

附件 1

广东财贸职业学院

数字供应链学院

跨境电子商务专业

人才需求调研报告

人才需求调研报告

（一）调研目的和意义

1. 调研目的

本次调研的目的是：

- （1）跟踪了解我国跨境电子商务行业发展现状及趋势；
- （2）通过问卷调研，掌握我国跨境电子商务行业内企业分布领域、应用平台、从业人员现状等；
- （3）结合企业深度访谈，分析我国跨境电子商务行业对紧缺岗位的需求状况以及各层次人才面向的职业范围，深入了解各岗位对从业人员学历、能力、素养、考证等方面的要求；
- （4）深入剖析跨境电子商务各岗位对人才培养的要求，包括职业知识、职业技能及职业素养，为跨境电子商务人才培养提供支持和指导。

2. 调研的意义

随着全球经济的深度融合和互联网技术的飞速发展，跨境电商已成为国际贸易的新趋势和新动力。在这一背景下，跨境电商人才的培养显得尤为重要。本次调研旨在深入了解当前跨境电商人才市场的现状、需求、挑战以及未来发展趋势，其意义主要体现在以下几个方面：

（1）指导教育教学改革

通过对跨境电商人才市场的调研清晰地了解该行业对人才的需求和期望，从而指导高职院校在课程设置、教学方法、实践环节等方面进行改革和创新，使教育与产业需求更加紧密地结合，培养出更加符合市场需求的跨境电商人才。

（2）促进人才培养与产业发展对接

调研结果将揭示跨境电商行业的发展趋势和未来方向，有助于高校和企业之间建立更加紧密的合作关系，共同制定人才培养计划，实现人才与产业的精准对接。这不仅可以提高毕业生的就业竞争力，也有助于企业快速找到合适的人才，推动产业的持续发展。

（3）提升跨境电商行业的整体竞争力

跨境电商行业的竞争日益激烈，人才是决定行业竞争力的关键因素之一。本次调研深入地揭示了行业的人才需求和培养现状，为行业提供有针对性的建议和改进措施，从而提升整个行业的竞争力。

（4）为政策制定提供参考依据

政府部门在制定相关政策时，需要充分考虑到行业的实际需求和未来发展趋势。本次调研的结果可以作为政府部门制定相关政策时重要的参考依据，帮助其更加精准地制定相关政策，推动跨境电商行业的健康发展。

（5）推动学术研究和交流合作

本次调研不仅是对跨境电商人才市场的一次全面摸底，也是一次推动学术研究和交流合作的机遇。各相关方面可以借助本次调研发现新的研究问题，促进学术研究的深入发展，加强高校、企业、研究机构之间的交流与合作，共同推动跨境电商领域的创新与发展。

（二） 调研组织

1. 调研组织方法

确定调研过程中各阶段内容，落实各阶段的实施者以及实施时间，便于后期的组织实施。具体调研组织实施计划如表 2-1 所示。

表 2-1 调研组织实施计划表

序号	阶段	项目内容	工作要求	工作成果	实施者	实施时间
1	调研问题界定	明确需要解决的具体问题	根据与全国电商职教委、相关企业、专家研讨，明确具体问题	具体问题列表	全国电商职教委/项目组	2023 年 11-12 月
2	调研维度设计	确定调研维度	基于调研主题、调研问题，结合已有资料及相关专家反馈，确定调研维度	调研维度及具体内容	项目组	

3	调研 问卷 设计	初步设计问卷	项目组根据收集的资 料及调研经验设计调 研问卷	跨境电子 商务出口/ 进口人才 需求调研 问卷	项目组	2023 年 12 月 - 2024 年 1 月	
4		问卷预测试	项目组通过邮件发给 部分企业进行调研	问卷预测 试数据	项目组		
5		调整问卷并 确定最终稿	与相关企业、专家讨 论预测试结果并对问 卷进行相关调整，使 之更科学化	调研问卷 终稿	项目组		
6	调研 实施	文献调研	基于互联网平台调研 我国跨境电子商务行 业发展现状及趋势	子调研报 告	项目组		
7		在线问卷实 施	参与单位组织力量进 行网络调研	全国范围 调研	项目组/各地 区参与单位		
8		企业深度访 谈	各地区选择典型企业 进行深度访谈，对访 谈过程进行详细记录	访谈报告			
9	数据 统计 分析	数据统计分 析	项目组根据回收数据 进行分类统计并分析	对调研变 量分类统 计并分析	项目组		
10	报告 撰写 及汇 报	报告撰写	项目组根据数据分析 结果撰写报告	跨境电子 商务人才 需求研究 报告	项目组		2024 年 1 月 - 2024 年 5 月
11		报告论证	项目组向全国电商职 教委进行成果汇报	PPT 展示	全国电商职 教委/项目组		

12	报告完善	项目组根据专家反馈意见进行修改	项目组根据专家对报告内容反馈结果进行调整	跨境电子商务人才需求研究报告终稿	项目组	2024 年 6 月
----	------	-----------------	----------------------	------------------	-----	---------------

2. 调研样本分布

本次跨境电子商务人才需求调研问卷分为“2023 年全国跨境电子商务出口企业人才需求调研”（下称“出口类”）和“2023 年全国跨境电子商务进口企业人才需求调研”（下称“进口类”）两套问卷。本次调研共回收有效问卷 1149 份，访谈企业 158 家，其中出口类问卷 877 份，进口类问卷 272 份。出口类问卷调研覆盖全国 15 个省份，如图 2-1 所示。进口类问卷调研覆盖全国 17 个省份，如图 2-2 所示。

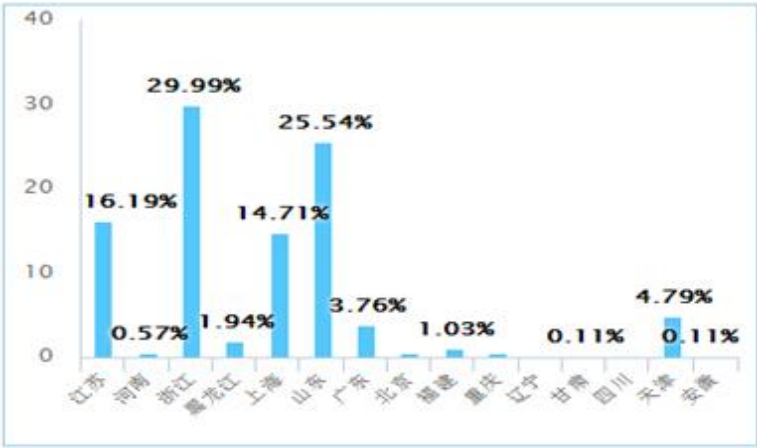


图 2-1 出口类问卷调研覆盖省份

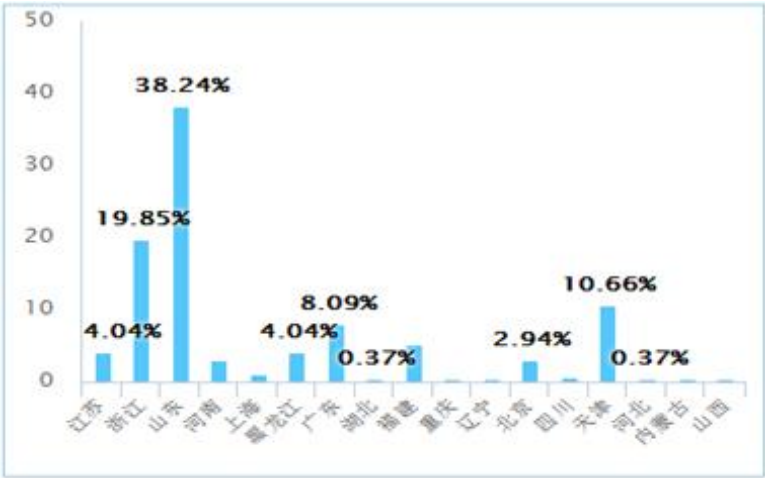


图 2-2 进口类问卷调研覆盖省份

（三）行业现状和人才需求情况

1. 行业现状

（1）市场规模的快速增长

跨境电商的市场规模在过去几年中实现了显著的增长。据根据《2023-2028年中国跨境电商行业供需分析及发展前景研究报告》相关数据显示，中国跨境电商行业规模在2022年达到了6.6万亿元，同比增长9.4%。得益于全球消费者对在线购物的接受度不断提高以及跨境电商平台模式的创新发展，新兴的跨境电商市场也在不断地显现和成长，预计跨境电商作为我国外贸发展的重要组成部分，将继续保持强劲的增长势头。

（2）政策环境的优化

各国政府对跨境电商的支持力度不断加大，出台了一系列鼓励政策。例如，中国政府在全国各大重要经济区域均设立了跨境电商综合试验区，提供税收优惠和简化清关流程等便利措施以促进跨境电商的快速发展。在考虑拓展跨境电商出口优势方面，商务部、国家发展改革委等9个部门联合发布了《关于拓展跨境电商出口推进海外仓建设的意见》，助力培育跨境和外贸发展的新动能。此外，自由贸易协定和区域经济合作的相关利好政策也为跨境电商提供了更多的市场准入机会。

（3）技术进步的推动

互联网技术的快速发展，尤其是大数据分析和云计算等技术的应用为跨境电商行业的发展提供精准地数据支撑，极大地降低了跨境电商的运营和决策成本，提高了交易效率。同时，得益于移动通信技术和移动支付技术的加持，全球移动端的跨境电商平台新模式也不断显现，助力跨境电商行业新发展。人工智能和机器学习等技术的应用也为传统跨境电商注入了新活力，不断推动跨境电商内容生产力的急速发展，借助个性化服务提升用户体验，推动跨境电商向智能化、个性化和高效率转型。

（4）人员岗位结构多样化

根据调研分析可以发现，目前跨境电子商务相关企业人员涉及的岗位主要分为管理类、商务类和IT技术应用类岗位，其中管理类岗位包括营销策划总监、

运营主管、物流主管等，商务类岗位包括国际市场推广专员、营销专员、客服专员、海外仓专员等；IT 技术应用类岗位主要有网站开发专员、UI 设计师、网络编辑等。

从图 3-1 所示出口企业人员岗位结构现有情况看，商务类岗位人员数量明显高于管理类岗位、IT 技术应用类岗位，在商务类岗位里，市场推广专员、客服专员、营销专员的需求位列前三位，其后分别是运营专员、仓库管理员、海外仓专员等；管理岗位里，运营主管、营销策划总监、客服主管、物流主管依次排列；IT 技术应用类岗位里，网站开发人员需求量最大，其次是网络编辑、UI 设计。



图 3-1 出口企业人才岗位分布情况



图 3-2 进口企业人才岗位分布情况

从图 3-2 所示进口企业人员岗位结构现有情况看，岗位类别、岗位排名、人员规模与出口企业基本一致，商务类岗位分布比较突出，管理岗其次，IT 技术应用岗再次。商务岗位里，营销专员、运营专员、客服专员岗位目前人员最多，规模占比最大；但与出口相比较，存在明显差别的是进口类企业多了采购岗位，而且对该岗位需求还是比较高的，在整个企业岗位需求力度中位列第六，仅次于客服专员。

2. 人才需求情况

（1）人才需求总量大

随着跨境电商行业的迅速发展，对人才的需求也呈现出爆发式增长。据中研普华产业院研究报告《2024-2028 年中国跨境电商行业深度调查与投资分析报告》分析，跨境电商行业人才缺口依然较大，达 1500 万。这一缺口涵盖了从运营、外贸、物流到技术支持等多个岗位。

（2）人才需求结构多样化

跨境电商行业对人才的需求呈现出多样化的特点。不仅需要具备跨境电商平台运营、外贸业务、物流管理等方面的专业人才，还需要具备数据分析、技术支持、市场营销等具备跨领域知识和能力的复合型人才。

（3）人才需求本地化、精细化

随着跨境电商行业的深入发展，对人才的需求也呈现出本地化和精细化的趋势。商家需要了解不同国家和地区的消费者需求、法律法规和文化习惯，以便更好地满足当地市场需求。因此，具备跨文化沟通能力、市场洞察力和本地化运营能力的人才将更受欢迎。

（4）人才需求持续更新

跨境电商行业是一个快速发展的行业，新技术和新模式的不断涌现使得行业对人才的需求也呈现出持续更新的特点。因此，具备学习能力、创新能力和适应能力的人才将更具竞争力。

（四）职业岗位（群）的情况

1. 跨境电子商务人才知识、技能、素养要求

跨境电子商务各岗位人才的职业知识、能力、素养的分析如表 4-1、表 4-2 所示。

表 4-1 跨境电子商务出口企业岗位与职业知识、技能、素养对照一览表

岗位名称	知识要求	技能要求	素养要求
国际市场推广专员（国外）	具备跨境电商平台推广所需基本的外语应用能力；了解国外各类社交网络平台；了解营销地区、国别文化背景	能够结合平台本身的特点，从推广目标、推广渠道、推广计划进度、推广预算等方面制定合适的推广方案；能够根据推广方案要求，通过 SNS\SEO 等渠道开展宣传公司品牌、收集数据、挖掘分析目标客户需求等活动，提高点击率和转化率	热爱销售工作，具有较强的互联网思维；具备较强的服务，创新意识及团队合作精神，有较强的沟通和学习能力
客服专员（国外）	熟悉国际贸易业务流程；掌握英文及小语种知识	外语文字表达能力较强；能够处理客户的咨询问题，包含售前售中售后咨询，客户回访	具有较强的沟通协调能力和执行能力；具有很好的客户服务意识；具有良好的抗压能力
营销专员（国外）	熟悉国外客户的购买需求以及消费习惯；熟悉海外营销知识；熟悉消费心理学知识	能够准确全面地理解营销策划的产品本身，掌握产品属性和卖点、目标国家消费心理以及竞争对手营销策略，形成精准、独特的产品营销策划创意和内容能够运用平台或第三方	有出色的客户服务意识；有较强的沟通能力

		提供的相关数据，结合自身产品的特点进行分析，了解自身所经营产品在当前市场中的竞争力（含竞争对手分析）情况。形成符合要求的竞争性数据分析报告	
运营专员（国外）	熟悉计算机网络及VPN的基本知识、熟悉海外电商平台运行规则和企业文化；熟悉跨境运营技巧	能根据产品和销售对象制定和筛选“关键字”，并根据适合本地的搜索习惯及浏览习惯，形成完整的策划文案；有一定数据分析能力，能根据各种数据的变化监控和分析电子商务运营状态和问题	具有较强的协调沟通及执行能力；责任心强；乐于了解海外的人文习惯和消费文化及消费心理
仓库管理员（国内）	熟悉海外贸易物流基本知识、掌握仓储管理经验	熟悉电脑操作；有较强的仓库管理经验；掌握基本英文	能够利用相应软件进行仓储管理，养成开放式管理经验
海外仓专员（国外）	熟悉海外贸易物流基本知识、掌握仓储管理经验	熟悉电脑操作；有较强的仓库管理经验；掌握基本英文	能够利用相应软件进行仓储管理，养成开放式管理经验
通关专员	熟悉并了解各种货物进出口报关业务及相关业务；熟悉海关，商检、外贸等有关法律法规及政策，掌握国际	能够完成进出口货品的报关、查验及各种单证的审核和缮制	具有较强的责任心、事业心，协调、计划及沟通能力

	贸易，海关通关等方面知识		
物流专员	熟悉物流管理、进口流程	根据不同平台的规则要求和企业本身的实际情况，完成符合条件的物流方案选择；能够优化物流成本；具备良好的英文应用能力，可熟练处理英文文件	抗压能力强，具备良好的计划、组织、沟通和协调能力；具有开拓和谈判能力，持续获取优质供应商，降低采购成本
外汇管理专员	熟悉外汇管理的各项制度模块及工作流程，熟知我国外汇管理政策和监管要求，了解银行间外汇市场及相关交易规则	能够独立完成外汇管理相关工作；具有良好的英语听说读写能力，口语流利	具有较强的协调沟通及执行能力；责任心强
退税专员	熟悉办理出口退税、抵扣认证、审批事项的申请等税务工作	能够完成出口退税，收集、整理、保管退税相关工作，能够处理税务预警、函调等相关事宜	具有较强的沟通能力、能协调各个部门解决复杂问题和紧急问题

运营主管（国外）	熟悉跨境电子商务结构及产业链运作	能够进行跨境电商平台和自建网站的优化和运作的维护；具备一定的市场分析及判断能力	具有较强的沟通能力；良好的客户服务意识；具有较强的团队协作精神
营销策划总监（国外）	了解国际贸易基本常识；熟悉国际市场营销知识；了解营销地区、国别文化背景、熟悉营销管理工作	能够用外语进行顺利专业交流；具备较强的市场分析、营销、推广能力	具备良好的人际沟通、协调能力；具有较强的创造性思维
客服主管（国外）	掌握客户管理知识；熟练使用客户管理系统软件、掌握客户大数据分析知识	有良好的英文书面理解和沟通能力，能熟练用英文email回复解决客户问题；能够管理客服部门工作	具有较强的沟通协调能力和执行能力；具有很好的客户服务意识；具有良好的抗压能力
物流主管	熟悉海/空运操作，具备单证、货代、运输及一定进出口贸易知识	具备良好的英文应用能力，可熟练处理英文文件；能够完成物流管理工作计划及制定、实施工作	工作认真负责，思维敏捷，有良好的客户服务意识以及沟通能力，协调能力强

表 4-2 跨境电子商务进口企业岗位与职业知识、技能、素养对照一览表

岗位名称	知识要求	技能要求	素养要求
营销专员	熟悉电商的运营	能够全面掌握各大跨境	有出色的客户

	环境、交易规则等；精通海淘的全流程；了解海淘人员消费习惯	电商平台、搜索引擎、社交平台等的营销方法，结合企业营销需求选择活动的开展时间、方式方法和覆盖人群，形成策划内容；能够借助跨境电商数据分析工具，对产品的转化率进行实时分析，针对市场表现情况，及时优化选品策略	服务意识；有较强的沟通能力；具备对市场热点的敏感度，开发符合市场要求热销产品
运营专员	熟悉电商操作流程；熟悉跨境运营技巧	有一定数据分析能力，能根据各种数据的变化监控和分析电子商务运营状态和问题	具有较强的协调沟通及执行能力；责任心强
客服专员（国内）	熟悉客户服务流程	能够处理客户的咨询问题，包含售前售中售后咨询，客户回访；能够开发新客户	具有较强的沟通协调能力和执行能力；具有很好的客户服务意识；具有良好的抗压能力
国际采购专员（国外）	具备信息处理和信息搜集能力，能对信息真假进行甄别	能对不同国家、区域的品牌及产品信息进行收集和分析。制作提供产品、供应商的选择方案，并符合企业的需求；能根据不同产品及地区特点与供应商沟通，以获取更有利于企业的供应价格，订单货款支付方式，运输方	有良好的适应性和承受工作压力的能力；具备良好的沟通能力、谈判能力和成本意识

		式；能处理基本的英文文书工作	
物流专员	熟悉物流管理、进出口流程	能够完成国际运输并制作物流文件；能够优化物流成本；具备良好的英文应用能力，可熟练处理英文文件	抗压能力强，具备良好的计划、组织、沟通和协调能力
通关专员	熟悉并了解各种货物进出口报关业务及相关业务；熟悉海关，商检、外贸等有关的法律法规及政策，掌握国际贸易，海关通关等方面知识	能够完成进出口货品的报关、查验及各种单证的审核和缮制	具有较强的责任心、事业心，协调、计划及沟通能力
备案专员	熟悉跨境贸易中涉及的备案流程及相关知识	能够独立完成跨境贸易中相关备案流程，能够处理备案过程中相关事宜	工作认真仔细踏实，积极主动，具有良好的沟通表达能力
运营主管	熟悉电子商务结构及产业链运作；熟悉电子商务推广及运营知识	具有成熟的项目管理及协调能力；能够进行跨境电商平台和自建网站的优化和运作的维护；能熟练使用平台站内数据分析工具，根据已上架后的流量和转化率情况作出调整，并制定推广方案，实时更新方案	良好的客户服务意识；具备沟通能力和团队合作意识，能有效和部门进行沟通
营销策划总监	掌握网络营销知识	具备较强的市场分析、营	具备良好的人

	识；掌握营销团队管理方法	销、推广能力；根据营销目标和营销内容确立营销渠道、营销步骤，规划人力、设备等资源投入，并根据以上内容进行营销策划的成本核算	际沟通、协调能力；具有较强的创造性思维；具备统筹分析及洞察力，能够对营销策划的渠道和内容进行设置
客服主管 (国内)	掌握客户管理知识；熟练使用客户管理系统软件、掌握客户大数据分析知识	了解客户服务需求信息，进行有效跟踪，做好售前、售后指导和服务工作；能够管理客服部门工作	具有较强的沟通协调能力和执行能力；具有很好的客户服务意识；具有良好的抗压能力
网络编辑	了解市场营销、品牌推广知识	擅长网络编辑或销售型文案写；善于做数据分析和用户行为分析	沟通能力强，逻辑思维能力强
网站开发专员	熟悉 PHP 常见开发框架、Html、javascript、Ajax、CSS 等知识	能够完成网站的设计、建设及日常维护与更新；具备良好的代码编程习惯及较强的文档编写能力；有较强的分析能力	沟通能力强，逻辑思维能力强；具有较强的团队意识、高度的责任感，对工作积极严谨
网页设计师	有扎实的美术基础；熟练掌握 Photoshop，dreamweaver，flash，fireworks、	Photoshop, dreamweaver 等设计软件；具有较强的审美能力和深厚的美术功底基础	有创新意识，逻辑思维能力强

	Illustrator 等平面设计软件使用		
--	-----------------------	--	--

（五）职业资格和行业规范要求情况

至少获得以下一项相关的职业资格证书或职业技能证书（一般为推荐），证书如下：

表 5-1 跨境电子商务专业面向的职业岗位

序号	职业资格证书名称	等级	颁证机构	考证要求 (必考/选考)
1	助理跨境电子商务师	中级	工业和信息化部 教育与考试中心	选考证书 (推荐)
2	跨境电商 B2B 数据运营职业技能等级证书	中级	阿里巴巴(中国) 教育科技有限公司	试点院校可考
3	跨境电子商务师	中级	工业和信息化部 教育与考试中心	选考证书
4	跨境电商 B2C 数据运营职业技能等级证书	中级	阿里巴巴(中国) 教育科技有限公司	试点院校可考
5	报关员资格证书	无等级	中华人民共和国 海关总署	选考证书 (推荐)
6	外贸单证员	无等级	商务部中国国际 贸易学会	选考证书

（六）中高职学校课程设置情况

1. 相关院校的培养目标

跨境电商专业培养具有良好的思想道德素质，德、智、体、美全面发展，主要面向商贸类企业，培养通过跨境平台从事网络营销、网店运营和跨境物流等跨境贸易相关工作的人才。该培养目标需掌握跨境电商的基本理论和职业综合能力，尤其是平台操作和数据统计分析以及物流发货等相关业务技能；熟悉主流跨境电商平台的规则以及中国跨境贸易的政策法规；具有良好的外语水平和计算机应用能力；具有敬业精神、创新精神和较强实践能力，能够适应跨境行业 and 外贸市场需要，并在实践中逐渐成长为跨境电商专业的高素质复合技能型人才。

2. 课程体系结构

表 6-1 跨境电子商务专业各类课程学时与学分比例分析表

课程属性	课程性质	课程模块	小 计		小 计	
			学 分	比 例	学时	比 例
公共基础课程	必修课	思想政治理论模块	9	6.47%	176	6.90%
		通识课程模块	25	17.99%	508	19.91%
		公共实践课模块	4	2.88%	0	0.00%
	公共选修课	公共选修课模块	8	5.76%	128	5.02%
合 计			46	33.09%	812	31.82%
专业（技能）课程	必修课	专业群平台课模块	14	10.07%	224	8.78%
		专业基础课模块	15	10.79%	240	9.40%
		专业核心课模块	23	16.55%	368	14.42%
		专业实践课模块	29	20.86%	716	28.06%
	专业选修课	专业限选课模块	6	4.32%	96	3.76%
		专创赛证融通课模块	6	4.32%	96	3.76%
合 计			93	66.91%	1740	68.18%
总 计			139	100%	2552	100%
实践教学学时			1660			
实践教学学时占总学时比（%）			65.05%			
公共基础类课程学时占总学时比（%）			31.82%			
选修课学时占总学时比（%）			12.54%			

（七） 学生学习状况

从人才学历层次分布情况来看，进出口企业人才学历分布趋于一致，目前跨境电商企业人才学历层次主要集中在本科、高职两个学历段，其次是研究生学历及中职等其他学历段的人才，其中出口人才学历分布比例分别为 45%、32%、

7%、2%；进口人才学历分布比例分别为 42%、34%、14%、4%。

从目前跨境电子商务人才学历层次分布来看，这与国内高校的教学内容和跨境电子商务人才所需的知识结构是相符合的。由于跨境电子商务企业普遍对从业人员实践操作能力和语言水平等方面的要求较高，因此在整体人才需求中以本科和高职人员为主。

（八） 调研结论

1. 人才需求

跨境电子商务贸易在快速发展的同时，逐渐暴露出复合型跨境电子商务人才缺口严重等问题。跨境电子商务人才缺乏主要是因为：一是语种限制。目前做跨境电子商务的人才主要来自外贸行业，以英语专业居多，一些小语种电商人才缺乏。二是专业经验缺乏。跨境电商行业的人才不仅要了解各大平台的交易规则和交易特征，还需要具备一定的前置平台管理和运营经验，即需要熟悉主流跨境电商平台的操作方法和相关平台工具。三是综合能力要求高。从事跨境电子商务业务的人才除了上述的限制外，还要了解国外市场的特点、消费习惯和宗教信仰文化等。此外，该类人才还需要具备除基础营销类和管理类知识之外的诸如数据分析，网站建设等实践性强的技术知识。因此，跨境电子商务人才缺乏已经成为业内常态。

2. 培养目标

本专业培养思想政治坚定、德技并修、全面发展，具有一定的科学文化水平、良好的职业道德和工匠精神；掌握国际贸易跨境电子商务理论与跨境电子商务营销推广、跨境电商产品开发、跨境电商运营及跨境电商客服等岗位基础知识与专业技能；熟悉相关法律、法规政策与平台规则；具备认知能力、合作能力、沟通能力、业务开展能力和国际视野创新创业能力；面向进出口业务、外贸企业管理、国际经济技术合作和跨境电商等领域，能够从事跨境电商营销推广、跨境电商产品开发、跨境电商运营、跨境电商客服等工作的高素质技术复合型人才。

3. 课程设置

专业核心课程与职业资格考证及职业技能竞赛内容分析：

表 8-1 跨境电子商务专业职业能力核心课程分析表

课程类型	课程名称	课程目标	主要教学内容	教学要求
专业核心课程 (共 8 门)	跨境电商产品开发	素质能力：具备跨境电商选品的基本职业道德；对境外客户有一定了解，并能包容、合理应对各种买方行为。 知识目标：掌握使用第三方选品工具如 Google、Trends、Jungle、Scout、Amaze Owl 等进行产品分析；掌握相关数据化选品及其他国外创新选品方法；能够进行差异化选品分析，对产品进行全面评估；掌握产品选择的渠道及供应商寻找及询价方式等。 能力目标：能独立完成跨境电商选品及产品的信息化工作；能合理设置跨境电商产品价格、完成产品刊登和发布。	1. 认知产品开发，掌握产品开发的价值逻辑、原则和方法； 2. 跨境电商三大平台的站内选品方法； 3. Google Trends、Jungle Scout、Merchantwords、Keepa 等第三方选品工具的功能特点及相关内容。	在“理论教学+课堂互动+课内外实训+探究拓展”的教学模式中，采用课堂讲授、实践教学、网络教学、自主学习等，进行线上线下综合学习；采取期末考核+过程考核分别占 40% 和 60% 权重比的形式进行课程考核与评价。
	跨境电商运营与管理	素质目标：具有良好的沟通能力与团队协作精神；具有提出问题、分析问题及解决问题的能力；具有吃苦耐劳和良好的抗压心理素质。 知识目标：掌握跨境电商开店的必备理论知识和基本流程；能够使用互联网技术或各种商务网络平台帮助跨境企业完成店铺产品发布、企业库存管理、产品运营、店铺推广、订单处理等过程。 能力目标：具备电子商务操作能力、管理能力、维护能力和综合运用电子商务进行经济活动的能力。	1. 进货渠道选择； 2. 注册店铺； 3. 店铺装修； 4. 产品上架； 5. 线上线下管理； 6. 店铺运营推广； 7. 物流配送； 8. 售后服务； 9. 店铺数据分析。	通过讲解、演练与课内外实践活动，更好地掌握跨境平台开店、运营等基本理论，建立起电子商务网店平台并开展电子商务业务，具有对网店运营、网店推广等技能的实际运用和操作能力；采取期末考核+过程考核分别占 40% 和 60% 权重比的形式进行课程考核与评价。
	跨境电商直播	素质目标：培养学生较好的审美思维，具备良好的视觉观察力，具备创意思维能力； 知识目标：熟悉直播设备和场景的选择方法、直播带货的	1. 摄影与直播的基本知识； 2. 摄影与直播的设备使用技巧； 3. 直播流程；	担任本课程的老师应具备扎实的专业知识，有一定的跨境直播主流平台的运营实践经验，能够理论联系实际

	播	金法则和粉丝经营策略等;了解摄影的基本技巧;掌握主流直播平台相关直播软件的应用技巧。 能力目标:拥有对光、影、物方位与美的感知能力;能根据店铺定位,对产品及品牌进行直播营销设计,并能够体现产品及品牌的风格;能准确的设计直播营销策划方案;具备初步的直播脚本设计能力、直播内容演示能力,初步的开播准备和下播复盘能力。	4.直播脚本编写; 5.摄影项目实训; 6.跨境电商直播内容策划; 7.跨境电商直播实战。	开展教学;能够“以学生为中心”的建构主义教学理念,进行混合式教学。同时融入“以赛促教”、“教赛结合”的形式,让学生掌握本课程知识与技法并灵活运用,培养学生学习自主性、创造性和成就感;采取期末考核+过程考核分别占40%和60%权重比的形式进行课程考核与评价。
	国际贸易基础	素质目标:培养学生的团队合作能力和沟通能力;解决实际问题的综合工作能力,及一定的管理能力。培养学生良好的心理素质,培养学生处世为人的良好素质,培养学生的热爱中华民族与文化、爱国的情操和尊重、互利的国际交往能力,培养学生良好的人生目标和发展潜力。 知识目标:掌握国际贸易理论与实务的基础知识;具备对国际贸易宏观政策措施的分析能力;能够进行贸易磋商与合同订立的业务;掌握各种国际货款结算业务流程;熟悉基本的进出口业务流程。 技能目标:掌握国际贸易基本理论,模拟签定出口合同或履行合同;掌握交易磋商和订立外贸合同的方法,掌握出口和进口贸易的操作方法,具备独立从事国际货物买卖的工作能力;掌握贸易的洽谈和函电往来、合同签订、相关单证的缮制等等,基本能够胜任审单审证、货代服务、了解报关、报检索赔等工作。	1.国际贸易理论 2.进出口业务 3.合同磋商 4.国际贸易条款 5.贸易术语 6.信用证的开立及审核 7.单据制作与审核	要求担任本课程的老师具有国际贸易专业背景,能够胜任国际贸易中各场景的模拟教学。教学中凸显工作案例实训的特色,使学生在项目任务通过团队合作来沉淀职业品质,提升专业素养。根据岗位业务要求,采用恰当的分析方式,正确分析业务数据,诊断业务状况,提出业务优化建议。教学方法主要有PBL项目教学法、任务导向法、案例讨论法等。主要训练途径有实训题库模拟训练、工作情景模拟跟进、企业顶岗实习等。课程采取期末考核+过程考核分别占40%和60%权重比的形式进行课程考核与评价。

	国际市场推广	素质目标：具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感；遵守法律，遵规守纪，具有社会责任感和社会参与意识；具有质量意识、安全意识、信息素养、全球视野、市场洞察力和创新思维；具有一定的信息、审美和人文素养。 知识目标：掌握现代国际市场推广的基本原理，具备国际市场推广实战能力；了解海外市场消费者和国际市场的基本特点；能够根据企业的市场定位与经营方向，选择适当的推广平台；能熟练的使各种海外社媒平台进行推广；在推广过程中，能根据推广方案进行情况反馈，适时调整货品结构、价格策略、图文设计等。 能力目标：具备计算机应用能力；具备全球互联网营销思维、学习新事物的能力；具备针对不同社交媒体制定不同的社交媒体营销计划的能力；搜索引擎营销工具的操作能力；具备善于利用互联网工具和创新方法的素质。	1. 海外社交媒体营销概述； 2. 海外社交媒体营销的定位和营销计划； 3. Facebook 推广； 4. Youtube 推广； 5. Twitter 推广； 8. SEO 搜索引擎推广； 9. SEM 搜索引擎推广。	本课程的教师要有海外媒体运营的实战经验，熟悉主流的海外社交媒体营销。力求做到科学性、先进性与实用性相结合，注重理论知识和实践技能的有机结合；以对应于职业岗位的知识与技能要求为目标，以“必需、够用、实用”为重点，力求做到简明扼要、由浅入深、循序渐进、实用有效；采取期末考核+过程考核分别占 40%和 60%权重比的形式进行课程考核与评价。
	跨境电商英语	素质目标：注重文化差异，充分了解目标客户群体的文化习俗和商业传统；分析问题、解决问题的能力；正确的国际贸易观念、法制惯例观念。 知识目标：初步掌握跨境电商基础岗位的基本英语专业术语、表达法和基本沟通技能；熟悉跨境电商策划、组织、实施和管理基本流程中常用的词汇和句式；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法。 能力目标：具备用英语开展跨境电商产品描述的能力；具备用英语开展跨境电商营销推广	1. 跨境电商平台常用英语词汇介绍； 2. 跨境电商营销英语话术 3. 跨境商谈 4. 跨境采购常用词汇与句式	本课程的教师要有英语语言学习或海外留学等相关语言背景，能够注重理论教学与实践训练的统一，采用讲授法、多媒体辅助法、讨论法、自学指导法、示范法、实地操练法等教学方法使学生掌握所需的知识和能力，养成必须的职业素养；采取期末考核+过程考核分别占 30%和 70%权重比的形式进行课程考核与评价。

		的能力；具备利用英语开展跨境电商售前、售中和售后交流的能力。		
	国际商务文化与礼仪	素质目标：了解不同文化的差异，拓宽学生对世界的认识；增强学生对我国传统文化的认同感和自信感。 知识目标：了解并掌握跨文化交际理论知识；客观、全面和系统地认识国文化特点，避免文化冲突；掌握各国商务交际中的语言和行为等交际差异；了解东西方主要的文化差异表现。 能力目标：掌握跨文化沟通的方式与方法；掌握与他人进行有效沟通的技巧；具备进行国际商务交谈的能力。	1. 跨文化交际概述 2. 文化价值取向 3. 中西商务交往差异与跨文化交际情景 4. 国际商务礼仪	本课程的教师应具备跨文化背景学习或工作经验，注重理论教学与实践训练的统一，采用讲授法、多媒体辅助法、讨论法、自学指导法、示范法、实训实战法等教学方法使学生掌握所需的知识和能力，养成必须的职业素养；采取期末考核+过程考核分别占 40%和 60%权重比的形式进行课程考核与评价。
	跨境电商综合实战	素养目标：具有健康的体魄、心里和健全的人格，具有良好的行为习惯和自我管理能力；具有一定的信息、审美和人文素养；具有一定的经营思维、消费思维、创新思维。 知识目标：了解跨境电子商务业务的全流程；具备开设跨境网店的能力；掌握正确选品与数据分析的基本方法；具备店铺运营与管理的知识。 能力目标：具备跨境电商全流程操作的能力，在实战中能够及时发现时机、优化策略，不断优化实战结果。	1. 跨境电商网店开设； 2. 跨境电商选品； 3. 跨境电商上架产品； 4. 跨境电商日常运营与管理； 5. 跨境电商推广； 6. 跨境电商数据分析； 7. 跨境电商创业。	以项目教学法为主，通过大量的跨境电商实战案例学习基础理论；通过实训让学生掌握跨境电商全流程基本内容；通过实战训练，锻炼学生能力；采取期末考核+过程考核分别占 40%和 60%权重比的形式进行课程考核与评价。

4. 教学方式方法

本专业按照跨境电子商务外贸业务流程设置专业课程，根据核心外贸工作岗位要求设置课程内容；采用理论加实践的形式，以跨境电商业务流程为主线，以核心工作岗位人才需求组织开展核心课程内容教学。教学模式广泛采取理论与实践教学一体化、多媒体教室与实训室一体化。教学内容采用企业的真实项目，实现以“一体化、开放式”、“能力进阶项目导向式”等为主要的教学模式，教学

过程体现“做中学、做中教”，学生通过完成工作任务的行动，获得国际贸易的相关知识和技能，提升职业能力，提高人才的培养质量。

跨境电商专业必须有该专业的毕业生职业生涯发展路径。基本格式见下表：

表 8-2 跨境电子商务专业职业生涯发展路径

发展阶段	就业岗位									学历层次		发展年限（年）
	岗位属性	操作岗位				技术岗位				高职	本科	
		1	2	3	4	1	2	3	4			
I	基础岗位	外贸业务助理	运营助理	推广助理	客服助理	网页设计师	商品拍摄助理	仓库管理专员	产品开发助理	√		0.5-1
II		外贸专员	运营专员	推广专员	客服专员	网页制作工程师	美工	物流助理	产品企划专员	√		1-2
III	管理岗位	外贸区域经理	运营组长	营销总监	客服主管	网站设计师	产品设计总监	物流专员	产品开发主管		√	2.5
IV		外贸经理	运营经理	海外事业部总经理	大客户经理	网站搭建工程师		物流项目经理	产品经理		√	3-4
V			平台负责人								√	5

注：1. “发展阶段”应依据国家、行业企业的有关规定以及调查分析确定，将职业发展分为若干个阶段，阶段数量因各专业的具体情况而不同。

2. “就业岗位”的分类仅供参考，各专业可以自行分类。

3. “学历层次”只是要明确高职、本科对应的层次。

（九）对策与建议

1. 学校人才培养需与社会需求协同，可新设跨境电子商务专业

通过以上分析可知，随着我国跨境电子商务的快速发展，各类企业对跨境电子商务人才需求越来越大，企业紧缺通晓电子商务知识、熟悉电子商务的推广与

运营，还要知晓国际贸易、国际物流、跨境支付、跨国文化交流等相关知识，同时也需要有良好的外语沟通能力和国内外相关产品行业的营销背景的复合型人才。

目前高职院校为跨境电子商务企业输送人才的专业主要包括电子商务专业、国际贸易实务专业、国际商务专业、商务英语专业、市场营销专业等，而这些专业毕业生所具备的职业素质与能力与企业需求存在着本质的差距，还不能够适应跨境电子商务岗位对专业技能的新要求。

项目组认为，跨境电子商务行业的人才需求与高职教育人才培养并不完全协同，这需要高职院校及时根据跨境电子商务产业发展态势优化专业结构，以体现专业结构调整的前瞻性，建议在普通高等学校高等职业教育（专科）专业目录中新设跨境电子商务专业。

项目组认为，跨境电子商务人才培养目标是明确的，即具有跨境电子商务平台操作能力、国外客户开发、维护与管理能力、自我学习、自我提升能力等，这些能力与国家要求的职业教育人才培养定位相一致，即职业教育重在培养技术技能型人才。跨境电子商务的人才需求与高职教育人才培养目标匹配度比较高，高职院校开展跨境电子商务专业是完全可行的。

2. 课程开发需融合商务、管理、技术知识，加强复合型人才培养

本报告对于学校课程建设方面，主要有以下几点建议：

一是对于课程体系，可构建“区域化、动态化、层次化”的课程体系，区域化主要体现在院校可以根据其所在区域的跨境电子商务实际情况，有针对性地去开发涉及相关国家文化、风俗等知识类的课程；动态化主要体现在跨境电子商务发展迅速，需要定期对课程内容进行优化和更新；层次化主要体现在课程先后的衔接性，匹配跨境电子商务行业从业人员的职业发展规律。

二是对于课程资源开发，需要整合各种资源，校企共同开发专业课程和教学资源，给学生创造实训实践、接触实际工作的良好资源环境，全方位推动理论联系实际，切实促进产学结合，全面提高学生的综合素质和实际应对能力，并能在各方面迅速适应社会。

3. 实训基地建设需强化产教深度融合，强化学生工匠精神培养

跨境电子商务专业在人才培养过程中，对学生的实践能力要求较高，对于跨

境电子商务来说，一方面是学生无法在阿里巴巴速卖通、亚马逊、敦煌网、中国制造网等跨境电子商务平台上直接进行真实的开店操作，无法了解真实的跨境电子商务平台的运营流程；另一方面是部分岗位的工作需求，尤其是出口类企业提供的工作岗位需要从业人员了解、注册并操作海外的社会化媒体平台（如 Facebook, Twitter 等）、海外搜索引擎和部分第三方插件工具以便有效开展海外营销的课程体验活动，而目前国内用户在注册并操作以上平台还受到很多限制，学生无法直接接触并进行实践性操作。因此本报告对于高校在实训基地建设方面，主要有以下几点建议：

一是校企共建实训基地。产教融合是确保职业教育人才培养质量和有效性的根本，由于跨境电子商务专业的教学对实践平台和实践内容有着更高的要求，因此有条件的院校可积极争取地方政府支持，整合政企校多方资源，充分调动企业参与的积极性，共同打造一个资源共享、产学研合作的实训基地，为学生提供一个可操作性强的实训平台。

二是积极引进企业真实项目开展教学。在实践过程中，需坚持工学结合、德技并修，一方面在校企共建实训基地基础上，院校可以利用企业提供的跨境电子商务平台账号进行实践，提高教学效果。为适应跨境电商模式的快速发展，院校也可根据自身实际情况和市场发展方向选择部分拥有跨境新兴商业模式模拟平台的企业进行合作；另一方面需加强企业导师对学生的培养，不仅能提高学生的实践能力，更能够提升学生对真实跨境电子商务行业的认知。

4. 创新创业教育需整合多方资源，营造良好育人环境

基于调研结果分析可知，跨境电子商务出口类企业对人才的素养要求集中在思维能力、沟通服务意识、创造性思维、创新能力和执行能力、责任心等方面，进口类企业对人才在素养方面的要求也集中在人际沟通、客户服务、团队合作、创新意识等方面，这要求学校对跨境电子商务人才培养加入更多的创新、创意、创业元素。目前来看，跨境电子商务企业大部分是中小企业，分布在各行各业集中度不高，校企合作难度与内贸相比明显加大。

通过对跨境电子商务岗位分析和企业访谈可以得知，学生参与跨境电子商务创新、创业训练有两个方向，一是跨境电子商务零售平台自主创业，二是跨境电子商务第三方服务外包企业项目，如：跨境商品优化和跨境店铺运营等。

实施跨境电子商务创新创业教育，一是在师资上采用企业专家和学校教师双重负责制，共同负责创业咨询、创业培训、项目选择、创业团队组建及创业大赛辅导等；二是在实践场地的建设上需要政府和行业应整合资源，实现行业企业与院校的合作，这为跨境电子商务创业训练创造更多更好的机会和平台，也为跨境电子商务校企合作提供了新的契机；三是项目由跨境电子商务知名企业专家、跨境电子商务专业多年教学经验的教师、跨境电子商务专业学生精英组成跨境电子商务创新创业实战团队，全程参与跨境电子商务企业真实项目进行实践性学习成果的检验；四是要结合跨境电子商务创业训练和相关比赛，让学生在创业过程中得到企业一线专家的指导，企业也可以通过学生的创业过程了解学生的实际操作能力，并为院校提供进一步的人才培养意见和建议。同时，企业也可此过程中发现合适的人才并提供就业机会，真正实现校企的紧密合作；五是各院校应在机制上提供更多机会鼓励学生参赛，推进校企合作。通过实战化的校企合作及创业型的跨境电子商务大赛等实践活动，让跨境电子商务人才的能力和素养在实践中得到提升。

5. 师资队伍建设需专兼结合，提高团队教育教学能力

基于调研结果分析可知，跨境电子商务对知识的要求跨度较大，涉及到语言、技术、营销和商务等各方面，这就要求教师团队也需具备多学科知识的专业背景，而原有的师资知识储备较难满足新专业的要求。部分高职院校为适应社会经济发展先后增设了许多跨境电子商务相关的课程，但普遍缺乏具有实践经验的专兼职教师队伍，特别是专任教师大多没有跨境电子商务方面的企业实践经验，无法从电子商务专业教学的领域全面转变过来。而该专业教师参加的相关培训与会议大都停留在理论层面，难以让教师真正进入实践环节，导致授课过程中不可避免地过多依赖书本理论层面进行教学，导致具备跨境电子商务实践教学能力的师资严重短缺。

教师队伍的能力和素质决定教学质量和效果，社会人才需求迫使高校加强跨境电子商务专兼职教师队伍建设。一是要不断充实校内外教师数量，通过校企合作的方式派出校内专任教师到跨境电子商务企业挂职锻炼，同时鼓励专任教师进行跨境电子商务的创业来提高教学质量和水平；二是各院校为专业教师提供相应跨境电子商务实训软件及跨境电子商务平台账户，切实地提高教师的跨境电子商

务实能力。三是院校应出台相关政策鼓励和支持教师走进企业或是自己创业，激发教师提升自身跨境电子商务能力和水平的热情；四是各院校应出台相关政策鼓励和支持从校外知名跨境电子商务企业聘请骨干人员作为兼职教师定期来校进行讲座或参与部分实践教学，与校内专任教师合作进行课程拓展，将一线最新的跨境电子商务技能传授给学生。

附件2

跨境电子商务专业人才培养方案

一、专业名称及代码

- 专业名称：跨境电子商务
- 专业代码：530702
- 所属专业群：财经商贸大类

二、入学要求

- 要求：普通高级中学、中等职业学校毕业或具备同等学力

三、修业年限

- 年限：学制3年，弹性学习不超过6年。

四、职业面向

学段	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 域举例	职业技能等级证书、 社会认可度高的行业 企业标准和证书举例
高职	财经商贸大类 (53)	电子商务类 (5307)	批发业(51) 零售业(52) 互联网和相关服务 (64)	电子商务服务人员 (4-01-06) 电子商务师 (4-01-06-01)	跨境电子商务师;跨境 电商运营专员、跨境网 络营销员、跨境电商客 服专员、跨境电商美工 设计师、跨境电商产品 开发专员等	跨境电商B2B数据运 营职业技能等级证书 (中级) 跨境电商B2C数据运 营职业技能等级证书 (中级) 专业核心技能认证

五、培养目标与培养规格

(一) 培养目标

本专业服务于“粤港澳大湾区”战略布局，面向大湾区培养理想信念坚定，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；掌握本专业知识和技术技能，面向商贸流通业、现代服务业、生产制造业企业的跨境电商运营专员、海外推广专员、跨境电商数据分析专员、跨境电商客服专员、视觉营销设计专员、跨境物流专员等岗位（群），能够从事跨境电商店铺运营、视觉营销设计、海外推广、跨境电商数据分析、跨境电商客户服务及跨境物流管理等工作的高素质技术技能人才。掌握计算机信息技术、跨境电商、网店运营、网店美工、法律法规的基本理论及基础知识，具有利用跨境电商平台开展站内营销和跨境物流活动，适应数字经济、智能经济发展需要，具有跨文化交际能力和跨专业能力的现代财经商贸领域的高素质创新型复合型电子商务高级技术技能人才。

（二）培养规格

本专业学生应在系统学习专业知识并完成有关实习实训基础上，全面提升素质、知识、能力，掌握并实际运用岗位（群）需要的专业核心技术技能，总体上须达到以下要求：

1. 素质目标

- （1）坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，践行社会主义核心价值观；
- （2）具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感；
- （3）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；
- （4）具有感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力，具有一定的审美和人文素养，能够形成一两项艺术特长或爱好；
- （5）掌握有效的学习方法，具有良好的生活习惯、行为习惯和自我管理能力；具有良好的身体、心理素质和克服困难挫折的素质。

2. 知识目标

- （1）具备跨境电子商务平台的基本运营知识，能够独立完成选品分析、店铺注册、产品发布、店铺运营、站内活动策划、店铺数据分析与应用等环节；
- （2）掌握结合产品开发和品牌打造及管理知识，了解店铺产品选择的技巧和店铺品牌的管理方法；
- （3）了解海外推广渠道，认识海外推广的重要性，掌握海外推广策划的相关技巧，能够独立制订海外推广策划方案，能够开展搜索引擎营销、社交媒体营销、广告投放等站外推广活动；
- （4）掌握图形图像以及短视频剪辑等相关软件的应用知识，能够根据要求完成店铺、活动的视觉设计与内容优化；
- （5）熟悉Amazon、eBay、速卖通、Shopee、阿里巴巴国际站等B2C和B2B大型电商的平台规则；
- （6）掌握跨境B2B模式类平台运营、采购交易流程、客户开发、询价报价、海外货运等相关知识；
- （7）熟悉跨境电子商务物流方案和相关流程，能够完成产品采购、仓储、发货、服务商管理、进程跟踪、物流数据分析、异常处理、风险预警等相关物流和仓库运营的环节；
- （8）掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的政治理论、中华优秀传统文化、应用文写作、经济应用数学、外语（英语等）等文化基础知识，具有良好的科学素养与人文素养，具备职业生涯规划的思维。

3. 能力目标

- (1) 具有良好的跨文化沟通和外语表达能力，能够与海外客户进行有效沟通，更好地完成客户服务、；
- (2) 具备良好的学习能力、表达沟通能力和团队合作精神，具有批判性思维、创新能力和创业能力；
- (3) 具备B2C和B2B的独立店铺运营能力，能够独立进行产品开发、上架和优化活动；
- (4) 掌握海外营销推广的技巧，能够利用站内外的相关推广工具独立进行产品和品牌的推广营销活动；
- (5) 熟悉跨境电子商务物流环节的各项内容，能够熟练使用相关物流管理工具，独立负责物流渠道选择和货运管理的环节。
- (6) 具备使用图像和视频等相关处理工具进行图片和短视频美化的能力，能够独立完成店铺产品和宣传视频的拍摄、剪辑和美化任务。
- (7) 具有探究学习、终身学习和可持续发展能力。

六、课程设置及要求

（一）人才培养模式

以行业需求为导向，结合跨境电子商务的发展趋势，旨在培养具备国际思维和实践能力的跨境电商人才。将人才培养与产业需求高度契合，开展现代学徒制培养，立足职业教育特征，构建职教本科等多层次纵向贯通的人才培养体系。校企深度合作，构建产业与专业群、技术与课程体系、业务与实践教学体系、企业专家与双师队伍建设、岗位与就业体系、国际业务与国际化人才培养等“六对接”的创新人才培养模式。

1. 校企共建产业学院，实现产业与专业群对接

联合行业领军企业共建产业学院，为学生提供真实业务和环境的实训；开展现代学徒制培养，重点研究大数据、云计算、人工智能等前沿技术在跨境电子商务行业的运用，在人才培养和技术技能服务等方面契合跨境电商的发展，助力跨境电商成为经济的增长点。

2. 深化引企入教，实现技术与课程体系的对接聚焦大数据、云计算、人工智能等新技术，改造传统课程，开发新课程，注重培养学生的财经、计算机、互联网思维和能力。按照书证融通、课证融通的思路，对专业相关等课程进行改造和重构，实现学历教育证书与职业技能等证书相融通。利用虚拟仿真、大数据等技术，建成一批技术含量高、共享程度高、辐射带动力强的在线开放课程群、资源群。

3. 开展生产性实习实训，实现业务与实践教学体系的对接

与多家企业共建共享生产性实训基地，优化和完善行业真实场景的实训基地，让学生在真实情境中掌握知识，缩短理论知识与实际操作的距离，形成智能化的实践教学体系。

4. 利用企业培训资源，实现企业专家与双师队伍建设的对接

推动与大中型企业合作建设“双师型”教师培养培训基地，实施高层次人才“特聘培组”计划，引进企业领军人才，培育专业带头人和骨干教师，组建高水平的教产学研创新团队。产学研结合，定期安排专业教师下企业实践和挂职锻炼，培养教师“一专多能”，聘请行业企业大师名匠兼任任教，组建具有高超技术的高水平双师队伍。

（二）课程体系设计

1. 课程设计及实现路径

基于人才培养模式，实现文化与技术双赋能，通过素养培育与技术培育的实现过程，完成职业发展能力的培养。开发契合产业升级带来的新技术、新岗位、新业务，推进专业课技术赋能升级换代，推动技术赋能课程及课程内容逐步提高。以课程思政为引导，将思政元素、职业素养、学校文化，跨境电商文化的精神内涵融入专业课程，培养高素质复合型职业人才。素养能力的培养通过公共基础课程、跨境电商职业显性素养课程和隐性素养课程（课程思政），实现职业素养的培养。为了更好地实现跨境电商时代对于跨境电商从业人员的各项要求，课程体系的技术路径通过显性技术课程（跨境电商多平台推广、跨境电商产品开发与创业实践、商品拍摄等）和隐性技术课程实现。隐性技术课程将智能技术与理论课程融合，以跨境电商业务场景为载体，以技术实现为手段，实现“跨境电商业务+智能技术”的课程体系设计。

2. 专业课程体系设计思路

跨境电商专业面向就业岗位为跨境电商美工、跨境电商运营专员、跨境电商客服专员岗位，同时可以适应跨境电商营销与活动策划、跨境电商产品开发的工作需要。在培养学生基本职业素质的基础上，通过跨境电商实务等课程完成对跨境电商客服岗位职业能力和跨境电商运营的基本业务处理能力的培养；通过跨境电商物流管理等课程强化对跨境电商整体运营的了解，通过跨境电商商品拍摄等课程培养学生对上架商品美的认识，完成跨境电商美工岗位的职业能力培养；通过跨境电商多平台运营综合实训课程完成跨境电商营销与活动策划的职业能力培养。由于跨境电商美工、跨境电商运营专员、跨境电商客服专员岗位职业能力呈现递进趋势，所以课程体系对于职业能力培养亦呈现逐级递进趋势。

3. 实践教学体系设计

实践教学体系基于岗位核心工作能力设计，按照单项技能训练、岗位综合能力训练和平台操作训练递进的顺序设计。对于每一门专业课程，均以工作任务为导向，完成单项技能训练。通过平台模拟实现对岗位综合能力的训练，在平台独立运营店铺、分析数据、调整营销策略等完成实操训练。

（三）课程描述

1. 公共基础课程

序号	课程名称	学分	学时	课程目标	主要教学内容
1	思想道德与法治 (一) - (二)	3	48	1.帮助学生理解马克思主义世界观、人生观、价值观、道德观和法治观的基本原理。 2.帮助学生筑牢理想信念之基，培育和践行社会主义核心价值观，引导学生尊重和维护宪法法律权威，帮助大学生提高思想道德素质和法治素养，成长为自觉担当民族复兴大任的时代新人。	针对新时代大学生成长过程中面临的思想和法律问题，主要包括马克思主义人生观、理想信念、中国精神、社会主义核心价值观、社会主义道德观特别是职业道德教育、中国特色社会主义法治观教育等内容。
2	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	48	1.帮助学生理解习近平新时代中国特色社会主义思想的重大意义、科学体系、丰富内涵、精神实质、实践要求。 2.引导学生深刻理解习近平新时代中国特色社会主义思想贯穿的马克思主义立场观点方法。 3.帮助学生增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”。	主要讲授习近平新时代中国特色社会主义思想及其历史地位、新时代坚持和发展中国特色社会主义的总目标总任务、“五位一体”总体布局、“四个全面”战略布局、全面推进国防和军队现代化、中国特色大国外交、坚持和加强党的全面领导等内容。
3	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	32	1.帮助学生准确把握马克思主义中国化的历史进程和理论成果，理解毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观、习近平新时代中国特色社会主义思想是一脉相承又与时俱进的科学体系。 2.引导学生深刻理解中国共产党为什么能、马克思主义为什么行、中国特色社会主义为什么好，坚定“四个自信”。	以马克思主义中国化为主线，主要讲授马克思主义中国化理论成果的主要内容、精神实质、历史地位、指导意义和实践要求，包括“毛泽东思想”、“邓小平理论”、“三个代表”重要思想、科学发展观和“习近平新时代中国特色社会主义思想”三个部分。
4	形势与政策（一） -（六）	1	48	帮助学生准确理解党的理论创新最新成果、国内国际形势及党和国家决策部署，引导学生正确认识世界和中国发展大势，正确认识中国特色和国际比较，正确认识时代责任和历史使命，正确认识远大抱负和脚踏实地，坚定“四个自信”。	主要讲授党的理论创新最新成果，新时代坚持和发展中国特色社会主义的生动实践，马克思主义形势观、政策观、党的路线方针政策、基本国情、国内外形势及其热点问题。
5	劳动教育（一） -（二）	1	16	1.提高学生的劳动能力，丰富学生的劳动知识技能，增强学生劳动创新创造技能。 2.教育引导树立树立正确的劳动价值观、崇尚劳动、尊重劳动，培养学生爱岗敬业的工务劳动、勤工俭学、社会实践、志愿服务态度，增强学生责任意识，提升学生职业素养。	通过有目的、有计划地组织学生参加日常生活劳动、生产劳动和服务性劳动，实现技术赋能。学生通过自我劳动、义务劳动、勤工俭学、社会实践、志愿服务、企业实践等，让学生动手实践，出力流汗，接受锻炼，磨炼意志。

序号	课程名称	学分	学时	课程目标	主要教学内容
6	体育与健康(一)- (四)	6	120	通过合理的体育教育和科学的体育锻炼过程,达到增强体质、增进健康和提高学生体育素养,养成良好的行为习惯,形成健康的生活方式,培养良好的体育道德和合作精神。	健身运动的基本方法和技能;常见运动创伤的处理方法,体能测试和评价体质健康状况;全面发展体能的知识与方法;人体需要的健康营养食品等。
7	大学生心理健康教育(一)-(二)	2	32	使学生明确心理健康的标准及意义,增强自我心理保健意识和心理危机预防意识,掌握并应用心理健康知识,培养自我认知能力、人际沟通能力、情绪调控能力,挫折应对能力、自我调节能力,切实提高心理素质,培养学生自尊自信、理性平和、积极向上的健康心态,促进学生心理健康素质与思想道德素质、科学文化素质协调发展。	心理学有关理论和基本概念;心理健康的标准及意义;大学阶段人的心理发展特征及异常表现,自我调适等基本知识;心理调适技能、自我探索技能、环境适应技能、生涯规划技能、学习发展技能等。
8	大学生职业生涯规划	1	16	使学生能正确认知自我,了解职业环境和社会需求,树立正确的择业观,掌握求职技巧,提高自身的就业竞争力和职业素养。	职业生涯规划步骤;自我认知的霍兰德人职匹配测试法、MBTI人格特征测试法、技能测试方法以及价值观测试方法和职业测评法;职业认知的生涯人物访谈法、招聘信息分析法;职业目标确立的SMART原则和目标的树型分解法;就业信息的搜集渠道和方法、求职材料的制作和投递方法、笔试及面试流程及技巧;求职过程中常见的侵权、违法行为;就业形势、了解就业政策法规。
9	就业指导	1	16	使学生认识自己,了解职业特性、专业要求和就业形势,帮助学生树立正确的职业理想和择业观念,合理规划自己的职业生涯;通过职业意识的训练与指导,掌握求职择业技巧,提高就业能力和职业素养,为择业、就业和自主创业做好充分的准备。	自我认知的途径和方法;了解职场的元素,认识职场的途径和方法;理解职业生涯规划及做好职业生涯规划对自己学业和人生事业的重大意义;现实的就业形势与政策法规;就业信息搜索方法,求职择业的方法与技巧;就业心理问题自我调适的方法和技巧;入职面试、笔试等的技巧和原则。
10	创新创业教育 (一)-(二)	2	32	使学生掌握创新思维、创新技法和创业基础知识,提升团队协作能力,提升团队合作和管理、增强创新意识、提高综合素养等方面关键能力,培养学生主动适应国家社会发展和人的全面发展需求,正确理解创新与职业生涯发展的关系,树立正确的价值观和就业观。	创新意识的含义、作用及类型;创新与创业的关系;常见的创新技法;创业所需的基本知识;创业者的人格特质;创业精神的内涵和培养方式;创业构想及产生途径;创业团队的概念、成长特征,团队的冲突管理和制定方法;商机识别的主要影响因素和识别过程;商业风险的类型和防范方法;股权融资与债权融

序号	课程名称	学分	学时	课程目标	主要教学内容
					资,握融资的渠道,熟悉融资的过程等。
11	军事理论与技能训练	3	128	使学生掌握基本军事理论,增强国防观念,国家安全意识,初步掌握我国军事理论的主要内容等知识和军事训练等技能,培养学生学习和独立思考的能力,增强学生的参军报国想法、国防观念、国家安全意识,弘扬爱国主义精神,传承红色基因等方面关键能力,提高学生国防综合能力方面的职业素质。	国防、现代国防含义及类型,我国国防历史和现代化国防建设的现状;国家安全的内涵和原则、世界军事及我国周边环境;军事思想的形成和发展过程,我国古代军事思想、毛泽东军事思想、邓小平和江泽民新时期军队建设思想、胡锦涛国防和军队建设思想以及理解习近平强军思想的科学内涵和主要内容;战争的内涵、特点、发展历程,新军事革命的基本内涵、发展演变,机械化战争、信息化战争的形成、主要形态、特征、代表性战例和发展趋势;各国信息化作战平台的发展现状;信息化杀伤武器对现代战争的影响。
12	应用文写作	2	32	使学生掌握职场公务应用文和个人交际应用文的基本技能,包括通用类文书、党政机关、商务活动文书、契约文书等文种写作理论和写作技巧、文档处理技能,提升逻辑思维、品读、分析、书面交际等方面关键能力,形成具有较强政治素养、恪守法规意识、务实严谨、规范写作的职业素质。	了解应用文的性质、特点、写作基本要求;区别应用语体与文学语体的不同;职场公务处理和个人交往活动中“必需、够用”文种的写作基本理论、写作技巧;能写作规范的应用文;运用各类文种处理事务,解决实际问题。
13	大学英语(一)-(二)	4	64	促进学生英语学科核心素养的发展,培养具有中国情怀、国际视野,能够在日常生活和职场中用英语进行有效沟通的高素质技术技能人才。	英语语音、词汇、语法、语篇和语用知识;英语听、说、读、看、写、译技能;识别、运用恰当的体态语言和多媒体手段;根据语境运用合适的策略,理解和表达口头和书面话语的意义,有效完成日常生活和职场情境中的沟通任务等。
14	数字素养与技能	2	32	使学生掌握常用的工具软件和信息化办公技术,了解云计算、大数据、人工智能、物联网、区块链、虚拟现实与元宇宙等新兴信息技术,具备支撑专业学习的能力,能在日常生活、学习和工作中综合运用信息技术解决问题等技能;提升学生信息意识、计算思维、促进数字化创新与发展能力,树立正确的信息社会价值观和责任感,培养学生独立思考和主动探究能力等方面的职业素质。	信息技术对人类生产、生活的重要作用;现代社会信息技术发展趋势;常用的工具软件和信息化办公技术;云计算、大数据、人工智能、物联网、区块链、虚拟现实与元宇宙等新兴信息技术等。

2.专业（技能）课程（主要）

序号	课程名称	学分	学时	课程目标	主要教学内容
1	跨境电子商务基础	3	48	1) 掌握跨境电商的概念、特征、模式、发展现状与发展趋势。 2) 掌握跨境电商平台的特点、店铺类型、账号类型、收费模式及入驻流程。	课程内容包括跨境电商的概念、特征、跨境电商的模式、跨境电商平台分类、物流、支付和客服的基础知识。
2	跨境电商法律法规	2	32	1) 了解并掌握我国跨境电商进出口相关的法律法规 2) 了解跨境电商相关物流如陆运、海运和空运等国际运输条例 3) 认识国际商品法以及目的地的特殊法律法规政策 4) 认识各跨境电商平台相关条例 5) 了解跨境电商常见的侵权案例以及相关的知识产权保护条例	课程内容包括跨境电商出口条例、跨境电商进口政策、平台法律法规、国际商法、国际运输条例、国际商品发、跨境电商常见目的地特殊进口条例、知识产权保护条例
3	国际贸易基础	2	32	1) 掌握国际贸易出口贸易和进口贸易的操作流程 2) 掌握国际贸易结算工具、结算方式及其运用 3) 掌握信用证审核的方法、内容 4) 掌握合同、信用证、法律法规、国际惯例等，进而掌握全套单据缮制的方法和技巧 5) 掌握合同、信用证、法律法规、国际惯例等，掌握审核全套单据的方法和技巧 6) 掌握国际贸易单证操作中涉及的成本核算、报价核算、运费、保险费、佣金、汇率兑换、利息等相关计算	课程内容包括国际市场基础情况、外贸操作流程、外贸的种类和概念知识、信用证的开立及审核、单据制作与审核。
4	跨境电商英语	3	48	1) 掌握跨境电商平台常用的英语基本词汇、术语及表达方式 2) 熟悉跨境电商策划、组织、实施和管理基本流程中常用的词汇和句式 3) 了解外语的跨文化沟通技巧	课程包括跨境电商平台常用英语词汇介绍、跨境电商营销英语话术、跨境商谈和采购常用词汇与句式等。
5	跨境数字营销实务	3	48	1) 了解数字营销的概念、方法和意义 2) 认识AIGC营销以及其具体方法 3) 掌握互联网营销的技巧和利用AIGC结合网络营销进行推广的技巧	课程包括数字营销的概念、方法和意义、AIGC营销的技巧和方法、互联网营销的方式和技巧
5	国际商务文化与礼仪	2	32	1) 了解并掌握跨文化交际理论知识 2) 客观、全面和系统地认识别国文化特点，避免文化冲突 3) 掌握各国商务交际中的语言和行为等交际差异 4) 了解东西方主要的文化差异表现 5) 了解不同国家的礼仪及其表现差距	课程内容包括跨文化交际概述、文化价值取向、中西商务交往差异与跨文化交际情景、国际商务礼仪
6	跨境电商选品管理	3	48	1) 了解跨境电商市场行业的发展趋势、市场规模与趋势 2) 熟悉通过市场调研、竞争分析和产品评估等方式进行产品选择的方式 3) 了解各个分类下的产品特点和竞争情况	课程内容包括竞争分析方法、产品评估方式、行业调研方法、产品数据分析、产品特点分析和选品具体方式

序号	课程名称	学分	学时	课程目标	主要教学内容
7	商品拍摄与网络美工	3	48	1) 了解商品摄影师的基本要求，掌握商品照片的基本要求 2) 熟悉网店商品摄影器材及其使用方法 3) 掌握网店商品拍摄的构图与用光方法 4) 掌握商品视频拍摄的基础知识和手法 5) 学会各类不同商品（如服装类、鞋类、箱包类、饰品类、数码类、特色美食类等）照片的拍摄方法与技巧 6) 掌握商品照片后期制作的方法	课程内容包括商品拍摄技术基础、针对不同品类商品的拍摄方法、商品照片的后期制作、Photoshop软件使用方法。
8	跨境电商物流	3	48	1) 了解跨境电商物流运输的概念和分类 2) 了解跨境电商物流分类下第三方物流和海外仓的概念 3) 掌握处理海外仓和第三方物流的操作流程 4) 了解货运代理流程，能处理揽货、订舱、托运等货代业务； 5) 熟练掌握国际多式联运、集运等货运组织方式方法；	课程内容包括国际第三方物流概念知识、海外仓的基本概念和知识、第三方物流运输的操作流程、海外仓的操作流程、货运代理的基本知识、货运代理的基本操作流程、尾程配送运输的操作流程、物流成本计算方式等。
9	跨境电商多平台运营	3	48	1) 熟悉跨境电商运营、推广、物流及支付结算等工作的全流程 2) 掌握跨境电商平台注册、选品定价、站内外推广及数据分析等方面的知识。 3) 熟练操作各大主流跨境电商平台的网店页面并进行运营（包含B2B和B2C平台）	课程内容包括跨境电商概述与平台选择、平台入驻与账户注册管理、店铺装修、店铺产品选品、定价与Listing优化、物流模板制定和选择、店铺支付管理、站内营销与推广策略、客户服务与账户评价管理等。
10	跨境社交媒体运营	3	48	1) 了解海外市场消费者和国际市场的基本特点 2) 掌握Facebook、Instagram和Youtube等主流海外社交新媒体的营销方法及全网营销推广的知识 3) 具备针对不同社交媒体制定不同的社交媒体营销计划的知识 4) 了解搜索引擎营销并掌握其工具操作使用方式 5) 了解数字营销的含义和概念，掌握营销数据的处理和分析技巧，量化广告创意的价值	课程内容包括海外消费者行为分析、国际市场营销、海外社媒分类、海外社媒营销、搜索引擎营销、营销数据分析
11	视觉营销设计	3	48	1) 了解网店视觉营销综述、视觉设计元素、视觉色彩、视觉设计中字体的应用和视觉构图 2) 了解用户体验、视觉定位、店铺结构、商品陈列 3) 掌握文案完美视觉化技巧 4) 了解商品主图、直通车推广图片设计、钻石广告设计 5) 了解首页和内页及其设计方法 6) 掌握视觉营销数据化	课程内容包括视觉营销基础知识、网店布局、文案完美视觉化、商品主图和推广图片设计、钻石广告设计、首页和内页设计、视觉营销数据化内容
12	跨境电商客户服务	2	32	1) 了解跨境电子商务客户服务工作的业务范围、工作目标和工作特点 2) 掌握跨境电商客服工作的常用沟通技巧 3) 掌握跨境电子商务主流平台及其客户服务体系 4) 掌握售前、售中以及售后客服与沟通业务范围、处理流程与方法以及操作步骤 5) 掌握客户的识别与分类维护、市场客户	课程内容包括跨境电子商务客户服务基础知识、跨境电子商务主流平台的客户服务体系、售前、售中和售后的客户服务与沟通技巧

序号	课程名称	学分	学时	课程目标	主要教学内容
				特点等。	
13	跨境电商直播	3	48	1) 了解跨境直播行业的发展历程、发展趋势，主流直播平台的运营模式 2) 了解tiktok直播的基本规则和操作、直播脚本设计的方法和直播时间掌控技巧 3) 熟悉直播设备和场景的选择方法、直播带货的黄金法则和粉丝经营策略等 4) 具备初步的直播脚本设计能力、直播内容演示能力，初步的开播准备和下播复盘能力 5) 具备初步的直播选品和展示能力、化解直播危机的能力和以及粉丝管理能力	课程内容包括跨境直播的概念、跨境直播电商平台的基本认识、跨境直播的筹备与策划、跨境直播的商品选择和规划、跨境电商直播账号运营方法、跨境电商直播引流的方法等。
14	跨境电商岗位综合实训	2	56	1. 让学生在模拟市场竞争环境中，感受企业经营者直面市场竞争； 2. 在参与跨境电商企业运营的过程中体验美工、运营、推广、物流仓储和客服等岗位的具体工作内容； 3. 熟悉跨境电商相关岗位的全操作流程； 4. 初步具有企业管理及创业战略思维。	课程内容包括美工、运营、推广、物流和客服等各个岗位业务的知识、能力和流程；年度经营规划；业绩总结和点评。
15	毕业综合项目	3	84	1. 让学生熟悉跨境电商企业运作的全流程 2. 掌握国际市场营销推广的技能 3. 掌握物流管理和客户服务的相关技巧 4. 培养分工协作的团队合作意识	课程内容根据企业仿真案例和真实案例，将所学的跨境电商专业相关课程进行综合运用。
16	岗位实习	24	576	1. 在企业岗位实习，完成综合专业能力培养。 2. 能够运用所学专业知识和技能，结合实习工作内容，选择跨境电商专业的1个研究或岗位方向完成毕业设计成果。	在企业实际岗位，完成财务及相关岗位工作。
17	直播英语口语训练	2	32	1. 提高学生的英语口语表达能力、自信心和沟通能力。 2. 能够应用所学的知识在直播环境中流利地进行英语交流。	课程内容包括英语口语基本技巧、英语表达常用词汇和短语、英语演讲技巧、英语直播实战演练。
18	Tiktok平台短视频剪辑	2	32	1. 使用Tiktok平台进行短视频创作和剪辑 2. 提高其视频制作能力和创意思维	课程内容包括Tiktok平台简介和功能介绍、短视频拍摄技巧、短视频剪辑软件操作、短视频创意策划。
19	跨境电商直播推广	2	32	1. 提高学生对跨境电商直播推广的基本认识和理解，了解直播推广在跨境电商领域的应用和价值。 2. 掌握跨境电商直播推广的基本原理、方法和技巧，提高直播推广的实际效果。	课程内容包括跨境电商直播推广的概念、基本原理、方法，直播推广活动策划，直播推广实践操作。

序号	课程名称	学分	学时	课程目标	主要教学内容
20	国际贸易地理	2	32	1. 了解全球贸易的地理分布。 2. 全球发展趋势和影响因素。 3. 运用地理知识分析国际贸易问题的能力	课程内容包括国际贸易地理基本概念、国际贸易地理分区、国际贸易地理格局、国际贸易地理与产业发展、国际贸易地理与区域合作。
21	国际关务与单证	2	32	1. 熟悉外贸政策、国际惯例与法律法规知识。 2. 通晓外贸业务流程，并能熟练掌握各类单证的缮制规范与技巧。	课程内容包括进出口业务活动中涉及的各种单据和证书的缮制和审核，如信用证、发票、装箱单等。报关环节中涉及的海关申报、陪同查验、缴纳税费等
22	国际商务接待与洽谈	2	32	1. 具备良好的国际商务沟通技巧，能够熟练运用英语进行商务接待和洽谈。 2. 了解国际商务礼仪和文化差异，能够在跨文化背景下进行有效的商务沟通。 3. 了解国际商务礼仪和文化差异，能够在跨文化背景下进行有效的商务沟通	课程内容包括国际商务礼仪、商务谈判、商务英语、跨文化沟通、商务案例分析。
23	采购与仓储管理	2	32	1. 熟练掌握采购的内涵、基本概念、基本流程，理解供应商关系管理 2. 熟练掌握采购谈判与采购合同的基本要素，深刻理解仓库管理系统的作业流程 3. 掌握仓库商品的风险管理，具备对综合案例从采购与仓储环节的运营分析与政策建议能力。	课程内容包括采购与仓储管理发展趋势、采购策略的制定、采购模式的选择、供应商关系管理、商品储存规划、仓储业务流程
24	跨境电商进出口业务	2	32	1. 了解跨境电商进出口业务的相关政策、法律法规和国际贸易规则 2. 熟悉各类跨境电商平台的类型、特点和运营模式	课程内容包括跨境电商市场分析、跨境电商进出口业务情况、跨境电商案例分析。
25	国际物流与货运代理	2	32	1. 掌握国际货运代理的理论 2. 掌握实际操作技能，如订舱、配载、转运、集拼等，为承担港口运作、进出口商品的检验检疫、报关	课程内容包括国际货运代理、国际货代营销、国际货物海运代理、国际货物空运代理、其他运输方式及相关业务代理、国际货代业务风险防范与事故处理

3.专业（群）平台课程

序号	课程名称	学分	学时	课程目标	主要教学内容
----	------	----	----	------	--------

序号	课程名称	学分	学时	课程目标	主要教学内容
1	商务数据分析与应用	3	48	本课程主要以商务数据分析的理论知识为基础，结合 Excel、Power BI 以及 SPSS 等工具来讲解处理客户数据、行业数据、店铺数据的方法。通过本课程的学习，使学生了解数据分析的常见指标、思路与流程、思维和模型等知识，掌握相关数据分析工具的应用和操作技巧以及数据报告的撰写方法，为将来从事相关工作打下基础。	商务数据分析概述，商务数据分析的思维、模型和方法，商务数据分析的常用工具，商务数据的采集与预处理，客户数据的分析，市场行业数据的分析，店铺数据的分析，数据报告的撰写等。
2	市场营销	2	32	1. 了解和掌握市场营销的基本概念、原理和实践技巧。 2. 能够理解市场营销的重要性，掌握市场调研、市场分析、目标市场策划、产品定价、市场推广等方面的知识与技能。	市场营销概论、环境、市场调研与分析、市场定位与细分、产品定价原理与策略、市场推广与促销、广告与公关策略。
3	经济基础	2	32	通过本课程学习，使学生全面理解经济学的基本概念、原理和理论，包括微观经济学和宏观经济学的核心内容，为学习后续电子商务专业课程奠定坚实的理论基础；培养学生运用经济学原理和方法分析经济现象和经济问题的能力，使学生能够在电子商务领域做出合理的经济决策；通过案例分析、小组讨论等方式，增强学生的实践意识，使学生能够将经济学理论应用于电子商务实践中。	经济学导论、微观经济学基础、宏观经济学基础、经济政策与调控、电子商务经济学、案例分析与实践、经济学前沿与热点。
4	供应链管理基础	3	48	通过本课程学习，使学生全面了解供应链的基本概念、构成元素和运行机制，理解供应链管理在电子商务中的重要性和作用；通过案例分析、模拟操作等方式，培养学生的供应链管理实践能力，使学生能够在实际工作中有效运用供应链管理的策略和方法；通过小组讨论、项目合作等活动，培养学生的团队协作精神和沟通能力，使学生能够在供应链管理中与他人有效合作；培养学生分析供应链问题并提出解决方案的能力，使学生能够在复杂多变的供应链环境中做出合理的决策；强调供应链管理中的职业道德和责任，培养学生的诚信意识和职业操守。	供应链基础概念、供应链管理理论、供应链管理工具与技术、供应链风险管理、案例分析、实践操作、团队协作与沟通、职业素养教育。
5	财务基础	2	32	通过本课程学习，确保学生掌握财务管理的基本概念、原则和理论，理解财务报表的结构和解读方法，为后续专业课程的学习奠定坚实基础；财务分析能力培养：通过案例分析、实际操作等方式，培养学生的财务分析能力，使学生能够运用所学知识对企业财务状况进行初步分析和评估；财务决策能力训练：通过模拟实践、小组讨论等活动，训练学生根据财务信息做出合理决策的能力，为未来的职业生涯做好准备；培养学生的职业道德和法律意识，强调在财务管理中的诚信、公正和合规性，确保学生具备基本的职业素养；引导学生认识到财务管理领域的持续发展和变化，培养学生持续学习和自我提升的能力，以适应不断变化的职业环境。	财务基础概念、财务报表分析、财务成本管理、财务决策分析、财务风险与税务筹划、财务管理软件应用、财务职业道德与法律规、财务前沿动态与案例分析。
6	统计基础	2	32	通过本课程学习，确保学生掌握统计学的基本概念、原理和方法，理解统计在电子商务数据分析中的应用价值；培养学生的数据收集、整理、分析和解读能力，使学生能够运用统计知识解决实际问题；培养学生使用统计软件（如 Excel、SPSS 等）进行数据处理	统计基础概念、数据收集与整理、描述性统计分析、推断性统计分析、统计软件应用、统计在电子商务中的应用、统计前沿动态与案例分析、统计职业道德

序号	课程名称	学分	学时	课程目标	主要教学内容
				和分析的能力，提高数据分析的效率和准确性；通过统计分析和数据解读，培养学生的逻辑思维和判断能力，使其能够客观、理性地看待数据和问题；强调统计工作中的职业道德和规范，培养学生的职业素养；同时，引导学生认识到统计学的持续发展和变化，培养其持续学习和自我提升的能力。	与规范。

4. 专创赛证融通课程

序号	课程名称	学分	学时	课程目标	主要教学内容
1	电商创新创业	2	32	该课程目的是让跨境电子商务专业学生通过本课程的学习，清晰地认识到电商策划创新的重要性，掌握一些基本的创新技法，并且在学习生活中能积极主动去创新：通过对创业理论知识的学习，学生的创业意识和创业素养有比较明显的提高：通过对创新创业案例分析与讨论，切实提升学生的创业能力并树立正确的创业成败观。	其一，理论知识板块的教学内容主要包括电商创新（创新思维、创新技法、技术创新和知识产权保护）和电商创业（评估创业团队、挖掘创业机会、把控创业风险和整合创业资源）两部分的理论知识；其二，实践练习板块的教学内容主要包括课堂中的电商创新思维训练、项目计划书的撰写以及关于电子商务企业的开办、管理模拟和“互联网+”比赛。
2	跨境电商B2C数据分析与营销	2	32	通过本课程的学习能够让学生认识B2C平台运营中数据分析的不可或缺性，以及逐渐掌握利用数据分析进行营销效果的量化和优化的技巧；其次通过对分析逻辑将营销效果进行量化的学习，让学生逐渐掌握数据思维的逻辑，切实提升学生的逻辑思维能力并树立精益求精的工作精神。	一、理论知识板块的教学内容包括基本的数据逻辑思维；二、实践板块的知识内容则包括数据收集、数据清理和数据阅读，并以此进行逻辑推理锻炼，量化营销效果并依此进行营销方式的改进和优化，以及参与相关的赛事或考取相应的证书指导。
3	跨境电商B2B数据运营	2	32	本课程通过任务合作的方式，提高学生实践能力，让学生理解并掌握阿里巴巴国际站运营的逻辑和核心，提高思维创新的能力，培养职业素质和岗位技能。	一、理论知识板块的教学内容包括阿里巴巴国际站特有的推广模式和部分报价知识；二、实践板块的内容则包括具体阿里巴巴国际站的店铺网站基础建设、产品发布与管理、店铺日常运营管理、交易履约、广告操作与优化等，以及参与相关比赛和考取相应的证书指导。

七、教学进程总体安排

(一) 教学进程安排

2024级跨境电子商务专业教学进程安排表

生源类别:全日制

专业群:

学制:
三年

无

课程属性	课程性质	课程模块	课程编码	课程名称	学分	总学时	课时分配表		考核方式	周学时/教学周数						开课学院	课程说明
							理论学时	实践学时		一	二	三	四	五	六		
公共基础课程	必修课	思想政治理论模块		思想道德与法治（一）-（二）	3	48	32	16	考查	1.5	1.5					马院	
				毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	32	24	8	考查		2					马院	
				习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	48	32	16	考查			3				马院	
				形势与政策（一）-（六）	1	48	32	16	考查	讲 4	讲 4	讲 4	讲 4	实践	实践	马院	根据教科社科（2018）1号文件规定《形势与政策》专科每学期不低于8学时，共计1学分。其中1-4学期为课堂教学，5-6学期为实践教学。
			思想政治理论模块小计		9	176	120	56		1.5	3.5	3	0	0	0	0	

公共实践课模块	通识课程模块		体育与健康（一）-（四）	6	120	8	112	考查	2	2	①	①			基础	
			大学生心理健康教育（一）-（二）	2	32	32		考查	1	1					学工	
			大学生职业生涯规划	1	16	8	8	考查	1						学工	
			就业指导	1	16	8	8	考查				1			学工	
			创新创业教育（一）-（二）	2	32	16	16	考查	1	1					创院	第一学期开设创新创业教育理论，第二学期开设创新创业教育实践
			军事理论与技能训练	3	128	16	112	考查	1						学工	
			劳动教育（一）-（二）	1	16	8	8	考查	0.5	0.5					总务	
			应用文写作	2	32	16	16	考试			2				基础	
			大学英语（一）-（二）	4	64	32	32	考试	2	2					基础	
			数字素养与技能	2	32	16	16	考查	2						数技	
			智慧财经素养												数金	
		通识课程模块小计		24	488	160	328		10.5	6.5	2	1	0	0	0	
			第二课堂	4	--	--		考查	①	①	①	①			学工	根据《共青团广东财贸职业学院委员会“第二课堂成绩单”制度实施办法（2024年修订）》（粤财院

																	(2024)13号)执行。
	公共必修课合计				37	664	280	384		12	10	5	1	0	0	0	
	公共选修课	公共选修课模块		中共党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史、国家安全教育、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、人文素养、科学素养、中华优秀传统文化、音乐鉴赏、摄影技巧、舞蹈表演、初级版画、毛笔书法、硬笔书法、艺术概论、合唱基础等	2	32	32		考查		2					马院学工基础双创等	公共选修课至少需修满6学分，美育类课程至少2学分。此外，学生必须从中共党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史、国家安全教育、中华优秀传统文化等课程中选修一门。
					2	32	32		考查			2					
					2	32	32		考查				2				
					2	32	32		考查					2			
公共选修课模块小计				6	96	96	0		0	2	2	2	2	0		额定6学分	
公共基础课合计				43	760	376	384		12	12	7	3	2	0			
专业（技能）课程	必修课	专业群平台课模块	ZQP00001	市场营销	2	32	16	16	考查	2							
			ZQP00002	经济基础	2	32	32	0	考查	2							
			ZQP00003	商务数据分析与应用	3	48	24	24	考查		3						
			ZQP00004	供应链管理基础	3	48	24	24	考查			3					
			ZQP00005	财务基础	2	32	16	16	考				2				

								查								
		ZQP00006	统计基础	2	32	32	0	考查				2				
		专业群平台课模块小计		14	224	144	80	0	4	3	3	4	0	0		
		专业基础课模块	ZJB00001	跨境电子商务基础	3	48	24	24	考试	3						
			ZJB00002	跨境电商法律法规	2	32	16	16	考试		3					
			ZJB00003	国际贸易基础	2	32	16	16	考查		2					
			ZJB00004	跨境电商英语	3	48	24	24	考试			3				
			ZJB00005	跨境数字营销实务	3	48	24	24	考查			2				
			ZJB00006	国际商务文化与礼仪	2	32	16	16	考查			3				
			ZJB00007	跨境电商多平台运营	3	48	24	24	考查				3			
		专业基础课模块小计		18	288	144	144	0	3	5	8	3	0	0		
		专业核心课模块	ZHB00001	商品拍摄与网络美工	3	48	16	32	考查	3						
			ZHB00002	跨境电商选品管理	3	48	24	24	考查		3					
			ZHB00003	跨境电商物流	3	48	24	24	考试				3			
			ZHB00004	跨境电商多平台运营	3	48	16	32	考查			3				
			ZHB00005	跨境社交媒体运营	3	48	16	32	考查				3			
			ZHB00006	视觉营销设计	3	48	16	32	考查			3				
			ZHB00007	跨境电商客户服务	2	32	16	16	考查				2			
			ZHB00008	跨境电商直播	3	48	16	32	考查				3			
		专业核心课模块小计		23	368	144	224	0	3	3	6	11	0	0	0	
		专业实践模块		跨境电商岗位综合实训	2	56		56	考查					②		
				毕业综合项目	3	84		84	考						③	

专业必修课								查									
			岗位实习	24	576		576	考查					④	⑳			
	专业实践模块小计			29	716	0	716		0	0	0	0	0	0			
	专业必修课合计			84	1596	432	1164	0	10	11	19	16	0	0	0		
	专业选修课	跨境电商直播方向	ZYX00001	直播英语口语训练	2	32	16	16	考查		2						专业限选课模块经选定后，学生每学期只能就读选定的同一模块下的后续选修课程。
			ZYX00002	Tiktok 平台短视频剪辑	2	32	16	16	考查			2					
			ZYX00003	跨境电商直播推广	2	32	16	16	考查				2				
		国际贸易方向	ZYX00004	国际贸易地理	2	32	16	16	考试		2						
			ZYX00005	国际关务与单证	2	32	16	16	考试			2					
			ZYX00006	国际商务接待与洽谈	2	32	16	16	考查				2				
		跨境电商物流方向	ZYX00007	采购与仓储管理	2	32	16	16	考试		2						
			ZYX00008	跨境电商进出口业务	2	32	16	16	考查			2					
			ZYX00009	国际物流与货运代理	2	32	16	16	考查				2				
		专业限选课模块小计			6	96	48	48		0	2	2	2	0	0	0	
		专创赛证融通课模块	ZXY00010	电商创新与创业	2	32	0	32	考查		2						额定 6 学分，提供若干门专创赛证融通课程
			ZXY00011	跨境电商 B2C 数据分析与营销	2	32	0	32	考查			2					
			ZXY00012	跨境电商 B2B 数据运营	2	32	0	32	考查				2				
	专创赛证融通课模块小计			6	96	0	96		0	2	2	2	0	0			
	专业选修课合计			12	192	48	144		0	4	4	4	0	0	0	额定 12 学分	
	专业（技能）课程合计			96	1788	480	1308	0	10	15	23	20	0	0			
总计（总学分/总学时）			139	2548	864	1684	0	20	29	27	26	2	0	0			

（二）教学学时分配

跨境电子商务专业各类课程学分学时比例表

各类课程学分学时比例表

课程属性	课程性质	课程模块	小 计		小 计	
			学 分	比 例	学时	比 例
公共基础课程	必修课	思想政治理论模块	9	6.47%	176	6.91%
		通识课程模块	24	17.27%	488	19.15%
		公共实践课模块	4	2.88%	0	0.00%
	公共选修课	公共选修课模块	6	4.32%	96	3.77%
合计			43	30.94%	760	29.83%
专业（技能）课程	必修课	专业群平台课模块	14	10.07%	224	8.79%
		专业基础课模块	18	12.95%	288	11.30%
		专业核心课模块	23	16.55%	368	14.44%
		专业实践课模块	29	20.86%	716	28.10%
	专业选修课	专业限选课模块	6	4.32%	96	3.77%
		专创赛证融通课模块	6	4.32%	96	3.77%
合计			96	69.06%	1788	70.17%
总计			139	100%	2548	100%
实践教学学时			1684			
实践教学学时占总学时比（%）			66.09%			
公共基础类课程学时占总学时比（%）			26.06%			
选修课学时占总学时比（%）			11.30%			

（三）教学学历周安排

教学学历周安排表

学年	学期	教学周		机动安排（含改卷、集中实训等）	入学教育（含军训）	合计
		课程教学（含实训）	考试			
一	一	14	1	1	2	18
	二	18	1	1	0	20
二	三	18	1	1	0	20
	四	18	1	1	0	20
三	五	20	0	0	0	20
	六	20	0	0	0	20

合计	112	4	2	118
----	-----	---	---	-----

八、实施保障

（一）校企合作

建立与跨境电商行业和博隼、驷云科技、大洋教育、大匠、头狼等企业等企业深度融合的协同、协作机制。建立跨境电商实训基地、企业跨境电商教学示范基地与研究中心，联合开发专业课程，共同制定人才培养方案，共同举办师资培训，实现校企协同育人和协作创新。校企深度合作，实现企业实战课堂。在深化企业会计课程建设的过程中，进一步延伸引企入校的理念，与企业合作，转换教学场景，构建职业化氛围，探索校企双师授课的模式。

（二）师资队伍

1. 队伍结构

专任教师队伍素质优良、专业能力强。专业部分师资列表如下：

序号	姓名	年龄	职称	学位	双师状况
1	孙素敏	34	经济师	学士学位	否
2	李观飞	31	经济师	硕士学位	否
3	谢洪	32	无	硕士学位	否
4	王鸾	31	无	硕士学位	否
5	熊智宇	31	无	硕士学位	否
6	李冬毅	25	无	硕士学位	否
7	邹晓瑛	29	无	硕士学位	否
8	欧阳欣	28	无	硕士学位	否

2. 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、有道德操、有扎实学识、有仁爱之心；具有跨境电商相关专业本科及以上学历；有扎实的本专业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。

3. 专业带头人

专业带头人冯静能够较好地把握国内外行业、专业发展，能广泛联系跨境及相关行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际，课程体系设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在本区域或领域具有一定的专业影响力。

4. 兼职教师

主要从跨境电商等相关行业的企业聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的跨境电商封面的专业知识和丰富的跨境电商、跨境物流管理等方面的实际工作经验，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。

（三）教学设施

1. 校内实训基地

按照“职业化、智能化、共享化”的标准和要求建设实训环境，学院为课程提供环境支撑，满足专业学生在校实训要求。

序号	实践基地名称	主要项目名称
1	数字跨境电商实训室	用跨境电商综合实训、平台实训商务单证、货运代理、报关、国际贸易模拟实训等软件完成跨境电商相关技能实训
2	数字商务英语实训室	使用英语口语实训软件和耳麦完成英语类训练
3	数字国贸实训室	用商务单证、货运代理、报关、国际贸易模拟实训等软件完成国贸相关技能实训
4	数字商务素养实训室	国际商务礼仪、商务谈判等课程实践

部分实训室功能如下：

数字跨境电商实训室：配备多个实训平台，保证学生在各个实训平台上完成相关的技能培训，计算机（安装教学管理系统以及相关实训系统）、智慧黑板；互联网接入环境。

数字商务英语实训室：配置实英语口语实训软件、耳麦，计算机（安装教学管理系统以及相关实训软件）；互联网接入环境。支持英语口语训练。

数字国贸实训室：配置商务单证、货运代理、报关、国际贸易等实训模拟等软件，计算机（安装教学管理系统以及实训软件）、投影设备和音响设备；互联网接入环境。支持B2B专业课程实训。

2. 校外实训基地

具有稳定的校外实习基地。与博隽、驷云科技、大洋教育、大匠、头狼等企业签署校外实践基地协议，为学生提供进口外贸服务、外贸业务员、外贸运营、外贸跟单、跨境电商运营、直播等实习岗位。能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

3. 学生实习基地基本要求

具有稳定的校外实习基地。能提供跨境电商、跨境电商物流管理等相关实习岗位；能涵盖当前跨境电商的主流工作平台，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。

4. 支持信息化教学基本要求

具有利用数字化教学资源库、文献资料、常见问题解答等的信息化条件。引导鼓励教师开发并利用信息化教学资源、教学平台，创新教学方法、提升教学效果。

（四）教学资源

主要包括能够满足学生学习、教师教学和科研等需要的教材、图书资料以及数字资源等。

1. 教材选用

本专业按照国家规定选用优质教材，同等条件首选国家规划教材，禁止不合格的教材进入课堂。建立由专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构，健全教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。所选教材内容应反映国贸行业新知识、新技术、新理念，尽可能先用优质国家规划教材和近3年出版的高职高专教材。教材必须适用于教学，符合人才培养目标及课程标准的要求，注重对学生 实践应用能力的指导和培养。教材内容根据本专业职业活动分解的若干典型工作任务进行组织，引入必要的理论知识，加强实践操作内容，体现基本理论在实际操作中的应用，体现国贸专业特色及高职教育特色，体现先进性、通用性和实用性，教材内容贴近专业的发展和实际需要。专业使用的部分教材包括：

课程名称	教材名称	出版社	备注
跨境电商实务	跨境电子实务	西南财经大学出版社	校企合作
跨境社交媒体运营	跨境电子商务营销与策划	北京理工大学出版社	活页式教材
跨境电商政策法规	跨境电子商务法律法规	清华大学出版社	校企合作
跨境电商物流	跨境电商物流业务操作（第二版）	人民邮电出版社	精品教材
跨境电商英语	跨境电商实务英语	上海交通大学出版社	校企合作
商品拍摄与网络美工	商品拍摄与图片处理	人民邮电出版社	国家规划

2. 图书文献配备

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献包括：有关国际贸易专业理论、技术、方法、思维以及实务操作类图书和文献。

3. 数字教学资源

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。部分在线课程如下表。

课程	上线平台
跨境电商多平台运营	智慧跨境电商专业群教学资源库平台
视觉营销设计	智慧跨境电商专业群教学资源库平台
商品拍摄与网络美工	智慧跨境电商专业群教学资源库平台
跨境电商选品管理	智慧跨境电商专业群教学资源库平台
跨境电商英语	智慧跨境电商专业群教学资源库平台

（五）教学方法

1. 推行基于业务场景的行动导向教学。依托跨境电商仿真模拟平台，倡导“在业务场景中学理论，在理论应用中强实践”的教学理念，开发以职业为导向的专业课程，以各类电商平台的场景驱动跨境电商课程学习。通过仿真模拟平台将工作任务与知识性学习有机串联，变革学生角色，让学生以“职业人”的身份在跨境电商仿真模拟平台中自主工作、独立学习、共同研究。

2. 利用信息技术，实现智慧课堂和移动课堂。借助校内财贸在线平台和校外蓝墨云班课、雨课堂、千聊等移动教学平台，利用校内智慧教室、跨境电商模拟平台等智慧学习空间，实施线上线下混合式教学，达到“简、通、活”的课堂教学效果：师生通过简单的操作，转换手机、投屏、终端等多种学习工具，就能实现课堂互动，达到课前、课中、课后、课外的环环相通，通过随机抢答、弹幕等工具激活课堂氛围，将“低头族”学生变为课堂学习的主体。

（六）学习评价

建立“主体多元，成效导向、过程评价”的全过程闭环学习评价模式。

1. 主体多元

探索与实践校企“双主体”评价及“能力+素养”双分测评，即“能力学分、素养积分”并行的综合能力评价机制。同时，在课程内部建立多元评价机制。在会计岗位综合实训等课程中，按分岗的要求组织教学，过程性评价，按照组员自评、小组互评、教师评价三种方式进行加权综合评价。

2. 成效导向

在课程中实施以职业能力考核为主线的评价方法,使工作成果与学业评价有机结合。在跨境电商选品管理等应用等课程中,通过跨境电商模拟平台让学生以一个卖家身份选品、上架、销售、数据分析等,对店铺数据进行分析,来考查学生对课程的掌握情况,提高了学业评价的科学性与客观性。

3. 过程评价

在主要实训课程中,注重过程性考核和结果性考核相结合,强化过程性考核。

(七) 质量管理

1. 学校专门成立了教学督导与评价中心,组建了专业建设与教学指导委员会,建立了专业建设和教学质量诊断与改进机制,健全了专业教学质量监控管理制度,完善了课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设,通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进,达成人才培养规格。

2. 学校和二级学院完善教学管理机制,加强日常教学组织运行与管理,定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进,建立健全巡课、听课、评教、评学等制度,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。

3. 学校建立了毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制,并对生源情况、在校学业水平、毕业生就业情况等进行分析,定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

4. 专业教研组织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。

(八) 继续学习深造建议

本专业学生可以继续完成本科深造,亦可通过考试取得电子商务数据分析(中级)1+X、跨境电商B2B数据运营、阿里巴巴电子商务证书提升专业能力。

九、毕业要求

学生在规定年限内,满足以下条件,可以获得毕业证书:

(1) 学分

学生须在规定年限内获得专业人才培养方案所规定课程的学分,且总学分达139学分(含)以上。

(2) 体质测试

根据教育部关于印发《国家学生体质健康标准(2014年)修订》的通知(教体艺〔2014〕5号)文件要求,体质测试成绩达不到50分者按结业处理,如因病或残疾学生,可凭医院证明向学校提出申请并经审核通过后可准予毕业。

（3）德智体美劳全面发展

学生素质、知识、能力达到本专业人才培养目标和培养规格的要求。

（4）职业资格（技能等级）证书

鼓励学生获取与职业能力要求相匹配的职业资格（技能等级）证书（含1+X证书）、职业素质证书。

十、方案编制人员

编制参与人：谢洪 邹晓瑛

校内：谢洪 邹晓瑛

校外：无

编制执笔人：谢洪 邹晓瑛

编制负责人：谢洪 邹晓瑛

审核人：马翔 冯静

学院论证：数字供应链学院专业建设与教学指导委员会

学校论证：广东财贸职业学院专业建设与教学指导委员会

审定：广东财贸职业学院党委会

审定日期：2024年9月9日

十一、附录

（一）典型工作任务职业能力分析表

工作项目		工作任务		职业能力		学习水平
项目编号	项目名称	任务编号	任务名称	能力编号	能力名称	高职Li
01	商品拍摄	01-01	操作拍摄设备	01-01-01	能够使用商品摄影器材	L1
				01-01-02	熟悉摄影器材的使用技巧	L1
		01-02	图片拍摄	01-02-01	掌握商品拍摄的构图	L3
				01-02-02	商品拍摄的用光方法	L2
				01-02-03	不同商品拍摄的基础知识和手法	L3

		01-03	商品图片的期制作	01-03-01	Photoshop软件使用方法	L3
				01-03-02	商品照片后期制作的方法	L2
02	视觉营销	02-01	网店视觉营销	02-01-01	视觉设计元素的应用	L1
				02-01-02	视觉色彩的应用	L1
				02-01-03	视觉设计中字体的应用	L1
		02-02	网店布局	02-02-01	学会了解用户体验	L1
				02-02-02	掌握店铺结构布局	L2
				02-02-03	视觉定位	L1
				02-02-04	网店商品陈列	L1
		02-03	文案完美视觉化	02-03-01	掌握文案完美视觉化的含义	L2
				02-03-02	掌握文案完美视觉化的方法	L1
				02-03-03	写出视觉化的文案	L3
		02-04	商品图片设计	02-04-01	设计商品主图	L2
				02-04-02	直通车推广图片设计	L2
03	外贸业务	03-01	信用证	03-01-03	能根据公司规定的分类编制资金报表（工资发放、员工借款、报销发放等）	L1
				03-01-01	根据销售合同办理信用证的开立手续	L1
				03-01-02	能够填写开证申请书	L2
				03-01-03	掌握信用证的支付流程及信用证的审核	L2
				03-01-04	根据不符点及修改意见撰写改证函并修改信用证	L3
				03-02-01	能够根据合同、信用证和货物情况缮制商业发票	L1

		03-02	缮制出口单证	03-02-02	根据合同、信用证和货物情况缮制装箱单	L1
				03-02-03	能够根据商品情况及信用证缮制原产地证书	L1
				03-02-04	能够缮制出口货物报关单	L1
				03-02-05	根据合同、信用证缮制投保单和保险单	L1
				03-02-06	根据合同、信用证缮制出口运输单据	L1
				03-02-07	根据合同、信用证缮制附属单据	L1
				03-02-08	根据业务资料缮制汇票	L1
				03-02-09	交单收汇和单据归档	L1
		03-03	缮制进口单证	03-03-01	根据合同、信用证和货物实际情况缮制进口许可证	L2
				03-03-02	根据合同、信用证和货物实际情况缮制进口订舱单	L2
				03-03-03	根据合同、信用证和货物实际情况缮制进口保险单据	L2
				03-03-04	根据合同、信用证和货物实际情况缮制进口货物报关单	L2
				03-03-05	根据合同、信用证和货物实际情况缮制进口付汇核销单	L2
				03-03-06	根据合同、信用证和货物实际情况审核全套进口单证	L2
04	产品开发	04-01	产品选择	04-01-01	市场调研、竞争分析和产品评估	L2
				04-01-02	熟练使用第三方工具选品	L3
		04-02	产品管理	04-02-01	了解各个分类下的产品特点和竞争情况	L1
				04-02-02	了解产品生命周期	L1
				04-02-03	了解产品定价方式	L1
		04-03	供应商管理	04-03-01	了解供应链的基本概念和构成元素	L1

				04-03-02	了解供应链管理的具体运行机制	L1
				04-03-03	具备供应商管理能力	L3
		04-04	知识产权管理	04-04-1	了解跨境电商常见的侵权案例	L1
				04-04-2	了解知识产权保护条例	L1
				04-04-3	具备产品知识保护权管理能力	L2
05	运营	05-01	店铺运营	05-01-01	了解掌握跨境电商平台的特点和店铺类型	L1
				05-01-02	了解跨境电商运营数据的分析方法	L1
				05-01-03	熟悉跨境电商运营、推广、物流及支付结算等工作的全流程	L3
				05-01-04	熟练操作各大主流跨境电商平台的网店页面并进行运营（包含B2B和B2C平台）	L3
				06-04-05	认识各跨境电商平台相关条例	L1
		05-02	库存管理	05-02-01	掌握库存管理的方法	L2
				05-02-02	掌握产品周转期的计算方法	L2
				05-02-03	掌握物流运费计算方式	L2
06	推广	06-01	社媒推广	06-01-01	掌握Facebook、Instagram和Youtube等主流海外社交新媒体的营销方法	L2
				06-01-02	全网营销推广的知识	L1
				06-01-03	了解与海外KOL沟通合作的方式	L2
		06-02	搜索引擎营销	06-02-01	了解搜索引擎营销营销	L2
				06-02-02	掌握谷歌等搜索引擎营销工具操作使用方式	L3
				06-02-03	了解搜索引擎优化的相关知识和操作方式	L2
		06-03	推广活动策划	06-03-01	了解推广活动的方案策划和实施方式	L1

				06-03-02	掌握推广活动的反馈数据分析方法	L2
				06-03-03	对推广效果进行评估	L2
07	客户服务	07-01	投诉处理	07-01-01	掌握跨境电商客服工作的常用沟通技巧	L1
				07-01-02	处理客户售前和售中的相关问题	L1
				07-01-03	掌握客诉处理流程和方式	L2
		07-02	客户管理	07-03-01	掌握跨境电子商务主流平台及其客户服务体系	L1
				07-03-02	掌握客户的识别与分类维护	L1
				07-03-03	熟练操作客户管理CRM系统	L3
		07-03	账户维护	07-03-01	快速处理客户的差评和纠纷	L1
				07-03-02	维护产品评价与店铺评级	L1
				07-02-03	定期查看账户安全以及排除风险	L1
08	物流管理	08-01	海外仓	08-01-01	了解跨境电商海外仓的概念	L2
				08-01-02	制定海外本地仓储及物流解决方案	L3
				08-01-03	做好海外物流接口，解决头程与中程运输问题	L2
				08-01-04	掌握海外仓存储和更新的方法	L3
				08-01-05	计算海外仓费用	L2
				08-01-06	管理海外仓储尾程配送	L2
		08-02	第三方物流	08-02-01	了解跨境电商第三方物流的渠道选择	L1
				08-02-02	熟练掌握第三方物流的操作流程	L2
				08-02-03	计算第三方物流费用	L2

				08-02-04	制定物流模板	L3
		08-03	货代	08-03-01	了解货运代理流程，能处理揽货、订舱、托运等货代业务	L1
				08-03-02	熟练掌握国际多式联运、集运等货运组织方式方法	L1
		08-04	清关	08-04-01	负责成品出货清关，制作清关资料，处理清关中的问题	L2
		08-05	处理国际 税务	08-05-01	熟悉国际税收协定及我国缔结的国际税收协定	L1
				08-05-02	能处理境外应纳税额的计算、可予抵免境外所得税的确认、进出口VAT税务缴纳等国际涉税业务	L2
09	跨境电商 直播	09-01	直播策划	09-01-01	熟悉主流直播平台的运营模式	L1
				09-01-02	了解tiktok直播的基本规则和操作	L1
				09-01-03	熟悉直播脚本设计的方法	L3
		09-02	直播间设置	09-02-01	熟悉直播设备和场景的选择方法	L3
		09-03	直播管理	09-03-01	具备直播数据分析和下播复盘能力	L2
				09-03-02	具备初步的直播选品和展示能力、化解直播危机的能力和以及粉丝管理能力	L3

（二）典型工作任务与能力对接表

序号	典型工作任务	对应职业能力（技能、工具、方法、要求、知识）
1	国际进出口贸易操作流程管理	03
2	外贸单据的制作和审核	03
3	商品拍摄与网络美工	01、02-04
4	跨境电商物流管理	08
5	跨境电商平台入驻管理	05-01
6	跨境电商选品管理	04
7	跨境电商平台运营	05
8	社交媒体营销及推广	06
9	网店视觉营销设计	02
10	跨境电商客户服务	07
11	跨境电商直播	09
12	跨境电子商务数据分析	04-01-01、05-01-02、06-03-02、09-03-01

(三) 就业岗位与人才培养规格对应关系表

序号	岗位(群)	岗位(群)业务描述	岗位(群)核心能力	培养目标的相关表述	对应的培养规格
1	美工岗位	1、负责营销项目的整体视觉设计,产品的图片处理、详情页、主图、推广图等设计制作图片和拍摄视频; 2、具有精修图片和后期处理的能力,有一定的PS基础,懂得色彩构图,具备创新意识,有较强的审美能力; 3、对行业拥有一定的敏感度,能站在消费者、营销的层次去设计和思考,优化设计,完成具有美感、提升用户体验的页面设计,从而提高页面的转化率。	1. 营销项目的整体视觉设计能力; 2. 产品的图片、详情页、主图、推广图等设计制作能力; 3. 产品图片和视频拍摄能力; 4. 图片后期优化设计的能力。	了解网店视觉营销综述、视觉设计元素、视觉色彩、视觉设计中字体的应用和视觉构图;了解商品主图、直通车推广图片设计和钻石广告设计;掌握各类拍摄设备的使用操作方法;掌握各类商品图片和视频拍摄的基础知识和构图手法;掌握商品照片后期制作的方法。	01、02
2	产品开发岗位	1、通过对市场的研究,巧妙地借助第三方工具分析,找到具有市场潜力的产品; 2、具备拓宽产品线的能力,熟悉跨境电商产品定价成本构成,能够拟定每周新产品开发计划; 3、积极发掘国内优质供应商,搭建并优化供应商体系,合理控制成本,确保产品稳定供货; 4、懂得辨认侵权产品,能把握好开发出的新产品不会有侵权违规等问题,清楚各平台规则政策。	1. 热销潜力产品的选择能力; 2. 供应商管理能力; 3. 产品管理能力; 4. 避免知识产权侵权的能力。	熟悉通过市场调研、竞争分析和产品评估等方式进行产品选择的方式;了解各个分类下的产品特点和竞争情况;全面了解供应链的基本概念、构成元素和运行机制;具备供应商管理的能力;了解跨境电商常见的侵权案例以及相关的知识产权保护条例。	04
3	运营助理岗	1、协助店铺的运营管理,包括库存维护、文案编辑、产品发布等; 2、协助进行产品站外市场分析,从独立站、Google和社交媒体等各专业网站论坛进行数据搜集以及形成报告; 3、保证店铺绩效良好,维持店铺好评率和各项考核指标; 4、配合运营工作推动店铺业绩增长,完成销售目标,服从上级对工作的安排。	1. 基本的店铺运营能力; 2. 数据收集和分析能力; 3. 产品运营和维护的能力; 4. 账户维护能力。	掌握跨境电商平台的特点、店铺类型、账号类型、收费模式及入驻流程;熟悉跨境电商运营、推广、物流及支付结算等工作的全流程;掌握跨境电商平台注册和站内推广及数据分析等方面的知识;掌握相关数据分析工具的应用和操作技巧以及数据报告的撰写方法。	05

4	运营专员岗	1、独立负责创建和管理运营第三方电商平台账号； 2、分析后台数据，对产品运营情况进行对比gu gu，解决运营过程中的问题，优化运营方案； 3、监控并分析行业动态及竞争对手市场行为，针对性地进行策略制定； 4、关注和跟踪各平台各种政策制度，控制交易风险，规避账号安全问题； 5、对店铺的日常数据进行监控和整理，定期统计销售数据、库存数据并做出相应的调整，保持较好的库存周转率和库存量的安全。	1. 独立运营管理店铺的能力； 2. 产品运营优化能力； 3. 运营数据分析和风险控制能力； 4. 产品库存管理能力	熟练操作各大主流跨境电商平台的网店页面并进行运营（包含B2B和B2C平台）；认识各跨境电商平台相关条例；掌握库存管理的方法和产品周转期的计算方法；掌握物流运费计算方式；熟练使用数据分析工具，并具备一定的数据逻辑思维。	05
5	海外推广专员岗	1、制定及实施独立站的店铺产品及跨境站外推广计划； 2、负责在各种社媒平台（比如Facebook, Youtube, Google+, Twitter, Instagram等等）进行品牌的维护、listing的推广和营销； 3、负责站外新媒体红人推广，根据产品规划在海外推广渠道开拓及维护各类红人资源，长期合作进行产品推广； 4、负责推广活动的方案策划、预算、实施及推广效果的评估和反馈； 5、进行搜索引擎营销优化，提升网站流量	1. 制定推广计划的能力； 2. 社媒平台的操作运营能力； 3. 海外KOL沟通联络的能力； 4. 活动策划和实施能力； 5. 搜索引擎营销优化的能力。	掌握Facebook、Instagram和Youtube等主流海外社交新媒体的营销方法及全网营销推广的知识；具备针对不同社交媒体制定不同的社交媒体营销计划的知识；了解搜索引擎营销营销并掌握其工具操作使用方式；了解外语的跨文化沟通技巧和国际商务礼仪。	06
6	客户服务岗	1、处理售前、售中和售后问题，处理平台站内外邮件及各社媒渠道客诉； 2、快速处理及准确回复国外客户的问题，包括邮件，退货，消息，差评等，提升客户满意度； 3、妥善处理客户投诉与纠纷，维护好产品评价与店铺评级； 4、跟进未完结客诉，进行售后处理跟进反馈，完成客户维护闭环；	1. 客户投诉解决能力； 2. 邮件回复能力 3. 客户服务能力	了解跨境电子商务客户服务工作的业务范围、工作目标和工作特点；掌握跨境电商客服工作的常用沟通技巧；掌握跨境电子商务主流平台及其客户服务体系；掌握售前、售中以及售后客服与沟通业务范围、处理流程与方法以及操作步骤；掌握客户的识别与分类维护、市场客户特点等。	07

7	供应链管理岗	1、根据公司业务场景，制定海外本地仓储及物流解决方案； 2、做好海外物流接口，处理清关、港到仓、仓储、本地运输中的异常问题； 3、负责库存分析，包括呆滞物料(O&E)、RMA等，控制储存商品的残次率，管理残次品，降低服务运作成本； 4、负责海外物流费用申付，确保物流费用准确，并不断优化物流成本 5、负责成品出货清关，制作清关资料，处理清关中的问题。	1. 货物清关能力； 2. 仓储管理能力 3. 海外仓管理能力 4. 指定物流解决方案 5. 优化物流成本能力	掌握合同、信用证、法律法规、国际惯例等，掌握审核全套单据的方法和技巧；了解跨境电商物流分类下第三方物流和海外仓的概念；掌握处理海外仓和第三方物流的操作流程；了解货运代理流程，能处理揽货、订舱、托运等货代业务；熟练掌握国际多式联运、集运等货运组织方式方法。	08
8	外贸业务岗	1、了解公司产品，熟悉掌握外贸流程； 2、高效回复客户询盘，业务订单跟进，订单谈判，销售合同签订； 3、报关单证制作与审核、收付款、海关核销等内外外部业务流程落地。 4、负责单证管理、国际物流及关务相关事宜，确保单证、关务与物流体系等国际合同履行相关事宜的正常运作。 5、负责订单计划的安排及报表输出，协调跟进进口、出口及国际业务全周期顺利运营，及时处理各项异常。 6、熟悉国际贸易、进出口业务管理及报清关业务流程、法律法规，及时识别国际贸易进出口各项风险并进行预警和应对。	1. 询盘报价能力； 2. 单证缮制能力 3. 国际货运物流管理能力； 4. 国际贸易订单管理与全流程操作能力。	掌握国际贸易出口贸易和进口贸易的操作流程；掌握国际贸易结算工具、结算方式及其运用；掌握信用证审核的方法、内容；掌握合同、信用证、法律法规、国际惯例等，进而掌握全套单据缮制的方法和技巧；掌握国际贸易单证操作中涉及的成本核算、报价核算、运费、保险费、佣金、汇率兑换、利息等相关计算；熟练掌握国际多式联运、集运等货运组织方式方法。	02
9	跨境电商直播岗	1、负责产出TikTok Shop账号的运营策略和直播计划，包括但不限于直播选品、直播脚本把控、营销活动的策划、直播流程管控、直播间管理等； 2、协助本地直播间的搭建，跟进直播中产生的各类问题，反馈处理并给出合理的解决方案； 3、定期收集和分析所有直播活动的数据结果，整理输出运营汇报，提升观看量、互动率、粉丝关注增长及直播转化率等数据表现； 4、实时挖掘TikTok平台上的热点话题和趋势，结合品牌定位和目标受众，	1. 直播策划能力； 2. 直播设备使用技巧； 3. 直播数据分析能力； 4. 直播热点和趋势挖掘能力。	了解跨境直播行业的发展历程、发展趋势，主流直播平台的运营模式；了解tiktok直播的基本规则和操作、直播脚本设计的方法和直播时间掌控技巧；熟悉直播设备和场景的选择方法、直播带货的黄金法则和粉丝经营策略等；具备初步的直播脚本设计能力、直播内容演示能力，初步的开播准备和下播复盘能力；具备初步的直播选品和展示能力、化解直播危机的能力和以及粉丝管理能力。	09

		制定相应的直播内容和话题。			
--	--	---------------	--	--	--

（四）课程对培养规格的支撑关系分析表

序号	课程	课程目标	培养规格
1	跨境电子商务基础	1. 掌握跨境电商的概念、特征、模式、发展现状与发展趋势； 2. 掌握跨境电商平台的特点、店铺类型、账号类型、收费模式及入驻流程。	05-01-01、 05-01-03、 07-02-01
2	跨境电商政策法规	1. 了解并掌握我国跨境电商进出口相关的法律法规； 2. 了解跨境电商相关物流如陆运、海运和空运等国际运输条例； 3. 认识国际商品法以及目的地的特殊法律法规政策； 4. 认识各跨境电商平台相关条例； 5. 了解跨境电商常见的侵权案例以及相关的知识产权保护条例。	04-04、06-04-05
3	国际贸易基础	1. 掌握国际贸易出口贸易和进口贸易的操作流程； 2. 掌握国际贸易结算工具、结算方式及其运用； 3. 掌握信用证审核的方法、内容； 4. 掌握合同、信用证、法律法规、国际惯例等，进而掌握全套单据缮制的方法和技巧； 5. 掌握国际贸易单证操作中涉及的成本核算、报价核算、运费、保险费、佣金、汇率兑换、利息等相关计算。	03
4	跨境电商英语	1. 掌握跨境电商平台常用的英语基本词汇、术语及表达方式； 2. 熟悉跨境电商策划、组织、实施和管理基本流程中常用的词汇和句式； 3. 了解外语的跨文化沟通技巧。	06-01-03、07
5	跨境数字营销实务	1. 了解数字营销的概念和特点 2. 掌握数字营销的技巧和方法 3. 掌握利用AIGC进行网络营销的技巧	06-01-02、06-03
6	国际商务文化与礼仪	1. 了解并掌握跨文化交际理论知识； 2. 客观、全面和系统地认识国文化特点，避免文化冲突； 3. 掌握各国商务交际中的语言和行为等交际差异； 4. 了解东西方主要的文化差异表现； 5. 了解不同国家的礼仪及其表现差距。	06-01、07-01、 07-03、09-01-03
7	跨境电商选品管理	1. 了解跨境电商市场行业的发展趋势、市场规模与趋势； 2. 熟悉通过市场调研、竞争分析和产品评估等方式进行产品选择的方式； 3. 了解各个分类下的产品特点和竞争情况。	04

8	商品拍摄与网络美工	1. 了解商品摄影师的基本要求，掌握商品照片的基本要求； 2. 熟悉网店商品摄影器材及其使用方法； 3. 掌握网店商品拍摄的构图与用光方法； 4. 掌握商品视频拍摄的基础知识和手法； 5. 学会各类不同商品（如服装类、鞋类、箱包类、饰品类、数码类、特色美食类等）照片的拍摄方法与技巧； 6. 掌握商品照片后期制作的方法。	01
9	跨境电商物流	1. 了解跨境电商物流运输的概念和分类； 2. 了解跨境电商物流分类下第三方物流和海外仓的概念； 3. 掌握处理海外仓和第三方物流的操作流程； 4. 了解货运代理流程，能处理揽货、订舱、托运等货代业务； 5. 熟练掌握国际多式联运、集运等货运组织方式方法。	08
10	跨境电商多平台运营	1. 熟悉跨境电商运营、推广、物流及支付结算等工作的全流程； 2. 掌握跨境电商平台注册、选品定价、站内外推广及数据分析等方面的知识； 3. 熟练操作各大主流跨境电商平台的网店页面并进行运营（包含B2B和B2C平台）。	05
11	跨境社交媒体运营	1. 了解海外市场消费者和国际市场的基本特点； 2. 掌握Facebook、Instagram和Youtube等主流海外社交新媒体的营销方法及全网营销推广的知识； 3. 具备针对不同社交媒体制定不同的社交媒体营销计划的知识； 4. 了解搜索引擎营销并掌握其工具操作使用方式 5. 了解数字营销的含义和概念，掌握营销数据的处理和分析技巧，量化广告创意的价值。	06
12	视觉营销设计	1. 了解网店视觉营销综述、视觉设计元素、视觉色彩、视觉设计中字体的应用和视觉构图； 2. 了解用户体验、视觉定位、店铺结构、商品陈列； 3. 掌握文案完美视觉化技巧； 4. 了解商品主图、直通车推广图片设计、钻石广告设计； 5. 了解首页和内页及其设计方法； 6. 掌握视觉营销数据化。	03
13	跨境电商客户服务	1. 了解跨境电子商务客户服务工作的业务范围、工作特点和工作目标； 2. 掌握跨境电商客服工作的常用沟通技巧； 3. 掌握跨境电子商务主流平台及其客户服务体系； 4. 掌握售前、售中以及售后客服与沟通业务范围、处理流程与方法以及操作步骤； 5. 掌握客户的识别与分类维护、市场客户特点等。	07
14	跨境电商直播	1. 了解跨境直播行业的发展历程、发展趋势，主流直播平台的运营模式； 2. 了解tiktok直播的基本规则和操作、直播脚本设计的方法和直播时间掌控技巧； 3. 熟悉直播设备和场景的选择方法、直播带货的黄金法则和粉丝经营策略等； 4. 具备初步的直播脚本设计能力、直播内容演示能力，初步的开播准备和下播复盘能力； 5. 具备初步的直播选品和展示能力、化解直播危机的能力和以及粉丝管理能力。	09

15	跨境电商岗位综合实训	1. 让学生在模拟市场竞争环境中，感受企业经营者直面市场竞争； 2. 在参与跨境电商企业运营的过程中体验美工、运营、推广、物流仓储和客服等岗位的具体工作内容； 3. 熟悉跨境电商相关岗位的全操作流程； 4. 初步具有企业管理及创业战略思维。	01-09
16	商务数据分析与应用	1. 让学生了解数据分析的常见指标、思路与流程、思维和模型等知识； 2. 掌握相关数据分析工具的应用和操作技巧以及数据报告的撰写方法。	04-01-01、 05-01-02、 06-03-02、 09-03-01
17	市场营销	1. 了解和掌握市场营销的基本概念、原理和实践技巧； 2. 能够理解市场营销的重要性，掌握市场调研、市场分析、目标市场策划、产品定价、市场推广等方面的知识与技能。	04-01-01、 04-02-02、 04-02-03
18	经济基础	1. 学生全面理解经济学的基本概念、原理和理论，包括微观经济学和宏观经济学的核心内容； 2. 让学生能够在电子商务领域做出合理的经济决策； 3. 学生能够将经济学理论应用于电子商务实践中。	04
19	供应链管理基础	1. 全面了解供应链的基本概念、构成元素和运行机制，理解供应链管理在电子商务中的重要性； 2. 培养学生的供应链管理实践能力，使学生能够在实际工作中有效运用供应链管理的策略和方法； 3. 培养学生分析供应链问题并提出解决方案的能力，使学生能够在复杂多变的供应链环境中做出合理的决策。	04-03、05-02-01、 05-02-02、08
20	财务基础	1. 掌握财务管理的基本概念、原则和理论，理解财务报表的结构和解读方法； 2. 培养学生的财务分析能力，使学生能够运用所学知识对企业财务状况进行初步分析和评估； 3. 培养学生的职业道德和法律意识，强调在财务管理中的诚信、公正和合规性，确保学生具备基本的职业素养。	08-05、08-01-02、 08-01-02、 08-02-03、 05-02-03
21	统计基础	1. 掌握统计学的基本概念、原理和方法，理解统计在电子商务数据分析中的应用价值； 2. 培养学生使用统计软件（如Excel、SPSS等）进行数据处理和分析的能力，提高数据分析的效率和准确性； 3. 培养学生的逻辑思维和判断能力，使其能够客观、理性地看待数据和问题。	04-01-01、 05-01-02、 05-02-03、 06-03-02、08-05、 08-01-02、 08-01-02、 08-02-03、 09-03-01