**2025级跨境电子商务专业**

**人才培养方案**

**山东城市服务职业学院**

**2025年5月**

**目 录**

一、专业名称及代码 1

二、入学要求 1

三、修业年限 1

四、职业面向 1

五、培养目标与培养规格 1

（一）培养目标 1

（二）培养规格 2

六、培养模式 3

七、课程设置及要求 5

（一）课程体系构建思路 5

（二）课程体系架构 7

（三）公共基础课程 8

（四）专业（技能）课程 10

（五）专业核心课程描述 14

（六）素质拓展课程 20

八、学时安排 21

九、教学进程总体安排 21

（一）课程设置及教学计划表 22

（二）实践教学计划表 27

（三）综合实训活动安排表 29

（四）岗位实习活动安排表 30

十、实施保障 31

（一）师资队伍 31

（二）教学设施 32

（三）教学资源 33

（四）教学方法 33

（五）学习评价 34

（六）质量管理 35

十一、毕业要求 36

# **一、专业名称及代码**

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、修业年限**

三年制，可以根据学生灵活学习需求合理、弹性安排学习时间。

# **四、职业面向**

**表4-1 跨境电子商务专业职业面向**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 所属专业大类（代码） | 所属专业类（代码） | 对应行业（代码） | 主要职业类别（代码） | 主要岗位类别（或技术领域） | 职业资格证书或技能等级证书举例 |
| 财经商贸大类（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 | 跨境电商 B2B 数据运营、跨境电商 B2C 数据运营、网店运营推广 |

#

# **五、培养目标与培养规格**

## （一）培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，传承技能文明，德智体美劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、科学素养、数字素养、职业道德、创新意识，爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，较强的就业创业能力和可持续发展的能力，掌握本专业知识和技术技能，具备职业综合素质和行动能力，面向制造业，批发业，零售业，互联网和相关服务，商业服务业，交通运输、仓储和邮政业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技能人才。

## （二）培养规格

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

### 1.素质方面

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

（2）掌握与本专业对应职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握互联网交易安全、质量管理等相关知识与技能，了解相关行业文化，具有爱岗敬业的职业精神，遵守职业道德准 则和行为规范，具备社会责任感和担当精神；

（3）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。

### 2.知识方面

（1）掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、数学、外语（英语等）、信息技术等文化基础知识，具有良好的人文素养与科学素养，具备职业生涯规划能力；

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

（3）掌握信息技术基础知识，具有适应本行业数字化和智能化发展需求的数字技能；

### 3.能力方面

（1）通用能力

* 具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力，具有较强的集体意识 和团队合作意识，学习 1 门外语并结合本专业加以运用，具有一定的国际视野和跨文化交流能力；
* 具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力，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；
* 掌握身体运动的基本知识和至少 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，养成良好的运动习惯、卫生习惯和行为习惯；具备一定的心理调适能力；
* 掌握必备的美育知识，具有一定的文化修养、审美能力，形成至少 1 项艺术特长或爱好；

（2）专业能力

* 具有跨境电商选品分析和运营能力，能够进行产品市场数据采集与分析，完成产品选择、店铺注册、产品发布、店铺运营、站内活动策划等活动；
* 具有跨境电商站外推广的能力，能结合产品和品牌特点进行推广方案策划，完成海外社媒营销、搜索引擎营销、广告投放等站外推广活动；
* 掌握跨境电商数据分析方法和工具，能够制定数据分析方案，完成运营数据分析、 推广效果分析、产品需求分析、竞争对手分析、用户行为和特征分析等，并提供数据分析报告和可视化展示；
* 具有视觉营销设计能力，能够根据运营目标和用户偏好，进行产品和活动的场景布置和拍摄，利用图形图像处理软件、音视频剪辑软件完成店铺、活动的视觉设计与内容优化；
* 具有跨境客户服务、跨境供应链管理能力，能够完成售前咨询、订单跟进、异常处理、客户维护，能够制定跨境物流方案，完成采购管理、仓储管理、发货管理、服务商管理、 物流数据分析和风险管理；

# **六、培养模式**

本专业围绕学院“立足区域、服务产业、培养高素质技术技能人才”的办学定位，精准对接烟台及山东省跨境电商产业发展需求，构建“校企协同、能力递进、实战育人”的培养模式。通过贯彻“企业出题、校企共答、市场阅卷”的产教融合理念，采用“基础能力→核心技能→综合实战”三阶段递进式培养路径，强化学生的跨境电商运营、数字营销、国际商务等核心能力，培养适应跨境电商新业态的高素质技术技能人才。

第一阶段：基础能力培养（第1-4学期）

本阶段以职业认知和基础技能培养为核心，帮助学生建立跨境电商行业认知，掌握跨境电子商务、数据分析等基础能力。通过“企业认知实习+基础课程+职业素养训练”相结合的方式，使学生了解跨境电商产业链及岗位需求。专业课程设置《跨境电商基础》《跨境电商政策法规》等理论课程，并安排学生赴烟台综保区跨境电商产业园、本地外贸企业参观学习，增强行业感知。同时，引入阿里巴巴国际站、亚马逊等平台的模拟实训系统，让学生初步掌握店铺搭建、产品上架等基础操作。此外，通过职业素养课程（如《商务英语》《国际商务文化与礼仪》）提升学生的语言沟通能力和职业规范意识，为后续专业学习奠定基础。

在第二学年采用“项目驱动、工学交替”的教学模式，将企业真实运营任务融入课程，提升学生的实战能力。依托校内跨境电商实训基地和校企共建的“校中企”项目，引入企业真实账号运营、跨境直播、海外社交媒体推广等实战任务，让学生在真实商业环境中锻炼选品分析、数字营销等核心技能。课程设置《国际市场推广》《跨境电商运营》《跨境供应链管理》等核心课程，并联合企业导师共同授课，采用“理论+实操+企业案例”的教学方式。同时，鼓励学生考取“跨境电商B2B数据运营（1+X证书）”“阿里巴巴国际站操盘官”等行业认证，提升就业竞争力。此外，组织学生参加全国跨境电商技能大赛、山东省跨境电商创新创业大赛等赛事，以赛促学，强化团队协作和创新能力。

第二阶段：综合实战与就业衔接（第5学期）

本阶段以企业顶岗实习和创新创业实践为核心，通过“双导师制”（校内导师+企业导师）指导学生完成真实业务运营，并面向就业市场进行能力强化。学生可选择进入合作企业（如烟台东澍电商、艾多美等）进行为期6个月的顶岗实习，担任跨境电商运营助理、海外推广专员等岗位，参与企业真实项目运营，积累实战经验。同时，依托学校创新创业孵化基地，鼓励学生组建团队开展跨境电商创业实践，如运营独立站、TikTok海外直播带货等，优秀项目可获得企业资源扶持。毕业设计采用“企业真实案例+解决方案”的模式，由企业导师提供实际业务问题，学生通过数据分析、市场调研等方式提出优化方案，并由企业评估成果。此外，通过举办跨境电商专场招聘会、企业人才双选会等方式，实现学生高质量就业，确保人才培养与市场需求无缝衔接。

第三阶段：岗位能力提升（第6学期）

构建“实习+就业”一体化培养机制：建立“双导师+双考核”制度，企业导师侧重业务能力评价，学校导师负责过程管理。实施“周报月结”管理，每周提交工作日志，每月进行阶段性考核。分岗位方向实习：提供运营岗、推广岗、客服岗等细分岗位选择，开展“岗位能力提升计划”，针对薄弱环节进行专项强化训练。

# **七、课程设置及要求**

## （一）课程体系构建思路

跨境电子商务专业课程体系采用“基础+核心+实践+拓展”的四维架构。专业基础模块包含《跨境电子商务基础》《国际商务礼仪》等6门课程，夯实贸易规则与商务素养；8门核心课程聚焦运营实务，涵盖《跨境电商运营》《选品管理》《跨境供应链管理》等核心能力；实践模块通过《国际市场推广》等3门实战课程强化技能应用；选修模块设置18门课程，分设数字营销（如《海外营销》《数据可视化》）和运营管理（如《海外仓业务》《项目管理》）两大方向，实现个性化培养。课程体系融入“校企协同”与“课程思政”双特色，形成“理论-实践-创新”的全链条培养路径，突出跨境电商复合型人才的培养定位。



**图7-1-1 跨境电子商务专业课程体系结构图**



**图7-1-2 跨境电子商务专业职业岗位、典型工作任务及学习领域划分**

**表7-1-3 典型工作任务与课程支撑关系表**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **典型工作任务** | **职业能力** | **培养途径（主要课程）** |
| 1 | 跨境电商平台基础操作 | 掌握主流跨境电商平台规则 | **专业基础：**《跨境电子商务基础》《零售基础》 |
| 能完成基础店铺搭建与维护 |
| 理解国际贸易基本流程 |
| 2 | 跨境政策法规应用 | 熟悉跨境电商监管政策 | **专业基础：**《跨境电商政策法规》 |
| 能处理进出口报关文件 | 选修：《跨境通关》《海外仓业务》 |
| 掌握知识产权保护要点 |
| 3 | 跨境数字营销 | 能制定海外社交媒体推广策略 | **专业核心：**《选品管理》《国际市场推广》 |
| 掌握SEO/SEM优化技巧 | **专业实践：**《国际市场推广》 |
| 具备跨文化营销策划能力 | 选修：《海外营销》《文案策划与推广》 |
| 4 | 跨境电商运营管理 | 能完成多平台店铺运营 | **专业核心：**《跨境电商运营》《跨境供应链管理》 |
| 掌握跨境支付与结算流程 | **专业实践：**《跨境电商运营》 |
| 具备供应链协调能力 | 选修：《数据化运营》《项目管理》 |
| 5 | 跨境视觉营销设计 | 能设计符合目标市场审美的视觉素材 | **专业核心：**《视觉营销设计》 |
| 掌握A/B测试优化方法 | **专业实践：**《视觉营销设计》 |
| 备多语言文案适配能力 | 选修：《商品拍摄与素材处理》《艺术鉴赏》 |
| 6 | 跨境客户服务 | 能处理跨文化客户咨询与投诉 | **专业核心：**《跨境电商客户服务》 |
| 掌握多时区客服技巧 | 选修：《商务谈判与沟通》《消费心理学》 |
| 具备客户数据分析能力 |
| 7 | 跨境电商综合实战 | 能独立运营跨境店铺 | **专业核心：**《岗位实习》《毕业设计（论文）》 |
| 具备市场数据分析能力 | 选修：《零售门店O2O运营》《思维训练》 |
| 掌握风险防控与危机处理 |
| 8 | 跨境电商数据运营 | 能进行市场数据采集与分析 | **专业基础：**《商务数据分析》 |
| 掌握数据可视化呈现方法 | 选修：《数据可视化》《人工智能导论》 |
| 具备基于数据的决策能力 |

## （二）课程体系架构

课程分为公共基础课程、专业（技能）课程和素质拓展课程三类。公共基础课程包括公共必修课程（必修）、公共限选课程（限选）和公共任选课程（任选）三部分。专业（技能）课程包括专业基础课程、专业核心课程、专业实践课程和专业方向（选修）课程。素质拓展课程包括综合素质拓展课程和第二课堂活动课程。

**表7-2 课程体系构成及学分分配表**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程类别** | **学分** | **学时** | **占比** | **必修** | **限选** | **任选** |
| 公共基础课程 | 47 | 870 | 30.83% | 39 | 4 | 4 |
| 专业（技能）课程 | 专业基础课 | 20 | 320 | 11.34% | 20 | —— | —— |
| 专业核心课 | 42 | 980 | 34.73% | 42 | —— | —— |
| 专业实践课 | 18 | 396 | 14.03% | 18 | —— | —— |
| 专业方向课 | 12 | 192 | 6.80% | —— | 12 | —— |
| 素质拓展课 | 4 | 64 | 2.27% | —— | —— | 4 |
| 合计 | 143 | 2822 | 100.00% | 118 | 16 | 8 |

## （三）公共基础课程

公共基础课程47学分，具体包括公共必修课程（必修）、公共限选课程（限选）和公共任选课程（任选）。

### 1.公共必修课

本专业开设的公共必修课，具体情况详见表7-3。

**表7-3-1 公共必修课程一览表**

| **序号** | **课程名称** | **学时** | **学分** | **统筹学院** | **建议开设学期** | **备注** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 习近平新时代中国特色社会主义思想概论 | 48 | 3 | 马克思主义学院（基础教学部） | 第一学期 |  |
| 2 | 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 | 32 | 2 | 马克思主义学院（基础教学部） | 第一学期 |  |
| 3 | 思想道德与法治 | 48 | 3 | 马克思主义学院（基础教学部） | 第二学期 |  |
| 4 | 形势与政策 | 32 | 1 | 马克思主义学院（基础教学部） | 在校（1-4学期）每学期8课时 |  |
| 5 | 中国共产党党史 | 16 | 1 | 马克思主义学院（基础教学部） | 第二学期 |  |
| 6 | 思想政治理论课实践教学 | 16 | 1 | 马克思主义学院（基础教学部） | 第一至第二学期 |  |
| 7 | 大学英语 | 128 | 8 | 马克思主义学院（基础教学部） | 第一至第二学期 | 学生从两门中任选一门 |
| 大学日语 |
| 8 | 体育与健康（公共体育） | 36 | 2 | 马克思主义学院（基础教学部） | 第一学期 |  |
| 9 | 体育与健康（专项一） | 36 | 2 | 马克思主义学院（基础教学部） | 第二学期 |  |
| 10 | 体育与健康（专项二） | 36 | 2 | 马克思主义学院（基础教学部） | 第四学期 |  |
| 11 | 劳动教育 | 16 | 1 | 马克思主义学院（基础教学部） | 第二学期 |  |
| 12 | 管理学基础 | 16 | 1 | 马克思主义学院（基础教学部） | 第二学期 |  |
| 13 | 国家安全教育 | 16 | 1 | 马克思主义学院（基础教学部） | 第一学期 |  |
| 14 | 信息技术 | 48 | 3 | 教务处（科研与规划处、院士工作站） | 第一学期 |  |
| 15 | 军事技能 | 112 | 2 | 学生工作处（武装部、团委） | 第一学期 |  |
| 16 | 军事理论 | 36 | 2 | 学生工作处（武装部、团委） | 第一学期 |  |
| 17 | 心理健康教育 | 32 | 2 | 学生工作处（武装部、团委） | 第二学期 |  |
| 18 | 职业发展与就业指导 | 38 | 2 | 招生就业与校企合作处 | 在校学期分模块开设 |  |

### 2.公共限选课

本专业开设的公共限选课，具体情况详见表7-4。

**表7-3-2 公共限选课程一览表**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程名称** | **学时** | **学分** | **统筹学院** | **开设学期** | **建议开设专业** |
| 1 | 高等数学 | 64 | 4 | 马克思主义学院（基础教学部） | 第一至第二学期 | 智能制造学院、现代商务学院各专业 |

### 3.公共任选课

公共任选课为公共选修课程，包括公共艺术类、传统文化类、创新创业类、人文素养类、自然科学类、信息技术类等课程，学生在第二至第五学期从学院提供的公共任选课程清单中进行选修，选修4个学分，具体由教务处统筹。

## （四）专业（技能）课程

专业（技能）课程92学分，占总学分的64.8%，包括专业基础课程、专业核心课程、专业实践课程和专业方向（选修）课程。

### 1.专业基础课程

专业基础课程设置6门，包括《跨境电子商务基础》《市场营销》《跨境电商政策法规》《国际商务文化与礼仪》《商务数据分析》和《零售基础》。

### 2.专业核心课程

专业核心课程设置8门，包括《视觉营销设计》《国际市场推广》《跨境电商客户服务》《跨境电商运营》《选品管理》《跨境供应链管理》《岗位实习》和《毕业设计（论文）》。

### 3.专业实践课程

专业实践课程是为培养学生的基本实践能力与操作技能、专业技术应用能力与专业技能、综合实践能力与综合技能所开设的课程。根据专业岗位对跨境电子商务人才的复合性要求设置3门：包括《国际市场推广》《跨境电商运营》《视觉营销设计》。

### 专业方向（选修）课程

专业方向（选修）课程设置2个模块，其中每个模块设置不低于1门专业选修课程供学生选择，学生在第三至第四学期从提供的专业选修课程清单中进行选修，每学期分别选择其中1门课程进行修读，总计应完成12学分，附专业选修课程清单：主要有《管理学基础》《商品学基础》《财税基础》《数据化运营》《海外营销》《数据可视化》《商务谈判与沟通》《商品拍摄与素材处理》《消费心理学》《零售门店 O2O 运营》《文案策划与推广》《艺术鉴赏》《跨境通关》《海外仓业务》《项目管理》《思维训练》《人工智能导论》《办公软件高级应用》等，由跨境电子商务专业教研室统筹。

**表7-4 专业（技能）课程教学计划安排表**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程性质** | **课程名称** | **学分** | **学时** | **开设学期** | **课程主要内容** |
| 专业基础课程 | 跨境电子商务基础 | 3 | 48 | 第一学期 | 跨境电商行业概况、主流平台规则、国际贸易基础流程、跨境电商生态体系 |
| 市场营销 | 4 | 64 | 第一学期 | 市场分析、4P理论、消费者行为、品牌建设、数字化营销工具应用 |
| 跨境电商政策法规 | 3 | 48 | 第二学期 | 进出口监管政策、知识产权保护、跨境支付法规、海关申报流程、税务合规 |
| 国际商务文化与礼仪 | 3 | 48 | 第三学期 | 跨文化沟通技巧、主要贸易国商业习俗、商务谈判礼仪、国际商务文书写作 |
| 商务数据分析 | 4 | 64 | 第三学期 | 数据采集方法、Excel/BI工具应用、基础统计分析、电商数据指标解读 |
| 零售基础 | 4 | 64 | 第三学期 | 零售业态分类、门店运营管理、商品陈列技巧、消费者服务标准 |
| 专业核心课程 | 视觉营销设计 | 3 | 48 | 第二学期 | 电商视觉传达原理、PS/AI工具应用、主图/详情页设计、A/B测试优化 |
| 国际市场推广 | 4 | 64 | 第三学期 | 海外市场调研、Google/Facebook广告投放、KOL营销、本地化推广策略 |
| 跨境电商客户服务 | 3 | 48 | 第三学期 | 多语种客服技巧、纠纷处理流程、客户满意度管理、CRM系统应用 |
| 跨境电商运营 | 4 | 64 | 第四学期 | 多平台（亚马逊/速卖通等）店铺运营、产品上架优化、订单处理、数据监控 |
| 选品管理 | 3 | 48 | 第四学期 | 产品数据采集与分析、供应商信息采集与分析、定价与销售策略制定、产品销售周期分析等 |
| 跨境供应链管理 | 3 | 48 | 第四学期 | 国际物流模式选择、库存管理、报关报检、退换货流程、海外仓运营 |
| 岗位实习 | 20 | 600 | 第五、六学期 | 企业真实岗位实操（运营/推广/客服等），完成特定业务指标 |
| 毕业设计（论文） | 2 | 60 | 第六学期 | 跨境电商实际问题研究或创业项目设计，需提交解决方案或运营成果 |
| 专业实践课程 | 国际市场推广 | 6 | 132 | 第五学期 | 海外社交媒体账号运营、广告投放实战、推广效果数据分析报告 |
| 跨境电商运营 | 6 | 132 | 第五学期 | 真实平台店铺运营（含选品-上架-促销-数据分析全流程） |
| 视觉营销设计 | 6 | 132 | 第五学期 | 完成品牌视觉体系设计、制作高转化率素材包、开展A/B测试优化 |
| 专业方向（选修）课程模块1 | 管理学基础 | 3 | 48 | 第三学期 | 管理原理、组织行为学、团队建设、决策分析等基础管理知识 |
| 商品学基础 | 3 | 48 | 第三学期 | 商品分类、商品标准与检验、商品包装与储运、商品生命周期管理 |
| 财税基础 | 3 | 48 | 第三学期 | 跨境电商税务政策、国际结算、成本核算、财务报表基础分析 |
| 数据化运营 | 3 | 48 | 第三学期 | 数据采集与分析、用户画像构建、运营策略优化、数据驱动决策 |
| 海外营销 | 3 | 48 | 第三学期 | 海外市场调研、独立站运营、品牌出海策略、海外社交媒体营销 |
| 数据可视化 | 3 | 48 | 第三学期 | 数据图表制作、BI工具应用（如Tableau/Power BI）、数据报告呈现技巧 |
| 商务谈判与沟通 | 3 | 48 | 第三学期 | 跨文化谈判技巧、商务沟通策略、合同条款解读、冲突解决方法 |
| 商品拍摄与素材处理 | 3 | 48 | 第三学期 | 产品摄影、图片后期处理、短视频制作、多语言文案优化 |
| 消费心理学 | 3 | 48 | 第三学期 | 消费者行为分析、购买决策影响因素、用户体验优化、客户忠诚度培养 |
| 专业方向（选修）课程模块2 | 零售门店 O2O 运营 | 3 | 48 | 第四学期 | 线上线下融合运营、门店数字化管理、私域流量运营、本地化营销策略 |
| 文案策划与推广 | 3 | 48 | 第四学期 | 广告文案撰写、营销内容策划、SEO优化文案、社交媒体传播技巧 |
| 艺术鉴赏 | 3 | 48 | 第四学期 | 设计美学基础、色彩与构图原理、国际流行趋势分析、创意表达方法 |
| 跨境通关 | 3 | 48 | 第四学期 | 进出口报关流程、HS编码查询、关税计算、跨境物流单证制作 |
| 海外仓业务 | 3 | 48 | 第四学期 | 海外仓选址与管理、库存优化、尾程配送策略、退换货流程处理 |
| 项目管理 | 3 | 48 | 第四学期 | 项目计划制定、进度控制、风险管理、团队协作工具应用（如Trello/钉钉） |
| 思维训练 | 3 | 48 | 第四学期 | 逻辑思维、创新思维方法、问题分析与解决、结构化表达 |
| 人工智能导论 | 3 | 48 | 第四学期 | AI基础概念、智能推荐算法、聊天机器人应用、AI在电商中的实践案例 |
| 办公软件高级应用 | 3 | 48 | 第四学期 | Excel高级数据分析、PPT商务演示、自动化报表制作、协同办公工具使用技巧 |

## （五）专业核心课程描述

**表7-5-1 视觉营销设计课程描述**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程名称 | 视觉营销设计 | 学分 | 3 | 学时 | 48 |
| 课程目标 | 1. 掌握电商视觉设计原理与规范2. 熟练运用PS/AI等工具完成高转化率视觉素材3. 具备跨文化审美与A/B测试优化能力4. 培养品牌视觉体系构建思维 |
| 学习内容 | **模块1：设计基础**色彩理论与版式布局电商设计规范（主图/详情页/海报）**模块2：工具应用**Photoshop高级修图技巧Illustrator矢量图形设计动效设计基础（GIF/短视频）**模块3：商业实战**爆款商品视觉拆解A/B测试与数据反馈分析品牌视觉识别系统（VIS）构建 |
| 能力培养 | 1. 视觉创意表达能力2. 数据驱动的设计优化能力3. 跨文化审美判断能力4. 团队协作与提案展示能力 |
| 与岗位能力和职业资格证书的衔接 | **目标岗位**：电商视觉设计师跨境平台运营专员（视觉方向）广告创意设计师**职业资格证书**：Adobe国际认证（Photoshop/Illustrator）电子商务师（视觉营销专项）1+X跨境电商B2B数据运营证书（视觉模块） |

**表7-5-2 选品管理课程描述**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程名称 | 选品管理 | 学分 | 3 | 学时数 | 48 |
| 课程目标 | 掌握跨境电商平台选品核心逻辑与工具应用能独立完成市场分析、竞品调研与供应链评估具备数据化选品决策与风险规避能力 |
| 学习内容 | 市场分析：热销品类挖掘、消费趋势分析工具应用：Jungle Scout/Helium 10实操、利润测算供应链管理：供应商筛选、物流成本核算风险管控：知识产权排查、产品认证合规 |
| 能力培养 | 数据采集与分析能力跨境供应链协调能力商业决策与风险评估能力 |
| 与岗位能力和职业资格证书的衔接 | 目标岗位：跨境电商选品专员、采购经理职业证书：1+X跨境电商B2B数据运营（选品模块）、阿里巴巴国际站操盘官 |

**表7-5-3 国际市场推广课程描述**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程名称 | 国际市场推广 | 学分 | 4 | 学时数 | 64 |
| 课程目标 | 1. 掌握海外市场调研与竞品分析方法2. 能制定本土化数字营销策略（Google/Facebook/TikTok）3. 具备跨境KOL合作与海外展会策划能力4. 培养国际商务谈判与跨文化传播意识 |
| 学习内容 | **模块1：市场分析**全球市场趋势研判文化差异与消费习惯分析**模块2：推广策略**海外社交媒体矩阵搭建搜索引擎国际化优化（多语言SEO）**模块3：实战演练**独立站全球化部署海外虚拟展会策划国际公关危机处理模拟 |
| 能力培养 | 1. 多语言市场洞察能力2. 海外渠道资源整合能力3. 跨文化创意输出能力4. 国际商务谈判能力 |
| 与岗位能力和职业资格证书的衔接 | **目标岗位**：海外推广专员国际品牌经理跨境市场策划师**职业资格证书**：Google国际营销认证1+X跨境电商B2B数据运营证书（海外推广模块） |

**表7-5-4 跨境电商运营课程描述**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程名称 | 跨境电商运营 | 学分 | 4 | 学时数 | 64 |
| 课程目标 | 1. 掌握主流跨境平台（亚马逊/速卖通/Shopee）运营规则与流程2. 能独立完成选品分析、Listing优化及站内外引流3. 具备跨境数据化运营与风险管控能力4. 培养平台政策解读与合规运营意识 |
| 学习内容 | **模块1：平台运营基础**平台规则与算法机制店铺注册与资质管理类目分析与选品策略**模块2：核心运营技能**商品页多语言优化（标题/关键词/详情页）FBA/FBM物流模式选择**模块3：高阶实战**跨境侵权风险规避多平台数据对标分析 |
| 能力培养 | 1. 跨境平台实操能力2. 数据化选品与定价能力3. 国际物流方案设计能力4. 跨境合规风控能力 |
| 与岗位能力和职业资格证书的衔接 | **目标岗位**：跨境电商运营专员海外供应链协调员**职业资格证书**：阿里巴巴国际站操盘官1+X跨境电商B2C数据运营证书 |

**表7-5-5 跨境电商客户服务课程描述**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程名称 | 跨境电商客户服务 | 学分 | 3 | 学时数 | 48 |
| 课程目标 | 1. 掌握多语种跨境客服流程与沟通技巧2. 能处理时差化客户咨询与纠纷3. 具备跨境退换货与客户满意度管理能力4. 培养跨文化服务意识与合规意识 |
| 学习内容 | **模块1：基础技能**多语言客服话术（英/日/韩等）时差化服务排班管理工单系统操作（Zendesk等）**模块2：纠纷处理** A-Z索赔处理流程跨境退换货解决方案差评管理与申诉**模块3：客户维护**客户分层与精准服务满意度调查与分析海外客户社群运营 |
| 能力培养 | 1. 多语言商务沟通能力2. 跨境纠纷调解能力3. 客户数据管理能力4. 危机公关处理能力 |
| 与岗位能力和职业资格证书的衔接 | **目标岗位**：跨境客服专员海外客户经理**职业资格证书**：阿里巴巴国际站客户服务专员认证1+X跨境电商客户服务证书英语/小语种商务沟通等级证书 |

**表7-5-6 跨境供应链管理课程描述**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程名称 | 跨境供应链管理 | 学分 | 3 | 学时数 | 48 |
| 课程目标 | 1. 掌握跨境物流模式与供应链网络设计方法2. 能制定最优国际运输与库存管理方案3. 具备关务合规与风险管理能力4. 培养数字化供应链协同思维 |
| 学习内容 | **模块1：物流体系**国际运输方式对比（海运/空运/中欧班列）海外仓选址与管理系统跨境退货逆向物流**模块2：关务管理**HS编码归类与申报要素进出口单证制作（原产地证/装箱单等）RCEP等自贸协定关税优惠应用**模块3：数字化运营**供应链可视化系统操作跨境物流成本核算与优化风险预警与应急预案制定 |
| 能力培养 | 1. 国际物流方案设计能力2. 进出口单证处理能力3. 供应链成本控制能力4. 跨境合规风险研判能力 |
| 与岗位能力和职业资格证书的衔接 | **目标岗位**：跨境物流经理供应链规划师**职业资格证书**：国际贸易单一窗口操作员1+X跨境电商供应链管理证书 |

**表7-5-7 岗位实习课程描述**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程名称 | 岗位实习 | 学分 | 20 | 学时数 | 600 |
| 课程目标 | 1. 适应真实跨境电商工作场景与职业规范2. 熟练操作企业特定平台/工具系统3. 完成岗位KPI指标并形成改进方案4. 培养职业素养与团队协作能力 |
| 学习内容 | **模块1：岗前培训**企业制度与文化安全与保密规范**模块2：岗位实操**跨境电商平台日常运营（选品/上架/推广）数据监控与运营优化跨部门协作项目参与**模块3：总结提升**毕业转岗能力评估职业发展规划制定 |
| 能力培养 | 1. 平台实操能力2. 数据分析能力3. 问题解决能力4. 职业适应能力 |
| 与岗位能力和职业资格证书的衔接 | **考核认证**：企业实习鉴定（含KPI完成度）1+X证书实践学分转换 |

**表7-5-8 毕业设计（论文）课程描述**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程名称 | 毕业设计（论文） | 学分 | 2 | 学时数 | 60 |
| 课程目标 | 1. 系统运用专业知识和技能解决实际问题2. 掌握跨境电商项目研究全流程方法3. 形成创新性解决方案或运营成果4. 培养学术规范与职业报告能力 |
| 学习内容 | 1.毕业论文选题2.毕业论文实施3.毕业论文答辩 |
| 能力培养 | 1.具备在实践中发现问题、解决问题的能力；2.熟练进行需求分析、信息检索、方案设计、资源利用等专业方法和技能；3.理论与实践相结合的能力；4.办公软件操作能力。 |
| 与岗位能力和职业资格证书的衔接 |  |

## （六）素质拓展课程

素质拓展课程要求至少完成4学分，64学时。素质拓展课程包括综合素质拓展课程和第二课堂活动课程。依据人才培养需要，参照学生工作处（武装部、团委）《“第二课堂成绩单”制度实施办法（试行）》执行。

**表7-6 素质拓展课程一览表**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程名称** | **学时** | **学分** | **统筹部门** | **拟开设学期** |
| 1 | 入学教育 | 16 | 1 | 学生工作处（武装部、团委） | 第一学期 |
| 2 | 思想成长 | 16 | 1 | 学生工作处（武装部、团委） | 第一学期 |
| 3 | 社会实践、志愿公益 | 32 | 2 | 学生工作处（武装部、团委） | 第一至五学期 |
| 4 | 文体社团活动 | 16 | 1 | 学生工作处（武装部、团委） | 第一至五学期 |
| 5 | 技能特长 | 16 | 1 | 学生工作处（武装部、团委） | 第一至五学期 |
| 6 | 学生工作履历 | 16 | 1 | 学生工作处（武装部、团委） | 第一至五学期 |
| 7 | 创新创业 | 16 | 1 | 学生工作处（武装部、团委） | 第一至五学期 |
| 8 | 特色模块 | 16 | 1 | 学生工作处（武装部、团委） | 第一至五学期 |
| 9 | 健康教育 | 16 | 1 | 总务处（基建处） | 第一至五学期 |
| 10 | 专业技能竞赛、报告讲座 | 16 | 1 | 现代商务学院 | 第一至五学期 |
| 11 | 专业社团活动 | 16 | 1 | 现代商务学院 | 第一至五学期 |

# **八、学时安排**

跨境电子商务专业总学分为142学分，总学时数为2806学时，其中公共基础课程854学时，占总学时的32.39%；实践性教学1658学时，占总学时的59%；各类选修课程320学时，占总学时的11.4%。

# **九、教学进程总体安排**

实行三学年六学期制。探索实行“2+0.5+0.5”三段式学制人才培养模式。前两年四个学期，以人文素养课程、专业基础课程、专业核心课程为主，同时开展专业认知，专业基本技能训练；第五学期实行工学交替，校企协同培养，以开展专项实训、综合实训、企业项目化实训为主，重在学生综合技能训练提升，为岗位实习做好衔接；第六学期安排岗位实习。

每学期教学周数20周，三年共120周。

**表9-1 2025级跨境电子商务专业教学进程表**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **学年** | **学期** | **教学周** |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** | **11** | **12** | **13** | **14** | **15** | **16** | **17** | **18** | **19** | **20** |
| 一 | 1 | 入学教育军事技能 | 一体化教学 | 考试 |
| 2 | 一体化教学 | 考试 |
| 二 | 1 | 一体化教学 | 考试 |
| 2 | 一体化教学 | 考试 |
| 三 | 1 | 工学交替、校企协同培养、综合实训 | 考试 |
| 2 | 岗位实习、毕业设计（论文） |

## （一）课程设置及教学计划表

**表9-2 跨境电子商务专业课程设置及教学计划表**

| 课程性质 | 课程代码 | 课程名称 | 学分 | 学时 | 学时分配 | 各学期课程开设分布及学时安排 | 考核方式 |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 第一学年 | 第二学年 | 第三学年 |
| 理论 | 实践 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 公共必修课 | 01000001 | 思想道德与法治 | 3 | 48 | 40 | 8 |  | 3 |  |  |  |  | ★ |
| 01000101 | 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论 | 2 | 32 | 28 | 4 | 2 |  |  |  |  |  | ★ |
| 01000102 | 习近平新时代中国特色社会主义思想概论 | 3 | 48 | 40 | 8 | 3 |  |  |  |  |  | ★ |
| 01000040 | 形势与政策（一） | 1 | 32 | 8 | 0 | 0.5 |  |  |  |  |  |  |
| 形势与政策（二） | 8 | 0 |  | 0.5 |  |  |  |  |  |
| 形势与政策（三） | 8 | 0 |  |  | 0.5 |  |  |  |  |
| 形势与政策（四） | 8 | 0 |  |  |  | 0.5 |  |  |  |
| 01000155 | 中国共产党党史 | 1 | 16 | 16 | 0 |  | 1 |  |  |  |  |  |
| 01000035 | 思想政治理论课实践教学 | 1 | 16 | 0 | 16 | 0.5 | 0.5 |  |  |  |  |  |
| 01000007 | 心理健康教育 | 2 | 32 | 24 | 8 |  | 2 |  |  |  |  |  |
| 01000005 | 军事理论 | 2 | 36 | 24 | 12 | 2 |  |  |  |  |  |  |
| 01000103 | 军事技能 | 2 | 112 | 0 | 112 | **√** |  |  |  |  |  |  |
| 01000077 | 国家安全教育 | 1 | 16 | 16 | 0 | 1 |  |  |  |  |  |  |
| 01000105 | 劳动教育 | 1 | 16 | 0 | 16 | **√** | **√** |  |  |  |  |  |
| 01000232 | 管理学基础 | 1 | 16 | 14 | 2 |  | 1 |  |  |  |  |  |
| 01000009 | 大学英语（一） | 4 | 64 | 48 | 16 | 4 |  |  |  |  |  | ★ |
| 01000019 | 大学英语（二） | 4 | 64 | 48 | 16 |  | 4 |  |  |  |  | ★ |
| 01000034 | 大学日语（一） | 4 | 64 | 48 | 16 | 4 |  |  |  |  |  | ★ |
| 01000033 | 大学日语（二） | 4 | 64 | 48 | 16 |  | 4 |  |  |  |  | ★ |
| 01000106 | 信息技术 | 3 | 48 | 24 | 24 | 3 |  |  |  |  |  |  |
| 01000098 | 体育与健康（公共体育） | 2 | 36 | 2 | 34 | 2 |  |  |  |  |  | ★ |
| 01350221 | 体育与健康（专项一） | 2 | 36 | 2 | 34 |  | 2 |  |  |  |  | ★ |
| 01000097 | 体育与健康（专项二） | 2 | 36 | 2 | 34 |  |  |  | 2 |  |  | ★ |
| 01000107 | 职业发展与就业指导 | 2 | 38 | 22 | 16 |  | 1 | 1 |  |  | 0.5 |  |
| 小计 | 39 | 742 | 382 | 360 | 18 | 15 | 1.5 | 2.5 | 0 | 0.5 |  |
| 公共限选课 | 01000056 | 高等数学（一） | 2 | 32 | 32 | 0 | 2 |  |  |  |  |  | ★ |
| 01000057 | 高等数学（二） | 2 | 32 | 32 | 0 |  | 2 |  |  |  |  | ★ |
| 小计 | **4** | **64** | **64** | **0** | **2** | **2** |  |  |  |  |  |
| 公共选修课 |  | 公共选修课1 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | 公共选修课2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | 小计 | **4** | **64** | **64** |  |  | **2** |  | **2** |  |  |  |
| 自入校第二学期开设，每人在校需完成4个学分。 |
| 专业基础课 | 05028001 | 跨境电子商务基础 | 3 | 48 | 48 |  | 3 |  |  |  |  |  | ★ |
| 05028002 | 市场营销 | 4 | 64 | 48 | 16 | 4 |  |  |  |  |  | ★ |
| 05028003 | 跨境电商政策法规 | 3 | 48 | 48 |  |  | 3 |  |  |  |  | ★ |
| 05028004 | 国际商务文化与礼仪 | 2 | 32 | 32 |  |  |  | 2 |  |  |  |  |
| 05028005 | 商务数据分析 | 4 | 64 | 48 | 16 |  |  | 4 |  |  |  | ★ |
| 05028006 | 零售基础 | 4 | 64 | 48 | 16 |  |  | 4 |  |  |  | ★ |
| 小计 | **20** | **320** | **272** | **48** | **7** | **3** | **10** |  |  |  |  |
| 专业核心课 | 05028007 | 视觉营销设计 | 3 | 48 | 32 | 16 |  | 3 |  |  |  |  |  |
| 05028008 | 国际市场推广 | 4 | 64 | 48 | 16 |  |  | 4 |  |  |  | ★ |
| 05028009 | 跨境电商客户服务 | 3 | 48 | 48 |  |  |  | 3 |  |  |  | ★ |
| 05028010 | 跨境电商运营 | 4 | 64 | 48 | 16 |  |  |  | 4 |  |  | ★ |
| 05028011 | 选品管理 | 3 | 48 | 32 | 16 |  |  |  | 3 |  |  | ★ |
| 05028012 | 跨境供应链管理 | 3 | 48 | 32 | 16 |  |  |  | 3 |  |  |  |
| 05028013 | 岗位实习 | 20 | 600 | 0 | 600 |  |  |  | 2w |  | 18w |  |
| 05028014 | 毕业设计（论文） | 2 | 60 | 0 | 60 |  |  |  |  |  | 2w |  |
| 小计 | **42** | **980** | **240** | **740** |  | **3** | **7** | **10+2w** |  | **20w** |  |
| 专业实践课 | 05028015 | 国际市场推广 | 6 | 132 | 0 | 132 |  |  |  |  | 6w |  |  |
| 05028016 | 跨境电商运营 | 6 | 132 | 0 | 132 |  |  |  |  | 6w |  |  |
| 05028017 | 视觉营销设计 | 6 | 132 | 0 | 132 |  |  |  |  | 6w |  |  |
| 小计 | **18** | **396** | **0** | **396** |  |  |  |  | **18w** |  |  |
| 专业选修课 | 05028018 | 管理学基础 | 3 | 48 | 32 | 16 |  |  |  |  |  |  |  |
| 05028019 | 商品学基础 | 3 | 48 | 32 | 16 |  |  |  |  |  |  |  |
| 05028020 | 财税基础 | 3 | 48 | 32 | 16 |  |  | 3 |  |  |  |  |
| 05028021 | 数据化运营 | 3 | 48 | 32 | 16 |  |  | 3 |  |  |  |  |
| 05028022 | 海外营销 | 3 | 48 | 32 | 16 |  |  | **3** |  |  |  |  |
| 05028023 | 数据可视化 | 3 | 48 | 32 | 16 |  |  | **3** |  |  |  |  |
| 05028024 | 商务谈判与沟通 | 3 | 48 | 32 | 16 |  |  | **3** |  |  |  |  |
| 05028025 | 商品拍摄与素材处理 | 3 | 48 | 32 | 16 |  |  | **3** |  |  |  |  |
| 05028026 | 消费心理学 | 3 | 48 | 32 | 16 |  |  | **3** |  |  |  |  |
| 05028027 | 零售门店 O2O 运营 | 3 | 48 | 32 | 16 |  |  |  | 3 |  |  |  |
| 05028028 | 文案策划与推广 | 3 | 48 | 32 | 16 |  |  |  | **3** |  |  |  |
| 05028029 | 艺术鉴赏 | 3 | 48 | 32 | 16 |  |  |  | **3** |  |  |  |
| 05028030 | 跨境通关 | 3 | 48 | 32 | 16 |  |  |  | **3** |  |  |  |
| 05028031 | 海外仓业务 | 3 | 48 | 32 | 16 |  |  |  | **3** |  |  |  |
| 05028032 | 项目管理 | 3 | 48 | 32 | 16 |  |  |  | **3** |  |  |  |
| 05028033 | 思维训练 | 3 | 48 | 32 | 16 |  |  |  | **3** |  |  |  |
| 05028034 | 人工智能导论 | 3 | 48 | 32 | 16 |  |  |  | **3** |  |  |  |
| 05028035 | 办公软件高级应用 | 3 | 48 | 32 | 16 |  |  |  | **3** |  |  |  |
| 小计 | **12** | **192** | **128** | **64** |  |  | **6** | **6** |  |  |  |
| 素质拓展课 | 08000001 | 入学教育 | 1 | 16 | 0 | 16 | √ |  |  |  |  |  |  |
| 08000007 | 思想成长 | 1 | 16 | 0 | 16 | √ |  |  |  |  |  |  |
| 08000012 | 社会实践、志愿公益 | 2 | 32 | 0 | 32 | √ | √ | √ | √ | √ |  |  |
| 08000013 | 文体社团活动 | 1 | 16 | 0 | 16 | √ | √ | √ | √ | √ |  |  |
| 08000056 | 技能特长 | 1 | 16 | 0 | 16 | √ | √ | √ | √ | √ |  |  |
| 08000014 | 学生工作履历 | 1 | 16 | 0 | 16 | √ | √ | √ | √ | √ |  |  |
| 08000015 | 创新创业 | 1 | 16 | 0 | 16 | √ | √ | √ | √ | √ |  |  |
| 08000016 | 特色模块 | 1 | 16 | 0 | 16 | √ | √ | √ | √ | √ |  |  |
| 08000017 | 健康教育 | 1 | 16 | 0 | 16 | √ | √ | √ | √ |  |  |  |
| 08000018 | 专业技能竞赛、报告讲座 | 1 | 16 | 0 | 16 | √ | √ | √ | √ |  |  |  |
| 08000019 | 专业社团活动 | 1 | 16 | 0 | 16 | √ | √ | √ | √ |  |  |  |
| 小计 | **4** | **64** | **0** | **64** |  |  |  |  |  |  |  |
| 合计及周学时 | **143** | **2822** | **1148** | **1658** | **27** | **25** | **24.5** | **20.5** | **18w** | **20w** |  |
| 总学分/总课时 | **143/2822** |

**说明：★表示考试，其余为考查；w 表示集中实践教学周；√表示课程开设学期。**

## （二）实践教学计划表

以契合行业发展、促进就业能力为导向，以综合职业能力为主线，结合专业实际，按照由简单到复杂，由单一到综合，由基础到拓展创新依次递进的原则，将专业群实践教学环节进行整体设计。

**表9-3 实践教学计划表**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 实践教学项目 | 学期 | 周数/学时 | 实践目标 | 实践内容 | 实践地点 |
| 1 | 市场营销 | 1 | 16/16 | 掌握市场调研与数据分析能力培养营销策划与执行能力提升数字营销实战技能强化团队协作与客户沟通能力 | 设计并实施消费者问卷调查，运用SPSS/Excel进行数据清洗与分析，撰写市场调研报告（含竞品分析）制定产品营销方案（含4P策略），设计线上线下推广活动，预算编制与ROI预测运营企业社交媒体账号（微信/抖音/小红书），完成SEO优化与SEM广告投放，制作短视频营销内容分组模拟企业营销部门运作，开展客户需求访谈与提案演示，处理模拟客诉案例 | 跨境电商综合训室；相关校企合作企业 |
| 2 | 视觉营销设计 | 2 | 16/16 | 掌握电商视觉设计规范与工具应用培养数据驱动的设计优化能力提升品牌视觉体系构建能力强化跨平台视觉适配技能 | 完成商品主图、详情页和海报设计，运用PS/AI进行视觉素材制作，遵循平台设计规范开展A/B测试对比不同视觉方案效果，分析点击率/转化率数据，输出优化报告设计完整的品牌VI系统（含logo/色彩/字体），制作风格统一的营销素材包针对PC端/移动端/社交媒体等不同场景，制作适配性视觉内容 | 电商综合实训室； |
| 3 | 选品管理 | 3 | 16/16 | 掌握数据化选品方法培养供应链评估能力提升风险预判能力强化决策分析能力 | 掌握站内外及第三方产品数据采 集工具和方法，用户需求分析方法。 能够采集与分析供应商信息，选择 稳定优质的供应商，进行产品市场分析 与定位，制订合理的价格与销售计划， 依据不同产品的生命周期规律，及时调 整销售计划与定价策略 | 电商综合实训室； |
| 4 | 国际市场推广 | 3 | 16/16 | 掌握海外市场调研与竞品分析方法培养国际化数字营销策划能力提升跨境社交媒体运营技能掌握国际KOL合作全流程具备国际展会策划能力 | 开展目标国家消费者行为研究，完成SWOT分析报告，制定市场进入策略设计Google/Facebook/TikTok多平台广告投放方案，优化多语言落地页运营企业海外社媒账号（Facebook/Instagram/Twitter），策划本土化内容营销筛选海外行业红人，制定合作方案，执行campaign并评估效果模拟筹办线上虚拟展会，完成展位设计、客户邀约与会后跟进 | 跨境电商综合训室 |
| 5 | 商务数据分析 | 3 | 16/16 | 掌握商业数据采集与清洗技术培养商业洞察与可视化能力掌握消费者行为分析方法具备预测分析与决策支持能力掌握跨境电商特色分析技能 | 使用Python/R进行多源数据爬取，完成数据清洗与结构化处理，建立分析数据库运用Tableau/Power BI制作动态数据看板，撰写数据洞察报告，提出业务优化建议设计用户画像模型，进行RFM客户分层，完成购物篮关联分析构建销售预测模型，开展AB测试评估，输出数据驱动的决策方案分析平台流量转化路径，优化广告ROI，监测跨境物流时效指标 | 跨境电商综合训室 |
| 6 | 零售基础 | 3 | 16/16 | 掌握零售终端运营核心技能培养消费者行为观察能力掌握零售数据采集方法具备O2O运营基础能力 | 开展门店布局设计与动线规划，完成商品陈列实操，实施标准化服务流程演练执行门店客流量统计与热区分析，记录消费者购物路径，撰写行为分析报告操作POS系统完成销售数据录入，制作进销存报表，分析商品周转率指标实施线上线下一体化库存管理，设计门店自提方案，完成社群营销基础操作 | 跨境电商综合训室 |
| 7 | 跨境电商客户服务 | 4 | 16/16 | 掌握多语种跨境客户服务标准流程培养跨文化纠纷处理能力提升客户满意度管理技能具备智能化客服工具应用能力 | 使用英语/小语种处理售前咨询工单，完成订单状态查询与物流追踪服务，执行标准化响应模板制作模拟处理A-Z索赔案例，制定退换货解决方案，开展差评管理与申诉操作设计满意度调研问卷，分析客户服务数据，制定服务改进方案操作在线客服系统（Zendesk/LiveChat），配置Chatbot自动应答，运用翻译工具辅助多语言服务 | 跨境电商综合训室；相关校企合作企业 |
| 8 | 跨境电商运营 | 4 | 16/16 | 掌握主流跨境平台全流程运营培养数据化选品与定价能力提升站内外营销推广技能具备跨境风险管控能力掌握多平台协同运营技巧 | 完成亚马逊/Shopee店铺注册与资质认证，实施商品上架与Listing优化，执行FBA/FBM物流方案配置运用Jungle Scout等工具开展市场分析，制定竞争定价策略，完成爆款商品开发报告设计PPC广告投放计划，策划平台促销活动，开展社交媒体站外引流识别侵权风险商品，处理账户健康预警，制定VAT税务合规方案实施跨平台库存同步管理，分析各平台数据报表，优化整体运营效率 | 跨境电商综合训室 |
| 9 | 跨境供应链管理 | 4 | 16/16 | 掌握跨境物流方案设计与优化培养海外仓运营管理能力提升进出口单证处理技能具备供应链风险管控能力掌握数字化供应链协同技术 | 完成海运/空运/中欧班列成本时效对比分析，设计最优物流路径方案，核算关税与保险费用执行海外仓选址评估，开展库存预警设置，处理尾程配送异常情况制作商业发票/装箱单/原产地证，完成HS编码归类，申报RCEP关税优惠识别清关风险节点，制定应急预案，开展供应链中断模拟演练操作WMS/TMS系统，实施供应链可视化监控，完成跨境物流数据看板制作 | 跨境电商综合训室；相关校企合作企业 |

## （三）综合实训活动安排表

**表9-4 综合实训活动安排表（第五学期）**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 实训项目 | 周数(学时) | 实训内容 | 实训考核 |
| 国际市场推广 | 6（132） | 1. 目标市场定位分析：使用Google Analytics等工具分析RCEP区域消费特征完成竞品SWOT分析报告2. 多平台广告投放实战：制定Meta/Google/TikTok广告组合策略实施A/B测试优化广告素材3. 海外社交媒体运营：运营企业Facebook/Instagram账号策划本土化话题营销活动4. 独立站全球化部署：搭建Shopify基础站点配置多语言自动切换功能5. 虚拟展会全流程演练：3D展位设计跨国直播推介会实施 | 1.过程考核（40%）：每周广告投放数据报告（CTR/ROAS）社交媒体运营日志2.成果考核（60%）：海外推广方案书（含预算与KPI）虚拟展会答辩（企业导师评分）3.创新加分项：小语种营销内容创作新兴平台（Temu/TikTok Shop）拓展方案 |
| 跨境电商运营 | 6（132） | 1.平台账号注册与资质认证：完成亚马逊、Shopee等平台店铺注册，提交企业资质文件2.商品上架与Listing优化：编写多语言商品标题与描述，拍摄符合平台规范的主图与详情页3.站内外营销推广：制定PPC广告投放计划，策划平台促销活动，开展社交媒体站外引流4物流与库存管理：设置FBA/FBM发货模式，优化库存周转率，处理跨境退换货5.数据化运营分析：制作周报数据看板，包含GMV、转化率、客单价等核心指标 | 1.过程考核（40%）店铺运营：商品上架、Listing优化、广告投放等日常任务完成情况数据分析：每周制作运营数据报告（GMV、转化率、广告ROI等）团队协作：小组分工与任务执行效率2.成果考核（60%）店铺业绩：考核GMV、订单量、利润率等核心指标达成度运营报告：提交完整的运营优化方案（含问题分析与改进措施）企业评分：合作企业对店铺运营效果的实际评价3.创新加分项（10%）新兴平台拓展（如TikTok Shop、Temu）创新营销玩法（直播带货、KOL合作等） |
| 视觉营销设计 | 6（132） | 1.电商视觉规范学习：掌握主流平台（亚马逊、天猫国际）的图片尺寸、格式等设计要求2.商品视觉设计实战：完成主图、详情页、广告海报等全套视觉素材制作3.A/B测试优化：设计不同风格的视觉方案并进行数据对比测试4.品牌VI系统构建：设计包含logo、标准色、字体等元素的品牌视觉识别系统5.跨平台适配设计：针对PC端、移动端、社媒平台制作适配性视觉内容 | 1.过程考核（40%）：每周检查设计任务完成情况（包括主图、详情页等基础素材制作）评估A/B测试的执行过程和数据记录规范性测试学生对各电商平台设计规范的掌握程度2.成果考核（60%）：最终提交完整的作品集（包含品牌VI系统和商品全套视觉素材）由企业导师对作品的实际落地性进行专业评分3.创新加分项：使用动态设计/GIF体现跨文化创新设计应用AR/3D等新技术 |

## （四）岗位实习活动安排表

**表9-5 岗位实习活动安排表（第六学期）**

|  |  |
| --- | --- |
| 实习目标 | 掌握跨境电商核心岗位实操技能，具备运营、推广、客服全流程工作能力 |
| 实习安排 | 实习项目 | 周数(学时) | 实习内容 |
| 跨境电商运营 | 8（240） | 商品上架、Listing优化、广告投放、数据分析 |
| 国际市场推广 | 6（180） |

|  |
| --- |
| 市场调研、社媒运营、广告策划、KOL合作 |

 |
| 跨境电商客户服务 | 6（180） | 多语言咨询处理、退换货管理、客户满意度提升 |
| 教师要求 | 1.定期跟踪学生实习学习情况2.定期培训实习学生，引导学生实习工作3.定期联系企业回访学生实习工作表现，稳定学生状态 |
| 学生要求 | 1.按照在校学习情况，配合企业开展工作2.保障自身安全，包括财产安全、人身安全等 |
| 实习考核 | 学校与企业双方共同对学生实习表现进行综合考核 |

# **十、实施保障**

## （一）师资队伍

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

“双师型”教师占专业课教师数比例 88%，高级职称专任教师的比例23.5%，专专任教师占比60%，具有高校教师资格；具有跨境电子商务、电子商务、国际经济与贸易、市场营销、商务英语等相关专业本科及以上学历；具有一定年限的相应工作经历或者实践经验，达到相应的技术技能水平；具有本专业理论和实践能力；能够落实课程思政要求，挖掘专业课程中的思政教育元素和资源；能够运用信息技术开展混合式教学等教法改革；能够跟踪新经济、新技术发展前沿，开展技术研发与社会服务；每5年累计不少于6个月的企业实践经历。

兼职教师占比40%，主要从本专业相关行业企业的高技能人才中聘任，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上专业技术职务（职称）或高级工及以上职业技能等级，了解教育教学规律，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专业教学任务。

**表10-1 跨境电子商务专业专任/兼职教师**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 姓名 | 性别 | 出生年月 | 职称 | 教师性质 | 承担课程 | 是否双师素质教师 |
| 吕成斋 | 男 | 1967.07 | 教授 | 专任教师 | 《市场营销》 | 是 |
| 邹雪洁 | 女 | 1970.12 | 教授 | 专任教师 | 《商务英语》 | 是 |
| 方阿荣 | 女 | 1972.10 | 教授 | 专任教师 | 《跨境电商政策法规》 | 是 |
| 王裕 | 女 | 1985.09 | 讲师 | 专任教师 | 《国际市场推广》 | 是 |
| 王丽红 | 女 | 1991.05 | 讲师 | 专任教师 | 《跨境供应链管理》 | 是 |
| 马丽 | 女 | 1979.07 | 讲师 | 专任教师 | 《视觉营销设计》 | 是 |
| 王咏鑫 | 女 | 1991.10 | 助教 | 专任教师 | 《跨境电商运营》 | 是 |
| 孙政 | 女 | 1992.12 | 助教 | 专任教师 | 《市场营销》 | 是 |
| 吕佳珉 | 男 | 1995.05 | 助教 | 专任教师 | 《商务数据分析》 | 是 |
| 苏晨 | 女 | 1996.05 | 助教 | 专任教师 | 《选品管理》 | 是 |
| 徐梦圆 | 女 | 1998.08 | 助教 | 专任教师 | 《国际市场推广》 | 否 |
| 宋欣耘 | 女 | 1998.10 | 助教 | 专任教师 | 《视觉营销设计》 | 否 |
| 车延红 | 女 | 1973.04 | 教授 | 兼职教师 | 《国际商务文化与礼仪》 | 是 |
| 陈阳 | 女 | 1988.03 | 讲师 | 兼职教师 | 《国际商务文化与礼仪》 | 是 |
| 张睿 | 女 | 1990.09 | 讲师 | 兼职教师 | 《财税基础》 | 是 |
| 李岩涛 | 男 | 1983.06 | 讲师 | 兼职教师 | 《零售基础》 | 是 |
| 张学友 | 男 | 1980.06 | 讲师 | 兼职教师 | 《跨境电商客户服务》 | 是 |
| 唐羽 | 女 | 1983.06 | 教授 | 兼职教师 | 《跨境电商运营》 | 否 |
| 王汐月 | 女 | 1987.10 | 高级工 | 兼职教师 | 《国际市场推广》 | 否 |
| 朱波 | 男 | 1981.07 | 教授 | 兼职教师 | 《跨境电商运营》 | 否 |

注：可将专任教师与兼职教师分开写

## （二）教学设施

### 1.专业教室基本条件

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。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。

### 2.校内实训室（基地）基本要求

校内实训基地结合理论教学的开展，重点帮助学生建立对有关知识的感性认识，初步培养学生的动手能力和职业技能。

跨境电子商务综合实训室

平台运营模块：配置多台高性能计算机，安装店铺管理工具，提供商品上架、订单处理、物流跟踪等实战演练。

数据分析模块：配备数据可视化工具（Tableau、Power BI），支持销售数据监测、广告效果分析及市场趋势研判。

视觉营销设计实训室

配置高性能计算机、摄影棚及灯光设备，支持商品拍摄、详情页设计。

### 3.校外实训基地基本要求

与跨境电商企业、物流公司、海外仓服务商等合作建立校外实训基地，提供真实岗位实习机会。基地需具备：

企业导师指导机制

真实项目实操环境（如亚马逊店铺代运营）

定期技能培训与考核

### 4.学生实习基地基本要求

实习基地应为跨境电商产业链相关企业提供：

6个月以上连续实习周期

轮岗制度（运营/推广/客服岗位）

### 实习期间业绩考核与反馈

### 5.信息网络教学条件

校园网络覆盖实训区域，带宽≥100Mbps，支持多终端并发访问国际电商平台，配备VPN系统以保障跨境数据安全，建设在线教学平台，共享课程资源与实训案例库。

## （三）教学资源

### 1.教材选用基本要求

按照国家规定选用优质教材，禁止不合格的教材进入课堂。学校应建立由专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。

原则上要求专业课程的教材和教辅资料均必须选取近三年内出版的高职高专教材，同时，鼓励专业教师根据学生的实际情况编写校企合作教材，并可根据实际情况引进企业内部讲义，要求教师尽可能的把企业和行业的与时俱进的知识和技能嵌入在授课过程中，完善教学体系。

### 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：有关跨境电子商务技术、方法、思维以及实务操作类图书，经济、管理、营销和文化类文献等。

### 3.数字教学资源配置基本要求

本专业要求每门专业课程均建设、配备与课程有关的音视频素材、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。此外，本专业大力支持混合式教学、手机课程、网上建课等信息化教学手段，丰富数字教学资源。

## （四）教学方法

根据跨境电子商务专业实践性强、技术更新快、国际化程度高的特点，构建“以学生为中心、以职业能力为本位”的教学体系，采用多元教学方法，实现“教、学、做、评”一体化。

1.项目教学法

应用场景：跨境电商店铺运营、国际市场推广等综合性课程

实施方式：以企业真实项目（如“山东特色产品出海”）为载体，学生分组完成市场分析→选品→运营→推广全流程

教师作为项目顾问，企业导师参与成果验收

2.任务驱动法

应用场景：平台操作、广告投放等技能型课程

实施方式：设定阶梯式任务

通过“任务单+操作微课”引导学生自主探究，结合后台数据反馈即时调整策略

3.情景体验教学法

应用场景：客户服务、跨文化沟通等课程

实施方式：

搭建“多语种客服情景实验室”，模拟时差化工作场景

使用ChatGPT辅助生成多语言话术，通过角色扮演处理纠纷案例

## （五）学习评价

学习评价的核心思想是：以评价促发展，体现能力为本，理论与实践相结合，对学生采用“四实”标准进行评价，包括实理实理,指实用理论,即学生获得相应能力和技能所必要的实用知识和理论,考核学生对这些知识和理论的掌握程度；实训，指技能训练，即学生通过强化训练掌握某种专项技能和核心能力的程度；实战，指生产经营，即学生在真实职场环境中通过生产性实训、实体性经营等活动，获得综合能力的成效；实习，指跟岗和顶岗实习，即学生在实习单位参加教学实习，重点考核技能掌握程度，以及工作态度、工匠精神、工作业绩。

考核方式以过程考核和结果考核相结合的方式，各学习情境分别独立考核，最终给出综合成绩。考核过程侧重实践操作技能的操作考核，既考核学生完成工作任务的规范操作情况，更要注重职业能力和素质的培养。既考核学生的个人动手能力，同时考核小组之间的合作情况。结果考核主要依据任务完成的质量和效率，依据考核表进行客观打分评价。

1.目标考核和过程评价相结合

采用过程评价和目标考核相结合的方式，既对学生完成任务的工作过程及运行操作能力进行评价，也对运行操作的结果进行评价，体现的是职业行动能力的全方位评价。

2.学生相互评价和学生的自我评价

评价内容主要围绕三个方面：自我学生能力，协作学习过程中做出的贡献及完成工作任务的质量，从学生的视角对学生工作积极性、团结协作精神加以评价。

3.定性评价和定量评价相结合

把定性与定量考核结合到过程考核中，建立各种规范化、标准化的考核表。

除此之外，考核注重实践能力，校企双方共同考核。学生完成工作任务的过程中，始终有企业兼职教师参与，进行全过程考核，通过过程让学生进行自我管理，自我设计，培养学生的创新精神，通过考核促进学生学习和综合素质的提高。

## （六）质量管理

1.制度保障

建立专业建设和教学质量诊断与改进机制，明确教学质量保障体系的建设和实施如何进行，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，建立科学、规范、全面的教学质量保障体系和长效机制，形成一个有明确任务、职责、权限、相互协调、相互促进的教学质量管理有机整体，合理配置教学资源，增强自我约束和自我发展能力，持续提高教育教学质量。

2.质量监控

（1）建立全员参与、全程监控和全面保障的教学管理机制，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度。通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，实施质量监控，达成人才培养规格。采取集中教学检查、随机教学检查、专项教学检查、教师教学效果评价、专项评估等全方位全空间的形式以专业、课程、教学等为评价对象，以建设水平和质量状况为重点，进行专业、课程和教学的检查与监控，保证质量。

（2）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，定期开展说课展示、公开课、示范课、教学竞赛等教研活动。

（3）建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，定期形成毕业生就业质量分析报告，对生源情况、就业率和去向、就业情况、就业创业工作举措、专业相关度、对教育教学的反馈等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

（4）定期开展教研活动，充分利用就业分析评价结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

# **十一、毕业要求**

1.本专业学生毕业最低取得142学分，其中公共基础课46学分，专业课程（包括岗位实习与毕业设计）92学分，素质拓展课程4学分。

2.参加规定的毕业实习，提交符合要求的实习鉴定、实习报告并成绩合格。

3.鼓励学生取得与专业相关领域的职业技能等级证书或职业资格证书，对符合要求的证书可以进行课程的学分置换。学生通过并获得英语四、六级、计算机等级考试、普通话测试（二级乙等以上）、专业相关领域的1+X职业技能等级证书等，参与各类专业职业技能竞赛、学科竞赛等大学生竞赛活动并获奖，发表论文、获得发表专利等科研成果，可置换相关专业课程学分或认定素质拓展课、选修课学分奖励，具体置换或奖励政策，按照学校有关办法执行。

跨境电子商务专业人才培养方案论证审核单

一、跨境电子商务专业人才培养方案论证意见

|  |
| --- |
| 一、培养目标与定位本方案立足“一带一路”倡议和RCEP经贸合作背景，紧密对接跨境电商综试区建设需求，培养定位明确为“精平台、通外贸、懂数据”的复合型技术技能人才。培养目标突出三个核心维度：一是平台运营能力（亚马逊、独立站等多平台操作），二是跨境供应链整合能力（关务、物流、支付），三是数据化运营能力（选品分析、广告优化），符合当前跨境电商行业对人才的需求特征。建议在目标表述中进一步强化以下要素：首先，增加小语种（如日韩语）应用能力要求；其次，明确应对国际贸易摩擦的风险管控能力培养；最后，补充跨境电商合规经营的素质要求。在服务面向定位上，方案较好地体现了服务区域经济的特色，但建议：一是加强与山东“十四五”跨境电商发展规划的衔接，突出对日韩、东盟市场的针对性培养；二是响应“品牌出海”战略，在培养目标中增加跨境品牌运营能力要求；三是明确与阿里巴巴国际站操盘官、1+X跨境电商B2B数据运营等证书的对接路径，建议将证书考核标准直接融入课程体系。二、课程体系设置现有“专业基础+核心技能+方向拓展”的三层课程结构设计合理，具有以下亮点：一是将《跨境电商政策法规》《国际商务文化与礼仪》设为专业基础课，凸显跨境特色；二是《跨境电商运营》《国际市场推广》等核心课程紧扣行业新趋势；三是设置跨境通关、海外仓业务等方向选修模块。建议在以下方面优化：首先，将增加小语种基础；其次，在专业核心课中增设《跨境供应链管理》；最后，开发《烟台产业带跨境电商实务》模块，涵盖本地企业的出海案例。实践教学体系设计，一是校内实训应配置亚马逊模拟运营系统、海关申报模拟系统等专业软件；二是将"黑五""网一"等跨境大促周期设为固定实践教学环节；三是毕业设计要求解决企业真实问题（如优化某品类海外仓备货策略）。建立“基础实训-专项实训-综合实战”三阶递进体系，综合实战环节可采用企业店铺托管模式。三、教学方法与手段方案提出的“产教融合、虚实结合”教学方法符合跨境人才培养规律，建议重点建设以下支撑体系：一是开发“跨境电商数字孪生实训平台”，模拟多国海关清关场景；二是建设“多语种智能客服实训室”，配置实时翻译系统和时差模拟环境；三是推行“企业工单”教学模式，承接海外客户咨询、侵权投诉等真实案例处理。信息化教学改革方面需强化：一是利用元宇宙技术构建虚拟海外市场环境，开展跨文化谈判训练；二是开发“跨境电商数据驾驶舱”，实时对接企业运营数据用于教学分析；三是建立课程资源库，应包含主要贸易国产品标准、200+个纠纷处理案例等实用素材。要特别注意网络安全教育，强化学生对于国际支付安全、数据跨境流动合规的操作训练。四、师资队伍建设“双师型”教师占比88%的目标切实可行，建议建立以下保障机制：一是实施“教师企业工作站”制度，要求专任教师每年参与企业真实运营项目不少于2个月；二是组建“跨境电商教师创新团队”，重点攻关独立站SEO优化、海外仓智能备货等行业难题；三是聘请平台官方认证讲师（如亚马逊官方讲师）和年销售额千万级的大卖家担任产业导师。师资建设需着重加强：一是与跨境电商产业园共建“教师实践基地”，参与“9710”“9810”等海关监管模式实践；二是建立“教师-企业导师”结对发展机制，共同开发《烟台产业带跨境电商运营实战》等活页式教材；三是实施教师数字化能力认证专家签字：29767c24f1f3edaaf5c6eae326c299b3_08b495cb60fa7a67a3c6c5abb223e6a4_796f6a8c39ef69a07bf2107ec6cf4d7c_ 2025 年 6 月 1 日 |

二、跨境电子商务专业人才培养方案修订说明

|  |
| --- |
| 根据《跨境电子商务专业教学标准（高等职业教育专科）》和学院关于人才培养方案编制的最新要求，结合区域经济发展需求和行业调研数据，制订2025级跨境电子商务专业人才培养方案。 |

三、跨境电子商务专业人才培养方案编制审核单

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 人才培养方案制订小组编写人员（含校内外）

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 姓名 | 职务（职称） | 单位 | 对应专业 |
| 王咏鑫 | 跨境电子商务专业负责人/助教 | 山东城市服务职业学院 | 跨境电子商务 |
| 王裕 | 电子商务专业负责人/讲师 | 山东城市服务职业学院 | 跨境电子商务 |
| 车延红 | 院长/教授 | 山东城市服务职业学院 | 跨境电子商务 |
| 李岩涛 | 副院长/讲师 | 山东城市服务职业学院 | 跨境电子商务 |
| 吕成斋 | 教师/副教授 | 山东城市服务职业学院 | 跨境电子商务 |
| 李福烨 | 教师/副教授 | 山东城市服务职业学院 | 跨境电子商务 |
| 方阿荣 | 教师/副教授 | 山东城市服务职业学院 | 跨境电子商务 |
| 邹雪洁 | 教师/副教授 | 山东城市服务职业学院 | 跨境电子商务 |
| 王丽红 | 教师/讲师 | 山东城市服务职业学院 | 跨境电子商务 |
| 马丽 | 教师/讲师 | 山东城市服务职业学院 | 跨境电子商务 |
| 孙政 | 教师/助教 | 山东城市服务职业学院 | 跨境电子商务 |
| 吕佳珉 | 教师/助教 | 山东城市服务职业学院 | 跨境电子商务 |
| 苏晨 | 教师/助教 | 山东城市服务职业学院 | 跨境电子商务 |
| 徐梦圆 | 教师/助教 | 山东城市服务职业学院 | 跨境电子商务 |
| 宋欣耘 | 教师/助教 | 山东城市服务职业学院 | 跨境电子商务 |
| 林磊 | 会长 | 烟台市跨境电子商务协会 | 跨境电子商务 |
|  |  |  |  |

 |
| 二级学院审核意见：签字： 年 月 日 |
| 教务处（科研与规划处、院士工作站）：（盖章） 年 月 日 |
| 主管教学校领导意见：（签章） 年 月 日 |
| 学校党委会意见：（盖章） 年 月 日 |