现数据可视化展示和分析；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，完成数据分析报告撰写。	1．商务数据分析认知 2．商务数据采集与处理 3．市场数据分析 4．运营数据分析 5．产品数据分析 6．数据可视化 7．数据分析报告展示	**1．课程思政：**穿插数据伦理、职业精神和职业道德等价值理念，以实现“知识传授”和“价值引领”相结合，令学生切身感受到数据分析行业的责任与担当。在教学中让学生认识到，坚持数据的真实可靠、全面权威是创制新闻作品必须遵守的规范，从中折射出的诚实守信的品质亦是为人处世应有的道德素养。 **2．教学条件：**利用数据分析实训室，配备先进的软硬件设施；与跨境电商平台合作，让学生在真实环境中进行数据分析实践；搭建了学习通精品在线课程等在线资源，为学生提供拓展学习和交流互动的渠道。 **3．教学方法：**采用理实一体、翻转课堂等教学方式，采用讲授、案例分析、小组讨论等多种教学方法，确保学生掌握商务数据采集与处理的能力；通过项目驱动、实践操作等方式，并邀请企业专家参与课程设计和教学评估。 **4．师资要求：**教师应具备电子商务、国际贸易、市场营销实务等相关专业的硕士及以上学历，具备视觉营销设计实践经验和教学能力，能够为学生提供实战指导和	S1 S2 S3 S4 Z1 Z2 Z3 Z4 Z5 N1 N2 N3 N4 N8

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
				案例分析；具备国际视野和跨文化交流能力，能够引导学生关注全球市场动态和消费者需求。 **5．考核方式：**总评成绩=线上自主学习（10%）+ 课堂活动（30%）+ 团队实训任务（50%）+ 项目实战（20%）。	
9	跨境电商通关实务实训	**1.素质目标：**具备良好的职业道德和职业素养：培养学生的诚信意识、责任意识和法律意识，使其在跨境电商通关工作中能够遵守职业道德规范，维护行业秩序。提升学生的职业素养，包括沟通能力、团队协作能力和解决问题的能力，以适应跨境电商通关工作的复杂性和多样性。具备持续学习和创新的能力：培养学生具备持续学习的意识，关注跨境电商通关领域的最新动态和政策变化，不断更新知识结构。鼓励学生在实践中探索创新，提出新的通关策略和解决方案，提高通关效率。具备国际视野和跨文化沟通能力：培养学生的国际视野，了解不同国家和地区的法律法规、文化习俗和贸易规则，以适应跨境电商的全球化特点。提升学生的跨文化沟通能力，能够与不同国家和地区的人员进行有效沟通，解决通关过程中的问题。 **2.知识目标：**掌握跨境电商通关的基本概念、原理和流程：了解跨境电商通关的定义、特点和作用，掌握通关的基本原理和流程。熟悉跨境电商通关的法律法规和政策：掌握国内外关于跨境电商通关的法律法规和政策规定，包括关税、税率、报关流程、检验检疫等方面的内容。了解跨境电商通关的国际贸易规则和惯例：熟悉国际贸易的基本规则和惯例，了解国际贸易术语、贸易方式、支付方式等，为跨境电商通关提供支持。 **3.能力目标：**具备跨境电商	1. 跨境电商的监管环境、政策法规和海关要求 2. 海关监管方式 3. B2C保税进口通关 4. B2C直邮进口通关 5. B2C出口通关 6. B2B出口通关 7. 跨境电商综合税计算：介绍跨境电商综合税的适用范围、纳税义务人、计征方法、完税价格以及计算方法及税率。 8. 税费筹划 9. 实践操作与技能提升模拟通关操作 10. 跨境电子商务物流方案设计 11. 技能提升训练	**1．课程思政：**跨境电商通关实务实训课程的课程思政内容应涵盖家国情怀与民族自豪感、职业道德与法治意识、团队协作与沟通能力、创新思维与解决问题的能力以及国际视野与跨文化交流能力等多个方面。这些内容的融入将有助于培养学生的综合素质和职业素养，为未来的职业发展打下坚实的基础。 **2.教学条件：**利用综合实训室，配备先进的软硬件设施；与跨境平台合作，让学生在真实环境中进行跨境电商通关实务实训；搭建了在线课程等在线资源，为学生提供拓展学习和交流互动的渠道。 **3.教学方法：**采用理实一体、翻转课堂等教学方式，采用讲授、案例分析、小组讨论等多种教学方法，确保学生掌握跨境电商通关操作，通过项目驱动、实践操作等方式，并邀请企业专家参与课程设计和教学评估。 **4. 师资要求：**教师应具备电子商务、国际贸易、市场营销实务等相关专业的硕士及以上学历，具备跨境电商通关实践经验和教学能力，能够为学生提供实战指导和案例分析；具备国际视野和跨文化交流能力，能够引导学生关注全球市场动态和消费者需求。 **5. 考核方式：**总评成绩=线上自主学习（10%）+ 课堂活动（30%）+ 团队实训任务（50%）+ 项目实战（20%）。	S1 S2 S3 S4 S9 Z1 Z2 Z3 Z4 Z5 Z10 N1 N2 N5 N6 N12 N13 N16

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		通关实务操作能力：能够熟练掌握跨境电商物流方案设计和通关实务操作，包括物流方案选择、报关单填写、物流运费和关税计算、检验检疫申报等。 具备跨境电商通关风险识别与应对能力：能够识别跨境电商通关过程中的风险点，如关税风险、合规风险等，并制定相应的应对策略和措施。具备跨境电商通关数据分析与处理能力：能够运用数据分析工具对跨境电商通关数据进行分析和处理，提取有价值的信息，为通关决策提供支持。具备跨境电商通关沟通与协调能力：能够与海关、检验检疫、物流等相关部门进行有效沟通，协调解决通关过程中的问题，确保通关顺畅。			
10	跨境供应链管理实训	**1.素质目标：**培育全局视野，让学生能从跨境供应链整体角度思考问题，理解各环节的相互关联与影响。 增强风险意识，能敏锐识别跨境供应链中的潜在风险，并具备应对突发风险的能力和冷静心态。 树立合作精神，明白跨境供应链涉及多方合作，懂得与不同文化背景、利益诉求的伙伴有效沟通协作。 培养创新意识，鼓励在跨境供应链管理模式、技术应用等方面提出新思路、新方法。 **2.知识目标：**掌握跨境供应链的基本概念、构成环节和主要模式，了解其与传统供应链的差异。熟悉跨境物流的多种方式，如国际快递、海运、空运、铁路运输等的特点、适用场景和操作流程。知晓跨境贸易的相关政策法规，包括关税政策、贸易壁垒、进出口检验检疫规定等。了解跨境供应链中的信息技术应用，如供应链管理系统、物流追踪系统、数据分析工具等。 **3.能力目标：**能够进行跨境供应链的规划与设计，根据企业需求和市场情况，合理	1.跨境供应链基础认知。跨境物流管理 2.物流方式选择。 3.物流流程操作。 4.物流成本控制。 5.跨境贸易政策法规和国际贸易规则。 6.合规运营要点。 7.跨境供应链信息技术应用信息系统介绍。 8.数据追踪与分析。	**1.课程思政：**引导学生认识到跨境供应链管理在促进国际贸易、推动全球经济合作中的重要作用，培养学生的国际视野和担当精神；教育学生在跨境业务中遵守商业道德和法律法规，树立诚信经营的理念；鼓励学生积极传播中国文化，在跨境供应链合作中展现中国企业的良好形象。 **2.教学条件：**配备专业的跨境供应链实训室，安装相关的模拟软件和信息系统，模拟真实的跨境供应链运营环境；提供丰富的案例库，包括成功的和失败的跨境供应链案例，供学生学习和分析；与跨境企业建立合作关系，安排学生参观实习，让学生接触实际的跨境供应链业务。 **3.教学方法：**采用案例教学法，通过实际案例引导学生思考和讨论，总结跨境供应链管理的经验和教训；运用模拟教学法，让学生在模拟环境中进行操作和实践，提高动手能力和解决问题的能力；组织小组讨论法，针对复杂问题让学生分组讨论解	S1 S2 S3 S4 S8 S9 Z1 Z2 Z3 Z4 Z5 Z10 Z11 Z12 N1 N2 N6 N12 N13 N14

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		布局供应链节点和物流路线。 具备跨境物流运作管理能力，有效协调物流服务提供商，确保货物按时、安全、低成本地运输。可以运用信息技术对跨境供应链进行监控和优化，通过数据分析发现问题并及时调整策略。初步具备处理跨境供应链突发问题的能力，如物流延误、货物损坏、政策变动等，降低损失和影响。		决方案，培养学生的团队协作精神和创新能力；邀请企业专家进行讲座和指导，分享实际工作中的经验和技巧。 **4.师资要求：**教师应具备供应链管理、国际贸易、物流管理等相关专业硕士及以上学历；具有丰富的跨境供应链管理实践经验，熟悉跨境物流、贸易政策法规和信息技术应用；能够熟练运用英语或其他主要贸易语言进行教学和交流；具备良好的沟通能力和团队协作精神，能够与企业专家和行业人士进行有效地交流与合作；关注行业动态和最新技术发展趋势，不断更新教学内容和方法。 **5.考核方式：**具体考核成绩评定办法如下：总评成绩 = 学习过程考核成绩（20%）+ 项目实践考核成绩（50%）+ 总结性考评（含案例分析与答辩）成绩（30%）。	
11	国际市场推广实训	**1.素质目标：**培养严谨务实、积极进取的职业态度，面对复杂的国际市场环境和多元化海外客户，保持包容、诚信、专业的职业素养；增强国际市场开拓中的抗压能力与临场应变能力，灵活应对市场推广中的突发问题、客户异议与合作矛盾；树立市场导向、客户为本的职业理念，以品牌塑造、市场深耕、业绩提升为核心工作目标；具备高度的职业责任心，对市场推广方案落地、客户对接、品牌海外传播等工作全程负责；培养高效的团队协作精神，能够与运营、销售、跨境客服、物流等岗位人员协同配合，共同完成国际市场拓展任务；树立合规经营、诚信出海的职业底线，坚守国际贸易行业职业道德。 **2.知识目标：**深入了解国际主流市场（欧美、东南亚、中东、拉美等）的市场特征、行业格局、准入标准及贸易政策；掌握跨境电商、国际贸易	1. 国际目标市场政策与行业规则学习。系统学习欧美、东南亚、中东等核心海外市场的贸易政策、准入门槛、关税规则、行业监管要求，掌握不同区域市场的推广限制与合规要求，了解国际贸易基础规则与跨境推广行业规范。 2. 海外市场文化与消费认知实训。研究不同目标市场的文化习俗、消费习惯、审美偏好、宗教禁忌，对比分析各区域市场的消费差异、需求痛点，掌握跨文化市场推广的避坑要点与适配技巧。 3. 国际市场推广术语与沟通技巧实训。熟练掌握海外推广、商务对接、品牌传播、跨境谈判等场景的专业术语，精通中英文推广文案、私信话术、宣传脚本的撰写技巧，掌握跨文化商务沟通、异议处理、客户说服的核心技巧。 4. 国际市场推广渠道运营	**1.课程思政：**引导学生认识国际市场推广在中国制造出海、中国品牌国际化、对外贸易发展中的核心价值，助力国货走向全球，培养学生的民族自豪感、文化自信和国际化视野；教育学生坚守国际贸易职业道德，遵守各国市场法律法规、行业规则，坚持合规经营、诚信推广、公平竞争，杜绝虚假宣传、恶意营销等违规行为；引导学生树立大国贸易担当，在海外市场推广过程中正向传播中国企业文化、中国品质与中国正能量，展现中国外贸从业者专业、诚信、包容的良好职业形象。 **2.教学条件：**配备专业的国际市场推广实训机房与跨境商务实训室，搭建仿真国际市场推广实训环境；安装海外社媒运营模拟系统、跨境广告投放模拟平台、市场调研数据分析工具、邮件营销系统等专业教学软件；引入外贸企业真实产品资料、海	S1 S2 S3 S4 S7 Z1 Z2 Z3 Z4 Z5 Z8 Z9 N1 N2 N6 N9 N14 N15 N16

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		线下展会、海外社媒推广等各类国际市场推广渠道的运营规则与推广逻辑；熟悉不同目标市场的文化习俗、消费偏好、审美特点、宗教禁忌及相关进出口法律法规、关税政策；掌握国际市场推广常用的中英文专业术语、推广文案话术、商务谈判基础用语；了解国际市场调研、竞品分析、市场定位、品牌海外传播的基础理论与知识；掌握海外广告投放、内容营销、社群运营、展会营销的基础知识点；知晓国际市场推广中常见的推广难题、客户异议、合作纠纷及对应的基础解决方案。 **3.能力目标：**初步具备运用英语或目标市场语种完成市场推广文案撰写、客户沟通、商务对接的能力，能够清晰、专业地传递产品与品牌优势；具备独立开展国际市场调研的能力，可收集、整理海外市场数据、竞品信息、客户需求数据，完成基础市场分析报告；能够结合目标市场特点，精准定位市场需求，制定个性化、适配性的基础市场推广方案；具备海外推广运营能力，可独立完成社媒内容发布、基础广告投放、客户咨询应答等推广实操工作；具备市场推广问题处理能力，能够有效化解推广舆情、客户异议、合作纠纷，维护企业海外品牌形象与市场口碑；具备基础数据复盘能力，通过分析推广流量、转化率、曝光量等数据，优化推广策略与执行方案；具备团队协作执行能力，可配合团队完成大型推广活动、海外展会、市场拓客等综合项目。	实训。学习跨境平台推广、海外社媒（Facebook、Instagram、TikTok等）运营、搜索引擎推广、线下展会营销、邮件营销等主流推广渠道的操作流程，掌握各渠道的推广逻辑、运营方法与引流技巧。 5. 市场调研与竞品分析实训。掌握海外市场调研的基本方法，能够通过各类海外平台、行业数据库收集市场数据、竞品产品信息、价格体系、推广策略，独立完成市场分析与竞品复盘。 6. 推广数据复盘与策略优化实训。学习推广数据核心指标（曝光、点击、转化、客单价等）的解读方法，掌握基础数据分析工具的使用，能够根据数据反馈调整推广内容、投放渠道与推广方案。 7. 国际市场推广综合实训项目。结合真实企业产品与市场需求，开展全流程市场推广综合实训，涵盖市场调研、方案策划、文案制作、渠道推广、客户对接、数据复盘全流程实操，完成完整的市场推广项目。	外市场数据、过往推广案例、成功与失败推广项目素材，搭建真实的项目化教学场景；接入行业最新市场报告、海外政策数据库，保障教学内容贴合当下国际市场行情。 **3.教学方法：**采用案例教学法，精选国内外优秀品牌海外推广成功案例、跨境推广踩坑案例、市场拓客典型案例，引导学生分组分析讨论，总结推广经验与实操技巧，规避市场推广风险；运用角色扮演法，设置海外客户对接、商务谈判、客户异议处理、展会拓客、社媒答疑等真实场景，让学生分别扮演推广专员、海外客户、合作商等角色，提升临场应变与实操能力；采用项目驱动教学法，以真实企业市场推广项目为核心，让学生全程参与项目策划、执行、复盘，实现学做合一。 **4.师资要求：**教师需具备国际经济与贸易、市场营销、电子商务、商务英语等相关专业硕士及以上学历，专业基础扎实；具备丰富的国际市场推广、海外渠道运营、外贸市场开拓实战经验，熟悉各主流海外市场规则、推广渠道运营模式与行业现状；持续关注国际市场动态、跨境推广新模式、海外平台新规，及时更新教学内容、优化教学方法，贴合行业岗位需求。 **5.考核方式：**具体考核成绩评定办法如下：总评成绩 = 学习过程考核成绩（30%）+ 项目实践考核成绩（40%）+ 总结性考评（含案例分析与答辩）成绩（30%）。	
12	跨境电商运营实训	**1.素质目标：** 国际视野：通过跨境电商实训，拓宽学生的国际视野，使他们了解全球市场发展趋势和跨文化交流的重要性。 创新意识：鼓励学生创新思维，积极探索新的运营模式和营销策略，以适应不断变化的跨	1.跨境电商概述 2.跨境电商平台操作 3.跨境电商政策与法规 4.产品策略 5.营销策略 6.物流管理 7.数据分析方法 8.数据分析应用	**1．课程思政**：提升学生的职业道德素养，使其具备跨境电商行业所需的诚信、勤奋、创新等品质。培养学生具备国际视野和跨文化沟通能力，理解并尊重多元文化，促进国际交流与合作。法治意识：增强学生的法治	S1 S2 S3 S4 Z1 Z2 Z3 Z4 Z5

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		境电商环境。 诚信品质：培养学生的诚信意识和职业道德，确保在跨境电商运营中遵守商业道德和法律法规。 社会责任感：增强学生的社会责任感，使他们认识到跨境电商运营对社会和环境的积极影响，并积极参与相关公益活动。 **2.知识目标：**掌握跨境电商基础知识：使学生全面了解跨境电商的基本概念、发展历程、行业现状以及主要运营模式。这有助于学生建立对跨境电商领域的整体认知。 熟悉跨境电商平台操作：学生能够熟练掌握跨境电商平台的基础知识和操作方法，包括平台注册、账号管理、产品发布、订单处理等。 了解跨境电商政策与法规：使学生熟悉跨境电商相关的政策、法规和国际贸易规则，为合规经营打下基础。 **3.能力目标：**独立开展业务的能力：通过实训，培养学生独立开展跨境电商业务的能力，包括市场调研、产品定位、营销推广、物流管理等。 数据分析能力：学生能够运用数据分析方法和工具，对跨境电商运营数据进行深入分析，以优化运营策略。 团队协作能力：在实训过程中，通过团队合作完成任务，培养学生的团队协作、沟通协调和项目管理能力。 解决实际问题的能力：使学生具备独立思考和解决问题的能力，能够灵活应对跨境电商运营中的各种挑战。	9.平台注册与店铺搭建 10.产品发布与推广	观念，了解并遵守国际贸易法律法规，维护国家利益和形象。 **2.教学条件：**利用综合实训室,配备先进的软硬件设施;与跨境电商平台合作，让学生在真实环境中进行跨境电商运营实训；搭建了在线课程等在线资源，为学生提供拓展学习和交流互动的渠道。 **3.教学方法：**采用理实一体、翻转课堂等教学方式，采用讲授、案例分析、小组讨论等多种教学方法，确保学生掌握跨境电商平台操作、产品策略、营销策略、物流管理、平台注册与店铺搭建、产品发布与推广，通过项目驱动、实践操作等方式，并邀请企业专家参与课程设计和教学评估。 **4. 师资要求：**教师应具备电子商务、国际贸易、市场营销实务等相关专业的硕士及以上学历，具备跨境电子商务运营实践经验和教学能力，能够为学生提供实战指导和案例分析；具备国际视野和跨文化交流能力，能够引导学生关注全球市场动态和消费者需求。 **5. 考核方式：**总评成绩=线上自主学习（10%）+ 课堂活动（30%）+ 团队实训任务（50%）+ 项目实战（20%）。	Z6 Z11 N1 N2 N5 N6 N13 N15 N16
13	专业综合实训	**1.素质目标：**具备诚实守信的职业道德；具备用数据和事实说话的职业精神；具备爱岗敬业、认真负责的敬业精神；具备精打细算的成本控制意识；具备质量至上、精益求精的工匠精神；具备站得高看得远的商业战略思维和灵活多变的商业战术策略；具备团队意识和团队协作精神。	1．依托产教融合校内外实训基地和项目工作室，跨专业、跨班级、跨岗位组建项目团队。 2．承接企业真实项目，对接网店与数字营销平台的视觉营销、网店运营、新媒体运营、商务数据分析、直播销售、智能推广、大数据选品和数字营销等岗位工作内容，完成	**1．课程思政：**在项目实战中养成学生遵纪守法、崇德向善、诚实守信、尊重生命，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。具有吃苦耐劳、乐于奉献的精神；具有诚信守纪的品质和责任感与敬业精神；具有创新创业意识。 **2．教学条件：**利用项目实战实训室和校外企业实训基	S1 S2 S3 S4 Z1 Z2 Z3 Z4 Z5 Z6 Z7 Z8

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		2.知识目标：掌握跨境电子商务的基本理论及新技术、新业态、新模式相关知识。掌握撰写调研报告、营销策划的方法。掌握大数据分析选品的方法。掌握图形图像处理、网店装修和新媒体文案写作的方法。掌握数字化客户服务与管理的相关知识。掌握主流跨境电子商务平台的运营规则和推广方式、新媒体运营与管理的方法。掌握数字营销场景的设计及运用、数字营销与管理相关知识。 **3.能力目标：**具备迅速适应电商企业的工作快节奏的能力；能够迅速熟悉企业管理的制度和规范；能够根据企业需求和用户特点，进行市场调研，选择新媒体平台，确定新媒体营销目标，制定新媒体营销方案并实施。能够完成直播。能够运用跨境电子商务平台进行活动策划、营销推广、运营与管理及数据化效果评估。能够进行客户个性化服务。具备网店设计与装修的能力。能够搭建数字营销场景，通过直播或短视频等形式对产品进行多平台营销推广。	学校和企业双方共同制定的绩效考核任务。	地，配备先进的软硬件设施；让学生在真实环境中进行数据分析实践；搭建了学习通精品在线课程等在线资源，为学生提供拓展学习和交流互动的渠道。 **3．教学方法：**采用理实一体、翻转课堂等教学方式，采用讲授、案例分析、小组实操等多种教学方法，确保学生掌握跨境电商各岗位及各流程的工作内容能力；通过项目驱动、实践操作等方式，并邀请企业专家参与课程设计和教学评估。 **4．师资要求：**教师应具备电子商务、国际贸易、市场营销实务等相关专业的硕士及以上学历，具备视觉营销设计实践经验和教学能力，能够为学生提供实战指导和案例分析；具备国际视野和跨文化交流能力，能够引导学生关注全球市场动态和消费者需求。 **5.考核方式：**总评成绩=学习过程考核成绩（40%）+项目任务考核成绩（60%）。	Z9 Z10 Z11 Z12 N1 N2 N4 N5 N6 N7 N8 N9 N10 N11 N14 N15 N16 N17
14	毕业设计	**1.素质目标：**热爱工作，对待工作精益求精，具备吃苦耐劳的精神；具有较好的团队合作精神，严于律己，宽以待人，善于交流沟通；自学能力强，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，能够主动寻求解决的方法；具有社会责任心和环境保护意识；具备良好的人文科学素养。 **2.知识目标：**掌握语言表达、信息检索、文字处理和表格处理；掌握网店运营、新媒体营销、大数据选品与营销方案策划、数字营销与管理等知识。 **3.能力目标：**掌握撰写毕业设计的基本流程，根据所在实习单位一定时期内的经营情况，进行市场分析和评价，写出诊断分析报告和其	1．市场调查与分析 2．方案设计和优化 3．技术应用和创新 4．淘宝或其他电商平台店铺开设与运营 5．问题总结与优化提升 6．撰写毕业设计作品 7．参与毕业设计答辩	**1．课程思政：**在毕业设计教学中，培养学生的敬业精神和职业道德，引导学生在实践中认知社会、熟悉国情、深入基层、深入群众，树立服务人民、服务社会的使命意识。 **2.教学条件：**利用实习企业实战环境和校外企业实训基地；让学生在真实环境中进行岗位实践与问题总结；搭建了学习通精品在线课程等在线资源，为学生提供拓展学习和交流互动的渠道。 **3．教学方法：**学生可根据所学知识，结合实际岗位工作需求和活动项目经营推广需要，进行毕业设计。最终提交1份科学、可行和完善的毕业设计方案，并完成相关文档提交工作。 **4．师资要求：**教师应具备	S1 S2 S3 S4 Z1 Z2 Z3 Z4 Z5 Z6 Z7 Z8 Z9 Z10 Z11 Z12 N1 N2 N4 N5 N6 N7 N8 N9 N10

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
		他相关报告。也可根据实习企业生产经营各环节出现的具体问题，从管理角度，对视觉营销设计、网店运营、新媒体运营、商务数据分析、直播销售、智能推广、大数据选品和数字营销等方面进行方案设计和优化。从提高管理效率和降低运行成本出发，对新的手段、方法、技术等在电子商务中的应用作出可行性分析，并提出具体实施方案。阶段性地明确目标，如一个月后，店铺的销售额达到多少；店铺的目前状况分析；经营方案；设计完成时店铺的情况。调查报告的调查对象确定；调查报告有详细的数据，数据明确的来源；对数据进行图表分析；调查报告的撰写。练就学生的书面和口头表达能力，以及团结协作精神；使学生具备综合运用所学知识分析和解决实际问题的能力；培养学生主动获取知识和自主创新的意识与能力。		电子商务、国际贸易、市场营销实务等相关专业的硕士及以上学历，具备电商实践经验和教学能力，能够为学生提供实战指导和分析；具备国际视野和跨文化交流能力。 **5.考核方式：**总评成绩=毕业设计作品成绩（50%）+毕业设计答辩成绩（50%）。	N11 N14 N16 N17
15	岗位实习	**1.素质目标：**具有诚信、敬业的工作作风和科学、严谨的工作态度；具备安全、质量、效益及环保意识；具备良好沟通及团队协作意识。 **2.知识目标：**学习企业文化、了解企业规章制度、熟悉企业环境；了解企业的经营与管理流程；强化专业知识，使专业知识在实践中得到深入地理解和巩固；了解实践岗位工作内容、工作规范，明确岗位责任。 **3.能力目标：**具备遵守企业规章制度的能力；具有网店运营、新媒体营销、大数据选品与营销方案策划、数字营销与管理等岗位的实际工作能力；掌握专业知识与技能综合运用能力。	1．视觉营销设计 2．网店运营 3．新媒体运营 4．商务数据分析 5．直播销售 6．智能推广 7．大数据选品 8．数字营销	**1．课程思政：**通过岗位实习项目，让学生实际承担企业的具体岗位工作，树立劳动光荣、脚踏实地的工匠精神观念，培养学生深刻理会职业理念、树立爱岗学习习惯，并能迅速将所学知识融入岗位需求。 **2.教学条件：**利用校外实习基地单位相关真实工作场景和项目；搭建了学习通精品在线课程等在线资源，为学生提供拓展学习和交流互动的渠道。 **3．教学方法：**采用理实一体、翻转课堂等教学方式，采用讲授、案例分析、个人实操等多种教学方法，确保学生掌握跨境电商各岗位及各流程的工作内容能力；通过项目驱动、实践操作等方式，并邀请企业专家参与课程设计和教学评估。 **4．师资要求：**请企业业务骨干承担学生在企业的实践教学工作，具备良好的思想	S1 S2 S3 S4 S5 S6 S7 S8 S9 Z4 Z5 Z6 Z8 Z9 Z10 N1 N2 N4 N5 N6 N7 N9 N11 N14 N16

序号	课程名称	教学目标	教学内容	教学要求	支撑的培养规格
				政治素质、职业道德、工匠精神，帮助学生对企业实际业务流程进行了解或动手，能够引导学生关注全球市场动态和消费者需求。 **5.考核方式：**校企评价，注重学习过程和工作成果，实施双线考核，学习成果以绩代考制，在项目运营中实行学习过程积点制，兼顾学生生产（学习）过程产出效益，结合工作态度、行为规范、工作业绩对学生进行综合评价。建立评价主体多元化（教师、学生、用人单位）、评价内容综合化（专业知识、操作技能、职业素养）、评价方法多样化（项目完成、操作）的评价体系。课程考核主要包括学习过程考核、项目考核两部分。具体考核成绩评定办法如下：总评成绩=学习过程考核成绩（50%）+项目任务考核成绩（50%）。	

七、教学进程总体安排

（一）教学进程安排

本专业教学进程安排如表15、表16所示。

表 15 教学进程表（非集中实践）

课程类别	课程性质	序号	课程代码	课程名称	课程类型	考核方式	学分	学时分配			开设学期/非集中实践教学周数/周学时数						备注
								小计	理论	实践	一	二	三	四	五	六	
											13	13	14	14	0	0	
公共基础课	公共基础必修课程	1	2699103	军事理论	A		2	36	36		线上						
		2	2699104	思想道德与法治	B		3	54	48	6	4*12+1H	1H	1H	1H	1H	1H	
		3	2699105	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	B		2	32	28	4							
		4	2699106	习近平新时代中国特色社会主义思想概论（一）	B		1.5	24	20	4			2*12				
		5	2699107	习近平新时代中国特色社会主义思想概论（二）	B		1.5	24	20	4				2*12			
		6	2699108	形势与政策（1）	A		0.25	9	9		2*4+1H						1-6学期，每学期开展一次班级时政教育，计6学时。
		7	2699109	形势与政策（2）	A		0.25	9	9			2*4+1H					
		8	2699110	形势与政策（3）	A		0.25	9	9				2*4+1H				
		9	2699111	形势与政策（4）	A		0.25	11	11					2*4+1H	1H	1H	
		10	2699112	大学体育（1）	C		2	34		34	2*10						1-4学期，每学期10学时阳光跑，共40学时。运动会两年12学时，春季院运会2学时，秋季校运会4学时。
		11	2699113	大学体育（2）	C		2	32		32		2*10					
		12	2699114	大学体育（3）	C		1.5	26		26			2*6				
		13	2699115	大学体育（4）	C		1.5	24		24				2*6			
		14	2699116	大学英语（1）	A	K	4	64	64		4*13+12H						
		15	2699117	大学英语（2）	A	K	4	64	64			4*14+8H					线上8H学时。
		16	2699120	经济数学	A	K	3	48	48		4*12						
		17	2699121	信息技术	B		3	48	24	24		4*12					
		18	2699122	国家安全教育	A		1	16	16		1H	10H线上+1H	1H	1H	1H	1H	线上10学时，线下1-6学期，每学期1学时班级国家安全教育课。
		19	2699123	实用语文	A		1.5	28	28				2*14				

课程类别	课程性质	序号	课程代码	课程名称	课程类型	考核方式	学分	学时分配			开设学期/非集中实践教学周数/周学时数						备注
								小计	理论	实践	一	二	三	四	五	六	
											13	13	14	14	0	0	
		20	2699124	心理卫生与健康	B		2	32	20	12	2*5+2H	2*5+2H	2H	2H	2H	2H	1-6学期，每学期2学时班级心理健康教育课。
		21	2699125	职业生涯发展与就业指导（1）	B		1	16	8	8	2*5+2H	2H	2H				1-3学期，每学期2学时班级就业指导课。
		22	2699226	职业生涯发展与就业指导（2）	B		1	16	8	8				2*5+2H	2H	2H	4-6学期，每学期2学时班级就业指导课。
		23	2699227	创新创业教育	B		2	32	16	16			2*12+8H				8学时创业导师团讲座，
		合　计					40.5	688	486	202							
	公共基础限选课程	1	2699201	生命安全与救援	A		1	16	16		14H 线上+2H						线上14学时，线下2学时班级安全教育课。
		2	2699202	突发事件及自救互救	A		1	16	16				14H 线上+2H				线上14学时，线下2学时讲座自救互救教育课。
		3	2699203	中国传统文化	A		1	16	16								
		4	2699204	党史国史	A		1	16	16			14H 线上+2H					线上14学时，线下2学时党史国史教育课。
		5	2699205	大学美育（美术鉴赏） 2选1	A		2	32	32			2*8+16H 线上					线上线下混合，含公共艺术（6选1）。
		6	2699206	大学美育（音乐鉴赏）													
		合　计					6	96	96								
	公共基础任选课程	1	-	公共基础任选课程	A		2	32	32		学生在1-6学期自主选择课程，共需完成不少于32学时，不少于2学分，课程详见附录（二）《公共基础任选课程一览表》						
		合　计					2	32	32								

课程类别	课程性质	序号	课程代码	课程名称	课程类型	考核方式	学分	学时分配			开设学期/非集中实践教学周数/周学时数						备注
								小计	理论	实践	一	二	三	四	五	六	
											13	13	14	14	0	0	
合计							48.5	816	614	202							
专业（技能）课	专业基础课程（必修）	1	2643401	Q习近平经济思想概论	A		1	16	16	0	2*8						
		2	2643402	人工智能应用基础	B		2	32	16	16		4*8					
		3	2643403	跨境电子商务基础（吴蓓蓓）	B		3	48	24	24	4*12						
		4	2643404	Q管理学基础	B		1.5	24	12	12			2*12				
		5	2643405	Photoshop图形图像处理（杨磊）	B		1.5	24	12	12	4*6						
		6	2643406	跨境电商政策法规（邵、曾jing）	B		3	48	24	24	4*12						
		7	2643407	短视频拍摄与制作	B		3	48	24	24		4*12					
		8	2643408	Q经济学原理	B		1.5	24	20	4		2*12					
		9	2643409	Q市场营销实务	B		1.5	24	12	12		2*12					
		10	2643410	Q会计基础	B		1.5	24	12	12		2*12					
		合计					19.5	312	172	140							
	专业核心课程（必修）	1	2643501	视觉营销设计	B	K	3	48	24	24		4*12					
		2	2643502	跨境电商产品开发	B	K	3	48	24	24			4*12				
		3	2643503	跨境电商客户服务	B	K	3	48	24	24			4*12				
		4	2643504	跨境电商数据分析与应用	B	K	3	48	24	24			4*12				
		5	2643505	跨境供应链管理	B	K	3	48	24	24				4*12			
		6	2643506	国际市场推广	B	K	3	48	24	24				4*12			
		7	2643507	跨境电商运营	B	K	3	48	24	24				4*12			
、		合计					21	336	168	168							
	专业拓展选修课程	1	2643601	跨境电商通关实务	B		1.5	24	12	12				4*6			
		2	2643602	跨境电商英语函电	B		3	48	24	24				4*12			
		3	2643603	跨境电商英语	B		3	48	24	24			4*12				
		4	2643604	新媒体运营与推广	B												

课程类别	课程性质	序号	课程代码	课程名称	课程类型	考核方式	学分	学时分配			开设学期/非集中实践教学周数/周学时数						备注
								小计	理论	实践	一	二	三	四	五	六	
											13	13	14	14	0	0	
		5	2643605	跨境电商直播	B		1.5	24	12	12			4*6				
		6	2643606	消费者行为分析	B		3	48	24	24			4*12				
		7	2643607	跨境电商支付与结算	B		1.5	24	12	12				4*6			
		8	2643608	湖湘商文化	B												
		合计					13.5	216	108	108							
合计							102.5	1680	1062	618							

注：（1）课程类型：“A”表示理论课程，“B”表示理实一体课程，“C”表示实践课程。

（2）课程名称前加“Q”标注表示为专业群平台课程，加“Z”标注表示为专创融合课程，加“R”标注表示为“人工智能+”特色课程课程。

（3）考核方式：“K”表示考试课程，其余为考查课程。

（4）开设学期：“周学时”如“4*12”表示4学时/周、共12周，“周数”如“2W”表示集中教学2周，“学时”如“8H”表示该学期8学时。

表 16 教学进程表（集中实践）

序号	课程代码	课程名称	课程类型	考核方式	学分	学时	开设学期/集中实践教学周数						课程性质	备注
							一	二	三	四	五	六		
							5	5	4	4	18	20		
1	2699101	入学教育	C		1	20	1W							公共基础必修课
2	2699102	军事技能	C		2	112	3W							公共基础必修课
3	2699128	劳动教育	C		1	20		1W						公共基础必修课
1	2643701	Photoshop 图形图像处理综合实训	C		1	20	1W						专业必修课	
2	2643702	618 实训	C		2	40		2W					专业必修课	
3	2643703	QAI 智能工具训练	C		1	20		1W					专业必修课	
4	2643704	跨境电商视觉设计实训	C		1	20		1W					专业必修课	
5	2643705	跨境电商直播实训	C		1	20			1W				专业必修课	
6	2643706	跨境电商客服服务实训	C		1	20			1W				专业必修课	
7	2643707	跨境电商产品开发实训	C		1	20			1W				专业必修课	
8	2643708	国际市场推广实训	C		1	20				1W			专业必修课	
9	2643709	跨境电商通关实务实训	C		1	20				1W			专业必修课	
10	2643710	跨境电商数据分析与应用实训	C		1	20			1W				专业必修课	
11	2643711	跨境供应链管理实训	C		1	20				1W			专业必修课	
12	2643712	跨境电商运营实训	C		1	20				1W			专业必修课	
13	2643713	专业综合实训	C		10	200					10W		专业必修课	
14	2643714	毕业设计	C		4	80					4W		专业必修课	
15	2643715	岗位实习	C		24	336					4W	20W	专业必修课	
合　计					55	1028								

（二）教学时数分类统计

1．分学期教学时数统计

分学期教学时数统计如表17所示。

表17　分学期教学时数统计表

学期 教学活动周	非集中实践教学	集中实践教学					教学准备	复习考试	合计
		军训与入学教育	劳动教育	实训教学周	毕业设计	岗位实习			
一	13	4		1			1	1	20
二	13		1	4			1	1	20
三	14			4			1	1	20
四	14			4			1	1	20
五	0			10	4	4	1	1	20
六	0					20			20
总计	54	4	1	23	4	24	5	5	120

2．各类课程学时学分统计

各类课程学时学分统计如表18所示。

表18　各类课程学时学分统计表

序号 课程类别性质		课程门数	学　时				学分	备　注
			合计	理论	实践	实践学时比例（%）		
公共基础课程	公共基础必修课程	23	688	486	202	29.36%	40.5	（1）公共基础课程（含公共基础必修、限选、任选课程）共816学时，占总学时比例为30.13%；（2）选修课程（含公共基础限选、任选课程，专业拓展课程）344学时，占总学时比例为12.7%。
	公共基础限选课程	6	96	96	0	0.00%	6	
	公共基础任选课程	2	32	32		0.00%	2	
专业（技能）课程	专业必修课程（含基础课、核心课、集中实践课）	32	1676	340	1336	79.71%	95.5	
	专业拓展选修课程	8	216	108	108	50%	13.5	
总　计		71	2708	1062	1646	60.78%	157.5	

八、实施保障

（一）师资队伍

1．队伍结构

本专业生师比不低于18:1，同时不断优化师资结构，通过采用人才引进、鼓励自我发展、进修等方式培养，建立一支有1~2名专业带头人，高学历或企业工作经验丰富的骨干教师队伍，年龄40岁以下教师占比70%以上、硕士以上教师占比80%以上、高级以上专业技术职称教师占比40%以上、高素质的“双师型”教师占比80%以上的知识结构合理，德优业精的师资队伍。

2．专业带头人

专业带头人应具有副高及以上职称，能够较好地把握国内外跨境电商行业、跨境电商专业发展，能广泛联系行业企业，具备一定跨境电商行业企业实践经验，能够充分了解行业企业对互联网技术

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，在本区域或本领域具有一定的专业影响力。具体要求如下：

（1）熟悉本专业的培养方案。

（2）精通本专业部分核心课程，具有较高的教学能力；具有先进的高职教育理念、熟悉行业、企业新技术发展动态、把握专业发展方向的能力，能主持专业课程开发，带动课程教学团队进行教育教学改革、进行精品课程建设、教材建设、校内外基地建设、技术应用开发和技术服务等。

（3）专业知识扎实，专业视野宽广，实践技能较强，富有改革和创新精神。具有一定的工程实践经验和研发能力。带动课程教学团队进行教育教学改革等工作之外，还要全面负责每学期本课程的教学任务的具体实施（如：任务书、课程教学团队各人员的授课时数、班级安排、监控本课程教、学、做一体化教学实施情况等），特别是探索“资讯—计划—决策—实施—检查—评价”六步工作法的教学实效性。

（4）主持或参与过本专业“项目+产品”人才培养模式创新、课程体系和教学内容改革、人才培养方案制（修）订、课程开发与建设、实训基地建设、特色或品牌专业建设。

3．专任教师

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；具有电子商务、计算机应用、管理学、经济学等相关专业本科及以上学历；具有扎实的电子商务相关理论功底和实践能力；具有较强的信息化教学能力，能够开展本专业课程教学改革和科学研究；每5年累计不少于6个月的企业实践经历。

4．兼职教师

兼职教师要求来自跨境电商企业及平台一线工作人员，具备良好的思想政治素质、职业道德、工匠精神，具有扎实的跨境电商平台运营、美工设计、跨境海外营销及客户服务等专业知识和丰富的实际工作经验，具有本专业相关的中级及以上职称或高级工职业资格，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

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、校内实训室和校外实训基地等。

1．专业教室

配备集教学、实践、创新于一体的综合性实践教学场所，为学生提供了一个良好的学习和实践平台。在实训室内，学生可以分组进行模拟项目的运营，从市场分析、产品选择、店铺装修、营销推广到客户服务等各个环节，都需要学生亲自动手操作。通过实践，学生可以深入了解电子商务的运作流程，掌握电子商务的核心技术和运营管理方法。

2．校内实训室

配备集教学、实践、创新于一体的综合性实践教学场所，为学生提供了一个良好的学习和实践平台。在实训室内，学生可以分组进行模拟项目的运营，从市场分析、产品选择、店铺装修、营销推广到客户服务等各个环节，都需要学生亲自动手操作。通过实践，学生可以深入了解电子商务的运作流程，掌握电子商务的核心技术和运营管理方法。校内实训室如表19所示。

表 19　校内实训条件基本要求一览表

序号	实训室名称	主要功能/主要实训项目	主要设备	工位数	服务课程
1	企业经营沙盘实训室	专业基础能力实训	服务器、企业运营电子对抗系统软件、电脑、工业沙盘桌子、沙盘工具、多媒体设备	50	跨境电商网店运营实训、专业综合实训
2	产品开发实训室	专业专项能力实训	台式计算机、电脑桌椅、多媒体设备	50	跨境电商产品开发实训、新媒体运营与推广实训
3	视觉营销实训室	专业专项能力实训	网络机柜、教师电脑、设计资源系统、电脑桌椅、台式计算机、多媒体设备	50 个	Photoshop 图形图像处理实训、视觉营销设计实训、专业综合实训
4	网店运营与推广实训室	专业专项能力实训	网络机柜、教师电脑、电商综合实训系统、电脑桌椅、台式计算机、多媒体设备	50 个	AI 智能工具训练、跨境电商运营实训、新媒体运营与推广
5	营销策划实训室	专业专项能力实训	标准办公工作台、展示柜、电脑桌椅、台式计算机、多媒体设备	50 个	跨境电商通关实务实训、跨境供应链管理实训、
6	客户服务与管理实训室	专业专项能力实训	网络机柜、教师电脑、电商综合实训系统、电脑桌椅、台式计算机、多媒体设备	50 个	跨境电商客服服务实训、跨境电商直播实训
7	商务数据分析实训室	专业专项能力实训	数字化管理师系统、ITMC 电子商务综合实训与竞赛系统、服务器、电脑桌椅、台式计算机、多媒体设备	50 个	跨境电商数据分析与应用实训、跨境电商支付与结算实训
8	产教融合项目工作室 1	专业综合能力实训	项目产品、台式计算机、电脑桌、椅、展示柜	20 个	618 实训、新媒体运营与推广、专业综合实训
9	产教融合项目工作室 2	专业综合能力实训	项目产品、台式计算机、电脑桌、椅、展示柜	20 个	618 实训、视觉营销设计、直播电商实务、视觉设计实训、专业综合实训
10	产教融合项目工作室 3	专业综合能力实训	项目产品、台式计算机、电脑桌、椅、展示柜	20 个	618 实训、市场营销实务、专业综合实训

3．校外实训基地

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流程进行了解或动手。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。

能涵盖当前跨境电子商务专业发展的主流技术如大数据、云计算等，拥有智能化、前沿化的实训基地，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。

严格遵循《关于进一步规范管理职业学校校企合作的通知》（湘教通〔2022〕148 号）文件精神，根据学校校企合作企业 1+1+N 的要求，联合以下互联网与相关服务企业，建有 10 个校外实习基地，组织学生到湖南中榜集团、湖南中非经贸产业园、湖南长沙茶悦餐饮管理有限公司、鹏祥智慧保安有限公司、广东碧游宫产教管理有限公司、东莞海拓教育、湖南众睿智联科技有限公司、华为荣耀

数字化客服基地、中国（长沙）东盟经贸合作总部基地、合肥星芒集电商直播基地等实习基地见习或实习，请这些合作企业的业务骨干承担学生在企业期间的实践教学工作，帮助学生对该企业实际业务流程进行了解或动手。毕业实习以学生在实习单位顶岗操作为主，直接承担某一岗位角色进行业务处理，检验其操作技能与动手能力。校外实训基地要求如表20所示。

表20 校外实训基地情况一览表

序号	实训基地名称	主要功能/主要实训项目	接纳人数	服务课程
1	湖南中榜集团	专业综合实训、岗位实习	50人	《跨境电商客户服务》《跨境供应链管理》《专业综合实训》《岗位实习》
2	湖南中非经贸产业园	专业综合实训、岗位实习	50人	《跨境电商数据分析与应用》《跨境电商直播》《专业综合实训》《岗位实习》
3	湖南长沙茶悦餐饮管理有限公司	专业综合实训、岗位实习	50人	《跨境电商产品开发》《国际市场推广》《专业综合实训》《岗位实习》
4	鹏祥智慧保安有限公司	专业综合实训、岗位实习	100人	《专业综合实训》《岗位实习》
5	广东碧游宫产教管理有限公司	618实训、专业综合实训、岗位实习	150人	《618实训》《专业综合实训》《岗位实习》
6	东莞海拓教育	专业综合实训、岗位实习	50人	《跨境电商运营》《短视频拍摄与制作》《专业综合实训》《岗位实习》
7	湖南众睿智联科技有限公司	专业综合实训、岗位实习	50人	《短视频拍摄与制作》《直播电商实务》《专业综合实训》《岗位实习》
8	华为荣耀数字化客服基地	专业综合实训、岗位实习	50人	《跨境电商客户服务》《专业综合实训》《岗位实习》
9	中国（长沙）东盟经贸合作总部基地	618实训、专业综合实训、岗位实习	50人	《短视频拍摄与制作》《直播电商实务》《专业综合实训》《岗位实习》
10	合肥星芒集电商直播基地	618实训、专业综合实训、岗位实习	100人	《短视频拍摄与制作》《直播电商实务》《专业综合实训》《岗位实习》

（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、图书及数字化资源等。

1．教材选用基本要求

严格按照国家规定选用教材，优先选用国家或省级规划教材，禁止不合格教材进入课堂。建立专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用委员会，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。

（1）落实《职业院校教材管理办法》文件精神，严格执行国家和地方关于教材管理的政策规定，选用优质教材，禁止不合格教材进入课堂。

（2）思想政治理论课教材，选择由国务院教育行政部门统一组织编写的教材，其它课程教材优先选择国家和省级规划教材，在国家和省级规划教材不能满足需要的情况下，职业院校可根据本校人才培养和教学实际需要，补充编写反映自身专业特色的教材。

（3）紧密对接电子商务师（4-01-06-01）、互联网营销师（4-01-06-02）、商务数据分析师（4-07-02-05）等国家职业技能等级证书标准，优先选用融入证书考核内容的教材，将证书所要求的知识、技能与素养融入专业课程教学，使学生能够紧跟行业企业岗位能力要求，系统提升职业技能水平，为在校期间考取或入职后取得相关职业资格等级证书提供有力保障。

（4）成立由职教专家、行业专家、企业技术工程师、专任教师等组成的教材遴选委员会，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材，鼓励与行业企业合作开发特色鲜明的专业课校本教材。

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、教学科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献主要包括：电子商务行业政策法规、相关职业标准、新媒体相关系统手册等资料，以及人工智能技术与大数据技术应用、新媒体工具使用、网店运营推广、视觉营销、全媒体营销、新媒体运营推广、数字营销与管理、品牌创建与推广等技术、方法和实务操作类图书，传播学、管理学、营销学等经典著作以及美学和文学文化类图书和文献等。

3．数字教学资源配置基本要求

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库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

通过与企业合作，按照专业及专业方向和高职学生的特点，开展基于工作过程的课程开发与实践，校企双方成员共同确定课程标准、设计教学项目、制定技能考核标准，共同开发电子教案、电子课件、模拟仿真项目、教学视频、学生自主学习资源、实训项目及指导、理论及实践技能测试题库（自动评分）、案例库、课程网站等，形成交互式网络课程，通过专业优质核心课程的建设，带动专业课程的改革，逐步建设成一整套专业教学资源库，全面提高人才培养质量。部分专业课程数字资源网址如表21所示。

表21　跨境电子商务专业课程数字资源

序号	数字化资源名称	网址
1	市场营销实务	https://www．icve．com．cn/studypriview/directory/directory_list．html?courseId=ds1habrb71grzmvhohw
2	网店运营	https://www．icve．com．cn/studypriview/directory/directory_list．html?courseId=axigal2rz7fjhh99ptsglg
3	Photoshop图形图像处理	https://www．icve．com．cn/studypriview/directory/directory_list．html?courseId=l2rmalyrr4tppf2jgv0xhw
4	跨境电商客户服务	https://www．icve．com．cn/studypriview/directory/directory_list．html?courseId=aioxaburtbbgbd0pgp6vzw

序号	数字化资源名称	网址
5	视觉营销设计	https://www．icve．com．cn/studypriview/directory/directory_list．html?courseId=rkdabqrt6zl0otdllkegg
6	跨境电商产品开发	https://www．icve．com．cn/studypriview/directory/directory_list．html?courseId=l2halqrhzdmgwadmio6g

（四）教学方法

基于跨境电子商务岗位工作流程的分析，依托企业的岗位群和主要工作任务界定出学习者所要具备的工作能力。将企业的真实项目引入教学，通过项目管理方式，在专业教师和企业导师的共同指导下，进行项目的开发、实施、控制等管理活动，以产品的品牌培育、运营、推广为主要任务开展教学，培养学生从事商科相关职业岗位所必需的生产经营实际操作能力和组织管理能力，从而实现学习过程即生产过程、学生作品即产品的人才培养模式。

教学过程对接直接面对企业商品经营的选品、物流、运营、策划、客服、数据分析等岗位群工作内容，创设教学情境和学习领域，实现项目任务教学化；将产品开发、美工设计、运营推广、营销策划、商务数据分析等专业群核心共享课程进行教学任务项目化重构，从而实现教学任务项目化和项目任务教学化。

通过课程、项目“双轮驱动”，即在专业群中开设专业核心共享课程驱动培养专业核心技能，并在实践教学环节通过项目驱动突出实战技能和跨界能力培养。

采用多媒体教学，“一体化”教学等多种教学形式，推动研究性教学，推广先进的教学方法，有效地培养学生的创新能力和技术应用能力；积极开展教学手段的改革，必修课中平均有80%的课时使用多媒体授课。

（1）实行“项目引领 跨界协同 双线考核”教学模式改革。

（2）关心学生个人成长的目标，对学生进行个性化的人才培养方案设计。

（3）建立健全工学结合、校企合作的人才培养模式。

（五）学习评价

本专业采用以双“双线考核、以绩代考”，校企共同制定实践教学考核标准与项目绩效考核办法，践行职业技能和职业素养并重的双线考核评价。实施学习成果以绩代考制，将技能大赛、创业实践、产品开发等学习成果进行学分互换与成绩认定；在项目运营中实行学习过程积点制，兼顾学生生产（学习）过程产出效益，结合工 作态度、行为规范、工作业绩对学生进行综合评价。

在618实训、综合实训、岗位实习等课程中引入企业绩效考核与项目管理办法，相关课程考核学分与学生项目实践业绩直接挂钩；将项目对接四段式实践教学体系，将项目按30%、50%、70%、100%比例融入跟岗认知、贴岗实训、跨岗实战、岗位实习四段式课程评价。旨在改变重理论轻实践、重技能轻素质的评价模式，突破了传统单一考核评价机制的局限，实现了对学生职业素养和职业技能双向考核，创新了双向考核评价机制。对学生学习效果实施自我评价、教师评价、用人单位评价和第三方评价相结合，及时诊断分析、发现问题、查摆原因、提出整改措施，不断改进提高，形成教学质量改进螺旋。

建立评价主体多元化（教师、学生、家长、用人单位）、评价内容综合化（专业知识、操作技能、职业素养）、评价方法多样化（项目完成、操作、社会实践、志愿者、理论考核）的评价体系。

（1）过程性：从平时课堂检测、课后相关任务（作业、小论述、团体活动讨论）、实验实训操作水平、实践技能、理论测试等过程加以考核。

（2）综合性：考核学生的专业知识、专业技能、职业素质，结合学生的职业素养（职业道德、人文素质、职业意识、职业态度）与专业评价综合考核。

（3）行业评价：用人单位、实习单位对学生的职业胜任、职业发展、综合素质、专业知识和技能的评价。

（六）质量管理

建立健全校院两级的质量保障体系。以保障和提高教学质量为目标，运用系统方法，依靠必要的组织结构，统筹考虑影响教学质量的各主要因素，结合教学诊断与改进、质量年报等职业院校自主保证人才培养质量的工作，统筹管理学校各部门、各环节的教学质量管理活动，形成任务、职责、权限明确，相互协调、相互促进的质量管理有机整体。

（1）建立专业建设和教学进程质量监控机制。建立专业教学质量监控管理制度、校企合作人才培养长效机制、系列教学相关管理制度，以此完善课堂教学、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，明确人才培养主要环节的质量要求和标准，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。

（2）完善教学管理机制。加强日常教学组织与管理，开展专业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，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，针对教学中存在的质量问题进行反馈和改进。

（3）建立学生反馈机制及社会评价机制。通过在校生座谈会、网评、评价表，对任课教师敬业精神、为人师表、教学方法、讲课效果、信息量等内容进行质量反馈。通过毕业生回访，针对就业情况、自身发展情况等进行分析，同时通过用人单位对毕业生的知识、能力、素质等的评价进行分析，来定期反馈人才培养质量和培养目标达成情况。

（4）充分利用评价分析结果有效地改进专业教学，加强专业建设，持续提高人才培养质量。

（5）建立对专业人才培养方案、课程标准实施情况的诊改机制。通过学校、二级学院、教研室、教师、学生及用人单位的质量反馈，学校及二级学院针对反馈的内容，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况，并发布跨境电商专业诊改报告。专业教研组织应充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。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，每一个教学循环对课程标准（含实践性环节教学标准）实施一轮诊改。

具体诊改流程为：各专业（课程）自我诊改→汇总至专业群形成各专业群人才培养方案和课程标准自我诊改报告→汇总至学院形成学院人才培养方案与课程标准自我诊改报告→落实改进措施→下年度（人才培养方案）或下个教学循环（课程标准）自我诊改报告中增加诊改成效内容，形成各专业人才培养方案与课程标准质量改进螺旋。

九、毕业要求

本专业学生应达到以下要求方可毕业：

1.在规定修业年限内修完本专业人才培养方案要求的课程，达到157.5学分；

2.思想品德鉴定合格，达到本专业人才培养目标和培养规格要求。

3.技能水平达到专业技能抽查标准要求；

4.毕业设计、岗位实习均达到合格及以上；

5.符合学校学生学籍管理规定中的相关要求。

十、附录

（一）学分认定、积累与转换

（二）公共基础任选课一览表

（三）专业人才培养方案论证表

（四）专业人才培养方案制（修）订审批表

2026级跨境电子商务专业
学分认定、积累与转换

表21　学分认定、积累与转换

序号	成果形式	可认定学分	对应置换课程	备注
1	服役经历	课程所对应学分	大学体育、军事理论、军事技能训练	
2	英语三级等级证书	课程所对应学分	大学英语	
3	计算机一级等级证书	课程所对应学分	信息技术	
4	创新创业经历		岗位实习	排名前5
5	创新创业成果		毕业设计	排名前5
6	电子商务数据分析职业资格证（中级）	课程所对应学分	跨境电商数据分析与应用、跨境电商数据分析与应用实训	
7	电子商务师	课程所对应学分	跨境电商运营、视觉营销设计、跨境电商数据分析与应用	
8	互联网营销师	课程所对应学分	国际市场推广、跨境电商直播、短视频拍摄与制作	
9	商务数据分析师	课程所对应学分	跨境电商数据分析与应用、跨境电商数据分析与应用实训、AI智能工具训练	
10	世界职业院校技能大赛	课程所对应学分	跨境电商数据分析与应用、跨境电商直播、 视觉营销设计、跨境电商通关实务	
11	跨境电子商务师	课程所对应学分	跨境电商数据分析与应用、跨境电商直播、 视觉营销设计、跨境电商通关实务	
12	中国国际大学生创新大赛	课程所对应学分	创新创业教育	
13	湖南黄炎培职业教育奖创业规划大赛	课程所对应学分	创新创业教育	
14	“挑战杯”全国大学生课外学术科技作品竞赛	课程所对应学分	创新创业教育	
15	“挑战杯”全国大学生课外学术科技作品竞赛	课程所对应学分	创新创业教育	

2026级部分公共基础任选课一览表

序号	课程代码	课程名称	学时	学分
1	2699301	中西文化比较	16	1
2	2699302	中华诗词之美	16	1
3	2699303	中国当代小说选读	16	1
4	2699304	文化地理	16	1
5	2699305	生命科学与人类文明	16	1
6	2699306	经济与社会：如何用决策思维洞察生活	16	1
7	2699307	社会学与中国社会	16	1
8	2699308	先秦诸子	16	1
9	2699309	《诗经》导读	16	1
10	2699310	文物精品与中华文明	16	1
11	2699311	先秦君子风范	16	1
12	2699312	中国古代礼仪文明	16	1
13	2699313	《老子》《论语》今读	16	1
14	2699314	《论语》导读（同济版）	16	1
15	2699315	如何高效学习	16	1
16	2699316	批判与创意思考	16	1
17	2699317	有效沟通技巧	16	1
18	2699318	礼行天下 仪见倾心	16	1
19	2699319	大学生防艾健康教育	16	1
20	2699320	辩论修养	16	1
21	2699321	大数据分析导论	16	1
22	2699322	大学生健康教育	16	1
23	2699323	宪法与法律	16	1
24	2699324	红色旅游与文化传承	16	1
25	2699325	人工智能与信息社会	16	1
26	2699326	人工智能与创新	16	1
27	2699327	大学英语（专升本）	32	2
28	2699328	高等数学（专升本）	32	2
29	2699329	大学语文（专升本）	32	2
30	2699330	法律技能与职场应用(民法刑法)	20	1
31	2699331	一书一世界:阅读启航与探索	16	1
32	2699332	羽毛球	20	1
33	2699333	篮球	20	1
34	2699334	瑜伽	10	1

湖南科技职业学院

2026级专业人才培养方案制（修）订论证表

专业代码	530702
专业名称	跨境电子商务专业
所在学院名称	商学院

专家组人员签字

序号	姓名	工作单位	职称/职务	签名
1	张静	湖南水利水电职业技术学院	高级会计师、经济管理学院院长	
2	楚万文	上海泓江信息科技有限公司	董事长	
3	胡君	湖南科技职业学院	教授/网络信息中心副主任	
4	向建军	湖南科技职业学院	软件学院党总支副书记	

论证意见

专家组论证意见如下：

本方案编制调研充分，数据翔实。培养目标清晰明确，精准对焦“通平台规则、懂产业生态、会 AI 工具、精运营策略、善合规风控”的复合型跨境电商人才需求，紧密衔接 Amazon、Shopee、TikTok Shop 等主流跨境平台实操技能，并深度融合湖南特色产业带（如工程机械、陶瓷、箱包、茶叶等）的出海场景，在地化服务属性鲜明。课程体系科学合理，将跨境电商核心课程（跨境选品、平台运营、跨境支付、国际物流）与人工智能应用（智能选品分析、AI 多语种客服、数据化运营决策）、大数据分析（市场趋势预测、竞品画像）等前沿模块有机结合，实现“岗课赛证”综合育人，实践教学贯穿全程，企业真实项目进课堂等保障机制有力，充分彰显职业性与前瞻性。建议后续进一步挖掘本土制造企业（如长沙工程机械、醴陵陶瓷、邵阳箱包）的跨境电商真实需求，开发产教融合型实战项目，并同步升级校内跨境电商仿真实训平台与校外直播孵化基地，强化学生全链路操盘能力。

该方案符合行业趋发展趋势与企业用人需求，切实可行。

论证结论	☑论证通过　　☐修改后通过　　☐不通过

湖南科技职业学院

2026级专业人才培养方案制（修）订审批表

专业名称	跨境电子商务	专业代码	530702
总课程数	71	总学时数	2708
公共学时比例	30.13%	选修学时比例	12.7%
实践学时比例	60.78%	毕业学分	157.5
二级学院审核意见	同意批准方案执行。 负责人签字（盖章）2026年8月20日		
教务处审核意见	同意 负责人签字（盖章）2026年8月30日		
教学指导委员会意见	同意 负责人签字2026年9月4日		
学术委员会意见	同意 签章 2026年9月12日		
党委会审定意见	签章 2026年10月16日		
校长签发意见	签字 2026年10月20日		