

2023 级 跨境电子商务专业

人才培养方案

二〇二三年八月

目 录

第一部分 跨境电子商务专业人才培养方案整体设计	1
一、专业（群）名称及（各）专业代码	1
二、入学要求	1
三、修业年限	1
四、专业（群）职业面向	2
五、专业群培养目标与培养规格	2
六、专业群人才培养模式	8
七、专业群课程体系	9
八、教学模式	17
九、学分置换	20
十、教学进程	21
十一、毕业要求	30
第二部分 实施保障	32
一、师资队伍	29
二、教学条件	30
三、教学资源	32
四、教学评价	33
五、质量保障	33

第一部分 跨境电子商务专业人才培养方案整体设计

一、专业名称及专业代码

(一) 专业名称

跨境电子商务，专业代码 530702

(二) 专业描述

1.专业与产业的对应性

随着全球贸易的发展和互联网技术的普及，跨境电子商务成为了国际贸易的重要形式之一，并且在全球范围内得到了广泛的应用和推广。跨境电子商务产业包括跨境电商平台运营、跨境网络营销、跨境电商物流管理、跨境电商客户服务等多个领域，随着中国市场对外开放的不断扩大和国际贸易的增长，跨境电子商务产业蓬勃发展。跨境电子商务产业的发展需要大量具备了解电子商务平台的运营和管理，掌握跨境网络营销的流程和操作，熟悉跨境市场调研与跨境市场数据分析等相关知识和技能的高素质技术技能人才，高职跨境电子商务专业人才的培养可以有效支撑跨境电子商务相关产业的快速发展。

2.专业人才培养定位

顺应跨境电商需求，践行产教融合，校企联盟的总体思路，培养思想政治坚定、德技并修、全面发展的具备跨境电商平台操作、跨境网络营销和推广、跨境客户开发和维护、商务数据分析等工作能力的高素质技术技能人才。

二、入学要求

普通高中毕业生、中职毕业生或具备同等学力者。

三、修业年限

修业基本年限为 3 年，实行弹性修业年限 3-5 年。

四、专业（群）职业面向

根据《职业教育专业目录(2021年)》《2017年国民经济行业分类(GB/T4754-2017)》《中华人民共和国职业分类大典》的文件，专业群与行业、职业、岗位群对应关系如下表。

表 1-4-1 专业职业面向

对应产业	对应岗位群	主要工作任务	岗位技能要求
零售业、批发业	跨境电商运营人员	跨境网络市场开发、跨境电商平台运营、网店美工、商品信息采集、跨境电子商务物流管理、跨境网店运营管理、外贸单证处理	1. 跨境市场调研与跨境市场数据分析能力； 2. 跨境电商平台管理与操作的能力； 3. 跨境电商商品信息编辑能力 4. 跨境电商运营推广能力； 5. 跨境电子商务客户关系管理能力； 6. 跨境电子商务数据分析能力； 7. 外贸单证和外贸业务操作能力。
	跨境电商营销人员	跨境营销策划、跨境直播电商、跨境短视频营销、电商文案写作、跨境数字营销	1. 跨境电商产品策划能力； 2. 跨境电商网络营销推广能力； 3. 跨境电商短视频营销能力； 4. 跨境电商直播营销与运营能力； 5. 跨境电商文案写作与推广能力

五、专业培养目标与培养规格

（一）专业人才培养目标

坚持立德树人、德技并修，培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力，掌握跨境电商专业知识和技术技能，面向互联网企业、电子商务企业、转型互联网+的传统企业等，能从事跨境电子商务运营管理、海外营销推广、商务数据分析、跨境电子商务客服、直播策划专员、电商主播、推广专员等岗位工作的复合型高素质技术技能人才。

（二）专业人才培养规格

由素质、知识、能力三个方面的要求组成。

1.素质要求

（1）具有正确的世界观、人生观、价值观。

坚决拥护中国共产党领导，树立中国特色社会主义共同理想，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感、国家认同感、中华民族自豪感；崇尚宪法、遵守法律、遵规守纪；具有社会责任感 and 参与意识。

（2）具有良好的职业道德和职业素养。

崇德向善、诚实守信、爱岗敬业，具有精益求精的工匠精神；尊重生命、热爱劳动，具有较强的实践能力；具有质量意识、绿色环保意识、安全意识、信息素养、遵守操作规程；善于沟通，具有较强的集体意识和团队合作精神。具有较强的职业生涯规划意识。

（3）创新精神与创业能力

具备坚持不懈、敢于冒险、勇于创新的创业精神；具备市场分析、产品开发、营销策略、团队管理等方面的创业能力。

（4）全球视野与家国情怀

具备全球视野和文化意识，能够理解不同国家和地区的文化差异和商业习惯，以促进跨文化交流和商业合作。卖好中国产品，讲好中国故事，传递家国情怀，增强文化自信。

（5）具有良好的身心素质

具有健康的体魄、心理和健全的人格，具有良好的交流沟通和社会交往能力，掌握基本运动知识和 1-2 项运动技能，养成良好的健康与卫生习惯，以及良好的行为习惯。

（6）具备良好的人文素养

具有一定的审美和人文素养，能够形成 1-2 项艺术特长和爱好。

2.知识要求

(1) 公共基础知识规格要求

①掌握必备的思想政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识，热爱祖国，热爱人民，遵纪守法，树立正确的世界观、人生观和价值观。

②具备一定的文化艺术修养；

③具备法律法规意识。

④掌握计算机应用、网络技术的基本理论与知识，具有计算机操作系统和常用应用软件的使用能力；

⑤具备基本的数据分析处理能力、语言文字表达和写作能力、信息收集与处理的能力及自学能力；

⑥熟练掌握良好的语言学习方法，具有较好的英语听、说、读、写、译方面语言基础知识；

⑦具备基本的英语交流能力；

⑧具有熟练运用、处理一般性英语技术资料的能力；

⑨具有阅读本专业外语资料的能力。

(2) 专业基础知识规格要求

①电子商务基础知识：了解电子商务的基本概念、技术和流程，包括电子商务网站建设、网络营销、电子支付、电子商务法规等方面的知识。

②跨境电子商务基础知识：跨境电子商务的基本理论以及新技术、新业态、新模式等相关知识。

③国际贸易知识：掌握国际贸易的基本概念、政策和流程，包括国际贸易术语、进出口贸易流程、外贸单证、外贸跟单和国际结算基本知识、运输和运输保险基础知识、报检和报关基础知识等。

④跨境电商平台操作知识：熟悉主流的跨境电商平台（如亚马逊、速卖通、阿里巴巴国际站等）的操作流程和规则，能够熟练地在平台上进行产品发布、订单处理、促销活动设置等操作。

⑤语言知识：掌握跨境电商常用交际英语，掌握营销基本话术。

⑥市场营销知识：掌握国际市场分析、海外消费者行为分析及营销策划的方法。了解市场调研、目标客户分析、产品定位、促销策略等方面的市场营销知识，能够运用互联网营销工具进行产品推广和品牌建设。

⑦跨境电商直播知识：了解跨境直播“人、货、场”筹备的知识，掌握跨境直播销售与互动的方法和技巧，熟悉跨境直播的法律规范与平台规则，掌握跨境直播复盘与数据分析的流程。

⑧物流和供应链管理知识：了解国际物流和供应链管理的基本概念和流程，包括物流配送、仓储管理、供应商选择和管理等方面的知识。

⑨法律法规知识：了解电子商务和国际贸易相关的法律法规和政策，包括消费者权益保护、知识产权保护、税收法规等方面的知识。

⑩跨文化交际和礼仪知识：熟练掌握商务活动的基本文化和礼仪知识、交易商品的相关知识、外贸英语函电等基本知识。

3.能力要求

（1）通用能力要求

①具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力。

②具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力，一定的英语读写和交流能力。

③能借助工具书阅读相关的英语文字基础材料，听懂相关的英语会话，起草撰写相关来往邮件；具备基本的听、说、读、写能力。

④具有一定的哲学思维、美学思维、伦理思维、计算思维、数据思维、交互思维、互联网思维能力。

⑤能够熟练应用办公软件，进行文档排版、方案演示、简单的数据分析等；

⑥能够根据摄影色彩、构图策略，进行创意拍摄，制作突出商品卖点的商品照片，能够运用相关软件对图片进行处理，提高海外用户关注度。

⑦能利用互联网、展会、政府推介、平面媒体等渠道开发客户资源，能对目标海外市场的消费行为与市场开展深入调查的能力，能利用国际互联网开展站内、站外推广营销能力。

（2）专业核心能力要求

具备流利的英语沟通能力，能够进行跨文化交流和客户服务

方向一：跨境电商海外营销

①能够根据网站(店)推广目标，选择合理的推广方式，进行策划、实施和效果评估与优化；根据不同商品类型进行产品策划、分类管理；根据运营目标，采集跨境电子商务平台数据，并依据店铺、产品和海外客户数据等各类数据，进行分析与预测；

②能够正确进行网络营销，应对客户咨询、异议、处理客户投诉，进行客户个性化服务等；能够运用移动商务平台进行活动策划、营销推广、移动店铺的运营与管理；

③能运用英语语言借助于互联网进行跨境电商业务、商务活动、涉外接待、涉外销售服务等；

④能搜集产品图文素材；能使用网络搜索工具核实、整理产品素材信息；能发布产品图文信息预告；能判断营销过程中法律、法规风险；

⑤能汇总产品的优缺点，能根据产品特点编写产品介绍，能将产品特性整理成直播脚本；

⑥能介绍销售产品的基本特性及卖点，能对销售产品进行展示，能引导用户下；

⑦能制作视频，并通过社交工具等方式推广视频内容；

⑧能采集营销数据，能统计营销数据；

方向二：跨境电商市场分析

①能对目标市场进行分析，包括市场规模、市场需求、消费者行为、竞争对手等方面；

②能了解目标市场的特点和趋势，为产品定位和营销策略提供依据；

③能对消费者行为进行分析，能研究目标市场的消费者行为和购买习惯，包括消费者对产品的需求、购买决策过程、消费心理等方面的分析；

④能了解消费者的需求和偏好，能依此进行产品设计和制定营销策略；

⑤能对竞争对手进行深入的分析，包括竞争对手的产品、价格、营销策略、优势等方面；

⑥能了解竞争对手的情况，能依此制定竞争策略和营销策略；

⑦能对市场趋势进行预测，能通过对市场数据的分析和研究，预测市场未来的趋势和变化。包括市场规模、消费者需求、竞争对手等方面的预测；

⑧能了解市场趋势，能依此制定长期发展战略和营销策略；

⑨能对市场风险进行评估和预测，包括政策风险、经济风险、市场风险等方面的评估；

⑩能了解风险情况，并依此制定风险管理策略；

（3）专业拓展能力要求

①能根据直播内容策划的流程，合理安排各个环节；

②能通过匹配用户痛点与商品功能，描述商品使用场景等方式传递商品信息，激发购物欲望；

③能进行直播账号用户画像数据、流量数据、转化数据分析；

④能够借助直播电商进行跨文化交际；

⑤能收集和汇总销售产品相关信息及营销方案的相关信息；

⑥能收集产品的溯源信息，能根据产品进行用户调研；

⑦能对竞品进行调研，能比对产品与竞品之间的价格差异，能比对产品与竞品之间的功能差异；

⑧能对采集到的信息进行分类和比对；

⑨能预判热销产品，能根据复购率预判产品销量，能建立产品信息数据库；

⑩能进行市场信息管理，能定期跟踪并整理产品销售数据，能维护供应商管理系统，能维护产品价格跟踪系统；

⑪能进行市场信息分析，能依据调研信息做出产品选择，能分析产品价格设置的合理性；

六、专业群人才培养模式

创新实施”双元协同，三阶递进、四位一体“的人才培养模式。坚持立德树人、德技并修，坚持产教融合、校企合作，坚持面向市场、促进就业，坚持面向实践、强化能力，坚持面向人人、因材施教。基于行业产教融合共同体、产教联合体相关企业资源，与区域行业龙头企业合作，结合专业群人才培养目标，在专业群创新实施”双元协同，三阶递进、四位一体“的人才培养模式。

双元协同:与[]等区域行业典型企业开展共建专业、共育人才、共享资源等方面的合作，实现师资、管理与评价、学历与证书、教学实施、招生就业、课程资源的共享和融合。引入电子商务、跨境电子商务企业真实项目任务到课堂，保留企业真实工作情景，针对岗位知识点掌握要求、岗位技能点训练要求、岗位素养点养成要求将工作项目转化为教学任务。项目引领，任务支撑，情景贯穿，融入人才培养全过程。

三阶递进:对接专业群人才培养目标,遵循专业技术技能人才成长规律,设计由易到难、由广到专、由虚到实的三阶递进人才培养路径。第一阶段为1、2学期,夯实知识基础,筑牢专业根基:注重学生底层知识、综合素养、专业基础能力培养,加强专业基础知识教学,从基本概念入手加强基本训练,注重培养学生的自主学习能力和自主学习意识,为学生终身发展打好基础;第二阶段为3、4学期,积蓄技能动能,增添专业后劲:明确专业核心技能与其它技能关系,突出专业核心技能,明确核心技能差异,理顺核心技能关系,重点培养职业核心技能和职业核心素养;第三阶段为5、6学期,提升实战经验,增强专业合力:构建企业真实工作情景的项目化实战,聚焦职业理想、职业道德、职业意识、职业精神、职业行为习惯等岗位综合素养,激活专业基础知识和专业核心技能,实现知识、技能、素养、创新的合力。

四位一体:坚持服务学生全面发展和经济社会发展,围绕品德素养、专业知识、核心技能、创新创业四个维度,以立德树人、知识传授、技能训练、创新实践的“四位一体”为思路,培养德智体美劳全面发展的复合型、高素质技术技能人才。

七、专业课程体系

(一) 课程体系构建思路

智慧商贸专业群5个专业的专业基础相通,专业领域相近,工作岗位相关,教学资源共享。在此基础上,优化课程体系,开发新课程。围绕智慧商贸服务领域的培养目标,设置公共基础课程、专业群平台课程、专业群模块课程、专业群方向课程和选修课程。按照“底层共享、中层分立,高层互选”的原则优化专业群课程体系,在各类课程中融入思政元素,实现价值引领、知识传授、能力培养、创新创业的有机融合。

专业平台课程设置管理学实务、商务数据分析与应用、经济法、商品美化与处理、国际贸易实务、跨境电子商务技能综合实训、跨境电商网店客服 6 门课程，注重专业基础素养的养成。

专业模块课程设置跨境电商运营、跨境电商网络营销 2 个模块课程，包含体现专业特色的网店开设与运营、电子商务、跨境电子商务实用英语、网店美工、跨境电子商务实务、海外直播营销 6 门核心课程，注重专业核心技能的培养。

专业方向课程设置跨境电商海外营销、跨境电商市场分析共 2 组就业模块课程，注重专项就业能力的培养，学生可以根据个性化的就业意向，自行选择任一组模块进行学习，针对性地提升专项就业能力。

专业选修课程设置跨境电子商务物流管理实务、商务谈判与沟通技巧等方面课程，注重学生综合素质的提高和个性化学习需求的满足，学生可以根据自己的兴趣进行选课。

（二）课程体系构成

1.公共课程设置与描述

公共课程包括公共基础课程和公共选修课程。

（1）公共基础课程

由学校根据国家要求及学校实际统一开设，主要包含思想政治理论、语文、数学、外语体育、中华优秀传统文化与艺术、职业规划、就业创业指导、信息技术、信息技术素养训练等规定课程，由全校进行统筹安排。

（2）公共选修课程

包含美育类、传统文化类、创新创业类、职业素养类、“四史”类等课程，由学校层面通设通选，每门课程 1-2 学分，共计 8 学分。其中美育类、传统文化类、“四史”类课程分别要求修满 1 学分，创新创业类要求修满 2 学分，职业素养类课程要求修满 3 学分。

2.“平台+方向+项目实战”专业课程

(1) 职业能力分析及课程配置描述。

表 1-7-1 工作任务与职业能力分析表-跨境电商商务

典型工作任务	职业能力
跨境网络市场开发	跨境市场调研与跨境市场数据分析能力
跨境电商平台运营	跨境电商平台管理与操作的能力；
商品信息采集	跨境电商商品信息编辑能力
跨境电子商务物流管理	跨境电子商务物流管理能力
跨境网店运营管理	跨境电子商务客户关系管理能力
网店美工	跨境网店图片处理与美化能力
跨境营销策划	跨境电商产品策划能力；跨境电商网络营销推广能力；
跨境短视频营销	跨境电商短视频营销能力
跨境直播电商	跨境电商直播营销与运营能力
跨境电商文案写作	跨境电商文案写作与推广能力

表 1-7-2 跨境电子商务专业平台课程（专业基础课程）

平台课程（专业基础课程）	学习情境（项目） 1	学习情境（项目） 2	学习情境（项目） 3	学习情境（项目） 4	学习情境（项目） 5	学习情境（项目） 6	学习情境（项目） 7	综合实训
管理学实务	管理学基础概述	管理理论的形成与发展	计划职能	组织职能	领导职能	控制职能		
商务数据分析与应用	电子商务数据化运营认知	数据采集与处理方案的制定	市场数据分析	运营数据分析	产品数据分析	数据监控	数据分析报告撰写	淘宝网 网店行业数据及竞争数据分析； 网店客户数据分析； 网店推广与销售数据分析； 网店供应链数据分析； 网店产品数据分析； 网店数据分析报告

								的撰写；
经济法	合同法律制度	个人独资和合伙企业法律制度	公司法律制度	知识产权法律制度	市场竞争法律制度	生产者和消费者法律制度		经济纠纷解决：模拟法庭、模拟仲裁
商品美化与处理	商品图像处理基本操作	选区的创建与编辑	图层的高级应用	商品图像色彩与色调	文字的创建与应用	路径的创建与应用	蒙版与通道的应用	滤镜在商品处理中的应用
国际贸易实务	国际市场调研	贸易术语	商品价格核算	交易磋商	合同条款与合同签订	国际货物运输及保险	国际贸易支付及合同履行	外贸商之间的询盘、发盘、还盘及受盘英文函写作；合同条款的拟定；国际货物运输方式的选择；
跨境电子商务技能综合实训	阿里速卖通店铺开设与运营	阿里速卖通订单管理与数据分析	ebay 店铺开设与运营	ebay 订单管理与数据分析	亚马逊店铺开设与运营	亚马逊订单管理与数据分析		aliexpress、amazon、ebay 综合运营
跨境电商网店客服	跨境电商网店客服岗前准备	主流跨境电商平台	跨境电商网店客服售前服务	跨境电商网店客服售中服务	跨境电商网店客服售后服务	跨境电商网店客服客户关系管理		

表 1-7-3 跨境电子商务专业模块课程（专业核心课程）

模块名称	课程名称	学习情境（项目）1	学习情境（项目）2	学习情境（项目）3	学习情境（项目）4	学习情境（项目）5
跨境电商运营	网店开设与运营	平台与货源选择	网店注册与设置	商品上架与订单管理	店铺装修与管理	网店推广与营销
	电子商务	电子商务发展现状	网络营销与新媒体营销	网上开店与运营	电商物流与支付	电子商务法
	跨境电子商务实用英语	Visiting an E-shop	Asking about Products	Price Negotiation	Placing an Order	Managing Complaints
跨境电商网络营销	网店美工	网店装修基础知识	店招与导航设计	网店首焦轮播区设计	客服收藏与服务设计	宝贝详情页设计
	跨境电子商务实务	进口跨境电商	出口跨境电商	跨境选品	跨境支付	跨境物流

	海外直播营销	播前策划	直播选品	直播预热引流	英文话术及直播间营销	直播复盘
--	--------	------	------	--------	------------	------

表 1-7-4 跨境电子商务专业方向（专业选修）课程

方向名称	课程名称	学习情境 (项目) 1	学习情境 (项目) 2	学习情境 (项目) 3	学习情境 (项目) 4	学习情境 (项目) 5
跨境电商 海外营销	新媒体营销	新媒体营销 认知	图文营销	短视频营销	直播营销	矩阵营销
	跨境电商平台 推广与数据分 析	网店推广认 知	SEO 优化	SEM 推广	信息流推广	
跨境电商 市场分析	市场调查与预 测	市场调查认 知	市场调查方 案设计	市场调查的 实施	市场调查数 据的分析预 测	市场调查报 告的撰写
	移动电子商务 应用	移动商务的 演变与平台	移动电商技 术基础	移动电商的 模式	移动电商营 销	移动支付与 安全
专业选修 课	跨境电子商务物流管理实务、商务谈判与沟通技巧					

表 1-7-5 职业资格(职业技能等级) 证书一览表

序号	职业资格(职业技能等级) 证书名称	考核等级	所属专业	颁（发）证 发部门	对应 专业课程
1	1+x 网店运营推广职业技能等级证书	中级	跨境电子商务	北京鸿科经纬科技有限公司	跨境电商平台推广与数据分析
2	1+X 电子商务数据分析职业技能等级证书	中级	跨境电子商务	北京博导前程信息技术有限公司	商务数据分析与应用
3	1+X 直播电商职业技能等级证书	中级	跨境电子商务	南京奥派信息产业股份公司	海外直播营销

备注:职业资格(职业技能等级) 证书要求, 各专业根据专业特点自行选择。

(2) 专业课程描述

专业基础课程:

管理学实务: 本课程着重讲授管理的客观规律和具有共性的基本理论。围绕管理的计划、组织、领导、激励、控制、创新等职能展开各章内容,

增加外贸企业案例综合分析，提高学生运用知识解决问题的能力。在教学过程中融入思政元素，增强学生的民族自信心和自豪感，激发青年学生的爱国热情，坚定“四个自信”、牢树“四个意识”。

商务数据分析与应用：本课程旨在帮助学生构建跨境电商平台数据分析与应用的整体知识框架，包括电子商务数据化运营认知、数据采集与处理方案制定、市场数据分析、运营数据分析、产品数据分析、数据监控与报告撰写等理论和技能。

经济法：本课程旨在帮助学生掌握公司法、企业法、合同法行、市场竞争相关法、产品质量法、工业产权法、跨境电商平台规则等法律基础知识。通过本课程的教学，使学生形成最基本的法律理念，养成良好法律思维方式，培养法律严谨精神，能够善于运用法律解决实际当中的经济问题。

商品美化与处理：本课程旨在培养学生掌握不同种类商品美化图像处理的方法，选区的创建与编辑、图层的高级应用，图像的色彩与色调，图像的修饰与绘制、路径的创建与应用，蒙版和通道的应用。

国际贸易实务：本课程根据外贸企业对外贸人员的职业能力要求，以学生职业素养的养成为基本规律，将课程内容进行整合，序化出相应的4个学习情境：贸易准备、交易磋商、合同履行、业务善后，并安排了若干个学习性工作任务，以项目为单位组织教学，教学内容仿真外贸业务岗位的工作过程和工作任务，同时将教学内容与外贸业务员、国际商务单证员和外贸跟单员等职业资格考试内容相融合组织教学。

跨境电子商务技能综合实训：本课程教学围绕跨境电子商务岗位技能展开，让学生全面了解跨境电子商务的发展历史、现状及未来前景，掌握跨文化与了解速卖通、速卖通交易、速卖通实战应用、认识与了解亚马逊、亚马逊开店与店铺维护、亚马逊店铺运营、认识与了解ebay、ebay交易、ebay实战应用，锻炼学生的实践动手、分析问题、解决问题以及自主创新的能力，全面提升学生跨境商务素养。

跨境电商网店客服：本课程以主流跨境电商平台运营为载体，以跨境电商平台基本运营的工作任务作为学习情境，根据涉外贸易业务员岗位群工作任务要求，结合本课程在人才培养方案中所起的综合能力锻炼与提升，课程内容设计以了解跨境电商客服工作内容，电商平台产品销售，售后服务及客户管理等工作任务为主要教学内容。

专业核心课程：

电子商务：本课程主要包括关于电子商务的知识、概念、定义和原理，电子商务的几种主要表现形式：C2C 电子商务、B2C 电子商务、B2B 电子商务、以及其他表现形式；网上创业的知识；电子商务的技术、金融、物流基础知识；电子商务风险的识别与防范等。

网店开设与运营：本课程基于淘宝网平台，旨在帮助学生掌握网上开店的必备理论知识和基本流程。主要教学内容包括商品选品、网络平台选择、商品美化修饰、网店装饰、商品定价、营销推广、物流管理、客户关系管理等。

跨境电子商务实用英语：本课程旨在让学生掌握跨境电商行业岗位的英语专业术语、表达方法和沟通技能；了解跨境电商英文平台各岗位职责，掌握英文平台基本业务操作运作流程；掌握跨境电商平台产品及店铺描述、营销推广、售前、售中、售后服务所需的专业术语和表达方法；在特定的跨文化交际语境中，使用符合英语国家文化风俗和商务惯例的语言处理文化差异，并达成业务磋商。

网店美工：本课程旨在培养学生掌握网店设计中平面构成、色彩搭配、字体设计、排版与布局等多方面的理论知识，完成店标、店招、产品主图、产品海报图、产品详情页、店铺首页等网店装修各模块设计。

跨境电子商务实务：本课程旨在培养适应网络经济和跨境电子商务发展需要的、应用型的、高层次的跨境电商专业人才；主要教学内容包括跨境贸易电子商务的基本概念、基本政策，跨境第三方操作平台规则、跨境

电商操作基本工作流程，跨境店铺运营管理、跨境支付、跨境物流、跨境客服服务等专业知识。

新媒体营销：本课程旨在帮助学生掌握新媒体运营与推广的基础知识，包括用户运营、内容运营、活动运营。使学生掌握不同平台的运行规则与营销策略，借助图片、视频编辑软件的运用，能够熟练撰写新媒体营销策划文案并进行实施。

对应的核心课程见表 1-7-6 所示。

表 1-7-6 专业核心课程设置

序号	课程模块	核心课程名称
1	跨境电商运营	网店开设与运营、电子商务、跨境电子商务实用英语
2	跨境电商网络营销	网店美工、跨境电子商务实务、新媒体营销

专业方向课程：

海外直播营销：本课程旨在帮助学生熟悉和掌握直播营销全流程相关知识，培养直播选品排品、直播方案策划、直播带货、直播风险规避、直播数据分析等专业技能和诚实守信、合规经营的职业道德；提升学生数字素养、跨文化交际意识、创新意识和团队协作精神；最终达成“播一出好戏”的职业技能目标和“讲好中国故事”的情感价值目标，成长为具有“Think Global, Act Local”（全球视野、家国情怀）的跨境直播人才。

跨境电商平台推广与数据分析：本课程旨在帮助学生掌握跨境电商平台推广免费及付费的各类渠道以及运用渠道进行推广的技巧，掌握搜索引擎优化、搜索引擎营销的技巧，掌握信息流推广的基本方法，形成网络推广的职业能力，完整数据分析的理念与运用相关数据处理工具进行数据分析的能力。树立爱岗敬业的职业精神、实事求是的科学精神、协作共进的团队精神等职业道德和职业精神。

市场调查与预测：本课程旨在使学生能比较全面系统地了解市场调查的工作流程，掌握市场调查的基本理论与方法，培养学生较好的开展市场调查、分析、预测和解决企业相关市场问题的能力，以适应信息时代我国企业经济活动的开展对于市场信息的收集和分析的需要。

移动电子商务实务：本课程以培养移动电子商务岗位应用能力为目标，以移动电子商务下的营销技能为主线，使学生了解移动电子商务相关岗位及岗位工作任务，掌握移动电子商务的基本理论和核心内容，对在移动电商中开展营销活动的原理和特点、环境与方法、工具和手段、目标与实施控制等相关内容，得到全面的领会和感性认识，并掌握开展移动电子商务实践和营销的操作与技巧。

表 1-7-7 专业方向课程

序号	课程名称	学分	开课学期
1	新媒体营销	3	第 4 学期
2	跨境电商平台推广与数据分析	3	第 4 学期
3	市场调查与预测	3	第 4 学期
4	移动电子商务实务	3	第 4 学期

专业选修课程：

在专业平台课程和专业群模块课程基础上，聚焦就业岗位、专业能力要求开设的课程模块，提升学生就业能力。

专业选修课程见表 1-7-7 所示

表 1-7-8 专业选修课程

序号	课程名称	学分	开课学期
1	跨境电子商务物流管理实务	3	第 5 学期
2	商务谈判与沟通技巧	3	第 5 学期

3. 实践环节

(1) 公共实践。包含社会实践、劳动实践等内容。劳动实践 1 周，1

学分。学生工作处、各系部每学期要组织劳动教育大课堂，聘请劳模、工匠进校园进行劳动专题教育活动，并记录第二课堂学分。

(2) 课程实训。是指理实一体化课程中的实践教学部分，学分不单独计算。

(3) 实验实训。包含验证性实验、技术技能训练、综合技能提升（综合项目实践）等实践环节。集中实训每周按照 1 学分、26 学时计。

(4) 专业实践。包含认识实习、岗位实习等内容。岗位实习及毕业设计（论文）环节，24 学分，一般为六个月。

3.素质拓展课程设置与描述

素质拓展课程包括素质拓展必修课程和素质拓展选修课程。

(1) 素质拓展必修课程

开设军事技能训练、国家安全教育、劳动教育、大学生安全教育等课程，培养学生基本的军事技能和军事素质、正确劳动价值观和良好劳动品质、正确的安全观，养成良好的安全习惯和劳动习惯，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、法制观念、必备的劳动技能，强化责任担当，主动掌握安全知识和安全防范技能。

(2) 素质拓展选修课程

开设自然科学类、信息技术类、经济管理类、技术哲学、职业伦理类、绿色环保、社会责任、人口资源、海洋科学、管理、专升本考试模块类课程，培养学生质量意识、节能环保意识、安全生产意识、工程意识、效益意识、集体意识、服务意识，使学生具有较强的、团队合作和创业精神，提高学习能力、自我管理能力、创新能力和可持续发展能力。

八、教学模式

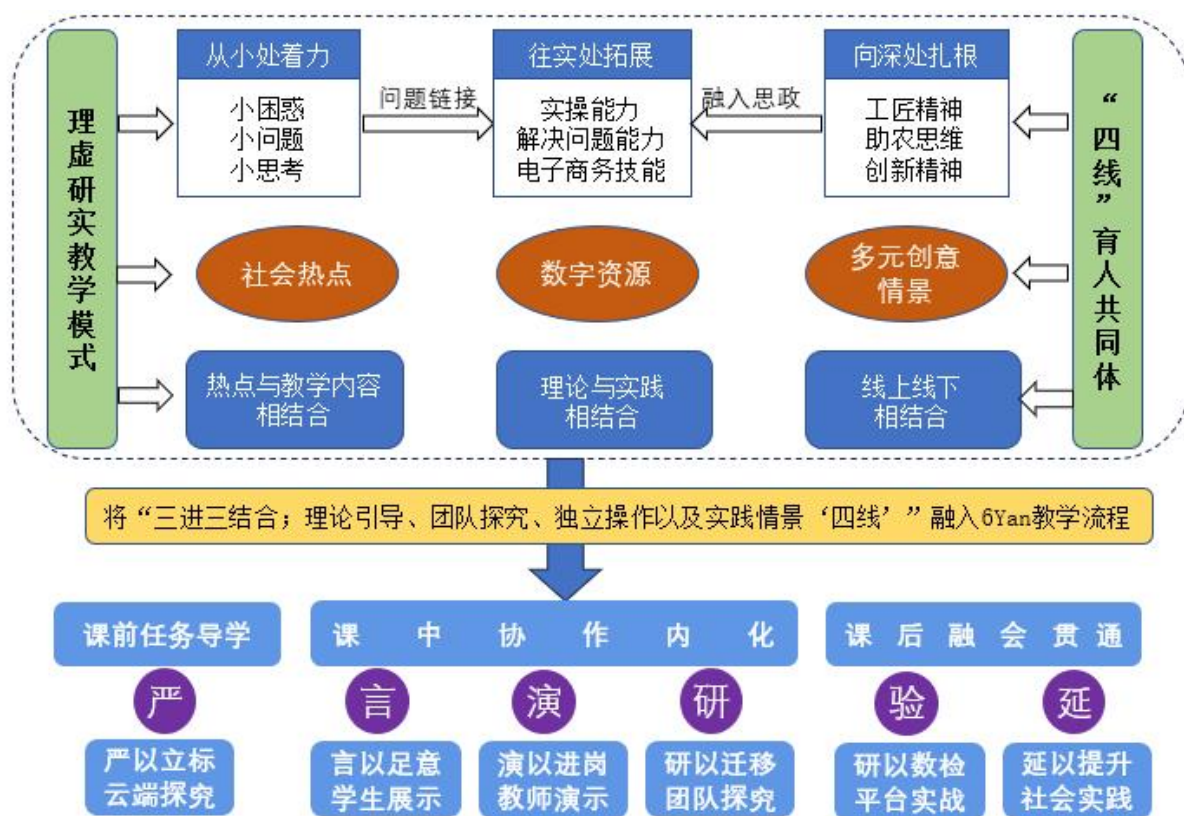
在实践教学形成以学生为中心的“**理虚融合，研实融通**”研练一体化教学模式，采用“教学互动、理实一体”的思路，引导学生自主学习、合作探究，教师以岗位技能需求为导向，以问题为出发点，通过案例分析、

情景教学等方法，采取“理虚研实”1+N课堂，理论讲授、虚拟仿真教学、研练赛学、社会实践课堂授课方式，1是专业授课主渠道第一课堂，N是第二课堂，同时运用“三进三结合”模式，社会热点进课堂、数字资源进课堂、多元创意情景进课堂；热点与教学内容相结合、理论与实践相结合、线上线下相结合；理论引导、团队探究、独立操作以及实践情景“四线”，侧重学生操作研练，教师主导与学生主体“理虚融合，研实融通”研练一体化对学生进行全方位能力育人共同体递进培养。

基于校企合作项目，设计课堂**6Yan** 教学流程：

- 1.课前任务导学：**严**以立标，云端探究；
- 2.课中协作内化：**言**以足意，学生展示；**演**以进岗，教师演示；**研**以迁移，团队探究；
- 3.课后融会贯通：**研**以数检，平台实战；**延**以提升，社会实践。

同时利用多种现代教学元素激活学生自主探究探讨，将经世济民、诚信服务等课程思政元素贯穿到教学过程中，培育学生正确的劳动观念、创新意识和工匠精神，坚定学生价值自信，落实德技并修、工学结合的教学实施过程，达成教学目标。



“理虚融合，研实融通”+6Yan 教学模式图

九、学分置换

职业技能大赛、创新创业大赛、体育赛事等，根据赛事级别和名次进行相应专业课程的学分置换，根据大赛对应的课程置换学分；“1+X”证书考取情况，由系部根据证书情况确定与专业课程对应的学分,一般不应超过2门课、4学分。置换办法由经济与管理系制订，报教务与科研处审批后组织实施。具体见表 1-9-1、表 1-9-2。

表 1-9-1 职业技能大赛学分置换方案

序号	大赛	级别	奖项	置换课程	置换学分
1	山东省职业院校技能大赛高职电子商务比赛	省级	三等奖及以上	新媒体营销	
2	山东省职业院校技能大赛高职直播电商赛项	省级	三等奖及以上	海外直播营销	

3	山东省职业院校技能大赛高职跨境电子商务比赛	省级	三等奖及以上	跨境电子商务实务	
---	-----------------------	----	--------	----------	--

表 1-9-2 “1+X”证书学分置换方案

序号	证书名称	发证单位	置换课程	置换学分
1	1+X 网店运营推广职业技能等级证书	北京鸿科经纬科技有限公司	跨境电商平台推广与数据分析	3
2	1+X 电子商务数据分析职业技能等级证书	北京博导前程信息技术股份有限公司	商务数据分析与应用	3
3	1+X 直播电商职业技能等级证书	南京奥派信息产业股份有限公司	海外直播营销	3
4	1+X 跨境多平台运营职业技能等级证书	厦门优优汇联科技股份有限公司	跨境电子商务实务	3

十、教学进程

(一) 教学时间分配表

专业（群）教学时间共计 120 周，教学时间分配如下：

表 1-10-1 教学时间分配表 单位:周

学年	学期	教学周数	理论及理实教学	集中实践教学						考核	军训	其他	小计
				认知实训	课程集中实训	综合实训	岗位实习	毕业设计(论文)	社会实践				
一	1	15	16							1	3	1	20
	2	18								1		1	20
二	3	18								1		1	20
	4	18								1		1	20
三	5	18	6			8	4			1		1	20

	6	20	0				20		0	0		0	20
合计		107	76			8	24			5	3	5	120

(二) 教学计划进程表

专业群教学计划进程表见附表 1-10-2。

1-10-2 跨境电子商务专业教学计划表

课程类别	课程模块	序号	课程名称	课程代码	学分	课程类型	考核方式	学时	学时分配		各学期学时分配建议						备注
									理论	实践	1	2	3	4	5	6	
公共基础课程	公共必修	1	思想道德与法治 1	N22990103	1.5	A		24	24	0	2/12						
		2	思想道德与法治 2	N22990104	1.5	A		24	24	0		2/12					
		3	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	N22990203	2	A		32	32	0			2/16				
		4	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	N22990204	3	A		48	48	0				4/12			
		5	形势与政策 1	N22990301	0	A		8	8	0	2/4						
		6	形势与政策 2	N22990302	0	A		8	8	0		2/4					
		7	形势与政策 3	N22990303	0	A		8	8	0			4/2				
		8	形势与政策 4	N22990304	1	A		8	8	0				4/2			
		9	大学英语 C1	N08994001	3	A		52	52	0	4/13						
		10	大学英语 C2	N08994002	3	A		52	52	0		4/13					
		11	大学体育与健康 1	N08993001	2	B		36	4	32	2/18						
		12	大学体育与健康 2	N08993002	2	B		36	4	32		2/18					
		13	大学体育与健康 3	N08993003	2	B		36	4	32			2/18				

		14	军事理论	N22990707	2	A		36	36	0		2/18				部分系第 2 学期开课
		15	大学语文	N08992108	2	A		32	32	0			2/16			部分系第 3 学期开课
		16	信息技术基础		4	B		64	32	32	4/16					
		17	大学生职业发展与创业指导	NXX999901 (XX 为部门 代码)	1	B		16	8	8	2/8					
		18	大学生就业指导与创业培训	NXX999902 (XX 为部门 代码)	1	B		16	8	8				2/8		
		19	大学生心理健康教育	N03990201	2	B		32	28	4		2/16				部分系第 2 学期开课
		20	信息技术素养训练	N00990101	1	C		26	0	26		1W				部分系第 2 学期开课
		21	中华优秀传统文化与艺术	N08992404	2	A		32	32	0				2/16		部分系第 4 学期开课
		22	应用数学		4	A		64	64	0	2/16	2/16				各专业据需从课程列表 选用, 若不需要请直接 删除
		小计 (学分、学时)			40			690	516	174						
	公共限选课	1	美育		1	A		16	16	0			16/1 /1			
		2	四史		1	A		16	16	0			16/1 /1			
		3	创新创业		2	B		32	16	16		16/1 /1		16/1 /1		
		4	职业素养 (普通话)	N08992501	1	A		16	16	0		16/1 /1				

		5	职业素养（应用文写作 A）	N08992303	2	A		32	32	0			2/16				
		6	中华优秀传统文化		1	A		16	16	0			16/1 /1				
		小计（学分、学时）			8			128	112	16							
	公共 任选 课																
		小计（学分、学时）			0			0	0	0							
	小计（学时占比 31.22%）				48			818	628	190							
专业 （技 能） 课程	专业 必修 课	专业 基础 课	1	管理学实务	N12000022	3	B	△	48	24	24	4/12					
			2	商务数据分析与应用	N12000004	3	B	△	48	24	24		4/12				
			3	经济法	N12000029	2	A		32	32	0				2/16		
			4	商品美化与处理	N12101102	4	B	△	64	28	36		4/16				
			5	商品拍摄	N12102228	2	C		32	0	32		2/1 6				
			6	国际贸易实务	N12103201	4	B	△	64	36	28			4/16			
			7	跨境电子商务技能综合实训	N12601003	2	C	△	32	0	32		2/16				
			8	跨境电商网店客服	N12603101	3	B	△	52	26	26				4/13		
			小计（学分、学时）			21			336	168	168						
	专业 核	1	电子商务★	N12102208	4	B	△	64	32	32	4/16						
		2	网店开设与运营★	N12102002	4	C		64	0	64		4/16					

	心 课	3	跨境电子商务实用英语★	N12601001	4	B	△	64	32	32			4/16				
		4	网店美工★	N12102003	4	B		64	28	36			4/16				
		5	跨境电子商务实务★	N12602001	4	B	△	64	32	32			4/16				
		6	海外直播营销★	N12601032	3	B	△	48	24	24				4/16			
		小计（学分、学时）			24			384	156	228							
	综 合 实 践 课		跨境电子商务综合技能提升		8	C		208	0	208					8W		跨境电子商务运营与管理综合实训、短视频营销综合实训、软文营销综合实训。
			岗位实习		24	C		624	0	624					4W	20W	
		小计（学分、学时）			32			832	0	832							
	方 向 限 选 课	1	新媒体营销	N12602005	3	B	△	48	24	24				4/12			
		2	跨境电商平台推广与数据分析★	N12602002	3	C	△	48	24	24				4/12			
		1	市场调查与预测	N12103122	3	B	△	48	24	24				4/12			
		2	移动电子商务实务★	N12102004	3	B	△	48	24	24				4/12			
小计（学分、学时）			6			96	48	48									
专 业 任 选 课	1	跨境电子商务物流管理实务	N12601005	3	B		48	24	24					16/3			
	2	商务谈判与沟通技巧	N12601006	3	B		48	24	24					16/3			
	小计（学分、学时）			6			96	48	48								
小计（学时占比 58.63%）				89			1536	420	1324								

素质拓展课程	必修	1	军训	N03990002	2	C		112	0	112	3W						
		2	国家安全教育	N22990708/R22990708	1	A		16	16	0	√						
		3	劳动教育 1	N03990102	1	A		16	16	0	√						
		4	劳动教育 2	N03990103	1	C		26	0	26		√	√	√	√		
		5	安全教育	N03990402/R03990402	2	A		32	32	0	√						
		小计（学分、学时）			7			202	64	138							
	选修	1			4			64	64	0							马克思主义理论类、宪法法律、健康教育、节能减排、绿色环保、金融知识、社会责任、人口资源、海洋科学、管理等人文素养、科学素养类课程，具体课程不必列出。
		小计（学分、学时）			4			64	64	0							
		小计（学时占比 10.15%）			11			266	128	138							
	合计				148			2828	1176	1652							

说明：

1. 专业核心课程在课程名称后以★标识；考试方式以△标识为考试，其余为考查。
2. 课程学期学时分配以“周学时/周数”的形式填写，按周集中进行的实践教学用周数表示，如 2W。
3. 《形势与政策》在第 1-2 学期与《思想道德与法治》分段开课，按每周 2 学时、4 周开课；第 3-5 学期，每周 4 节，安排 2 周，以讲座形式进行，全校依次安排。

4. 部分选修课程，利用智慧树、大学生慕课等平台进行线上形式开展教学和考核。

5. 《大学生心理健康教育》《军事理论》课部分学时采用线上形式开展教学，连同《信息技术素养训练》课程，需各专业根据开课部门的安排确定于第 1 或 2 学期开课，《大学语文》根据开课部门安排于第 2 或第 3 学期开课。

（三）学时、学分分布

说明：

1. 选修课按要求的选修学分、学时的计算（不能全部把选修课程的直接相加）；
2. 实践教学学时=单列实习实训学时+课程内实践学时；
3. 本专业最低总学分=必修课学分+限选课学分要求+任选课学分要求。

表 1-10-3 2023 级跨境电子商务专业各课程模块学时、学分分布表

课程类别	必修					选修				
	公共基础必修	专业基础必修	专业核心必修	综合实践	素质拓展必修	公共限选	公共任选	专业方向限选	专业任选	素质拓展选修
总学时	690	336	384	832	202	128	0	96	96	64
理论学时	516	168	156	0	64	112	0	48	48	64
实践学时	174	168	228	832	138	16	0	48	48	0
学分	40	21	24	32	7	8	0	6	6	4
学分比例	27.03%	14.19%	16.22%	21.62%	4.73%	5.41%	0.00%	4.05%	4.05%	2.70%
必修课/选修课总学分统计	必修课学分及比例			125	83.89%	选修课学分及比例				24 16.11%
理论教学学时数及比例	1176	41.58%	实践教学学时数及比例			1652	58.42%	公共基础课学时数及比例		690 24.4%

（四）学时、学分学期分布：

说明：

1. 多学期开设的课程，如《形势与政策》课程，仅计入成绩录入的学年、学期。
2. 必修课、专业限选课按课程开课学期计入。
3. 公共限选课、素质拓展选修课、任选课可只计入该组（如美育组中有多门课备选）最晚开课课程所在的学期。

表 1-10-4 2023 级跨境电子商务专业各课程模块学时、学分学期分布表

学期		1	2	3	4	5	6
课程类型	学时	200	278	108	104	0	0
	学分	11.5	15.5	6	7	0	0

专业基础必修	学时	48	112	96	80	0	0
	学分	3	7	6	5	0	0
素质拓展必修	学时	176	0	0	0	26	0
	学分	6	0	0	0	1	0
公共限选	学时	0	16	80	32	0	0
	学分	0	1	5	2	0	0
公共任选	学时	0	0	0	0	0	0
	学分	0	0	0	0	0	0
专业核心限选	学时	64	64	192	64	0	0
	学分	4	4	12	4	0	0
专业方向限选	学时	0	0	0	96	0	0
	学分	0	0	0	6	0	0
专业拓展任选	学时	0	0	0	0	96	0
	学分	0	0	0	0	6	0
素质拓展选修	学时	0	16	16	16	16	0
	学分	0	1	1	1	1	0
合计	学时	488	486	492	392	138	0
	学分	24.5	28.5	30	25	8	0

十一、毕业要求

毕业要求是学生通过规定年限的学习，须修满的专业人才培养方案所规定的学时学分，完成规定的教学活动，毕业时应达到的素质、知识和能力等方面要求。毕业要求应能支撑培养目标的有效达成。

1.德育标准。理想信念坚定、思想道德过硬、政治认同感强、法治意识强，具有艰苦创业、爱岗敬业的职业素养，具有正确的世界观、人生观、价值观,具有高尚情操、奉献精神，自觉遵守社会公德。

2.体育标准。具有健全的心理和健康的体魄，按照《国家学生体质健康标准》测试成绩评定达标，体育课成绩综合评定不低于 60 分。

3.学分标准。通过规定年限的学习，修满专业人才培养方案规定的学分，达到本专业人才培养目标和培养规格的要求。

4.岗位实习与毕业环节标准。岗位实习和毕业（设计）环节考核合格，符合专业规定要求。

5.岗课赛证融通要求。对实施 1+X 证书制度试点的专业，课程设置及教学内容组织，要将职业技能等级标准有关内容及要求有机融入专业课程教学中。

6.普通话水平要求

普通话水平不得低于二级。

第二部分 实施保障

根据 建设要求，确保人才培养方案的有效实施，应积极吸收行业企业参与，在师资队伍、教学条件、教学资源、教学改革、质量管理等方面，满足专业（群）人才培养目标、人才规格的要求、教学安排的需要、学生多样学习需求。

一、师资队伍

1. 专业教学团队

- （1）有双专业带头人，其中 1 人应为来自企业的技术人员或专家；
- （2）每门课程都有讲师及以上职称的教师担任课程负责人；
- （3）专业教师的数量和结构能满足专业办学规模，其中在行业企业中具有一定影响力的专业带头人 1 人，骨干教师比例大于 35%；
- （4）双师型教师占专业课教师的比例不低于 60%；
- （5）聘请既有一定理论水平又有丰富实践经验的企业一线技术人员担任兼职教师、特聘教授等，建立一支稳定的具有执教能力的兼职教师队伍，企业兼职教师与专任教师的比例为 1: 1，兼职教师承担本专业中实践性强的专业课程学时比例达 50%。

2. 专任教师

- （1）具有本专业或相关专业大学本科及以上学历，具有高校教师资格证书；
- （2）具有良好的思想品德修养，遵守教师职业道德，为人师表，热爱关心学生；
- （3）具备本专业教学需要的扎实的专业知识和专业实践技能，并能在教学过程中灵活运用，能承担专业中专业基础课或专业核心课程中 2 门以上课程的教学；
- （4）热爱教育事业，具有良好的师德风范，掌握教育科学，熟悉教育规律，具有课程开发和教学组织设计能力、教学研究能力；
- （5）熟悉所任教专业与对应的产业、行业、企业、职业（岗位）、就业的相互依联程度，熟悉本行业的技术生产情况及发展趋势，掌握先进专业技术和管理能力，并及时应用于教学过程中。长期与相关企业保持密切联系，近 5 年中应有不少于六个月的企业一线实践经历（工作不足 5 年的教师可适当放宽要求）。

3. 专业带头人

专业带头人队伍建设是专业建设的人才保障，跨境电子商务专业不断完善专业带头人培养机制，启动校企双专业带头人培植工程。校内高水平专业带头人掌握本专业最前沿的发展动态和研究成果，具备较强的市场把握能力，能根据就业市场和职业岗位要求的变化，适时调整专业教学内容和人才培养方案，能进入各类行业委员会、协会，并有一定的话语权。电子商务专业同时面向企业选聘一批专业技术精湛、能带领本专业赶超国内先进水平的杰出人才作为企业专业带头人。

4. 兼职教师

聘用高水平企业兼职教师，吸纳行业企业专家充实优化“兼职教师资源库”。建立兼职教师准入机制，明确标准，强化考核。对兼职教师职业教育理念 and 教学技巧进行培训，将现代职教理念、教学设计、教学实施、信息技术应用能力提升纳入到培训重点，组织上岗认证，合格者颁发学院的兼职教师资格证书。

兼职教师与校内教师“结对子”，随堂听课，参与教学组织活动，不断提高兼职教师承担的专业课学时比例，逐步形成实践技能课程主要由具有相应高技能水平的兼职教师讲授的长效机制。

二、教学条件

教学设施主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、实训室和实训基地。

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

1. 校内实训基地建设

将新一代信息技术应用于智慧商贸专业群的校内实训建设，以服务互联网+现代商贸业发展为宗旨，模拟智慧商贸职业情境，数字经济实训中心面向全省职业教育共享，承担师资培训、技能大赛、学生学习实训等任务，辐射带动全省数字经济服务水平提升。

数字经济实训中心全方位模拟真实商业社会环境，实现企业的生产运营管理、物流、营销、贸易等业务流程。利用该平台开展仿真实践教学，可让学生在校园内就能体验到虚拟商业社会环境下多类社会组织协同工作方式，认知核心制造业企业及各类社会组织协同工作的业务流程及管理流程；训练在现代商业社会环境中，从事经营管理工作所需具备的综合执行能力、综合决策能力和创新创业能力，学会工作、学会思考，培养学生的全局意识和综合职业素养。

表 2-2-1 电子商务专业（群）校内实训基地建设一览表

序号	实训室名称	实训室负责人	开发的实训项目数量及名称
1	跨境电商协同一体化实训室		实训系统 1 套、学生机 40 台
2	视觉营销数字信息采集实训室		电子商务商品视觉采集、编辑系统 2 套
3	电子商务运营管理实训室		实训系统 1 套、学生机 40 台
4	电子商务虚拟客服实训室		电子商务虚拟客服系统 1 套、学生机 40 台
5	电子商务技能竞技实训室		实训系统 1 套、学生机 40 台
6	网络营销实训室		实训系统 1 套、学生机 40 台
7	电子商务新媒体营销实训室		新媒体营销系统 2 套
8	跨境电商虚拟现实实训室		实训系统 1 套、学生机 40 台
9	商务谈判实训室		商务谈判模拟软件 1 套、谈判桌 1 套
10	京东 VR 仿真模拟实训室		京东 VR 仿真系统 2 套
11	智慧物流综合实训室		智能穿戴设备、智能穿戴仓储作业软件、智慧物流方案设计与管理平台、电子播种拣选平台

2. 校外实训基地建设

联合地方具有代表性的相关企业，建立稳定的校外学生实训实习基地，提供互联网+现代商贸业专业服务等相关实习岗位，能够开展电商直播、客服等实践活动，设备设施及软件平台条件能涵盖相关产业发展的主流技术和工作要求，实训实习安全管理、运行管理及实施规则制度齐全，执行规范。

序号	实训基地名称	合作单位	主要实训项目	容纳人数	服务专业
1			客服、网络营销、网店运营	60	跨境电子商务
2			客服、网络营销、网站维护	60	跨境电子商务
3			网络营销、网店运营	30	跨境电子商务

4			客服、物流配送	30	跨境电子商务
5			客服、网络营销、 网店运营	60	跨境电子商务
6			仓储、分拣	100	物流管理/跨境电子商务
7			分拣、配送	20	物流管理/跨境电子商务

3. 实习实训基地管理机制建设

专业群应提前做好实习准备工作，根据教学需要落实好实践教学接收单位，确定实践教学指导教师。需明确教学目的和教学任务，对学生做好实践教学动员，进行安全教育，宣布实践教学纪律，说明实践教学题目、目标、内容、要求以及必须完成的实习文件。

应始终深入教学现场指导学生实习（实践），严格执行实践教学大纲。并要求学生认真记录实习（实践）日记，遵守实习（实践）纪律，指导学生整理实习（实践）报告素材，写好实习（实践）报告；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。

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. 教材选用要求

按照国家规定选用优质教材，禁止不合格教材进入课堂。学校应建立由专业教师、行业企业专家和教研人员等参与的教材选用机制，完善教材选用制度，按照规范程序，严格选用国家和地方规划教材。同时，学校可适当开发针对性强的校本教学资源。

2. 图书文献配备要求

本专业相关图书文献配备齐全，应能满足人才培养、专业建设、教科研等工作需要，方便师生查询、借阅，且定期更新。

3. 数字资源配备要求

本专业有很好的信息化教学基础，教学资源丰富。现有省级精品课程《C#程序设计基础》《C#专业技能实训》，院级精品课程《物流管理专业技能》，院级精品资源共享课《专业技能-电子商务综合技能》等资源。所有课程的课程标准、授课计划、教案、教学素材、习题、参考资料等资源均实现了数字化，建成了课程网站，学生可以充分利用网站进行自主学习。下一步，将与企业合作建设微课和教学资源库，进一步提升信息化资源的针对性和有效性。

四、教学评价

根据本专业培养目标和以人为本的发展理念，建立科学的评价标准。教学评价体现评价主体、评价方式、评价过程的多元化，注意吸收家长、行业和企业参与。注重校内评价与校外评价相结合，职业技能鉴定与学业考核相结合，教师评价、学生互评与自我评价相结合，过程性评价与结果性评价结合。

教学评价采用学习过程评价、作业完成情况评价、实际操作评价、期末综合考核评价等多种方式。根据不同课程性质和教学要求，可以通过笔试、口试、实操、项目作业、作品展示、成果汇报等方法，考核学生的专业知识、专业技能和工作规范等方面的学习水平。

教学评价不仅关注学生对知识的理解和技能的掌握，更要关注在实践中运用知识与解决实际问题的能力水平，重视节能环保、绿色发展、规范操作、安全生产、团队合作等职业素质的形成。

五、质量保障

为确保人才培养方案的有效实施，学校制定了一系列教学管理与质量

监控管理制度，进一步规范了日常教学工作、完善了教学质量的检查与监督工作，为培养高素质技术技能人才提供了制度保障。

（一）日常教学管理制度

根据《教育部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》《职业教育专业目录（2021年）》等文件要求，制订《2023级专业（群）人才培养方案制（修）订指导意见》，指导各专业制订基于“三位一体”教学理念的人才培养方案，为培养高素质技术技能人才提供总体设计。

为做好课程的开发和课程标准的编制工作，制订了《课程标准编制要求及管理规定》，内容包括课程的性质、目标、具体要求、实施建议及考核评价建议，以及学好该课程应达到的知识、能力和素质目标。

另外，严密、科学的考核制度，有利于良好教风和学风的形成，保证人才培养的质量，制订《学生考试考核管理规定》，对考试管理工作进行了规范。

（二）教学实施质量保障

教学质量是学校的生命线，建立教学质量监控体系是提高教学质量的基本保证。为适应当前高等职业教育改革和发展，构建教学质量监控体系，保证我院教学质量的稳步提高，出台了教学质量监控相关制度，明确了教学质量责任人制度、听课制度、定期教学检查制度、教学过程监控机制、课堂教学评价制度、教师教学工作考核制度等系列管理制度，建立了完善的教学质量监控体系。为加强教学管理，及时发现和解决教学工作中的问题，逐步实现教学管理科学化、制度化，促进教学质量的提高，进一步规范了日常教学检查工作，分期初、期中、期末教学检查。

进一步稳定教学秩序，提高教学质量，促进教师队伍的建设，加强教学工作的规范化管理，使教师明确在各项教学任务中承担的职责，制定了《教师教学工作规范》。为加强教学管理，严肃教学纪律，保证教学及教

学管理工作的科学性、规范性和严肃性，预防和减少教学工作中各类事故的发生，及时有效的处理教学及教学管理工作中发生的各种教学事故，维护正常的教学秩序，以营造良好的校风、教风和工作作风，全面提高教学质量，制定了《教学事故认定及处理规定》。

进一步深化教学改革，提高教学质量，稳定教学秩序，使教育教学和教学管理工作更加科学化、规范化，实行院系两级教学督导制度。教学督导坚持寓导于督，督导结合，以督促导，以导为主的原则，对全校教学工作的过程、环节及其效果进行督导，并提出改进教学的意见和建议，协助有关部门落实学校的教学管理规章制度，帮助教师改进教学内容和方法，总结和推广教书育人的先进经验。

（三）岗位实习运行与管理

岗位实习是实践教学环节中，将职业素质培养与政治思想素质锤炼配合最为协调的“情景教学”模式。实习、实训教学是教学工作的重要组成部分，是专业人才培养方案的重要环节。根据实训实习管理有关规定，进一步加强和规范对实训实习过程的管理，保证实训教学的科学化、规范化。

为了全面贯彻教育部等八部门关于印发《职业学校学生实习管理规定》（教职成〔2021〕4号文件）精神，规范岗位实习工作，使岗位实习达到预期效果，学校出台了《实习管理规定》，岗位实习工作由校、系（院）分级管理，分别成立相应的岗位实习工作管理机构，负责岗位实习工作的指导、管理和实施，保障岗位实习工作的顺利进行。

（四）校企合作长效机制

校企合作是职业学校与企业双方合作，共同把教育培训对象培养成合格人才的一种教育形式。真正意义上的校企合作的实现，能够充分发挥职业学校和企业人才培养上的各自优势，并起到 $1+1>2$ 的效应；能够使劳动力供给市场与需求市场实现无缝对接，从而及时了解劳动力市场的变化趋势，迅速调整职业结构和更新职业培训内容，以培训更多的合格技术工

人；能够实现校企各专业人才的有机合作，开发设计出好的专业教学计划，以培养更多专业对路的适合企业用工需求的人才；能够实现学生的技能训练与企业岗位需求的密切衔接；有利于培养提高学生的职业技能和创业能力；也为学生提供了最大的就业机会（大部分合作企业就是学生的就业场所），提高了劳动力资源的配置效率，因而也提高了办学效率和企业的经济效益。

（五）构建内部质量管理体系

专业群构建内部质量管理体系，实施专业群、课程、教师、学生四个方面进行诊改。

1.专业群诊改

专业群根据发展目标和标准，建立自我诊断和改进机制，运用信息平台数据，实时采集各专业建设状态数据，监测建设目标完成情况，按照“建设目标—专业建设标准—计划--实施（监测-分析-预警-改进）--诊断—创新—提升”，每年进行一次质量诊改，动态调整，持续改进，不断改进专业群建设质量，形成专业群建设质量循环改进螺旋。

2.课程诊改

成立课程研究与指导中心，全面负责全院的课程开发、调整、考核评价标准的制订，建立课程品质保证机制，为教师个人学习、创新、改进提供咨询、指导和服务。课程团队依据学院、专业、课程层面系列标准，对教学主体的行为进行激励约束，以智慧教室、职教课程平台、实践教学条件等为教学支撑，建立 8 字循环质量监控评价体系，确定课程目标，制订相关课程标准，制订课程规划，组织实施，自我诊断、创新与提升，在实施过程中建立“实施-监测-预警-改进”实时动态环节，形成课程诊改报告。

3.教师诊改

专任教师依据各项标准，借助数据平台，定期自主诊断，针对发现的问题自行整改，形成教师个人发展诊改报告。构建教师专业发展资源平台，

设置教师成长轨迹分析、教师教学基本能力分析、教师成长档案等模块，分析学院和各系部师资队伍现状，为教师个人学习、创新、改进提供咨询、指导和服务，持续提升师资水平。

4.学生诊改

依托学生职业生涯规划研究与指导中心，成立辅导员、专业导师、职业生涯规划任课教师“三位一体”管理团队，强化理论研究、课程建设对学生职业生涯规划自主诊改的支撑作用，为学生个人学习、创新、诊改提供咨询、指导和服务。

第三部分 XXX 专业（群）人才培养方案论证审核单

（一）人才培养方案论证意见

专家组论证意见：

签字:

年 月 日

(二) 人才培养方案修订说明

修改说明如下:

补充各专业: (包括修订改变内容、专业升级数字化改造内容等。)

一、 XXX 专业

