

跨境电子商务专业人才培养方案编制说明

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，由洛阳职业技术学院跨境电子商务专业建设指导委员会组织专业教师，与上海鞠门贸易有限公司及专家共同制订。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
1	王军华	洛阳职业技术学院电商物流学院	教授/院长
2	张 靖	洛阳职业技术学院电商物流学院	副教授/副院长
3	钟夏梦	洛阳职业技术学院电商物流学院	副教授
4	吕风香	洛阳职业技术学院电商物流学院	助教
5	禹 娟	洛阳职业技术学院电商物流学院	讲师
6	韦玉磊	洛阳职业技术学院电商物流学院	讲师
7	冯 景	洛阳职业技术学院电商物流学院	讲师
8	侯丽平	河南经贸职业技术学院	教授
9	徐红升	洛阳师范学院	教授
10	吕 梁	黄河水利职业技术大学	副教授
11	朱宏广	京东物流	经理

2025 级跨境电子商务专业人才培养方案

一、专业名称（专业代码）

跨境电子商务（530702）

二、入学要求

普通高级中学毕业，中等职业学校毕业或具备同等学力

三、基本修业年限

三年

四、职业面向

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) 类别或技术领域	职业类证 书
财经商 贸大类 (53)	电子商 务类(5 307)	1.制造业(13~43) 2.批发业(51) 3.零售业(52) 4.互联网和相关服务 (64) 5.商务服务业(72) 6.交通运输、仓储 和邮政业(53~60)	1.国际商务专业人 员(2-06-07-01) 2.互联网营销师 S (4-01-06-02) 3.物流服务师 L (4-02-06-03) 4.供应链管理师 S (4-02-06-05) 5.客户服务管理员 (4-07-02-03)	P1:跨境电商运 营专员 P2:海外推广专 员 P3:跨境电商数 据分析专员 P4:跨境电商客 服专员 P5:视觉营销设 专员 P6:跨境物流专 员	1.跨境电 商 B2B 数 据 运 营 2.跨境电 商 B2C 数 据 运 营 3.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，面向国际商

务专业人员、互联网营销师、物流服务师等职业，能够从事跨境电商运营专员、海外推广专员、跨境电商数据分析专员等工作的培养高技能人才。

（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。

素质要求

Q1：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，积极践行社会主义核心价值观，具备坚定的理想信念、深厚的爱国情感以及强烈的中华民族自豪感，树立正确的世界观、人生观和价值观。

Q2：掌握与本专业相关的国家法律、行业规定，了解行业文化，秉持爱岗敬业的职业精神，严格遵守职业道德准则和行为规范，展现高度的社会责任感和担当精神。

Q3：具备良好的人文素养与科学素养，掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、外语（英语等）、信息技术等文化基础知识，具备职业生涯规划能力。

Q4：具备良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力，以及强烈的集体意识和团队合作意识，学习并掌握1门外语，结合本专业实际加以运用，具备一定的国际视野和跨文化交流能力。

Q5：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、卫生和行为习惯，具备一定的心理调适能力。同时，掌握必备的美育知识，具有一定的文化修养和审美能力，形成至少1项艺术特长或爱好。

Q6：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，积极倡导劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚。

知识要求

K1：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。为跨境电子商务实践提供坚实的理论基础。

K2：行业知识与技能方面，熟悉跨境电商运营、选品管理、互联网交易安全等相关知识与技能，掌握跨境电商行业新动态和新趋势的分析工具。

K3：信息技术知识方面，掌握信息技术基础知识，具备适应本行业数字化和智能化发展需求的数字技能，能够运用现代信息技术手段解决跨境电商中的实际问题。

能力要求

A1：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。

A2：具备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。

A3：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。

A4：具备视觉营销设计能力，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。

A5:具有跨境客户服务、跨境供应链管理能力和完成售前咨询、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。

A6:具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力,能够整合知识和综合运用知识分析问题和解决问题的能力,适应跨境电商行业的快速变化和发展需求。

六、课程设置

本专业主要包括公共基础课程和专业课程。

(一) 公共基础课程

公共基础课程,共15门,合计学分37。主要课程有:思想政治理论课(包括:思想道德与法治、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、形势与政策)、国家安全教育、军事理论、大学生心理健康,大学体育、劳动教育、大学生职业发展与就业指导、大学生创新创业基础、商务英语、信息技术、财经应用文写作。

主要公共基础课程简介如下:

序号	课程名称	学分及学时	课程目标	主要内容和教学要求
1	思想道德与法治	3 学分 54 学时	以社会主义核心价值观为主线,针对大学生成长过程中面临的思想和法律问题,开展马克思主义的世界观、人生观、价值观、道德观和法治观教育,引导学生在学习和思索中探求真理,在体验和行动中感悟人生,从而提高自身的思想道德素质 and 法律素养。	帮助大学生投身社会主义和谐文化建设,形成崇高的理想信念,弘扬以爱国主义为核心的民族精神和以改革开放为核心的时代精神,其目的在于培养高等院校学生树立正确的世界观、人生观、价值观,加强思想品德修养,增强学法守法的自觉性,了解我国社会主义宪法和有关法律的基本精神和主要规定,真正做到学

				法、懂法、用法，依法办事，依法维护国家和公民个人的合法权益，从而全面提高大学生的思想道德素质和法律素质。
2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2 学分 36 学时	使当代大学生了解马克思主义中国化的过程，了解马克思主义与时俱进的理论品质，树立建设中国特色社会主义的坚定信心，培养运用马克思主义的立场、观点、方法分析和解决问题的能力，增强执行党的基本路线和基本纲领的自觉性和坚定性。	帮助学生理解和掌握中国特色社会主义的基本理论、基本路线和党的各项方针政策，确立建设中国特色社会主义的共同理想，增强社会责任感与历史使命感，积极投身全面建设社会主义事业的伟大实践之中。
3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3 学分 54 学时	引导青年大学生认清新时代的历史方位，坚持用习近平新时代中国特色社会主义思想武装自己，勇做新时代的弄潮儿，努力成长为能担当民族复兴大任的时代新人，在激扬青春、奉献社会的进程中书写无愧于时代的壮丽篇章。	充分体现“十个明确”、“十四个坚持”的核心内容，系统阐述关于新时代坚持和发展中国特色社会主义的总目标、总任务、总体布局、战略布局和发展方向、发展方式、发展动力、战略步骤、外部条件、政治保证等基本观点，全面介绍习近平总书记对经济、政治、法治、科技、文化、教育、民生、民族、宗教、社会、生态文明、国家安全、国防和军队、“一国两制”和祖国统一、统一战线、外交、党的建设等方面作出的理论概括和战略指引。引导学生树立对马克思主义的信仰、对中国特色社会主义的信念、对中华民族伟大复兴中国梦的信心，在知行合一、学以致用上下功夫，增长知识、锤炼品格。
4	形势与政策	2 学分 36 学时	对大学生进行比较系统的党的路线、方针和政策教育、国内形势教育、国际形势和我国对外政策教育的主渠道、主阵地，在大学生思想政治教育中担负着重要使命，是每个大学生的必修课程。	以马克思列宁主义、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为指导，以高校培养目标为依据，紧密结合国内外形势和大学生的思想实际，通过适时地进行形势政策教育、世界政治经济与国际关系基本知识教育，帮助学生开阔视野，及时了解和正确对待国内

				外重大时事，使大学生在改革开放的环境下具有坚定的立场、具有较强的分析能力和适应能力。
5	国家安全教育	1 学分 16 学时	使学生能够深入理解和准确把握总体国家安全观，丰富国家安全知识，牢固树立国家利益至上的观念，增强自觉维护国家安全的意识；引导学生主动运用所学知识分析国家安全问题，强化学生的政治认同，坚定道路自信、理论自信、制度自信、文化自信，提升学生维护国家安全的能力，为培养社会主义合格建设者和可靠接班人打下坚实基础。	内容包括中国特色国家安全道路、统筹发展与安全、维护人民安全、维护政治安全、维护经济安全、维护军事、科技、文化、社会安全、维护国际安全、增强国家安全意识，全面践行国家总体安全观等。
6	军事理论	4 学分 14 学时	让学生了解掌握军事基础知识和基本军事技能，增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识，弘扬爱国主义精神，传承红色基因，提高学生综合国防素质。	主要包括中国国防、军事思想、国家安全、现代战争、信息化战争等部分。在教学过程中，注重理论联系实际，不断改进教学方法和手段，确保教学质量。同时，灵活运用“史记结合、以史带记”的教学方法，注重理论与实践相结合，创新教学方法和手段，激发学生的学习兴趣和主动性。
7	大学生心理健康	2 学分 36 学时	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、自我调节能力，切实提高心理素质，促进学生全面发展。	涵盖了从知识到技能再到运用的全过程，将心理健康知识与自身生活有机地结合起来，既有知识的传授，又有技能的练习，还有对技能的运用；了解自身的心理特点和性格特征，掌握自我探索技能，心理调适技能及心理发展技能，努力实现大学生在知识、技能及素质三个层面的显著提高，帮助大学生树立积极乐观心态，为大学生实现角色转换做好心理保障。
8	大学体育	6 学分 108 学时	根据《全国普通高校体育教学指导纲要》、《学校体育工作条例》的要求及我校实际情况，遵照健康第一的教育思想,提高对身体和健康的认识，掌握有关身体健康的	大学体育一：健身气功（八段锦、校园五禽戏）；大学体育二：篮球、足球、排球、羽毛球、乒乓球、网球、太极拳、健美操、跆拳道、瑜伽、毽球,；大学体育三：形体、形体与礼仪、

			基本知识和科学健身的方法；提高自我保健意识，增强体质、促进身体健康，养成良好的体育锻炼习惯，保持良好的心态；掌握 1-2 项体育运动项目的基础知识、基本技术、基本技能，作为终身锻炼的手段；增强体质健康和心理健康、增强社会适应能力；培养终身运动意识，为实现“健康中国”奠定基础。	健美操、体育舞蹈、防身术、游泳、瑜伽、太极拳、羽毛球、跳绳、飞盘、拓展训练等。按照《国家学生体质健康标准（2014 年修订）》开展在校生达标测试。体质测试和课外体育锻炼同为课程考核的内容之一，不合格者不能获得相应学期的学分。体育课程考核合格并获得规定学分是学生毕业的必要条件之一。
9	劳动教育	1 学分 16 学时	本课程教学以“情景分类、模块导向、任务驱动”为指导思想，结合“党中央关于全面加强新时代大中小学劳动教育的指导意见”，通过教学活动、实践活动等方式，使学生掌握必要的劳动技能和知识，培养学生良好的劳动习惯和劳动精神。课程以劳树德、以劳增智、以劳健体、以劳益美、以劳促创，使学生形成良好的劳动习惯、劳动品质，促进学生的全面发展为最终目标。	内容涵盖劳动最光荣、劳动技能、劳动安全三个模块，通过“理论讲授+大师示范+实操训练”的三阶教学模式，实现劳动教育与专业教育、思政教育的深度融合，打造有深度、有温度、有力度的劳动教育课程，培养德技并修的新时代高素质劳动者，为制造强国、质量强国建设提供人才支撑。
10	大学生职业发展与就业指导	2 学分 38 学时	引导学生树立职业生涯发展的自主意识，树立积极正确的人生观、价值观和就业观念；了解职业发展的阶段特点，较为清晰地认识自己的特性、职业的特性以及社会环境，了解就业形势与政策法规；掌握基本的劳动力市场信息、相关的职业分类知识，掌握自我探索技能、信息搜索与管理技能、生涯决策技能、求职技能等，促进学生高质量就业。	课程内容将学生的职业发展与就业指导有机地结合起来，既有知识的传授，又有技能的培养，还有态度和观念的转变；既强调职业在人生发展中的重要地位，又关注学生的全面发展。帮助学生掌握相关的求职技巧，努力实现在态度、知识和技能三个层面的转变，做好向“职业人”转换的各种准备。
11	大学生创新创业基础	2 学分 32 学时	通过“岗课赛证创”的有机融合，帮助学生理解创新思维与创业活动的核心内涵，掌握市场分析、商业模式设计、资源整合及风险评估等	围绕创新思维培养与创业实践能力提升，系统讲授创新方法论、创业机会识别、商业模式构建、团队管理、融资策略及风险管理等内容，结合案例分析、项目实

			基本技能，培养团队协作能力与问题解决能力，同时引导学生认识创新创业的社会价值，激发学生的创业意识和企业家精神，使其具备在复杂环境中识别机会、应对挑战并推动创新落地的综合素质。	训与模拟实践，引导学生掌握从创意到落地的全流程技能；教学要求注重理论与实践融合，通过团队协作、小组竞赛等方式完成自我认知、商业计划书写作、路演汇报等任务，强化市场调研与资源整合能力，培养学生社会责任意识，使使学生树立科学的创新观和创业观。
12	现代信息技术	2 学分 36 学时	让学生了解信息技术的基本概念、原理和应用领域，掌握信息技术工具的基本操作技能。培养学生运用信息技术解决实际问题的能力，包括信息获取、分析、处理、表达和交流的能力，以及利用信息技术进行自主学习、协作学习和创新实践的能力。培养学生对信息技术的兴趣，增强信息安全意识和社会责任感。	主要内容包括计算机的发展、系统组成、编码等基本知识； Windows 操作系统的操作和设置；掌握 WPS 文字文稿、电子表格、演示文稿的基本操作；计算机网络的基本知识和应用； IT 新技术相关知识。灵活运用多种教学方法激发学生的学习兴趣，提高教学效果；重视实践教学环节，培养学生的动手能力和创新能力；采用多元化评价方式考查学生对知识和技能的掌握程度；充分利用各种教学资源培养学生的信息素养。
13	人工智能	2 学分 36 学时	使学生树立人工智能思维意识，拓展人工智能落地应用的思路，掌握人工智能产品开发的基本方法。培养学生的动手操作能力和分析解决问题能力。并了解信息时代的发展，体会科学精神，增强科学意识。	了解人工智能的起源和发展历程及其各行业的应用。熟悉人工智能的应用场景。了解 Python 编程，掌握人工智能背景下，计算机视觉、语音识别、智能搜索、智能编程等技术的基础概念和操作。根据不同的教学内容和学生的实际情况，灵活运用各类教学方法，以案例分析和项目式学习为主，融合线上线下混合教学模式引导学生理解技术原理与应用场景。通过实践教学让学生在实践中掌握信息技术技能，培养学生的动手能力和创新能力。

（二）专业课程

共 17 门，合计 58 学分。主要有专业基础课程、专业核心课程和专业拓展课程。

专业基础课程 7 门：包括跨境电子商务基础、国际贸易基础、管理学基础、跨境电商英语、跨境电商政策法规、市场营销（含零售基础）、国际商务文化与礼仪；专业核心课程 7 门：包括跨境电商客户服务、视觉营销设计、跨境电商数据分析与应用、跨境供应链管理、国际市场推广、跨境电商运营、选品管理；专业拓展课程 3 门：包括文案策划与推广、数据化运营和 AIGC 新媒体营销。

专业课程简介如下：

课程类别	序号	课程名称	学分及学时	课程目标	主要内容和教学要求
专业基础课程	1	跨境电子商务基础	4 学分 72 学时	本课程旨在助力学生全面了解跨境电商领域，依托互联网+ 国际贸易综合技能实训平台，使学生系统掌握跨境电商基础理论与实操技能，洞悉行业动态，熟悉平台规则与操作，具备业务操作、数据分析及问题解决能力，为未来投身跨境电商行业或创业筑牢根基。	主要内容：涵盖跨境电商行业概述，包括现状、发展趋势与市场格局；主流跨境电商平台介绍，如平台类型、特点与选择依据；平台操作流程，如店铺注册、产品上架、订单处理等；跨境电商营销知识，如营销渠道、策略与方法；数据分析基础，如数据指标、分析工具与思路。 教学要求：掌握跨境电商理论知识，能够熟练运用互联网+ 国际贸易综合技能实训平台完成店铺搭建、产品发布、订单处理等各项业务操作，熟悉平台规则与操作规范；掌握跨境电商营销策略制定方法，能够根据市场情况制定合理的营销方案；掌握数据分析技能，能够通过数据分析发现业务问题并提出针对性的改进措施；具备良好的团队协作精神和沟通能力，能够在实训过程中与小组成员密切配合，共同完成跨境电商项目任务，提升综合实践能力。
	2	国际贸易基础	4 学分 72 学时	本课程作为高职院校跨境电子商务的基础必修课程，以高职教育“立德树人”为根本，紧扣跨境电商、外贸业务员等岗位核心需求，通过理论与实践融合教学，帮助学生系统掌握国际贸易基本理论、核心规则与实务流程，培	主要内容：核心内容聚焦国际贸易“理论—规则—流程—操作”全链条，兼顾基础理论与岗位实操，包括国际贸易认知基础、国际贸易理论体系、国际贸易政策与措施、国际贸易核心规则与术语、国际贸易实务操作流程、综合实践与风险防控。 教学要求：掌握国际贸易核心概念、分类、发展趋势及我国对外贸易现状，理解现代贸易理论的核心逻辑与应用场景。熟

			养其在贸易业务识别、条款拟定、单据处理、风险防控等方面的基础操作能力与分析应用能力，同时塑造合规经营、国际视野、契约精神等职业素养，最终实现“懂理论、会操作、守底线、有格局”的培养目标，为学生后续专业学习、职业发展及服务国家对外开放战略奠定坚实基础。	知国际贸易政策工具（关税、非关税壁垒）、区域经济一体化形式及 WTO 等国际组织职能，掌握 INCOTERMS 2020 核心术语（FOB、CIF 等）与汇付、托收、信用证等结算方式的规则，了解国际贸易全流程（磋商、签约、履约）及核心单据（发票、提单等）的基本要素。具备信息检索与团队协作能力，能查询贸易政策、市场动态并配合完成实训任务。
3	管理学基础	3 学分 54 学时	本课程以高职院校“应用型、技能型”人才培养为导向，旨在帮助学生夯实管理学基础理论，掌握计划、组织、领导、控制、创新等核心职能的基本原理与实操方法；提升岗位适配的管理能力，具备运用管理工具分析实际问题、团队协作、决策执行及适应动态管理场景的能力；塑造职业管理素养，树立科学管理理念、良好职业道德与系统思维，为成为符合行业需求的基层管理人才或高素质技术技能人才奠定坚实基础。	主要内容：包括管理与管理者、管理思想的演进、计划工作概述、环境分析与决策、组织结构设计与组织变革与组织文化、领导者与领导、激励、沟通、控制工作。 教学要求：掌握管理学的核心概念、基本原理与经典理论，包括计划、组织、领导、控制、创新五大管理职能的内涵、特征及运作逻辑，明确管理的本质与价值。理解现代管理的发展趋势、不同管理流派的核心观点，熟悉企业、事业单位等各类组织的管理架构与运作机制，知晓管理活动的基本规律与约束条件。了解管理过程中涉及的关键要素协调逻辑，掌握决策、沟通、激励、团队建设、风险管理等专项管理工作的基本流程与方法。熟悉与管理相关的法律法规、行业规范及职业道德要求，明确职业场景中管理行为的边界与准则。
4	跨境电商英语	2 学分 36 学时	本课程以培养和提高跨境电商从业人员的英语语言能力为核心，以具体工作过程为导向，学生可以系统地学习和掌握跨境电商电子商务的专业术语、沟通方式和技巧、商务信函的写作方式，从而提高跨境电商电子商务业务活动中规范使用英语的能力，具备跨境电商电子商务人员必备的英语语言技能。	主要内容：涵盖跨境电商英语基础认知、产品英文推广与营销、跨境电商业务英文沟通、跨境电商物流与单证英语、跨境电商电商平台操作英语、综合实践与场景模拟。 教学要求：课程着重培养学生在跨境电商业务活动中正确使用英语的能力及掌握必备的英语语言技能，综合多种教学方法，采取灵活的教学手段，以学生为中心进行教学。本课程经常采用的教学方法有：课堂理论讲授法、案例分析法、启发式、探究式、讨论式、任务驱动教学法等。体现了以学生为主体，强调学生对知识的主动探索、主动建构，以达到培养学生在跨

				境电子商务业务活动中正确使用英语的能力及掌握必备的英语语言技能。
5	跨境电商政策法规	2 学分 36 学时	以培养跨境电商行业合规运营专业人才为核心，围绕跨境电商政策法规体系，聚焦学生在跨境电商业务开展、企业运营及职业发展中的实际需求，开展全面且深入的跨境电商政策法规教育。引导学生系统掌握相关政策法规知识，提升运用政策法规解决实际问题的能力，增强合规意识与风险防范能力，从而全面提高学生在跨境电商领域的政策法规素养与职业竞争力。	主要内容：涵盖跨境电商政策法规基础，如行业概况与法规演变；市场准入与监管政策，税收政策，支付与结算政策，物流与通关政策，数据安全与隐私保护政策等。 教学要求：掌握跨境电商各类政策法规的核心要点，能够运用所学政策法规知识分析实际案例，准确识别跨境电商业务中的政策法规风险点；能够针对业务中出现的政策法规问题，提出切实可行的解决方案，确保企业运营合规；能够依据政策法规要求，协助企业完善内部管理制度，有效防范法律风险。
6	市场营销（含零售基础）	4 学分 72 学时	本课程旨在帮助学生夯实市场营销基础理论，掌握市场调研、目标市场选择、产品、价格、渠道、促销（4P）等核心模块的基本原理与实操方法；提升岗位适配的营销实战能力，具备运用营销工具分析市场需求、制定简单营销方案、开展基础营销推广及客户关系维护的能力；塑造职业营销素养，树立以客户为中心的营销理念、诚信合规的职业操守与市场敏锐度，为成为符合行业需求的基层营销人才或高素质技术技能人才奠定坚实基础。	主要内容：涵盖市场营销概述、市场营销环境分析、市场营销信息分析、市场购买者购买行为分析、市场机会识别与目标市场战略、市场营销战略、产品策略、价格策略、营销渠道策略、促销策略、网络营销、市场营销的新发展、零售基础。 教学要求：掌握市场营销的核心概念、本质内涵及发展趋势，理解市场营销哲学的演进逻辑。熟悉市场调研的基本流程、方法及数据处理技巧，掌握 STP 战略的核心逻辑与实操步骤。掌握 4P、4C、4R 等经典营销理论，理解产品、价格、渠道、促销四大营销组合的内涵与策略设计逻辑。了解数字化营销的核心模式，熟悉主流营销工具的基础应用。知晓市场营销相关法律法规、行业规范及职业伦理要求。
7	国际商务文化与礼仪	2 学分 36 学时	本课程旨在帮助学生夯实国际商务文化与礼仪基础认知，掌握不同国家/地区商务文化差异、跨文化沟通逻辑及商务礼仪核心规范；提升跨文化商务实操能力，具备在国际商务谈判、接待、函电往来、线上会议等场景中规范运	主要内容：涵盖国际商务文化基础认知、主流贸易伙伴国商务文化解析、国际商务形象礼仪、国际商务接待礼仪、国际商务沟通礼仪、国际商务谈判礼仪、国际商务礼仪合规与应急处理、综合实训：跨文化商务场景实战。 教学要求：掌握国际商务文化的核心概念、特征及跨文化沟通的基本原理，理解文化差异对商务活动的影响逻辑。熟悉主

				用礼仪、化解文化冲突、顺畅沟通协作的能力；塑造职业商务素养，树立尊重多元文化、诚信合规、专业严谨的职业理念与国际视野，为成为符合跨境贸易、国际商务服务等行业需求的高素质技术技能人才奠定坚实基础。	流贸易伙伴国的商务文化特质、价值观念、禁忌习俗及交往规则。掌握国际商务礼仪的核心原则，明确商务形象、接待、谈判、函电等场景的礼仪规范。了解国际商务相关的礼仪惯例、宗教文化禁忌及涉外法律法规。熟悉线上线下国际商务场景（视频会议、邮件往来、实地考察）的礼仪差异与适配技巧。
专业核心课程	1	跨境电商客户服务	4 学分 72 学时	聚焦跨境电商客户服务典型任务，以培养具备专业素养与实操能力的跨境电商客服人才为核心。使学生掌握跨境电商客户服务方法技巧，熟练运用外语与客户沟通，借助相关工具完成客户分析、纠纷处理及维护等工作，提升学生在跨境电商客户服务领域的综合竞争力。	主要内容：涵盖跨境电商客户服务基础理论，包括服务理念、流程与规范；客户服务常用外语知识，如常见问题回复话术、商务沟通表达；客户分析工具与方法，如市场分布分析、客户画像绘制；客户评价数据收集与分析技巧；纠纷处理原则与流程。 教学要求：掌握跨境电商客户服务方法和技巧。能够使用外语准确回复客户提问，分析客户市场分布，绘制客户画像，收集客户评价数据，提出优化建议，及时响应纠纷事件，与客户协商解决方案
	2	视觉营销设计	4 学分 72 学时	聚焦跨境电商视觉营销设计岗位核心需求，培养学生掌握视觉营销设计方案策划、图形图像处理及视觉展示优化等关键能力。使学生能熟练制定方案，运用摄影技巧获取素材，借助图形图像处理软件完成网页与图片设计，并优化可视化内容展示效果，提升产品视觉吸引力。	主要内容：涵盖视觉营销设计概念、原则与流程，视觉营销方案策划要点，图形图像处理软件基础操作，场景布置、采光、聚焦、构图等摄影技巧，以及可视化网页、图片的视觉展示与优化方法。 教学要求：要求学生掌握跨境电商视觉营销设计方案制定的方法与技巧，能够依据目标受众与产品特点策划合理方案；掌握摄影技巧，能够运用相关知识拍摄高质量产品素材；掌握图形图像处理软件的使用，能够设计制作网页、产品图片、广告图片；能够运用色彩、排版等视觉原理，优化可视化网页、图片的视觉展示效果。
	3	跨境电商数据分析与应用	3 学分 54 学时	本课程旨在培养学生具备全面的数据分析能力，使其熟练掌握跨境电商数据分析方法与工具，能够精准洞察市场动态、用户需求及推广效果，为跨境电商运营决策提供有力数据支持，提升学生在跨境电商领域的专业素养与数据驱动决策能力。	主要内容：涵盖跨境电商数据分析基础，竞争对手分析，用户特征分析，产品需求分析，推广效果分析，用户体验分析，数据分析工具使用，数据可视化及报告撰写规范。 教学要求：掌握跨境电商数据分析方法，制定数据分析方案。能够根据市场调研结果，确定竞争对手，挖掘消费群体特征，分析目标市场需求，实时对比投放广告指标数据并提出优化方案，搜集用户体验数

					据，跟踪和分析用户反馈，运用分析工具提供可视化数据展示，撰写数据分析报告。
4	跨境供应链管理	4 学分 72 学时	借助供应链管理实训平台，培养学生跨境供应链全流程管理能力，使学生掌握跨境采购、物流、仓储等环节操作技巧与策略，能运用专业工具完成工作任务，具备数据驱动决策、风险评估与管理能力，成为适应跨境电商行业发展的复合型人才。	主要内容：涵盖跨境供应链管理基础理论、跨境产品采购环节、物流方案设计、发货管理、仓储管理、服务商管理、物流数据分析、供应链风险评估与管理等，借助供应链管理实训平台进行各环节模拟操作。 教学要求：掌握跨境产品采购环节操作技巧、物流方案制定方法与实施流程。能够通过销售数据分析采购需求，建立供应商资源库，采购基于生产流程的外协外购物资。能够根据产品特征，制定合理的物流方案，分析发货方式绩效，计算仓储费用，分析服务商的成本、时效，收集和处理物流信息，进行跨境供应链风险评估和管理。	
5	国际市场推广	4 学分 72 学时	聚焦国际市场推广领域，培养学生掌握跨境电商站外推广的专业方法和技巧，熟练运用各类工具开展海外社媒营销、搜索引擎营销及广告投放等工作，使学生具备制定精准推广方案、分析营销数据、撰写优质推广文案及灵活调整推广策略的能力，以适应国际市场推广需求，提升品牌在国际市场的竞争力。	主要内容：涵盖国际市场推广基础理论、跨境电商站外推广方法与技巧、短视频推广流程、海外社媒营销平台特点与运营方式等国际市场推广方法和案例的学习。 教学要求：掌握跨境电商站外推广方法和技巧、短视频推广相关流程。能够制定结合产品和品牌特点的推广方案，利用数据监测，分析搜索引擎营销相关数据，使用当地语言撰写推广文案，选择广告投放平台，建立并维护品牌社交媒体形象，能够根据数据反馈及时调整推广策略。	
6	跨境电商运营	4 学分 72 学时	以培养具备跨境电商店铺运营综合能力的专业人才为目标，围绕店铺运营典型工作任务，聚焦学生在店铺搭建、产品管理、站内推广、数据分析及运营策略调整等方面的能力提升。使学生熟练掌握店铺注册、产品上架全流程，精通关键词收集筛选与页面编辑技巧，掌握站内广告设置优化方法，能够独立策划并实施运营活动，	主要内容：涵盖跨境电商店铺运营基础理论，系统介绍站内推广方式，重点讲解站内广告组设置规则、优化策略；深入剖析店铺数据优化与管理方法。 教学要求：掌握店铺注册、产品上架流程，关键词收集和筛选方法，关键词、详情页主图编辑技巧，站内广告组设置与优化方法。能够策划运营活动并实施，分析店铺绩效数据，调整运营策略，制订店铺补发货计划。	

专业拓展课 (选修)				精准分析店铺绩效数据，及时调整运营策略并制订合理的补发货计划，提升店铺运营效率与效益。	
	7	选品管理	4 学分 72 学时	聚焦跨境电商选品分析岗位核心任务，培养学生掌握选品管理关键技能。使学生熟练运用站内外及第三方工具采集数据，精准分析用户需求，高效筛选优质供应商，合理进行产品市场定位，制定并依据产品生命周期灵活调整价格与销售计划，提升选品决策与运营能力。	主要内容：涵盖选品管理基础理论，包括选品原则、流程与重要性；站内外及第三方产品数据采集工具介绍与使用方法；用户需求分析方法，如市场调研、数据分析等；供应商信息采集渠道与评估标准；产品市场分析与定位技巧；产品生命周期各阶段特点及对应策略。 教学要求：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。
	1	文案策划与推广	2 学分 36 学时	本课程旨在帮助学生夯实文案策划与推广基础理论，掌握文案创作原理、策划流程、推广渠道特性及效果评估方法；提升岗位适配的实操能力，具备各类场景文案创作、小型营销活动策划、多渠道推广执行及数据化优化的能力；塑造职业营销素养，树立用户导向、创新思维、诚信合规的职业理念，为成为符合电商、传媒、广告等行业需求的高素质技术技能人才奠定坚实基础。	主要内容：涵盖文案策划基础认知、用户需求洞察与卖点提炼、各类文案创作实务（基础文案、场景化文案）、营销策划基础与方案设计、主流推广渠道运营与执行、文案与推广效果评估与优化、综合实训完整文案策划与推广项目。 教学要求：掌握文案策划的核心概念、基本原则与创作逻辑，理解文案与营销目标、品牌定位的内在关联。熟悉不同类型文案的特征、结构与创作规范。掌握营销策划的基本流程与核心要素。了解主流推广渠道的特性、运营规则与推广技巧。熟悉文案策划相关的法律法规、行业规范及版权常识。掌握基础营销数据分析方法，理解推广效果评估的核心指标。
	2	数据化运营	4 学分 104 学时	本课程旨在帮助学生夯实数据化运营基础理论，掌握数据化运营的核心逻辑、关键指标体系及主流工具应用方法；提升岗位适配的实操能力，具备数据采集整理、可视化分析、运营问题诊断、策略优化落地及跨场景数据应用的能力；塑造数据驱动	主要内容：涵盖数据化运营基础认知、运营核心指标体系搭建、数据采集与整理实务、数据分析基础与工具应用（Excel）、数据可视化工具进阶（Power BI/Tableau）、场景化数据运营分析与优化、数据化运营合规与风险控制、完整数据化运营项目综合实训。 教学要求：掌握数据化运营的核心概念、本质内涵及应用价值，理解数据与运营目标、业务场景的内在关联。熟悉不同运营

				的职业素养，树立以数据为依据的决策理念、严谨细致的工作态度与持续优化的思维习惯，为成为符合电商、新媒体、营销等行业需求的高素质技术技能人才奠定坚实基础。	场景的核心指标体系。掌握数据采集、清洗、整理、分析的基本流程与方法，理解数据可视化的核心逻辑与呈现原则。了解主流数据化运营工具的功能与应用场景。熟悉数据化运营相关的合规要求及行业标准。掌握数据驱动运营优化的基本逻辑，理解“数据诊断-策略调整-效果验证”的闭环流程。
3	AIGC 新媒体 营销	4 学分 104 学时		本课程旨在帮助学生夯实 AIGC 与新媒体营销融合的基础理论，掌握 AIGC 核心技术原理、主流 AI 营销工具功能及新媒体营销场景的适配逻辑；提升岗位适配的实操能力，具备运用 AIGC 工具完成内容创作、营销策划、数据优化、用户运营等新媒体营销全流程工作的能力；塑造智能化营销职业素养，树立技术赋能、创新高效、合规诚信的职业理念，为成为符合数字经济时代需求的高素质技术技能人才奠定坚实基础。	主要内容：涵盖 AIGC 与新媒体营销基础认知、AIGC 营销工具全景与基础操作、AIGC + 内容创作实战、AIGC + 营销策略与活动运营、AIGC + 直播电商与虚拟人应用、AIGC + 数据化营销优化、AIGC 营销合规与风险控制、AIGC 新媒体营销全流程项目综合实训。 教学要求：掌握 AIGC 的核心概念、技术原理及在营销领域的应用价值。熟悉新媒体营销的核心场景及业务逻辑。了解主流 AIGC 营销工具的分类、功能特点与应用场景（如文案生成、图像设计、视频剪辑、数据分析、虚拟人直播等）。掌握 AIGC 在各新媒体营销场景中的应用流程、提示词工程技巧及效果优化方法。熟悉 AIGC 营销相关的合规要求及行业规范。了解 AIGC 营销的发展趋势、技术局限及人机协同的工作模式。

（三）实践教学环节

实践性教学应贯穿于人才培养全过程。实践性教学主要包括实习、实训、毕业设计、社会实践活动等形式。（详见附表三）

（四）课程体系与培养规格关联矩阵

课程体系与培养规格关联矩阵

课程名称	岗位模块名称 (P)	培养规格		
		素质 (Q)	知识 (K)	能力 (A)
跨境电子商务基础	P1	Q1,Q2,Q6	K 1,K2,K3	A 1,A6
管理学基础	P 1,P2,P6	Q2,Q3	K 1,K2	A5,A6
跨境电商政策法规	P 1,P2,P6	Q1, Q2,Q6	K 1,K2	A6
国际商务文化与礼仪	P2,P4,P5	Q1,Q2,Q3,Q4	K1	A6
跨境电商英语	P 1-P6	Q3,Q4	K1	A2,A4
国际贸易基础	P 1,P2,P4,P6	Q1,Q2,Q3	K 1,K2	A 1,A5,A6
市场营销（含零售基础）	P 1,P2,P4,P6	Q2,Q3,Q4,Q6	K 1,K2,K3	A 1,A5,A6

跨境电商客户服务	P4	Q2, Q3,Q4,Q6	K 1,K2	A4,A5
选品管理	P 1,P2	Q1,Q2,Q6	K1	A 1,A6
视觉营销设计	P5	Q3,Q4,Q5	K3	A2,A4
跨境电商运营	P1	Q2,Q3,Q4,Q6	K 1,K2	A 1,A6
跨境电商数据分析与应用	P3	Q3,Q5	K3	A3,A6
跨境供应链管理	P6	Q2,Q3,Q4,Q6	K2	A5,A6
国际市场推广	P2	Q4,Q2,Q3	K2	A2,A6
文案策划与推广	P2,P5	Q3,Q4,Q6	K2	A2,A4
数据运营	P 1,P2,P3,P4,P5,P6	Q1,Q2,Q3,Q4,Q5Q6	K 1,K2,K3	A 1,A2,A3,A4,A5,A6
AIGC 新媒体营销	P 1,P2,P3,P4,P5,P6	Q1,Q2,Q3,Q4,Q5Q6	K 1,K2,K3	A 1,A2,A3,A4,A5,A6

七、教学进程安排

教学进程安排表是人才培养方案的核心部分，各院系在制订的时候，应参照教育部文件要求的学分、学时、课程设置、实践性教学环节等内容。

（一）教学周具体安排表 （附表一）

（二）教学进程安排表 （附表二）

（三）实习实践教学安排表（附表三）

（四）公共选修课程 （附表四）

八、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。

1.队伍结构

本专业现有在校生 40 人，生师比为 8:1，教学团队现有教师情况如下：

专业课程教师配置总数：5 人		生师比：8:1	
结构类型	类别	人数	比例

职称结构	教授	0	0%
	副教授	1	20%
	讲师	2	40%
	初级	2	40%
学位结构	硕士	4	80%
	本科	1	20%
年龄结构	35 岁以下	2	40%
	35-45 岁	3	60%
	45 岁以上	0	0%
双师型教师		3	60%
专业带头人		1	20%
专任教师		4	80%
兼职教师（行业导师）		1	20%

2.专业带头人

专业带头人钟夏梦，具有本专业及相关专业讲师及以上职称和较强的实践能力，能够较好地把握跨境行业和跨境电子商务专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际，主持专业建设、开展教育教学改革、教科研工作和社会服务能力强，在本专业改革发展中起引领作用。

3.专任教师

本专业的专职专业课教师均具有高校教师资格，本专业本科及以上学历；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；跟踪跨境电子商务专业发展前沿，开展技术研发与社会服务；专业教师每年至少 1 个月在企业或生产性实训基地锻炼，每

5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历，或者学校委派教师参加顶岗实习 6 个月。

（二）教学设施

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

1.专业教室

具备利用信息化手段开展混合式教学的条件。配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具有互联网接入或无线网络环境及网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，安防标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2.校内实训室

本专业建有 3 个校内实训室，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，实训环境与设备设施对接真实工作情境，完全能够满足本专业课程的实训教学需要。

校内专业实训室一览表

序号	实训室名称	主要设备及功能
1	电子商务综合实训室 3-107	电脑、投影仪等设备、软件，用于实训教学
2	电子商务技术实训室 2-415	电脑、投影仪等设备、软件，用于实训教学
3	电子商务技术实训室 2-417	电脑、投影仪等设备、软件，用于实训教学

3.校外实习基地

依据专业人才培养方案的要求，选择适合本专业学生特点，与能为学生提供实习实践岗位的企业进行校企合作，符合《职业学校学生实习管理规定》《职业学校校企合作促进办法》等对实习单位的有关要求，现拥有 1 个校外实习基地，实习条件完备且符合产业发展实际，满足本专业人才培养的需要和未来就业需求。

校外实习基地一览表

序号	校外实习基地名称	实习内容
1	上海鞠门贸易有限公司	协助运营 TikTok Shop、亚马逊、Shopee 等跨境平台店铺，负责商品上架、信息维护与日常更新

（三）教学资源

本专业教学教材主要采用国家规划教材，每年学院图书馆和系（部）采购部分专业参考图书资料，供学生及教师学习参考。在数字化（网络）资料方面，本专业通过校企合作，联合出版教材、开发校本教材，利用学习通教学系统平台，为学生提供电子教案、网络视频、项目实训题库等在线学习资源，满足学生专业学习、教师专业教学研究、教学实施和社会服务需要。

（四）教学方法

运用多媒体教学环境，以项目任务为导向，以岗位能力形成为目的，采用工学结合、教学做一体化的教学模式。通过建立岗位工作模拟环境，搭建“课堂与岗位”、“教学与实训”相融合的育人平台，以“岗位为主轴、项目为主线、模块为主阵、能力为主导、学生为主体”，根据不同的课程特点，结合岗位实际，灵活运用讲授教学法、案例教学法、项目驱动教学法、情境教学法、讨论法和现场教学等方法，让学生充分掌握项目流程和实践细节，通过完成工作任务获得专业知识和技能，形成综合职业能力。同时积极指导学生参加教育行政部门、行业协会等举行的职业技能大赛，达到“以赛促教、以赛促学”的目的。

（五）教学评价

教学评价方式突出能力本位，采用知识考核与能力考核相结合，过程考核和结果考核相结合的考核评价方式，结合课程特色，选用闭卷笔试、开卷笔试、口试、以证代考、实务操作考核等多种考评方式。注重对学生综合素质的全面评价，包括学习态度、考勤、课堂表现、

阶段性成果等形成性评价，作业完成积极性、实践操作积极性等自主学习能力评价和课堂发言、讨论等表达与思维能力评价。基本技能课程采用标准化的机试与现场操作考核为主进行评价考核；课证融合课程可以采用以证代考进行评价考核；项目式课程教学评价的标准应体现项目驱动、实践导向课程的特征，体现理论与实践、操作的统一，以能否完成项目实践活动任务以及完成情况给予评定。校外岗位实习成绩采用校内专业教师评价、校外兼职教师评价、实习单位鉴定三项评价相结合的方式，对学生的专业技能、工作态度、工作纪律等方面进行全面评价。

九、毕业要求

（一）胜任力：学生毕业时需达成的知识储备、能力水平及素质要求的具体说明，应能支撑培养目标的达成，并在培养过程中分解落实。

毕业要求与培养规格关联矩阵

毕业要求	素质（Q）						知识（K）			能力（A）					
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	K1	K2	K3	A1	A2	A3	A4	A5	A6
1.拥护中国共产党的领导，具备社会责任感和职业道德遵守法律法规	√	√							√						√
2.具备跨境电子商务平台合规操作能力	√	√	√	√			√	√	√	√	√	√	√	√	√
3.掌握数据分析及国际市场运营推广能力，撰写报告及运营方案的制定	√	√	√	√		√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
4.掌握视觉营销设计方案制定的方法和技巧及制作网页、视频的			√	√	√		√	√	√		√	√	√	√	√

能力。															
5.具备 Office 办公软件和 AI 搜索能力，进行文案撰写及排版能力	√	√	√	√	√	√	√	√	√			√	√		√

（二）学分要求：本专业必须修满 129 学分方可毕业。其中，公共基础课 37 学分；专业课 48 学分；公共选修课 6 学分、专业拓展课 10 学分；集中实践实训课 28 学分。

（三）本专业可获得的相关职业资格证书，加 1 学分。

跨境电商 B2B 数据运营证书、跨境电商 B2C 数据运营证书及网店运营推广证书。

附表一

教学周具体安排表

周次 学期	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
一		军事技能训练 3 周			课堂教学 15 周															考试 1 周	社会 实践
二	课堂教学 18 周																		考试 1 周	社会 实践	
三	课堂教学 14 周														实训 4 周			考试 1 周	社会 实践		
四	课堂教学 12 周												实训 4 周			考 试	实 习 认 知				
五	岗位实习 21 周																				
六	岗位实习 5 周					毕 业 设 计															

附表二

教学进程安排表

序号	课程类别	课程代码	课程名称	学分	考试	考查	学年、学期、学时									
							总学时	课堂教学	实践教学	线上教学	第一学年		第二学年		第三学年	
											1	2	3	4	5	6
											20	20	20	20	20	20
1	公共基础课程	121001	思想道德与法治	3	1		54	46	8		54				岗位实习	岗位实习
2		121028	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	2		36	32	4			36				
3		121027	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	3		54	46	8				54			
4		121020/121025	形势与政策	2		2-3	36	18	18			18	18			
5		121033	国家安全教育	1		1	16	16			16					
6		161002	军事理论	4		2	114	8	78	28		114				
7		161003	大学生心理健康	2		2	36	30	6			36				
8		141001-3	大学体育	6	1,3		108	8	64	36	36		36		36	
9		161001	劳动教育	1		1	16			16					岗位实习	
10		121034	大学生职业发展与就业指导	2		3	38	8		30		19	19			
11		181010	大学生创新创业基础	2		3	32	8		24		16	16			
12		131102	商务英语	3	2		54	50	4			54				
13		071995	现代信息技术	2		1	36	18	18		36					
14		071902	人工智能	2		2	36	18	18			36				
15		131101	财经应用文写作	2		1	36	34	2		36					
16	公共选修课程		在公共选修课模块中，须修满6个学分课程（每门公共选修课记1学分，每学期限选2	6		1-4	108	108								

			门)													
			小计	43			810	448	228	134	178	329	143	0	36	
17	专业基础课程	091315	跨境电子商务基础	4	1		72	48	24		72					
18		091316	国际贸易基础	4		1	72	48	24		72					
19		091317	管理学基础	3	1		54	36	18		54					
20		091318	跨境电商英语	2		1	36	16	20		36					
21		091319	跨境电商政策法规	2		2	36	20	16			36				
22		091520	市场营销(含零售基础)	4	2		72	48	24			72				
23		091321	国际商务文化与礼仪	2		4	36	12	24						36	
			小计	21			378	228	150		234	108			36	
24	专业核心课程	091323	跨境电商客户服务	4	2		72	20	52			72				
25		091325	视觉营销设计	4		3	72	20	52				72			
26		091326	跨境电商数据分析与应用	3	3		54	20	34				54			
27		091328	跨境供应链管理	4		4	72	24	48						72	
28		091329	国际市场推广	4	4		72	24	48						72	
29		091330	跨境电商运营	4	4		72	24	48						72	
30		091534	选品管理	4	4		72	20	52						72	
			小计	27			486	152	334			72	126	288		
31	专业拓展课程 (选修)	091331	文案策划与推广	2		3	36	12	24				36 (1-9)			
32		091523	数据化运营	4		3	104	0	104				104			
33		091524	AIGC 新媒体营销	4		4	104	0	104						104	
			小计	10			244	12	232				140	104		
34		091820	岗位实习	26			676	0	676							
35		091811	毕业设计	2			32	0	32							毕业设计
			小计	28			708	0	708						546	162
			合计	129			2626	840	1652	134	412	509	409	428	618	162
毕业考试：毕业设计																

注：此表中课程代码要依据教务管理系统（青果系统）课程库中的课程编码填写，公共基础课编码不允许改变。

附表三

实习实践教学安排表

序号	类别	实践教学名称	学分	周数	实习实践学时	开设学期	备注
1	军事课	军事技能	2	3	78	2	
2	社会实践	思想道德与法治	1	1	8	1	学生即可参加教师组织的实践教学，也可通过提交思政理论学习相关的实践成果获得学分。
		毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论		1	4	2	
		习近平新时代中国特色社会主义思想概论		1	8	3	
3	实训周	数据化运营	4	4	104	3	可根据专业实际安排实训周
		AIGC 新媒体营销	4	4	104	4	可根据专业实际安排实训周
4	岗位实习	岗位实习	26	26	676	5-6	可根据专业实际，集中或分阶段对口安排。
5	毕业设计	毕业设计	2	2	32	6	
合计			39	42	1014		

附表四

公共选修课程

编号	类型	课程名称	学分	学时	授课学期
1	任选	移动互联网时代的信息安全与防护	1	18	1-4
2	任选	食品营养与食品安全	1	18	1-4
3	任选	生命安全与救援	1	18	1-4
4	任选	全球变化生态学	1	18	1-4
5	任选	家园的治理：环境科学概论	1	18	1-4
6	任选	全球变化与地球系统科学	1	18	1-4
7	任选	垃圾分类	1	18	1-4
8	任选	经济决策思维与原理	1	18	1-4
9	任选	经济与社会：如何用决策思维洞察生活	1	18	1-4
10	任选	经济学原理（上）：中国故事	1	22	1-4
11	任选	法社会学	1	18	1-4
12	任选	中国民间艺术的奇妙之旅（民间艺术赏析）	1	18	1-4
13	任选	现代人口管理学	1	18	1-4
14	任选	民俗资源与旅游	1	18	1-4
15	任选	人工智能与科学之美	1	22	1-4
16	任选	人力资源管理：基于创新创业视角	1	18	1-4
17	任选	海洋与人类文明	1	18	1-4
18	任选	生命智能	1	18	1-4
19	任选	智慧海洋	1	18	1-4
20	任选	内部控制与风险管理	1	18	1-4
21	任选	管理素质与能力的五项修炼——跟我学“管理学”	1	18	1-4
22	任选	行政管理学	1	18	1-4
23	任选	中国历史人文地理（上）	1	18	1-4
24	任选	中国历史人文地理（下）	1	18	1-4
25	任选	设计与人文：当代公共艺术	1	18	1-4
26	任选	人文智能	1	18	1-4
27	任选	生态文明——撑起美丽中国梦	1	18	1-4
28	任选	名侦探柯南与化学探秘	1	18	1-4
29	任选	大数据算法	1	18	1-4
30	任选	人工智能	1	18	1-4
31	任选	人工智能，语言与伦理	1	18	1-4
32	任选	《时间简史》导读	1	18	1-4
33	任选	人工智能与信息社会	1	18	1-4
34	任选	舌尖上的植物学	1	18	1-4
35	任选	婚恋-职场-人格	1	18	1-4
36	任选	礼行天下仪见倾心	1	18	1-4
37	任选	社会心理学	1	18	1-4
38	任选	大学生心理健康与发展	1	18	1-4

39	任选	大学生安全教育	1	18	1-4
40	任选	创新创业	1	18	1-4
41	任选	创新创业大赛赛前特训	1	18	1-4
42	任选	党史	1	18	1-4
43	任选	新中国史	1	18	1-4
44	任选	改革开放史	1	18	1-4
45	任选	社会主义发展史	1	18	1-4
46	任选	中华优秀传统文化之戏曲瑰宝	1	14	1-4
47	限选	书法鉴赏	1	18	1-4
48	限选	戏剧鉴赏	1	18	1-4
49	限选	艺术导论	1	18	1-4
50	限选	音乐鉴赏	1	18	1-4
51	限选	美术鉴赏	1	18	1-4
52	限选	影视鉴赏	1	18	1-4
53	限选	舞蹈鉴赏	1	18	1-4
54	限选	戏曲鉴赏	1	18	1-4
公共选修课程采用动态管理方式，根据实际需要按照学年进行调整					

注：学生在 1-4 学期，需要在选修课模块中任选修读完成 6 个以上学分课程，其中限选课至少完成 3 学分。

附表五

学时比例表

课程模块		学分	总学时	课程类型		各学时比例
				理论学时	实践学时	
公共基础必修课程		37	702	340	362	26.73%
专业基础课程		21	378	228	150	14.39%
专业核心课程		27	486	152	334	18.51%
实习实训课程		28	708	0	708	26.96%
选修课程	公共基础选修课程	6	108	108	0	13.40%
	专业拓展课程	10	244	12	232	
小计		129	2626	840	1786	100.00%
总学时		2626				
占比				31.99%	68.01%	