

漯河职业技术学院跨境电子商务专业人才培养方案

(2025 版)

一、专业名称及代码

(一) 专业名称：跨境电子商务

(二) 专业代码：530702

二、入学要求

高中阶段教育毕业生或具有同等学力者。

三、修业年限及学历

全日制 3 年专科。实行弹性学制，学生可通过学分认定、积累、转换等办法，在 2-6 年内完成学业。

四、职业面向

所属专业大类 (代码)	所属专业类 (代码)	对应行业 (代码)	主要职业 类别 (代码)	主要岗位群或 技术领域	职业资格证书和 技能等级证书
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 报关员	跨境电商B2B数据 运营、跨境电商 B2C 数据运营、网 店运营推广、电子 商务师、互联网营 销师

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，掌握跨境电商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

本专业毕业生应在素质、知识、能力和职业态度方面达到以下要求。

1. 素质

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

（2）崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识；

（3）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；

（4）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；

（5）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；

（6）具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神；

（7）具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维，具有学跨境电商行业知识、爱跨境电商行业的职业理念和服务跨境电商管理的职业理想；

（8）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

（1）掌握必备的政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；

（2）熟悉基本的跨境电子商务法律法规和政策知识以及环境保护、安全消防、文明生产等相关知识；

（3）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；

（4）掌握跨境电子商务的理论以及新技术、新业态、新模式、创新创业相关知识；

（5）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；

（6）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；

(7) 掌握主流跨境电子商务平台的运营规则和推广方式，跨境电子商务平台和新媒体运营与管理的方法；

(8) 掌握跨境电商平台运营规范与流程以及跨境供应链管理的相关知识。

3. 能力

(1) 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；

(2) 具备一定的哲学思维、计算思维、数据思维、交互思维、互联网思维能力；

(3) 具备网络信息采集、筛选和编辑的能力，能够根据要求进行网站内容更新、策划与制作；

(4) 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；

(5) 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；

(6) 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；

(7) 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；

(8) 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；

(9) 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；

(10) 能够根据运营目标，采集跨境电子商务平台数据，并依据店铺、产品和客户数据等各类数据，进行分析与预测。

4. 职业态度

(1) 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；

(2) 具有积极向上的态度和创新精神；

(3) 具有良好的思想政治素质和职业道德；

(4) 具有良好的工作品格和严谨的行为规范；

(5) 能与跨境电子商务企业、关联上下游企业等单位建立良好、持久的关系。

六、人才培养模式

根据专业人才培养目标，本专业构建“多元协同、实战导向、数智赋能”的立体化人才培养模式。

整合政府政策支持、行业协会资源、企业实战场景与高校教学优势，构建“四方联动”育人平台。建设校内产教融合综合实训基地，引入企业真实项目，实现“实训+生产+创业”一体化，将企业导师、技术资源、岗位标准深度嵌入教学环节。

对接数字经济需求，构建“教—学—练—用”一体化路径：课程设置突出“技术+商务+语言+新媒体”复合能力，融入大数据选品、跨境直播等数字化工具应用；采用“仿真实训平台+企业实战项目+创新创业孵化”模式，通过模拟运营、真实订单操作、竞赛备赛等强化实战能力，实现从课堂到岗位的无缝衔接。

立足地方跨境电商发展特色，在课程中融入区域政策解读、特色产品出海案例；通过政校行企共建研究院或产业联盟，推动教学内容与地方产业需求精准对接，培养“懂本土、善实战、能创新”的高技能人才。

七、课程设置及要求

（一）课程设置

主要包括公共基础课程和专业（技能）课程。

1. 公共基础课程

根据党和国家有关规定，将思想政治理论、公共外语、体育、创新创业教育、劳动教育、信息技术、军事理论与军训、大学生职业发展与就业指导、心理健康教育等列入公共基础必修课；并将大学语文、高等数学、美育（含音乐欣赏、美术欣赏）、中华优秀传统文化、职业人文素养等列入限选课。

2. 专业课程

（1）专业基础课程

开设 8 门，包括：跨境电子商务基础、国际贸易基础、市场营销、管理学基础、国际商务文化与礼仪、商务数据分析、跨境电商政策法规、图形图像处理。

（2）专业核心课程

开设 8 门，包括：跨境电商运营、选品管理、国际市场推广、跨境电商数据分析与应用、跨境电商客户服务、视觉营销设计、跨境供应链管理、跨境电商平台应用。

（3）专业拓展课程

开设 6 门，须选 4 门，体现行业发展新技术、服务漯河当地区域经济特色，注重综合能力进阶，包括：文案策划与推广、跨境通关、办公软件高级应用、跨境电商直播、人工智能导论、思维训练。

（二）主干课程教学内容及要求

1. 跨境电子商务基础

课程目标：本课程旨在培养学生掌握跨境电子商务的基本概念、运作流程和发展趋势，理解不同模式（B2B/B2C）的特点。使学生具备初步的跨境平台运营、选品分析、国际营销推广、跨境支付与结算、物流方案选择及风险管理等关键实务技能。同时，引导学生树立合规经营意识，了解国际贸易规则和跨境电商法规政策，提升跨文化沟通能力和数据分析能力，为未来从事跨境电商相关岗位或创业打下坚实的知识、能力与职业素养基础。

主要内容：跨境电子商务概述（定义、特征、模式、发展环境与现状）；主流跨境平台（如亚马逊、eBay、速卖通、独立站等）介绍与运营基础；跨境供应链管理（选品策略、采购、供应商管理）；国际网络营销策略（搜索引擎优化、社交媒体营销、内容营销）；跨境电子支付方式与风险管理；国际物流与通关（主要物流方式、海外仓、清关流程）；跨境电商法律法规与知识产权保护；跨境电商数据分析基础与应用。

教学要求：教师采用理论讲授、案例分析、平台实操演示、项目驱动教学法相结合的方式，引入真实行业案例和最新政策动态。学生需积极参与课堂讨论与案例分析，认真完成指定的平台模拟操作、市场调研、选品分析或营销方案设计等实践性作业，注重小组协作。要求学生主动关注跨境电商行业前沿信息，培养独立思考和解决实际问题的能力，严格遵守学术规范。最终通过理论考核与实践项目成果综合评价学习效果。

2. 国际贸易基础

课程目标：本课程学习的目标是使学生懂得国际贸易发生的基本原因，熟悉基本的国际贸易政策和措施，具备一定的国际贸易政策环境分析，能够判断、解决现实中的国际贸易问题，为从事国际贸易和相关工作准备必要的理论基础。

主要内容：本课程主要以贸易合同为中心进行学习，包括五个部分，即国际贸易准备阶段的工作、交易磋商与合同订立、合同条款、合同的履行和合同的善后等。

教学要求：要求教师通过多媒体教学增强教学的生动性和直观性；运用案例对学生进行应用能力训练，教师选取典型案例，采用以案例为内容讲解方式，通过背景介绍、提出问题、学生讨论、教师评析、分析结果等步骤，达到使学生掌握知识、具备能力目的，同时对基本理论进行形象说明，以印证基本理论重要性，使学习的知识点能够在现实生活中找到运用的场景。

3. 市场营销

课程目标：本课程旨在培养学生掌握现代市场营销的核心理论和实践技能。通过系统学习，学生将理解市场环境分析、消费者行为模式及营销战略制定方法，掌握市场细分、目标市场选择与定位（STP）策略，并熟练运用产品、价格、渠道、促销（4P）组合工具。最终提升学生的市场调研能力、营销策划能力和数字化营销应用能力，为其从事市场分析、品牌管理、营销推广等岗位奠定基础。

主要内容：课程涵盖市场营销学基础概念与发展趋势；市场调研方法与数据分析技术；

消费者行为影响因素与决策过程；STP 战略模型与竞争分析；4P 营销组合策略设计与实施；品牌建设与管理；数字化营销（含社交媒体、内容营销、SEO/SEM）；服务营销与客户关系管理（CRM）；营销伦理与社会责任。核心内容聚焦理论与实践结合，融入前沿案例。

教学要求：教师采用“理论讲授+案例研讨+项目实践”多元教学法，引入企业真实案例强化应用能力。学生积极参与课堂互动，完成小组市场调研报告、品牌策划案或数字营销方案等实践任务，掌握 SPSS/Excel 等数据分析工具。要求主动跟踪行业动态，培养创新思维与职业道德，最终通过理论考试与项目成果综合评估学习效果。

4. 管理学基础

课程目标：本课程旨在系统培养学生掌握现代管理的基本理论、方法与工具，理解管理的四大核心职能（计划、组织、领导、控制）。重点提升学生的决策分析能力、团队协作能力及资源统筹能力，使其能够运用管理思维识别组织问题、设计解决方案，并树立科学的管理观与职业道德意识，为后续专业课程及未来从事管理岗位奠定坚实基础。

主要内容：涵盖管理学发展历程与经典理论（如科学管理、行为科学、系统理论）；管理环境与伦理责任；决策流程与方法；计划制定与战略管理基础；组织结构设计与职权配置；领导力理论、激励机制与沟通技巧；控制原理与绩效管理工具；组织变革与创新管理。内容聚焦核心概念，结合企业案例解析管理实践中的关键问题。

教学要求：教师需融合理论讲授、经典案例研讨（如海尔、华为管理实践）及情景模拟/管理游戏等互动形式。学生需主动参与小组项目（如组织结构设计、决策分析报告），完成读书报告及课堂辩论，掌握 SWOT、PDCA 等基础管理工具。强调批判性思维与团队协作能力培养，最终通过闭卷考试与项目报告综合评价学习效果。

5. 国际商务文化与礼仪

课程目标：本课程旨在培养学生掌握国际商务活动中的跨文化沟通核心能力与专业礼仪素养。通过系统学习，学生将理解文化差异对商业行为的影响机制，掌握主要贸易国家（如欧美、东亚、中东等）的价值观、宗教习俗及社交禁忌，提升商务谈判、会议组织、宴请接待等场景下的礼仪实践技能，最终塑造尊重包容的文化意识与职业化国际商务形象。

主要内容：课程涵盖文化维度理论（如霍夫斯泰德模型、霍尔高低语境理论）；主要经济体商务文化特征（沟通风格、时间观念、决策模式）；国际商务礼仪规范（着装、称谓、名片交换、礼品馈赠）；跨文化谈判策略与冲突管理；商务宴请与会议座次礼仪；宗教习俗与商业禁忌；非语言沟通技巧（肢体语言、空间距离）；全球化团队协作中的文化适应；伦理困境与文化敏感性培养。内容聚焦真实跨国企业案例解析。

教学要求：教师需采用情景模拟、文化冲突角色扮演、纪录片分析等沉浸式教学法，引入最新跨国商业案例。学生需积极参与跨文化沟通演练，完成国家文化对比报告、礼仪实操任务及情景视频拍摄，主动反思文化偏见。要求课前阅读指定材料（如《全球商务礼仪指南》），课后拓展国际时事分析，最终通过礼仪实操考核与文化分析报告综合评价。

6. 商务数据分析

课程目标：本课程旨在培养学生掌握商务数据分析的核心流程与方法，具备电商运营中的流量、转化率、客单价、客户行为等关键指标的解析能力。通过理论学习与工具实操（如 Python、Excel、爬虫工具等），学生能独立完成数据收集、清洗、分析及可视化任务，并根据结果提出业务优化策略，为从事数据分析师岗位或数据驱动型决策奠定基础。同时，课程强调数据伦理与职业素养，要求学生遵守数据安全规范，树立诚信严谨的职业态度。

主要内容：课程涵盖数据分析全流程：数据收集（观察法、爬虫工具、平台后台）、预处理（缺失值处理、去重、转换）、分析方法（描述性/诊断性/预测性/规范性分析）及报告撰写。核心内容包括典型业务场景应用：市场与行业分析（PEST 法）、用户行为分析（漏斗模型、逻辑回归）、商品与销售分析（四象限法、杜邦分析）、运营效率评估（A/B 测试、对比分析）。同时涉及工具实践：Python 库（Pandas、Matplotlib）、数据可视化、电商平台（如京东商智）及第三方工具操作。

教学要求：教师需采用“理论+案例+实操”融合教学，结合企业脱敏数据与真实项目（如用户画像构建、商品报表分析），通过情景模拟与小组任务强化应用能力。学生需掌握 Python 或 Excel 等工具完成数据清洗、建模及可视化任务，积极参与小组项目（如市场调研报告、A/B 测试设计），并遵守数据伦理规范。考核以实操项目（如分析报告）为主，辅以理论考试，综合评价数据思维与业务解决能力。

7. 跨境电商政策法规

课程目标：课程旨在帮助学生系统掌握跨境电商领域的法律法规体系，理解国内外相关政策框架及监管要求。通过课程学习，学生能够具备合规经营意识，识别跨境交易中的法律风险，并掌握应对策略，为从事跨境电商行业或相关研究奠定法律基础。

主要内容：跨境电商核心政策法规，包括国际贸易法、电子商务法、海关监管与税收政策、数据跨境流动与隐私保护、知识产权保护等专题。重点分析中国《电子商务法》、RCEP 等区域协定条款，以及欧美等主要市场的监管差异，结合典型案例解析合规实务操作。

教学要求：要求学生课前预习法规文本，课中参与案例分析讨论，课后完成政策解读或合规方案设计等实践作业。考核注重理论应用能力，包括法规条款分析、案例研究报告和模拟合规方案。教师需结合最新政策动态调整教学内容。

8. 图形图像处理

课程目标：通过本课程的学习，让学生熟练掌握图片处理技巧，充分掌握 Photoshop 制图软件的技能并运用于平面设计、影视广告设计、电脑美术设计等诸多领域。

主要内容：本课程介绍了图片处理的基础知识，如照片的校正、修饰和修复，选区的建立，图层、蒙版和通道的使用，文字设计，矢量的绘制，图像的合成，在图像中创建链接，创建翻转效果和动画，以及生成和打印一致的颜色等基础知识。

教学要求：本课程在讲授时利用多媒体机房，结合专业特点给学生补充具体案例，开阔

学生视野，提高学生的想象力和创造力，使学生能灵活运用 PHOTOSHOP 软件创作好的作品。本课程通过项目导向，任务驱动的项目化模式进行教学，按小组形式完成教学任务。

9. 跨境电商运营

课程目标：课程旨在培养学生掌握跨境电商全流程运营能力，包括市场分析、平台规则、选品策略、物流与支付解决方案等核心技能。通过理论与实践结合，帮助学生理解全球电商市场趋势，具备独立运营跨境电商店铺或团队的能力，并适应行业快速变化的竞争环境。

主要内容：课程涵盖跨境电商平台（如亚马逊、eBay、速卖通）的运营规则、SEO 与广告投放、跨境供应链管理、国际物流与关税计算、客户服务与纠纷处理等模块。重点讲解数据化选品、Listing 优化、海外社交媒体营销（如 Facebook、TikTok）等实战技巧，并结合 ERP 工具（如店小秘）模拟真实运营场景。

教学要求：学生需分组完成跨境店铺模拟运营项目，提交周报分析销售数据；课堂参与案例讨论和期末笔试。教师需提供最新行业报告与平台政策更新，鼓励学生通过真实平台（如亚马逊新手计划）进行实践验证。

10. 选品管理

课程目标：课程旨在培养学生掌握科学系统的商品筛选与评估能力，聚焦市场需求分析、供应链匹配及利润模型构建。通过数据驱动方法论教学，使学生能够独立完成从市场调研到爆款打造的完整选品流程，为电商运营、零售管理等领域提供核心决策支持。

主要内容：课程涵盖消费者行为分析、竞品研究工具（如 Jungle Scout）、供应链成本核算、产品生命周期管理等模块，重点讲解跨境选品差异化策略、合规风险规避（如知识产权审查）及 A/B 测试验证方法，结合亚马逊、独立站等平台案例解析选品成败关键因素。

教学要求：学生需分组完成选品实战项目，提交包含市场数据、供应商评估及 ROI 预测的完整报告；课堂参与热点品类辩论和期末模拟选品决策答辩。教师需提供实时行业数据源（如 Google Trends），强调伦理选品与可持续发展理念的结合。

11. 国际市场推广

课程目标：课程旨在培养学生掌握全球化营销策略与跨文化推广能力，包括市场定位、品牌国际化、数字营销及本土化运营等核心技能。通过案例分析与工具实践，使学生能够制定适应不同国家市场的推广方案，并应对文化差异、政策法规等挑战。

主要内容：课程涵盖国际市场调研方法、跨文化沟通策略、社交媒体与搜索引擎广告（如 Google Ads、Meta）、KOL 营销及本地化内容创作等模块。重点讲解区域市场特性（如欧美合规要求、东南亚社交电商趋势），结合 TikTok、Instagram 等平台实战案例，分析全球化品牌（如 SHEIN、Anker）的成功路径。

教学要求：学生需分组完成某产品的国际市场推广方案，包含预算规划与 ROI 测算；课堂参与模拟跨国客户谈判和期末全英文提案答辩。教师需提供实时行业数据（如 Statista），强调伦理营销与数据隐私保护。

12. 跨境电商数据分析与应用

课程目标：课程旨在培养学生掌握数据驱动的跨境电商决策能力，包括数据采集、清洗、可视化及商业洞察等核心技能。通过工具实操与案例解析，使学生能够利用数据分析优化选品、营销、库存管理等环节，提升跨境业务运营效率与利润水平。

主要内容：课程涵盖 Google Analytics、亚马逊 Seller Central 数据面板、Python 基础数据处理（如 Pandas）、Tableau 可视化等工具应用，重点讲解转化率归因、用户画像构建、A/B 测试设计及供应链预测模型。结合 Anker、SHEIN 等企业数据实战案例，解析数据如何指导广告投放、定价策略及市场扩张。

教学要求：使学生掌握从调查方案设计、数据资料的收集、处理、分析到数据分析报告的撰写整个工作流程，学会运用相关数据处理工具进行数据分析的基本方法。教师需提供真实脱敏数据集，强调数据伦理与 GDPR 合规要求。

13. 跨境电商客户服务

课程目标：了解跨境电商的基本概念和客服的工作原则，熟悉跨境电商客服的工作范畴、目标和工作惯例、思路与技巧，平台客服英语的表达。能及时掌握跨境电商行业动态和各国相关政策法规，能灵活运用跨境电商客服的沟通技巧，解决客户服务的各项问题。

主要内容：跨境电商客服服务概论，跨境电商平台客户服务，平台售前售中售后的沟通与服务，跨境电商客户维护。

教学要求：采用项目教学法，以工作任务为课程的中心内容，让学生在完成具体任务的过程中学习理论知识、掌握工作技巧，熟练掌握跨境电商整个销售过程与客户的沟通问题的解决。

14. 视觉营销设计

课程目标：通过视觉营销设计课程的学习，使学生能综合使用多种软件和工具进行网络产品图片美化、修饰和处理，能胜任网店产品美化、网店装修以及平面广告设计等诸多领域的应用。

主要内容：视觉营销设计在介绍使用 PHOTOSHOP 软件进行产品图片处理的基础上，进行产品图片的校正、修饰和修复切片处理，并完成不同软件的综合使用进行产品海报设计和图片美化。

教学要求：课程教学使用多媒体机房，结合网店产品和网络特点进行案例式教学，让学生灵活应用 PHOTOSHOP 软件综合使用进行网络产品优化和修饰，同时布置设计海报任务，使学生发挥创造力。

15. 跨境供应链管理

课程目标：课程旨在培养学生掌握全球化供应链的规划、运营与优化能力，包括物流网络设计、库存管理、风险控制及数字化技术应用。通过理论与实践结合，使学生能够应对跨境贸易中的关税政策、运输时效、多国合规等复杂挑战，提升供应链整体效率与韧性。

主要内容：课程涵盖国际物流模式（海运/空运/中欧班列）、跨境仓储布局、VMI（供应商管理库存）策略、区块链溯源技术及 DTC（直达消费者）供应链转型等内容。重点分析亚马逊 FBA、Shopify 物流等案例，结合 R 语言或 Excel 求解器进行运输成本建模与仿真实验。

教学要求：学生需分组完成某跨境企业的供应链优化方案，包含风险评估与应急预案；课堂参与关税计算模拟和期末供应链沙盘推演。教师需提供真实关务数据（如 INCOTERMS 2020），强调绿色供应链与碳中和目标。

16. 跨境电商平台应用

课程目标：本课程以跨境电商专员工作过程为线索，让学生掌握跨境电商的实际运营的各个环节，通过本课程的学习，使学生掌握跨境电商电子商务运营过程，学生能够运用实训平台按照角色分工，进行跨境店铺注册操作，跨境物流与海外仓操作，海外市场调研操作，跨境选品和产品信息化操作，跨境产品定价、刊登和发布操作，跨境店铺优化和推广操作，订单处理、发布、报检报关操作，收款、售后服务及客户维护操作，会通过实训平台开设店铺，能使用不同工具进行网店的管理，能独立完成跨境网络交易，培养学生对跨境商品网络交易的能力；并强调各环节对跨境电商的操作能力。

课程内容：本课程主要学习跨境店铺注册操作，跨境物流与海外仓操作，海外市场调研操作，跨境选品和产品信息化操作，跨境产品定价、刊登和发布操作，跨境店铺优化和推广操作，订单处理、发布、报检报关操作，收款、售后服务及客户维护操作等内容。

教学要求：课程按照学生的认知规律，由简单到复杂、有兴趣到探究、初识到经验的积累，将学习项目和学习任务顺序化，形成项目导向、任务驱动的教学模式。要求学生掌握实际操作过程，培养其各环节对跨境电商的操作能力。针对具体的教学内容和教学过程主要是采用游戏教学方式，把学生分成多个小组，每组 4 人，组成一家跨境电子商务企业，学生分别担当不同的角色，进行模拟经营对抗。

八、教学进程总体安排

见附录一：跨境电子商务专业教学进程表；附录二：学时与学分分配表。

九、实施保障

（一）师资队伍

表 1 师资队伍结构与配置表

类别	数量	具体要求
师资队伍结构	7	学生数与本专业专任教师数比例为 18:1，双师素质教师占专业教师比为 85%。
专业带头人	1	具有副高职称，能够较好地把握跨境电子商务行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对跨境电子商务专业人才的需求实际，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在本高校区域或跨境电子商务领域具有一定的专业影响力。

专任教师	5	具有高校教师资格和本专业领域有关证书； 有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心； 具有跨境电子商务、市场营销、电子商务、国际经济与贸易、商务英语等相关专业本科及以上学历； 具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。
兼职教师	1	主要从电子商务协会、校企合作企业、跨境电商企业等相关企业、机构聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的跨境电子商务专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上相关专业职称，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。

（二）教学设施

教学设施能够满足正常的课程教学及实习实训所需，具备专业教室、校内实训室和校外实训基地等。

1. 专业教室基本条件

专业教室配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备、互联网接入，并实施网络安全防护措施；安装有应急照明设置，状态良好，符合紧急疏散要求，安防标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内实训室基本条件

校内实验、实训场所面积、设备设施、安全、环境、管理等符合教育部有关标准（规定、办法），实验、实训环境与设备设施对接真实职业场景或工作情境，实训项目注重工学结合、理实一体化，实验、实训指导教师配备合理，实验、实训管理及实施规章制度齐全，确保能够顺利开展跨境电商运营、国际市场推广、跨境电商数据分析与应用、跨境电商客户服务、视觉营销设计等实验、实训活动。鼓励在实训中运用大数据、云计算、人工智能、虚拟仿真等前沿信息技术。加强与企业的横向联系，增加合作企业数量，采取多种形式提高校企合作的层次和质量，以满足跨境电子商务专业学生顶岗实习就业需要。

3. 校外实训基地基本条件

通过与企业进行广泛和深入合作，探索并找到校企合作的良好模式，建成若干个稳定的校外实习基地。确保校外实训基地能够提供开展跨境电商运营、跨境电商客服、跨境电商美工、外贸业务员等实训活动。

表 2 校内实践教学条件配置

序号	实验室或实训室名称	实验实训项目名称	主要实验实训仪器设备	备注
1	网络营销实训室	营销推广实训	电脑、软件、实训桌椅	
2	电商运营工作室	跨境电商运营、网店运营实训	电脑、实训桌椅	
3	电商综合实训室	跨境电商多平台实训	电脑、软件、实训桌椅	
4	电商美工实训室	跨境电商视觉营销设计	电脑、软件、实训桌椅	
5	电子商务实训中心	跨境电商项目运作	电脑、软件、实训桌椅	
6	京东校园实训中心	跨境电商客服	电脑、软件、实训桌椅	
7	直播电商实战运营中心	跨境直播营销实训	直播设备、商品拍摄设置	

表 3 校外实践教学条件配置

序号	实习实训基地名称	实习实训项目名称	备注
1	亳州迪科数金科技有限公司	跨境电子商务运营实训	
2	漯河市广播电视台	网络营销推广实训	
3	新郑市创贝网络科技有限公司	跨境电商美工实训	
4	杭州市华元宠物用品有限公司	跨境电子商务运营实训	
5	杭州泰润科技有限公司	跨境电商客户服务实训	

（三）教学资源

1. 教材选用

按照国家规定及学校教材选用制度，择优选用教材，禁止不合格的教材进入课堂。

2. 图书文献配置

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。专业类图书文献主要包括：跨境电子商务基础、跨境电子商务运营、视觉营销设计、营销推广、商务数据分析、跨境电子商务客户服务、供应链管理、跨境物流及海外仓、消费者心理、零售、经济、管理、信息技术等图书文献。及时配置新经济、新技术、新工艺、新材料、新管理方式、新服务方式等相关的图书文献。

3. 数字资源配置

具有与跨境电子商务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。

（四）教学方法

以“教、学、做”一体化为切入点，将传授知识与培养能力结合起来，以教学为载体，以教师为主导、以学生为主体，实现教学、学生和教师这三个层面的相互融合，促进教学质量的提高和学生学习积极性的增强，力求实现从“以教为中心”到“以学为中心”的转变。

在教学过程中,积极探索任务驱动、项目导向的教学模式;将现代化教学手段与传统教学方法相结合,灵活运用角色扮演、情景模拟、亲身体验、小组讨论等多样教学方法,提高教学效果。

（五）学习评价

践行“教、学、做”一体化的教学模式,跨境电子商务专业的主要课程依据“项目导向、任务驱动”的要求,结合企业的具体情况,对本专业的主要课程进行考核评价。

1. 理论加实践课程考核评价方法

总成绩=平时成绩*10%+过程考核成绩*60%+期末笔试成绩*30%

2. 纯实践课程考核评价方法

总成绩=平时成绩*10%+过程考核成绩*60%+实训报告成绩*30%

3. 纯理论课程考核评价方法

总成绩=平时成绩*10%+期中考核成绩*30%+期末考核成绩*60%

学生在规定学年内修满学分并取得相关专业技能证书,具备从事跨境电子商务行业的相应技能即为合格。

（六）质量管理

1. 已建立并完善专业建设和教学质量诊断与改进机制,健全专业教学质量监控管理制度。已制定课堂教学、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、资源建设等方面标准体系。通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进,已实现人才培养规格的规范化管理。

2. 已建立并完善教学管理机制,强化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,已形成巡课、听课、评教、评学等制度化流程。已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,定期组织公开课、示范课等教研活动,促进教学经验交流与提升。

3. 已建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制,并持续对生源情况、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,确保教育成果与社会需求同步。

4. 专业教研室已充分利用评价分析结果,有效改进专业教学,持续提升人才培养质量,形成闭环式质量保障体系。

十、毕业要求

本专业学生毕业时应达到培养目标及培养规格的素质、知识和能力等方面要求,同时满足以下条件。

（一）学分条件

本专业学生在毕业前总学分须取得 150 个学分,最低学分要求及所包括内容如下表。

表 4 最低学分要求

课程类别		最低学分
公共基础 及素质教育课程	必修课程	38
	限选课程	6
	任选课程	4
	合计	48
专业课程	专业基础课	22
	专业核心课程	30
	专业拓展课程	16
	合计	68
岗位实习及单列实习实训		34
总计		150

(二) 证书

学生在校期间，应考取必要的基本能力证书及职业资格证书，鼓励学生考取多项职（执）业资格证书。

表 5 考取证书一览表

证书类别	证书名称	考证等级要求	备注
基本能力证书	普通话等级证书	二级乙等	选考
	计算机等级证书	二级	选考
	英语等级证书	四级	选考
职（执）业资格 证书	跨境电商 B2B 数据运营职业技能等级证书	中级	任选其中（1）项
	跨境电商 B2C 数据运营职业技能等级证书	中级	
	网店运营推广	中级	
	电子商务师	三级、四级	
	互联网营销师	三级、四级	

附录一 跨境电子商务专业教学进程表

课程类别	序号	课程名称	课程代码	学时		学分	开课学期与周学时						开课单位	考核方式
				理论	实践		一	二	三	四	五	六		
公共基础及素质教育课程	必修课	1 思想道德与法治	161010	44	4	3	4/12						马院	考试
		2 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	18010013	32	4	2		2						考试
		3 习近平新时代中国特色社会主义思想概论	161008	46	8	3			4/14					考试
		4 ※形势与政策(一)	161004	8	0	0.25								考查
		5 ※形势与政策(二)	161005	8	0	0.25								考查
		6 ※形势与政策(三)	161006	8	0	0.25								考查
		7 ※形势与政策(四)	161007	8	0	0.25								考查
		8 中国共产党历史	161011	16	0	1		1						考试
		9 ※军事理论	231001	36	0	2		2					学工部	考查
		10 军事技能	231006	0	112	2	2周							考查
		11 劳动教育	231003	6	30	2	1	1						考查
		12 ※大学生心理健康	231005	36	0	2	2						公共教学部	考查
		13 大学体育(一)	101001	10	26	2	2						公共体育部	考试
		14 大学体育(二)	101002	10	26	2		2						考试
		15 大学体育(三)	101003	10	26	2			2					考试
		16 大学英语(一)	201001	64	0	4	4						公共教学部	考试
		17 大学英语(二)	201002	36	0	2		2						考查
		18 信息技术	191001	18	18	2	2						人工智能学院	考试
		19 职业生涯规划	181001	18	4	1	1						招生就业处	考查
		20 创新创业教育	181002	16	16	2		1						考查
		21 大学生就业指导	181003	12	4	1				1				考查
		22 ※实验室安全教育	141001	8	8	1	1						教务处	考查
		23 国家安全教育	161012	18	0	1			1				马院	考查
		小计		468	286	38	14	9	7	1				
	限选课	24 ※美学和艺术史论		16	0	0.5	0.5						艺术学院	考试
		25 ※艺术鉴赏和评论		16	0	0.5	0.5							考试
		26 艺术体验和实践		0	16	1		1						考查
		27 ※大学语文	101008	36	0	2		2					公共教学部	考查

专业课程	任选课	28	※职业人文素养	101009	36	0	2	2						考查
		小计			104	16	6	0	1					
		29	※公共任选课程		64	0	4						教务处	考查
		小计			64	0	4							
	专业基础课程	30	管理学基础	063141	32	32	4	4					商贸物流学院	考试
		31	市场营销	063142	16	16	2	2						考查
		32	跨境电子商务基础	063300	32	32	4	4						考试
		33	国际商务文化与礼仪	063301	8	8	1	2/8						考查
		34	跨境电商政策法规	063302	16	0	1	2/8						考查
		35	图形图像处理	063146	18	54	4		4					考试
		36	国际贸易基础	063303	36	36	4		4					考试
		37	商务数据分析	063049	18	18	2		2					考查
		小计			176	196	22	12	10					
	专业核心课	38	跨境电商运营	063304	36	36	4		4					考试
		39	选品管理	063305	36	36	4			4				考试
		40	跨境电商客户服务	063306	36	36	4				4			考试
		41	视觉营销设计	063015	18	54	4			4				考试
		42	国际市场推广	063307	36	36	4				4			考试
		43	跨境电商数据分析与应用	063308	18	54	4			4				考试
		44	跨境供应链管理	063309	36	0	2			2				考试
		45	跨境电商平台应用	063099	18	54	4			4				考试
		小计			234	306	30		4	18	8			
	专业拓展课	46	跨境通关	063310	36	36	4				4			考试
		47	办公软件高级应用	063311	36	36	4				4			考查
		48	跨境电商直播	063314	36	36	4				4			考试
		49	文案策划与推广	063313	36	36	4				4			考查
		50	人工智能导论	063151	36	36	4				4			考查
		51	思维训练	063316	36	36	4				4			考查
		小计			144	144	16				16			

岗位 实习 及 单列 实习 实训	52	毕业设计	064035	0	128	8					8 周		商贸物 流学院	考查
	53	岗位实习（一）	064036	0	160	10					10 周			考查
	54	岗位实习（二）	064037	0	256	16						16 周		考查
	小计			0	544	34					18 周	16 周		
教学计划总计			2682	1172	1510	150	26	24	25	25				

备注：1. ※表示线上教学课程, 课时数不计入周学时，计入总学时，☆表示线上、线下混合教学课程，公共任选课程每学期初由教务处提供公共任选课程目录，学生自由选择。

2. 每学期安排 20 周的教学活动，其中第 19、20 周为复习考试时间。

3. 美学和艺术史论类含《美术欣赏》《音乐欣赏》2 门课程，学生任选 1 门；艺术鉴赏和评论类含《书法鉴赏》《影视鉴赏》《艺术导论》《舞蹈鉴赏》《戏剧鉴赏》《戏曲鉴赏》6 门课程，学生任选 1 门；艺术体验和实践类含《手工剪纸》《硬笔书法》《手机摄影》《手工编织》《戏剧教育》《现代舞》《歌曲演唱》《大学美育》8 门课程，学生任选 1 门。

4. 信息技术课程开设学期按 2019 版人才培养方案分配各院系的开设学期执行。

5. 专业拓展课开设 6 门，须选 4 门。

附录二 学时与学分分配表

课程类型	学分数	学时数	占总学时 百分比 (%)	实践 学时	占总学时 百分比 (%)	选修课 学时	占总学时 百分比 (%)
公共基础 及素质教育课程	48	938	34.97	302	11.26	184	6.86
专业（技能）课程	68	1200	44.73	646	24.09	288	10.74
岗位实习及 单列实习实训	34	544	20.30	544	20.28	0	0
总 计	150	2682	100	1492	55.63	472	17.60

编制说明

本专业人才培养方案适用于三年全日制高职跨境电子商务专业，由漯河职业技术学院商贸物流学院专业（群）建设委员会组织专业教师，与河南双汇投资发展股份有限公司、杭州市华元宠物用品有限公司等合作企业的专家共同制订，经中国共产党漯河职业技术学院委员会审定，批准从 2025 级跨境电子商务专业学生开始实施。

主要编制人员一览表

序号	姓 名	所 在 单 位	职称/职务	签 名
1	寇槐花	漯河职业技术学院	副教授	寇槐花
2	吕亚博	漯河职业技术学院	商贸物流学院院长	吕亚博
3	刘智	漯河职业技术学院	副教授	刘智
4	娄艺	漯河职业技术学院	讲师/跨境电子商务专业负责人	娄艺
5	荣长玲	漯河职业技术学院	副教授/电子商务教研室主任	荣长玲
6	李君芳	漯河职业技术学院	副教授/网销与直播教研室主任	李君芳
7	郑馥源	漯河职业技术学院	讲师/专业教师	郑馥源
8	杨烨	漯河职业技术学院	讲师/专业教师	杨烨
9	陈文行	河南质量工程职业学院	讲师/专业教师	陈文行
10	赵伟波	河南双汇投资发展股份有限公司	双汇肉制品事业部销售总监	赵伟波
11	张红喜	漯河市电商协会	电商协会会长	张红喜

专业负责人： 娄艺

复核人： 刘智

商贸物流学院院长： 吕亚博

漯河职业技术学院

专业人才培养方案论证与审定意见表

专业建设指导委员会成员	姓名	单 位	职务/职称	签 名
	吕亚博	漯河职业技术学院	商贸物流学院院长	吕亚博
	刘智	漯河职业技术学院	副教授	刘智
	薛林生	漯河职业技术学院	教研室主任/副教授	薛林生
	荣长玲	漯河职业技术学院	教研室主任/副教授	荣长玲
	陈绮	漯河职业技术学院	教研室主任/副教授	陈绮
	于芳	漯河职业技术学院	教研室主任/副教授	于芳
	安海涛	河南双汇投资发展股份有限公司	禽产品事业部副总经理	安海涛
	张红喜	漯河市电商协会	电商协会会长	张红喜
	李维情	际华三五五皮革皮鞋有限公司	电子商务部品牌管理部长	李维情

论证意见：

本专业人才培养方案编制规范，科学合理，符合《国家职业教育改革实施方案》《河南省职业教育改革实施方案》《职业教育专业教学标准（2025 版）》等文件精神，符合区域经济发展要求，能够满足三年全日制高职跨境电子商务专业人才培养需求，同意从 2025 级跨境电子商务专业学生开始实施。

专业建设指导委员会主任签名：吕亚博

2025 年 8 月 18 日

审定意见：

中共漯河职业技术学院委员会（签章）

年 月 日