

山东水利职业学院

电子商务（留学生）专业

人才培养方案

（2024 版）

教学系部： 商务管理系

执笔人： 张蒙蒙

审核人： 马斌

制订日期： 2021 年 8 月

修订日期： 2024 年 8 月

山东水利职业学院教务与科研处制

二〇二四年六月

目 录

一、专业名称和代码	1
二、入学要求	1
三、修业年限	1
四、职业面向	1
五、培养目标和培养规格	1
六、职业岗位与职业能力分析	5
七、职业能力与学习领域设计	6
八、课程体系及人才培养模式	6
九、教学进程总体安排	15
十、职业资格证书	19
十一、实施保障	20
十二、毕业要求	26
十三、研制团队	27
十四、继续专业学习深造建议	27

电子商务（留学生）专业人才培养方案

（专业代码：530701）

一、专业名称和代码

专业名称：电子商务（留学生）

专业代码：530701

二、入学要求

国（境）外普通高级中学（或职业高中）毕业生或同等学力者。

三、修业年限

基本学制为两年，以修满规定学分为准，实行弹性学制，最长不超过4年，本方案按照两年编制。

四、职业面向

所属专业大类（代码）A	财经商贸大类（53）
所属专业类（代码）B	电子商务类（5307）
对应行业（代码）C	互联网和相关服务（64）
主要职业类别（代码）D	电子商务师（4-01-06-01） 互联网营销师（4-01-06-02） 营销员（4-01-02-01）
主要岗位（群）或技术领域举例 E	电商运营专员、直播销售员、直播运营主管、推广专员、电商客服专员、视觉营销设计师
职业类证书举例 F	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）☆ 跨境电商海外营销职业技能等级证书（中级）☆ 电子商务师*

注：*表示职业资格证书；☆表示职业技能等级证书。

五、培养目标和培养规格

（一）培养目标

本专业培养德智体美劳全面发展，适应全球电子商务行业发展需要，面向电商运营专员、互联网营销师、电子商务师等领域，了解中国基本国情，认同中国社会主流价值观和文化，掌握扎实的汉语基础和电子商务、国际贸易、视觉营销设计、跨境电商、直播运营、视频运营、网店运营等知识，具备跨文化交流、电商平台运营、直播销售与运营、短视频制作与推广等能力，具有国际视野、信息素养和创新意识，能够从事网店运营、直播运营、视觉营销设计、短视频运营等工作的高素质技术技能人才。

（二）培养规格

1. 素质目标

Q1 思政素质

Q1.1 深刻理解中国社会主流价值观，理解中华文化的博大精深，认同中华民族的伟大复兴。

Q1.2 树立正确的世界观、人生观和价值观，以辩证唯物主义和历史唯物主义分析问题、解决矛盾。

Q1.3 理解并尊重各个国家的文化差异与多样性，拓宽国际视野，增进跨文化理解与交流。

Q2 职业素质

Q2.1 培养诚信为本、遵守电子商务法律法规和电商平台规则，树立良好的电子商务职业道德风尚。

Q2.2 热爱电子商务行业，具备高度的职业责任感和敬业精神，积极投身全球电子商务事业。

Q2.3 具备良好的沟通能力，能够与他人有效沟通、协同工作。

Q2.4 具备团队协作精神，发挥个人优势，为团队做出贡献。

Q3 身心素质

Q3.1 具备健康的体魄和良好的心理素质，能够应对学习和生活中的各种挑战。

Q3.2 具备独立自主、自强不息、勇于探索等健全的人格。

Q3.3 形成良好的生活习惯和行为习惯，提高自我管理能力和自我管理能力。

2. 知识目标

K1 通用知识

K1.1 掌握汉语语音、词汇、语法等汉语基础知识。

K1.2 掌握中国的基本地理、历史、政治、经济等方面的中国概况知识。

K1.3 熟悉中国传统文化的特点及代表性的表现形式。

K1.4 熟悉基本的商业运作原理，如市场营销、国际贸易、供应链管理等。

K1.5 了解国内外电子商务相关的法律法规和标准。

K1.6 了解国际贸易中可能遇到的各种风险的成因和影响机制，掌握国际贸易风险防控措施。

K1.7 了解电子商务领域创新创业方法和工具。

K2 专业知识

K2.1 了解电子商务的基本概念、发展历程、主要类型及行业趋势。

K2.2 熟悉商品的选品、定价、上下架等流程，运用人工智能技术进行商品推荐。

K2.3 熟悉跨境电商平台的操作流程和规则，人工智能在跨境支付、物流追踪等方面的应用。

K2.4 掌握专业设计软件制作商品图片、广告海报及人工智能技术进行图像识别与优化的方法与技巧。

K2.5 掌握直播销售的技巧和方法及直播数字人操作方法。

K2.6 掌握短视频的策划、拍摄、剪辑和后期制作知识及人工智能技术进行内容推荐的方法。

K2.7 熟悉客户服务的基本流程，掌握有效的沟通技巧及智能客服提升客户体验与服务质量的方法。

K3 拓展知识

K3.1 掌握中华商业文化的相关理论、基础知识、主要商路的形成，了解中国历代商业发展的阶段和特征。

K3.2 了解基础茶文化知识，掌握茶叶营销调研方法、定价策略、推广渠道和方式。

3. 能力目标

S1 通用能力

S1.1 具备良好的汉语听、说、读、写能力，能够清晰、准确地传达信息，有效地进行沟通和交流。

S1.2 具备终身学习的能力，能够不断学习新知识、新技能，适应快速发展的经济社会需求。

S1.3 具备独立思考和解决问题的能力，能够识别和分析问题，提出合理的解决方案，并有效地实施。

S1.4 具备创新意识和创新能力，能够在学习和工作中不断寻求新的思路和方法。

S1.5 具备高效的信息处理能力，能够收集、整理、分析和应用各类信息，为创新创业活动提供有力支持。

S1.6 具备主动探索、自主学习能力，能够独立思考和解决问题。

S1.7 具备市场洞察力和应变能力，能够组建并领导创业团队。

S2 专业能力

S2.1 具备分析不同电子商务类型，并能够预测和评估电子商务行业的未来趋势的能力。

S2.2 具备商品上下架，利用人工智能技术优化商品在店铺中的展示和销售的能力。

S2.3 具备跨境电商的店铺开设、产品上架、订单处理、物流跟踪、运用人工智能工具提升跨境运营效率等能力。

S2.4 具备制作高质量的商品图片、广告海报等视觉营销素材及运用人工智能技术进行创意设计优化的能力。

S2.5 具备策划和执行直播活动及操作直播数字人的能力。

S2.6 具备制作具有吸引力和传播力的短视频作品的能力及运用人工智能技术进行短视频内容推荐与精准推广。

S2.7 具备与客户建立良好的关系，解决客户问题并维护客户关系的能力及运用智能客服提升客户服务效率与质量。

S2.8 具备在国际贸易中运用各种风险管理工具和方法有效防控和应对风险的能力。

S3 拓展能力

S3.1 具备运用技术、经济和管理方法解决实际商务问题的能力，提高分析和决策能力。

S3.2 具备通过各种渠道传播茶文化及茶叶品牌信息的能力。

六、职业岗位与职业能力分析

序号	职业岗位	典型工作任务	职业能力要求及能力模块编号
1	平台运营专员	任务1 店铺装修设计 任务2 营销活动策划 任务3 营销活动实施 任务4 运营数据分析	1-1 能合理地根据店铺定位进行网店图片、商品详情页促销活动页设计与制作。 1-2 能合理地根据运营计划策划推广活动。 1-3 能顺利地根据营销策划开展营销活动。 1-4 能正确地通过数据分析优化运营效果。
2	互联网营销师	任务1 推广视频创作 任务2 直播营销实施 任务3 直播平台运营 任务4 播效果复盘	2-1 能结合产品卖点制作创意视频并确定投放人群及资源。 2-2 能流畅地讲解商品并根据用户反馈实时调整直播策略。 2-3 能维护现场直播设备并提供产品和网络舆论实时数据。 2-4 能科学复盘直播效果并对直播营销方案提出优化建议。
3	电子商务师	任务1 产品信息管理 任务2 网店装修设计 任务3 网络营销推广 任务4 网店运营管理 任务5 电商客户服务 任务6 商务数据分析	3-1 能根据电子商务平台发布要求采集并撰写产品及服务文字信息。 3-2 能根据店铺装修设计方案制作产品文案、图片、视频和详情页。 3-3 能根据营销推广策略，制定和优化站内站外整合营销推广方案。 3-4 能根据电商平台规则进行商品上架下架处理和商品退换货处理。 3-5 能通过客户沟通收集客户信息并做好用户线上评价的运营维护。 3-6 能使用数据采集分析工具采集相关数据并对数据进行统计分析。

七、职业能力与学习领域设计

相近能力模块组合	学习领域名称	集中技能强化	类别
1-2、1-3	市场营销 网络营销		职业基础
1-1、3-2	视觉营销设计 跨境电商 B2B 运营 跨境电商 B2C 运营	跨境电商实训 毕业设计	职业核心
2-1、3-1	短视频运营 网络营销	国际贸易实训 毕业设计	
2-2、3-3	直播运营 网络营销	电商直播实训 毕业设计	
2-3、3-4、3-5	直播运营 网络营销	电商直播实训 毕业设计	
1-4、2-4、3-6	跨境电商 B2B 运营 跨境电商 B2C 运营	跨境电商实训	
1-2、1-3、3-3	茶文化与茶营销	跨境电商实训 毕业设计	职业拓展

八、课程体系及人才培养模式

(一) 课程体系

1. 课程设置

课程类别	课程名称
公共必修课	汉语综合 I、汉语综合 II、汉语综合 III、汉语综合 IV、汉语听说 I、汉语听说 II、中国概况、体育 I、体育 II、创新创业、专业汉语。
公共限选课	经济数学、HSK I、HSK II、HSK III。
公共任选课	经典诵读、中国文化。
专业基础课	电子商务基础、市场营销、中国商业文化、国际贸易基础、国际贸易风险与防控。
专业核心课	视觉营销设计、直播运营、跨境电商 B2B 运营、跨境电商 B2C 运营、网络营销、短视频运营、跨境供应链管理。
专业拓展课	商务礼仪、茶文化与茶营销。

2. 专业核心课程基本要求

核心课程 1	视觉营销设计						
学 期	2	总学时	60	理论学时	30	实践学时	30
<p>课程目标:</p> <p>1. 素质目标: 树立正确的价值观和社会责任感, 强调设计伦理与社会责任; 深刻理解视觉营销在网店运营中的重要性, 激发学生对工作的热情和投入; 提升审美能力和艺术修养; 树立诚信经营的理念, 弘扬精益求精的工匠精神, 追求细节完美, 不断打磨作品。</p> <p>2. 知识目标: 掌握视觉营销的基本概念、原理及发展趋势, 理解其在网店营销中的作用和意义; 学习如何根据网店营销的具体需求及产品定位; 掌握图像、视频、图标等视觉元素的选择、处理及布局原则, 了解不同平台(如电商平台、社交媒体)的视觉规范和要求; 熟悉网店首页、产品主图、产品详情页等关键页面的设计流程和规范, 了解如何运用视觉设计提升产品转化率。</p> <p>3. 能力目标: 能够运用市场调研工具和方法, 收集并分析目标客户数据, 为视觉设计提供决策支持; 具备独立思考和创新能力, 能够结合产品特性和市场需求, 创作出富有创意和吸引力的视觉设计作品; 熟练掌握 Photoshop、Illustrator 等设计软件的操作技巧, 能够高效完成视觉设计任务; 能够在团队中有效沟通, 协调资源, 共同完成项目。同时, 能够清晰表达设计理念和思路, 与客户或团队成员进行有效沟通。</p>							
<p>主要内容:</p> <p>1. 视觉营销认识: 介绍视觉营销的基本概念、原理及其在网店营销中的重要性。通过案例分析, 让学生理解视觉营销如何影响消费者的购买决策。</p> <p>2. 视觉营销设计工具选择: 介绍 Photoshop、Illustrator、Dreamweaver 等常用设计软件的基本功能和操作界面, 让学生熟悉这些工具在视觉设计中的应用。通过实际操作, 让学生掌握设计软件的基本操作技巧, 如图像编辑、图形设计、网页布局等。</p> <p>3. 网店首页设计: 介绍网店首页的主要功能和核心模块, 如店招、导航栏、海报、优惠活动等, 并讲解每个模块的设计要点。</p> <p>4. 产品主图设计: 介绍产品主图在电商平台上的重要性及其设计要求, 如清晰度、美观度、信息传达等。讲解如何运用色彩、构图、光影等设计技巧, 提升产品主图的吸引力和点击率。</p> <p>5. 产品详情页设计: 介绍产品详情页的基本结构和关键要素, 如商品图片、标题、价格、描述、规格参数等。讲解如何根据产品特性和目标客户的阅读习惯, 设计合理的详情页布局和排版。介绍如何在详情页中添加按钮、链接等交互元素, 提升用户体验。</p>							
<p>教学要求:</p> <p>采用项目教学、任务教学等教学方法, 融入严谨规范、守正创新、跨文化交流等思政元素。</p>							
<p>合作企业: 青岛跨境电子商务孵化基地、日照翔鹏电子商务公司</p>							
<p>引入合作企业教学项目、生产典型案例: 东升地毯亚马逊跨境店铺设计、东升地毯阿里国际站店铺设计</p> <p>引入日照翔鹏电子商务公司东升地毯亚马逊跨境店铺设计、东升地毯阿里国际站店铺设计项目, 参与店铺页面设计等实际操作。</p>							

核心课程 2	直播运营						
学 期	3	总学时	56	理论学时	40	实践学时	16
<p>课程目标:</p> <p>1. 素质目标: 培养学生对直播电商行业的认同感和自豪感; 强化学生的社会责任感, 确保他们在直播活动中遵守法律法规, 传播正面信息, 维护网络健康环境。</p> <p>2. 知识目标: 全面了解各类直播平台的主要类型、特点、操作流程及规则, 掌握平台使用技巧; 熟悉商品上架流程、商品信息编辑知识, 了解商品选择与推广的基本原则; 掌握观众互动的</p>							

方法与技巧，提高直播间的活跃度和用户粘性；学习直播活动的策划、脚本编写、流程安排及执行技巧，确保直播活动的顺利进行；掌握基本的数据分析方法，包括关键指标监控、数据分析工具使用等。

3. 能力目标：能够根据市场需求、产品特性及观众喜好制定有效的直播方案；熟练掌握观众互动技巧，能够有效吸引并留住观众，提高直播间的互动率和用户参与度；能够运用数据分析方法评估直播效果，识别问题所在，并据此优化直播运营方案。

主要内容：

1. 直播内容的选题和策划：教授学生如何进行市场调研，了解目标受众的需求、兴趣及竞品情况，为选题提供依据；讲解选题的重要性，引导学生遵循时效性、相关性、独特性、吸引力等原则进行选题；教授学生如何制定直播内容大纲，包括主题确定、内容分段、亮点设置等，确保直播内容丰富多样、结构清晰；介绍直播脚本编写技巧，包括开场白、产品介绍、互动环节、结束语等。

2. 直播间设置：讲解直播间环境布置的原则与技巧，包括光线、背景、装饰物等，营造舒适、专业的直播氛围；介绍直播所需的基本设备，如摄像头、麦克风、灯光、支架等，并教授如何调试与优化设备性能；教授学生如何在直播过程中进行场景切换，增加直播的趣味性和观赏性；根据直播主题进行直播间环境布置，并调试设备。

3. 商品上架：讲解商品选择的原则与策略，包括市场需求、品质保证、价格竞争力等；教授学生如何编写商品标题、描述、图片等信息，吸引观众注意；详细介绍商品在直播平台上的上架流程，包括商品创建、属性填写、价格设置等；选择适合直播的商品，并编写商品信息。

4. 直播话术：教授学生如何设计吸引人的开场白，快速抓住观众注意力；讲解产品介绍的话术技巧，包括产品特点、优势、使用场景等，引导观众产生购买欲望；介绍与观众互动的话术，如提问、抽奖、感谢等，增强直播间的互动性和参与感；教授学生如何运用成交话术，促进观众下单购买；根据商品特点编写直播话术

5. 数据分析：分析观众在直播间的平均停留时长和观看时段分布，了解直播内容的吸引力和观众的观看习惯；讲解数据清洗、数据分组、数据可视化等基本方法，以及分类、聚合等数据挖掘算法在直播数据分析中的应用。

教学要求：

采用讲授法、情景模拟法等教学方法，融入诚信、守法、合规、创新等思政元素。

合作企业：青岛跨境电子商务孵化基地 日照翔鹏电子商务公司

引入合作企业教学项目、生产典型案例：东升地毯亚马逊店铺直播营销、东升地毯阿里国际站店铺直播营销

通过引入日照翔鹏电子商务公司的东升地毯进行亚马逊店铺直播营销与阿里国际站店铺直播营销，可以有效提升产品的曝光度和销售量。在直播过程中，需要注重产品选择、目标受众定位、内容创新、数据分析与优化等方面的工作，以确保直播营销的效果最大化。

核心课程 3		跨境电商 B2B 运营实务					
学 期	3	总学时	56	理论学时	36	实践学时	20
课程目标：							
1. 素质目标：培养学生具备跨境电商行业所需的职业道德与职业操守，如诚信经营、尊重知识产权、遵守国际贸易规则等；鼓励学生运用创新思维解决跨境电商运营中遇到的问题。							
2. 知识目标：掌握跨境电商的基本概念、发展历程、政策法规及行业趋势，理解跨境电商在全球经济中的地位和作用。了解阿里巴巴、中国制造网、敦煌网等主流跨境电商 B2B 平台的运营模式、特点、规则及优势，熟悉各平台的注册、认证、店铺管理、产品发布等流程。全面掌握跨							

跨境电商 B2B 的交易流程，包括市场调研方法、选品策略、供应链管理、物流解决方案、支付体系、税务处理及售后服务等关键环节。掌握运用数据分析工具进行市场趋势预测、消费者行为分析、产品选品优化的能力，以及基于数据驱动的营销策略制定。

3. 能力目标：熟练掌握至少一个主流跨境电商 B2B 平台的操作与管理，包括店铺装修、产品上下架、价格策略制定、促销活动策划等。具备运用市场调研工具和方法进行目标市场分析、竞争对手分析的能力，能够准确判断市场需求，制定科学合理的选品策略。了解跨境电商支付体系，掌握安全高效的支付方式，具备识别并防范交易风险的能力，如欺诈防范、汇率风险管理等。建立良好的客户服务体系，能够有效处理客户投诉与纠纷，提供优质的售后服务，提升客户满意度与忠诚度。

主要内容：

1. 跨境电商概述：介绍跨境电商的基本概念、发展历程、主要模式、国内外政策法规

2. 跨境电商 B2B 主要平台的操作流程和规则：详细介绍阿里巴巴、中国制造网、敦煌网等主流跨境电商 B2B 平台的发展历程、用户群体、特色功能及市场定位；教授店铺装修、产品上架、价格策略、促销活动策划等店铺日常运营技巧；解读平台交易规则、退款退货政策、违规处理机制等。

3. 市场调研与选品：如何使用数据分析工具、行业报告、社交媒体等渠道进行市场调研，分析目标市场需求、竞争态势；制定科学合理的选品策略，包括产品定位、差异化竞争、趋势预测等。

4. 物流与海外仓管理：介绍跨境电商物流的主要模式（如直邮、海外仓、集运等），分析其优缺点及适用场景；对比不同物流服务商的服务质量、价格、时效等，指导学生选择合适的物流方案。

5. 店铺运营与推广：教授产品标题、描述、关键词等 SEO 优化技巧，提高店铺及产品搜索排名。

6. 订单管理与客户服务：培训学生如何有效沟通、处理客户投诉与纠纷，提升客户满意度。

7. 海外社媒营销：介绍 Facebook、Instagram、LinkedIn 等海外主流社交媒体平台的特点及用户群体。教授如何根据平台特性制定内容策略，发布吸引人的图文、视频等内容，吸引粉丝关注。

教学要求：

采用理实一体的教学模式，将理论知识与实际操作紧密结合，通过案例分析、项目实训等方式，提高学生的实践能力和解决问题的能力。

合作企业：日照翔鹏电子商务公司

引入合作企业教学项目：

与日照翔鹏能源有限公司合作开展跨境电商 B2B 实践能力提升项目

引入合作企业生产典型案例：

阿里巴巴国际站“东升地毯”“岚德健身器材”销售，学生参与跨境电商 B2B 运营的各个环节，如市场调研、选品、店铺运营、营销推广、物流管理等。

核心课程 4	跨境电商 B2C 运营						
学 期	3	总学时	56	理论学时	36	实践学时	20
课程目标：							
1. 素质目标：培养学生具备跨境电商行业所需的职业道德与职业操守；培养学生的规则意识和服务意识，确保在跨境电商运营过程中遵循平台规则，提供优质的客户服务。							
2. 知识目标：掌握跨境电商的基本概念、发展历程、主要模式（如 B2C）及其在全球经济中							

的地位和作用；深入了解亚马逊、eBay、速卖通、Wish 等主流跨境电商 B2C 平台的运营模式、特点、规则及优势；掌握选品策略、定价策略、营销策略等市场营销知识；学习如何选择合适的物流渠道和服务商，优化物流成本与效率。

3. 能力目标：熟练掌握至少一个主流跨境电商 B2C 平台的操作与管理，包括店铺装修、产品上下架、价格策略制定、促销活动策划等；熟练掌握 SEO、SEM、社交媒体营销等数字营销工具和方法；熟练掌握订单接收、确认、支付、发货、跟踪等流程，确保订单处理的高效性和准确性；能够有效处理客户投诉与纠纷，提升客户满意度和忠诚度。

主要内容：

1. 跨境电商基础与平台认知：介绍亚马逊、eBay、速卖通、Wish 等主流跨境电商 B2C 平台的运营模式、特点、规则及优势。

2. 市场调研与选品策略：教授市场调研的方法与工具，基于市场调研结果，制定科学合理的选品策略。

3. 店铺运营与管理：指导学生完成店铺注册、认证、装修等流程，教授店铺布局、产品描述、图片处理等优化技巧，提升店铺的吸引力和转化率。讲解产品发布流程、规则及注意事项，包括标题、描述、价格、图片等信息的填写与优化。同时，介绍产品库存管理、上下架管理等技巧。

4. 数据分析与决策支持：介绍常用的数据分析工具和方法，如 Excel、Google Analytics、第三方数据分析平台等。教授如何收集、整理、分析业务数据。

教学要求：

采用任务教学法、案例分析法等教学方法，融入跨文化交流、全球视野、严谨细致等思政元素。

合作企业：青岛跨境电子商务孵化基地 日照翔鹏电子商务公司

引入合作企业教学项目、生产典型案例：东升地毯亚马逊运营

东升地毯作为一家专注于地毯生产与销售的企业，与亚马逊平台合作开展跨境电商运营，旨在通过亚马逊的全球网络拓展其国际市场。

核心课程 5	网络营销						
学 期	3	总学时	56	理论学时	50	实践学时	6
课程目标：							
1. 素质目标：培养学生在网络营销活动中坚持诚信原则；引导学生尊重用户隐私，遵守行业规范和法律法规，树立良好的职业形象；培养学生以用户为中心的理念，关注用户需求，提供有价值的内容和服务；引导学生关注社会热点，积极传播正能量，参与公益活动，树立企业的良好社会形象。							
2. 知识目标：了解网络营销的核心要素，包括市场环境分析、目标市场定位、营销组合策略等；熟悉各类网络营销工具的特点、使用方法和效果评估指标；掌握网络营销的常用技术。							
3. 能力目标：能够根据市场环境、目标市场和用户需求，制定具有针对性的网络营销策略；基于数据分析结果，进行问题诊断、效果评估和优化决策，不断提升网络营销的效率和效果；具备良好的沟通协调能力，能够与团队成员、客户及合作伙伴有效沟通。							
主要内容：							
1. 网络营销环境分析：分析人口、经济、政治、法律、科学技术、社会文化及自然地理等网络宏观环境；分析企业的供应商、营销中间商、顾客、竞争者以及社会公众等微观因素如何影响网络营销活动。							
2. 网络营销战略规划：根据企业的整体战略目标和市场环境，设置明确的网络营销目标，如提升品牌知名度、增加网站流量、提高转化率等。根据网络营销目标，制定具体的网络营销策略，							

包括内容营销策略、社交媒体营销策略、搜索引擎营销策略等。定期对网络营销活动的效果进行评估。

3. 网络营销工具与技术：通过优化网站结构、内容和外部链接，提高网站在搜索引擎中的排名；利用搜索引擎的广告平台投放广告，吸引潜在客户的点击和转化。利用社交媒体平台与目标受众互动和沟通。使用电子邮件直接向潜在客户发送商业信息。

4. 网络营销策略与实施：根据网络营销环境分析和战略规划的结果，制定具体的网络营销策略。按照制定的网络营销策略，实施具体的网络营销活动对网络营销活动的效果进行评估，包括网站流量、转化率、用户反馈等多个方面。

教学要求：

采用任务教学法、案例分析法等教学方法，融入创新、诚信、文化自信等思政元素。

合作企业：青岛跨境电子商务孵化基地 日照翔鹏电子商务公司

引入合作企业教学项目、生产典型案例：东升地毯亚马逊跨境营销、东升地毯阿里国际站跨境营销

旨在通过真实的企业运营案例，让学生深入了解跨境电商市场的运作机制，掌握网络营销的核心策略与技巧。这两个项目不仅提供了宝贵的实战经验，还让学生在实际操作中学习如何分析市场、制定营销策略、运用网络营销工具和技术，以及评估和优化营销效果，为他们在未来职业生涯中成功开展跨境营销奠定坚实基础。

核心课程 6	跨境供应链管理						
学 期	4	总学时	56	理论学时	50	实践学时	6
<p>课程目标：</p> <p>1. 素质目标：引导学生尊重各国文化差异，增强跨文化沟通与合作的能力；强调社会责任意识，鼓励学生在追求经济效益的同时，关注环境保护、消费者权益保护等社会问题，积极承担企业应尽的社会责任。</p> <p>2. 知识目标：深入理解国际 e 邮宝、国际商业快递等物流方式的运作机制、费用构成及计算方法；理解不同跨境供应链物流模式（如直邮、海外仓、集运等）的优缺点及适用条件，掌握其选择依据与决策方法；掌握国际物流领域的法律法规，包括海关政策、关税制度、贸易协定等，确保跨境物流活动的合规性。</p> <p>3. 能力目标：能够根据实际业务需求，熟练运用国际 e 邮宝、国际商业快递等物流方式的费用计算方法，准确核算跨境物流费用；能够结合企业实际业务需求和市场环境，选择合适的跨境供应链物流模式，制定科学的物流策略；能够在跨文化背景下进行有效沟通与协作，解决跨境物流过程中遇到的各种问题与挑战；能够与供应商、承运商、海关等各方建立良好的合作关系。</p>							
<p>主要内容：</p> <p>1. 跨境供应链管理概述：介绍跨境供应链管理的定义、背景、发展历程及其在全球化经济中的重要性。</p> <p>2. 跨境运输与物流管理：介绍海运、空运、陆运、铁路运输等多种跨境运输方式的特点、优缺点及适用场景；讲解如何根据货物特性、运输距离、成本效益等因素制定合理的物流规划，包括运输路线选择、运输方式组合、运输时间控制等。</p> <p>3. 海关合规与贸易政策：详细介绍各国海关政策、进出口法规、关税制度等相关内容，帮助学生了解跨境贸易中的法律法规要求；教授如何确保企业的跨境贸易活动符合相关法规要求，包括报关、报检、关税缴纳等环节的合规操作；分析国际贸易中的壁垒形式（如关税壁垒、非关税壁垒等），并介绍应对策略和解决方案。</p> <p>4. 信息技术在跨境供应链管理中的应用：讲解物联网技术在跨境物流中的应用（如货物追踪、</p>							

<p>温湿度监控等)，以及大数据分析在供应链优化和预测中的作用。</p> <p>5. 供应商管理：讲解如何根据企业需求选择合适的跨境供应商，包括评估供应商的能力、质量控制体系、交货期、价格等因素；介绍如何通过沟通、协作、共享信息等方式维护良好的供应商关系；教授如何识别和管理供应商风险。</p>
<p>教学要求：</p> <p>采用讲授法、案例分析法等教学方法，融入诚信、公平、环保等思政元素。</p>
<p>合作企业：青岛跨境电子商务孵化基地 日照翔鹏电子商务公司</p>
<p>引入合作企业教学项目、生产典型案例：东升地毯跨境物流与运输管理</p> <p>此项目不仅让学生深入了解跨境物流的复杂流程、国际运输的多样方式以及面临的实际挑战，还能让学生掌握在全球化背景下优化物流成本、提升运输效率、确保合规操作的关键技能，为未来在跨境物流领域的职业生涯奠定坚实基础。</p>

核心课程 7	短视频运营						
学 期	4	总学时	56	理论学时	40	实践学时	16
<p>课程目标：</p> <p>1. 素质目标：培养学生具备高度的原创意识和创新思维；强化学生以用户为中心的服务理念；增强学生的法律观念，确保在短视频创作、发布及运营过程中严格遵守国家法律法规，尊重知识产权，不传播违法、不良信息，维护网络健康环境；引导学生树立正确的价值观，积极承担社会责任。</p> <p>2. 知识目标：了解国内外主流短视频平台的运营模式、用户画像、内容生态及竞争态势，为精准运营打下基础；掌握短视频脚本撰写、拍摄技巧、剪辑软件操作、音乐配乐选择等基础知识，提升内容制作质量；学习短视频数据分析的基本原理、常用工具及分析方法，理解各项数据指标的含义和重要性；熟悉短视频平台的推广机制。</p> <p>3. 能力目标：能够独立完成短视频的创意策划、脚本撰写、拍摄制作及后期剪辑，创作出符合平台调性和用户需求的高质量内容；能够结合短视频平台特性，制定并执行有效的市场推广计划，提高短视频的曝光量、互动率和转化率；能够运用数据分析工具对短视频运营数据进行收集、整理、分析，根据数据反馈制定或调整运营策略，优化运营效果。</p>							
<p>主要内容：</p> <p>1. 短视频平台分析：详细介绍当前主流的短视频平台的运营模式、用户画像、内容生态及特点；讲解短视频从策划、制作、发布到推广、数据分析、优化调整的完整工作流程。</p> <p>2. 短视频内容策划与制作：教授如何根据平台特性、用户需求及市场趋势进行内容选题，制定内容规划策略；讲授手机拍摄技巧、构图技巧、光线运用、声音处理等；讲解短视频脚本的撰写方法，包括故事构思、情节设计、对话编写等，确保内容有吸引力。</p> <p>3. 短视频平台运营与推广：讲授各短视频平台的运营规则、推荐算法及用户行为特点；教授如何选择合适的发布时间、制定推广计划、利用平台工具进行内容推广，提高曝光量；通过数据分析工具对短视频的播放量、点赞量、评论量、转发量等数据进行监测和分析，根据数据反馈调整运营策略，优化内容质量。</p>							
<p>教学要求：</p> <p>采用任务教学法、实操教学法等教学方法，融入创新、合规、诚信等思政元素。</p>							
<p>合作企业：山东远传科技信息服务有限公司、日照翔鹏电子商务公司</p>							
<p>引入合作企业教学项目、生产典型案例：德州扒鸡、珀莱雅美妆产品短视频制作</p> <p>引入山东远传科技信息服务有限公司“新媒体营销校企合作实训”项目，参与美食短视频剪辑内容再创作、德州扒鸡美食直播切片剪辑等实际操作。</p>							

引入日照翔鹏电子商务公司项目，进行组建团队、创建账号、短视频创作与剪辑到直播变现全流程案例教学。

（二）人才培养模式

电子商务专业（留学生）构建了“汉语+文化+专业+创新创业”四元共育人才培养模式，全面提高学生的综合素质和职业能力。强化汉语教学，通过系统的汉语课程，提升留学生的语言沟通能力，为在中国及境外中资企业工作打下坚实基础。开设中国概况、中国商业文化等文化类课程，帮助留学生了解和适应中国文化，增强跨文化交际能力，促进文化交流与融合。深入开展电子商务理论教学与实践教学，通过前沿的专业知识和技能培训，培养学生的电子商务专业能力。定期更新教学内容，确保与电子商务行业的最新发展同步。开设创新创业相关课程，激发学生的创新思维和创业精神，通过实践活动锻炼学生的创新创业能力。

搭建具有国际背景的教师团队，定期组织教师培训，提升教师队伍的国际化水平。选择和开发适合留学生的教材，注重理论与实践的结合。建立在线学习资源库，提供丰富的数字化教学资源。采用案例教学、项目驱动等教学方法，提高课堂互动性，利用在线平台，实现线上线下混合式教学。与企业合作建立校外实习基地和校内实训中心，开展丰富的生产性实践项目，提供实习实训机会。

（三）学生创新创业能力培养

结合电子商务领域创新创业能力培养，设计具体化的培养路径和措施。通过专业核心课程，如跨境电商 B2B 运营、跨境电商 B2C 运营、直播运营、短视频运营等，让学生掌握电子商务创新创业所需要的关键技术。开设创新创业课程，培养学生的创新思维和创业意识，教授学生识别电子商务领域的创业机会。通过分享电子商务领域成功的创业案例，分析创新创业过程中的关键要素，加深学生对创新创业实践的认识。利用创业沙盘、商业模拟软件等工具进行模拟创业，让学生在虚拟环境中体验创业全过程。与电子商务、跨境电商企业合作，开展校企合作项目，搭建创新创业实践平台，让学生参与企业实际跨境电商项目的策划和执行，了解项目运营和管理流程，培养商业策划和团队协作能力。配备具有丰富创业经验和专业知识的校企导师团队，提高学生的创新创业能力。

鼓励学生参加创新创业竞赛，锻炼学生的创新创业能力和团队协作能力。为有潜力的创业项目提供场地、资金、导师指导等全方位创业孵化支持。

（四）课程思政

电子商务专业（留学生）课程思政的总体目标是培养具有全球视野、良好职业道德和创新精神的高素质电子商务国际人才。增强留学生对中国的认同感和文化理解力，认同中国社会主流核心价值观，引导学生树立正确的世界观、人生观和价值观，增强文化自信和社会责任感，提升诚信、守法意识，为国际电子商务领域贡献智慧和力量。

在公共基础课中加强汉语和中国文化的教学，增强留学生对中国特色社会主义道路、理论、制度、文化的认同感，培养学生知华、友华、爱华的情操。在电子商务基础、网络营销、跨境电商运营等专业课中融入中国电子商务的崛起和成就及对全球电子商务行业的贡献，激发学生的行业自信；强调诚信经营、公平竞争的商业伦理，培养学生的职业道德和社会责任感；融入全球视野和跨文化交流的理念，提升学生的国际竞争力；引导学生关注数据安全和隐私保护问题，培养合法合规的数据使用意识。组织学生到校内生产性实训基地和校外实习实训基地，通过亲身体验企业文化和工作环境，加深对职业道德和社会责任的理解。鼓励学生参与创新创业项目，将思政元素融入项目策划和实施过程中，培养学生的创新精神和创业能力，同时强调诚信经营和社会贡献。组织学生参与电子商务相关的社会服务活动，如农村电商扶贫、电商公益项目等，增强学生的社会责任感和使命感。

加强教师队伍的思想政治建设，提高教师的思政意识和教学能力，确保课程思政工作的有效实施。在课程设计中明确思政目标，合理安排思政内容；采用案例式、讨论式、探究式等多样化的教学方法，激发学生的学习兴趣 and 参与度。整合校内外教学资源，开发具有思政特色的教材和案例库；利用现代信息技术手段，建设数字教材、在线学习平台等数字教学资源。建立科学的课程思政评价体系，将思政表现纳入学生综合素质评价体系中；通过定期评估和反馈机制，不断优化课程思政内容和方法。

（五）劳动教育

实践教学（集中性实践、认识实习、生产实习、岗位实习等）设立劳动教育教学模块，丰富劳动教育形式、内容与场所，共计16学时。

序号	课程名称	教学内容	劳动教育内容	学时
1	电商直播实训	直播间搭建 直播营销 直播运营	劳动精神	4
2	跨境电商实训	商品图片制作 详情页制作	工匠精神	4
3	跨境电商实训	项目分工	劳动组织	2
4	毕业设计	电商运营	劳动安全	2
5	电商直播实训	直播营销 直播运营	劳动法规	4
合计				16

九、教学进程总体安排

（一）教学时间安排表

学年	学期	寒暑假	教学周数	教学安排				
				课堂教学环节	集中性实践教学环节	考试	机动	入学教育
一	1	5	18	16		1		1
	2	7	20	15	3	1	1	
二	3	5	20	14	4	1	1	
	4	7	20	14	4	1	1	
小计		24	78	59	10	4	4	1

（二）教学进程总体安排表

课程性质	课程代码	课程名称	课程类别	总学分	总学时	学时安排		学年/学期/周课时				
								第一学年		第二学年		
						理论	实践	1	2	3	4	
								16周	15周	14周	14周	
	GB1707B001	汉语综合 I	理+实	7	128	100	28	8				

公共必修课程	GB1707B002	汉语综合 II	理+实	6.5	120	100	20		8		
	GB1707B003	汉语综合 III	理+实	6	112	96	16			8	
	GB1707B004	汉语综合 IV	理+实	6	112	96	16				8
	GB1707B005	汉语听说 I	理+实	3.5	64	34	30	4			
	GB1707B006	汉语听说 II	理+实	3.5	60	30	30		4		
	GB1707B007	中国概况	理+实	3.5	64	54	10	4			
	GB1707B008	体育 I	理+实	1.5	32	12	20	2			
	GB1707B009	体育 II	理+实	1.5	30	10	20		2		
	GB1707B010	创新创业	理+实	1.5	28	18	10				2
	GB1707B011	专业汉语	理+实	3	56	36	20				4
	公共限定选修课程	GD1707A012	经济数学	理论	3	56	56	0			
GD1707B013		HSK I	理+实	3.5	64	40	24	4			
GD1707B014		HSK II	理+实	3.5	60	40	20		4		
GD1707B015		HSK III	理+实	4.5	84	30	54			6	
公共任意选修课程	GX1707B016	经典诵读	理+实	1	18	9	9	2			
	GX1707A017	中国文化	理论	1	18	18	0		2		
小计				60	1106	779	327				
专业基础课程	ZJ1707B001	电子商务基础	理+实	3.5	64	54	10	4			
	ZJ1707B002	市场营销	理+实	3.5	64	54	10	4			
	ZJ1707B003	国际贸易基础	理+实	3.5	60	50	10		4		

专业基础课程	ZJ1707B004	中国商业文化	理+实	3.5	60	50	10		4		
	ZJ1707B005	国际贸易风险与防控	理+实	1.5	28	20	8				2
专业核心课程	ZH1707B006	视觉营销设计	理+实	3.5	60	30	30		4		
	ZH1707B007	直播运营	理+实	3	56	40	16			4	
	ZH1707B008	跨境电商 B2B 运营	理+实	3	56	36	20			4	
	ZH1707B009	跨境电商 B2C 运营	理+实	3	56	36	20			4	
	ZH1707B010	网络营销	理+实	3	56	50	6			4	
	ZH1707B011	跨境供应链管理	理+实	3	56	50	6				4
	ZH1707B012	短视频运营	理+实	3	56	40	16				4
专业拓展课程	ZX1707B020	商务礼仪	理+实	1	18	9	9			2	
	ZX1707B021	茶文化与茶营销	理+实	1	18	10	8				2
小计				39	708	529	179				
集中性实践课程	SJ1707C013	入学教育	实践	1	24	0	24	1w			
	SJ1707C014	HSK 实训 I	实践	2	48	0	48			2w	
	SJ1707C015	HSK 实训 II	实践	1	24	0	24				1w
	SJ1707C016	国际贸易实训	实践	2	48	0	48		2w		
	SJ1707C017	视觉营销设计实训	实践	1	24	0	24		1w		
	SJ1707C018	电商直播实训	实践	1	24	0	24			1w	
	SJ1707C019	跨境电商实训	实践	1	24	0	24			1w	

	SJ1707C020	毕业设计	实践	3	72	0	72				3w
小计				12	288	0	288				
合计				111	2102	1308	794				

(三) 各类课程学时(学分)分配表

课程体系	课程类别	学分	学时数	学时占比	理论学时	实践学时	实践学时占比
公共基础课程模块	公共必修课	43.5	806	38.34%	586	220	10.47%
	公共限定选修课	14.5	264	12.56%	166	98	4.66%
	公共任意选修课	2	36	1.71%	27	9	0.43%
	小计	60	1106	52.62%	779	327	15.56%
专业课程模块	专业基础课	15.5	276	13.13%	228	48	2.28%
	专业核心课	21.5	396	18.84%	282	114	5.42%
	专业拓展课	2	36	1.71%	19	17	0.81%
	小计	39	708	33.68%	529	179	8.52%
集中性实践课程模块	入学教育	1	24	1.14%	0	24	1.14%
	综合实践 (含毕业设计)	11	264	12.56%	0	264	12.56%
	小计	12	288	13.70%	0	288	13.70%
合计		111	2102	100%	1308	794	37.77%
总学时/最低修读学分				2102/111			

(四) 专业综合实践项目设置

序号	综合实践项目	开设学期	周数	主要内容及要求
1	国际贸易实训	第二学期	2	主要内容: 国际贸易基本流程模拟、国际贸易单证操作 要求: 熟练掌握国际贸易的基本操作流程和单证操作, 在实训结束后提交实训报告。
2	视觉营销设计实训	第二学期	1	主要内容: 设计软件操作、视觉设计营销应用 要求: 熟练掌握视觉设计的基本操作流程和技巧; 了解视觉设计在营销中的应用, 掌握通过视觉设计

				提升品牌形象和营销效果的方法；在实训结束后提交实训报告。
3	电商直播实训	第三学期	1	主要内容：直播设备的选择和使用、直播间的搭建、直播活动设计、直播内容策划与制作、直播实战演练 要求：熟练掌握电商直播的基本操作流程和技巧；独立完成直播内容的策划、制作和实战演练；在实训结束后提交实训报告。
4	跨境电商实训	第三学期	1	主要内容：店铺的装修、商品上架、价格设置、订单处理 要求：熟练掌握跨境电商平台的基本操作和管理技能；在实训结束后提交实训报告。
5	毕业设计	第四学期	3	主要内容：电子商务运营与推广、跨境电商实践 要求：应紧密结合实际，能够解决电子商务领域中的实际问题；应具有一定的创新性，能够提出新的观点、方法或解决方案。

十、职业证书

序号	职业类证书	等级	认证单位	对应学习主要课程	拟考学期
1	跨境电子商务 B2B 数据运营 职业技能等级	中级	阿里巴巴（中国） 教育科技有限公司	国际贸易基础 视觉营销设计 跨境电商 B2B 运营 国际贸易风险与防控 国际贸易实训 视觉营销设计实训 跨境电商实训	3
2	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） 网络技术有限公司	国际贸易基础 视觉营销设计 跨境电商 B2C 运营 短视频运营 直播运营 国际贸易风险与防控 国际贸易实训 跨境电商实训 电商直播实训	3
3	跨境电商海外营销 职业技能等级证书	中级	北京中清研信息技术 研究院有限公司	电子商务基础 网络营销 市场营销 直播运营 短视频运营 跨境电商 B2B 运营 跨境电商 B2C 运营	4

				电商直播实训 跨境电商实训	
4	电子商务师（四级/中级工）	四级/ 中级工	中教畅享科技 有限公司	电子商务基础 视觉营销设计 直播运营 网店运营 短视频运营 电商直播实训	4

十一、实施保障

实施保障主要从师资队伍、教学实施、教学资源、教学方法、学习评价、质量管理六个方面进行阐述，具体内容如下。

（一）师资队伍

1. 队伍结构基本要求

电子商务专业（留学生）在校生与该专业的专任教师之比不高于 25:1（不含公共课）。有专兼职教师 19 人，其中专任教师 15 名，高级职称占专任教师总数的 46%；具有 3 年以上行业企业工作经历专业专任教师 4 名，“双师”素质教师占专任教师总数的 80%，其中高级双师型教师占比 40%，中级双师型教师占比 40%，40 岁以上教师 6 名，占比 31%，30-39 岁教师 11 名，占比 58%，30 岁以下教师 2 名，占比 11%，形成合理的梯队结构。

2. 专业带头人的基本要求

专业带头人应具有副高及以上职称，高级双师教师，持有专业高级职业技能等级证书，能够较好地把握国内外电子商务行业发展趋势，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的实际需求，精通电子商务专业相关理论和知识，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，成为专业建设的龙头，具备最新的建设思路，主持专业建设各方面工作，能够指导骨干教师完成专业建设方面的工作，在本区域或本领域具有一定的专业影响力。专业带头人应积极参加专业建设培训及专业相关的研讨会，应定期通过多种渠道了解岗位任务变化情况；回访用人单位和毕业生，征求他们对专业教学的意见和建议，以便更好地指导专业建设，更新教学内容，提高毕业生的工作适应能力。

3. 骨干教师的基本要求

骨干教师，应具有中级及以上职称，中级以上双师教师，应持有中级以上职业技能等级证书，应掌握电子商务领域工作流程和相关核心技能；协助专业带头人制定专业标准、参与课程体系改革；主持或参与专业核心技能课程建设；应积极参加专业及课程建设培训，参与专业课程的开发工作；每5年累计不少于6个月的企业实践经验，提高技能操作水平；积极参加各类教学比赛，提高教学水平；协助专业带头人参与专业建设与课程建设，编制教学文件。

4. 专业教师的基本要求

具有高校教师资格；应具有初级及以上职称，初级以上双师教师，应持有中级职业技能等级证书；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有工商管理、国际贸易、市场营销、电子商务等相关专业研究生及以上学历；具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力；能够胜任2-3门专业课程的教学，能熟练地对每门课程的3-5个模块进行模块化教学设计与组织实施；具有数字素养和较强信息化教学能力，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。

5. 外聘教师的基本要求

外聘教师须为本专业相关的行业企业岗位专家或一线技术能手，持有中级以上职业技能等级证书或职业资格证书，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，能承担专业课程教学、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

教学设施主要包含教室、校内实训基地（含企业专家工作室、校中厂、创新中心、其他实训室等）、校外实训基地（含教师企业工作站、厂中校、校外实践教学基地等）三部分。

1. 教室

一般配备黑（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. 校内实训基地

序号	实验实训室 (基地)名称	功能	工位 数	面积 /m ²	使用课程
1	直播实训室	电商直播带货 直播营销培训	200	860	直播运营 电商直播实训 网络营销
2	短视频拍摄与制作 实训室	短视频拍摄 短视频剪辑	60	160	短视频运营 网络营销
3	短视频运营中心	短视频投放与运营	60	160	短视频运营 网络营销
4	跨境电商实训室	跨境电商实操 职业技能等级证书 培训与考试	48	90	国际贸易基础 跨境电商运营 国际贸易实训 跨境电商实训 毕业设计
5	移动商务运营实训室	动商务平台的运营 和管理	60	160	跨境电商 B2B 运营 跨境电商 B2C 运营
6	视觉营销实训室	视觉营销设计	24	50	视觉营销设计 网络营销
7	电商平台运营实训室	电子商务运营	24	60	电子商务基础 市场营销
8	文化体验中心	体验中国文化	50	120	中国概况 中国商业文化
9	茶文化实训室	体验茶文化 模拟茶叶市场营销	40	310	茶文化与茶营销

3. 校外实训基地

序号	校外实习实训基地 名称	合作企业名称	合作 类型	合作内容
1	日照翔鹏校外实习 实训基地	日照翔鹏电子商务公司	CDEF	提供兼职教师 提供教师锻炼岗位 合作开发直播销售与运营 课程 《电商直播实训》课程实 训教学 指导专业建设
2	青岛跨境校外实习 实训基地	青岛跨境电子商务孵化 基地	CBDF	提供兼职教师 提供专业对口实习岗位 提供教师锻炼岗位 指导专业建设
3	山东远传校外实习 实训基地	山东远传科技信息服 务有限公司	BDH	提供专业对口实习岗位 提供教师锻炼岗位 合作开发短视频切片产品
4	日照清美校外实习 实训基地	日照清美地毯有限公司	AB	提供学生就业岗位 提供专业对口实习岗位

5	烟台星商教师驻企 工作站	烟台星商电子商务有限 公司	D	提供教师锻炼岗位
---	-----------------	------------------	---	----------

说明：1. 合作企业名称为全称；2. 合作类型（供参考）：A. 提供学生就业岗位，B. 提供学生实习岗位，C. 提供兼职教师，D. 提供教师锻炼岗位，E. 合作开发课程，F. 指导专业建设，G. 开展现代学徒制合作，H. 合作开发产品，I. 采纳技术服务。

（三）教学资源

组建教材选用委员会（包括专业教师、行业企业专家、教科研人员、教学管理人员等），选用过程须公开、公平、公正，严格按照程序选用，按照国家规定选用优质教材，优先选用国家级、省部级获奖高职教材和能够反映先进技术发展水平的国家级、省部级规划教材，所选教材的内容能够反映新知识、新技术、新业态，选用近三年出版的高职高专教材，与行业企业合作开发的专业课程教材，与 1+X 职业技术职业资格证书考核相结合教材。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。

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：电子商务专业涉及的职业标准、技术手册、操作规范、规章制度以及案例类图书、5 种以上专业期刊等。

结合专业需要，开发和配备一批与本专业有关的优质音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、网络课程等专业教学资源库，应种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新，能满足教学要求，有效开展多种形式的信息化教学活动，激发学生学习兴趣，提高学习效果。

1. 课程教材使用建议表

序号	课程名称	推荐教材	出版社	主编	教材类型 (数字、新形态、传统教材等)
1	汉语综合 I	发展汉语初级综合 I	北京语言大学出版社	荣继华	传统教材
2	汉语综合 II	发展汉语初级综合 II	北京语言大学出版社	徐桂梅	传统教材
3	汉语综合 III	发展汉语中级综合 I	北京语言大学出版社	徐桂梅	传统教材
4	汉语综合 IV	发展汉语中级综合 II	北京语言大学出版社	武惠华	传统教材

5	汉语听说 I	中级汉语听说教程上册	北京大学出版社	胡晓清	传统教材
6	汉语听说 II	中级汉语听说教程下册	北京大学出版社	胡晓清	传统教材
7	中国概况	中国概况	上海外语教育出版社	程爱民	传统教材
8	HSK I	HSK3	北京语言大学出版社	姜丽萍	传统教材
9	HSK II	HSK4 上册	北京语言大学出版社	姜丽萍	传统教材
10	HSK III	HSK4 下册	北京语言大学出版社	姜丽萍	传统教材
11	市场营销	市场营销	人民邮电出版社	迈克尔·利文斯	新形态教材

2. 数字化资源选用表

序号	数字化资源名称	资源网址	级别（无、校级、市级、省级、国家级）	备注
1	新媒体营销	https://coursehome.zhihuishu.com/courseHome/1000062436#teachTeam	国家级	自建
2	电子商务教学资源库	https://vocational.smartedu.cn/resourceDetails/index.html?courseId=d3itawcup5xjzqo14rrncg		自建
3	营销中国茶在线精品课程	http://t.g2s.cn/4WLVyzMR	省级	自建
4	市场营销英语在线精品课程	https://www.icourse163.org/course/GDUFS-1002488009?tid=1472386475	国家级	引用
5	风从东方来：今日中国概况在线精品课程	https://www.icourse163.org/learn/HZNU-1207509805?tid=1471108480#/learn/announcement	国家级	引用
6	英语畅谈中国在线精品课程	https://www.icourse163.org/learn/HUBU-1002981005?tid=1472010452#/learn/announcement	国家级	引用
7	世格互联网+国际贸易综合技能实训与竞赛平台软件 V2.0	http://10.0.25.112:61234/	无	引用
8	跨境电商 B2B 综合实训平台	http://gjzjx.srzx.com/	无	引用
9	HSK	http://mock.tangce.cn	无	引用

（四）教学方法

1. 教学方法与教学手段

依据专业培养目标和课程教学要求，注重理论与实践的结合，通过项目任务导向教学，让学生参与到电商直播、短视频运营等实际电子商务项目，巩固学生的理论知识，提升他们的实践能力和团队协作能力。广泛采用启发式、案例分析法、情境模拟法等教学方法，选取国内外电子商务领域的经典案例进行深入剖析，引导学生思考电子商务的商业模式、营销策略等核心问题，培养他们的批判性思维和解决问题的能力。结合留学生实际情况及需求，部分专业课程采用双语或全英文授课，确保学生充分理解课程内容。此外，注重个性化指导与辅导，针对学生的学习情况和职业规划，提供一对一的指导和支 持，帮助他们明确学习目标，实现个人和职业的成长与发展。

充分利用多媒体辅助教学，通过多媒体课件、在线课程平台等现代信息技术手段，提供丰富的教学资源 and 灵活的学习方式，增强课堂的互动性和趣味性。在教学中引入 VR 和 AR 技术，模拟真实的电子商务场景和操作流程，增强学生的沉浸感和体验感。积极与企业合作，开展校企合作项目与实习实训。通过与企业共同制定人才培养方案，实现校企共同培养，学生能够在真实的商务环境中进行实践，提升他们的职业素养和就业竞争力。此外，注重跨文化交流与国际化视野的培养，通过组织留学生与国内学生的交流活动等方式，拓宽学生的国际视野，增强他们的跨文化交际能力。

2. 教学组织形式

为确保本专业教学的有效实施，采用灵活多样的教学组织形式，以满足不同学生的学习需求和发展潜能。利用现代信息技术手段，开展混合式教学，突破时空限制，拓展教学资源和教学方式，提高教学的灵活性和有效性。采用理实一体化教学、案例教学、情境教学、项目教学等教学方法，达成预期教学目标。

（五）学习评价

严格落实培养目标和培养规格要求，成立学生、老师、企业专家参与的教学质量监控组织，对学生思想素质、文化素质和职业能力等实施过程评价与结

果评价相结合，诊断性评价与形成性评价相结合，围绕课程教学标准，在教学项目实施或工作过程中考核学生的能力与素质，同时通过结果考核相关的知识内容，形成能力、知识与素质考核的综合评价体系。过程性考核主要包括平时的作业、预习、课堂测验、课堂交流和讨论、考试、实践等多种考核方式。终结性考核主要包括理论课程在线考试、选修课程选拔考试、课程报告等多种考核形式。校外岗位实习等实践教学环节，应以企业评价为主，学校评价为辅，突出对学生实习过程中表现出的工作能力和态度的评价。

（六）质量管理

1. 诊断改进机制

建立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，完善课堂教学、教学评价、岗位实习、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；按照决策指挥、质量生成、资源建设、支持服务、监督控制等五个系统，从学校、专业、课程、教师、学生等五个层面，以智慧校园管理平台为依托构建“五纵五横一平台”内部质量保证体系，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. 教学管理制度

不断完善教学管理机制，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，能定期开展公开课、示范课等教研活动。

3. 毕业生跟踪反馈机制

建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校生学业水平、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。通过发布《质量保证体系自我整改报告》《质量年度报告》等形式，营造以“质量强校”战略为引领的质量文化氛围，切实履行人才培养工作质量保证主体的责任，统筹管理学校各部门、各环节的教学质量管理活动，逐步形成具有内生活力和创新激情的良性质量管理机制。

十二、毕业要求

项目	学分要求				其他要求
	课程学分				
	课程总学分	必修课学分	限选课学分	任选课学分	
满足条件(≥规定学分)	111	94	12	4	原则上要获得汉语水平考试(HSK)四级证书。

注：体育课程要求。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）文件精神，体质测试成绩达不到50分者，按照结业或肄业来处理（符合免测条件的学生除外）。

十三、研制团队

序号	姓名	工作单位	专业	职称/职务
1	马斌	山东水利职业学院	会计学	副教授/系主任
2	夏伟华	山东水利职业学院	国际贸易	副教授/系副主任
3	张蒙蒙	山东水利职业学院	电子商务	副教授/教研室副主任
4	李小敬	山东水利职业学院	电子商务	副教授/教研室主任
5	李婧	山东水利职业学院	跨境电子商务	副教授
6	张洁	山东水利职业学院	电子商务	讲师
7	安玉昌	日照翔鹏电子商务公司	跨境电子商务	总经理
8	高腾飞	青岛跨境电商孵化基地	跨境电子商务	总经理

十四、继续专业学习深造建议

本专业毕业生可通过专升本、海外进修、专项学习等途径继续专业学习。继续专业学习所面向的本科专业主要为财经商贸类。

接续普通本科专业：电子商务、跨境电子商务、国际经济与贸易、市场营销。

也可在以后的工作中通过技术培训、参与项目研究、产品开发等生产实践，提高自身专业素养和技术水平。