

商务英语专业
2021版人才培养方案

山东水利职业学院

二〇二一年八月

目 录

一、专业名称.....	3
二、专业代码.....	3
三、入学要求.....	3
四、修业年限.....	3
五、职业面向.....	3
六、培养目标.....	3
七、培养规格.....	4
八、职业资格证书.....	5
九、职业能力和职业资格标准（职业技能标准）分析.....	6
十、课程设置及要求.....	7
十一、教学时间安排及课时建议.....	42
十二、教学实施建议.....	50
十三、毕业要求.....	52
十四、继续专业学习深造建议.....	54
专业人才培养方案开发团队名单.....	55

商务英语专业人才培养方案

(专业代码: 570201)

0. 引言

专业简介

基本学制: 3 年

培养目标: 培养能够践行社会主义核心价值观, 德、智、体、美、劳全面发展, 具有一定的科学文化水平, 良好的人文素养、职业道德和创新意识, 跨文化交际意识, 较强的就业创业能力和可持续发展的能力, 掌握商务英语专业知识和技术技能, 面向互联网和相关服务行业的跨境电商运营、国际商务单证、外贸跟单、外贸业务职业群(或技术领域), 能够从事进出口、跨境电商运营、跨境电商营销、外贸跟单等工作的高素质技术技能人才。

就业方向: 互联网和相关服务行业, 跨境电商运营、国际商务单证、外贸跟单、外贸业务等技术领域。

主要教学内容:

大学英语、跨境电商英语、国际贸易实务、跨境电商 B2B 运营实务、跨境电商 B2C 运营实务、跨境电商网络营销、视觉设计与营销、跨境电商客户服务和跨境电商数据分析等。

国际贸易实务实训、跨境电商 B2B 运营实训、跨境电商 B2C 运营实训、跨境电商网络营销实训、视觉设计与营销实训和跨境电商数据分析实训等。

建设历史

专业创办于 2004 年, 至今已有 17 年的办学历史和经验积累, 现有专业教师 10 人, 企业兼职教师 3 人, 累计为社会培养合格毕业生 680 余人。

一、专业名称

商务英语

二、专业代码

570201

三、入学要求

中等职业学校（或普通高中学校）毕业生或同等学力者。

四、修业年限

一般为三年，以修满规定学分为准，实行弹性学制，最长不超过6年，本方案按照三年编制。

五、职业面向

本专业毕业生职业面向主要为互联网和相关服务行业，从事跨境电商运营、国际商务单证、外贸跟单、外贸业务等工作，见表1。

表1 商务英语专业主要职业面向

所属专业大类（代码）A	教育与体育大类（57）
所属专业类（代码）B	语言类（5702）
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	商务专业人员（20607）
主要岗位（群）或技术领域举例 E	跨境电商运营、外贸业务、外贸单证、外贸跟单
职业类证书举例 F	跨境电商 B2B 数据运营职业技能证书（中级）☆ 跨境电商 B2C 数据运营职业技能等级证书（中级）☆

注：*表示职业资格证书；☆表示职业技能等级证书。

六、培养目标

培养能够践行社会主义核心价值观，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、职业道德和创新意识，跨文化交际意识，较强的就业创业能力和可持续发展的能力，掌握商务英语专业知识和技术技能，面向互联网和相关服务行业的跨境电商运营、国际商务单证、外贸跟单、外贸业务职业群（或技术领域），能够从事进出口、跨境电商运营、跨境电商营销、外贸跟单等工作的高素质技术技能人才。

七、培养规格

（一）素质

1. 坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有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. 具有国际视野、民族自豪感、跨文化交际意识、创新意识、数据思维、信息素养；

4. 勤于劳动、勇于奋斗、乐观向上，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；

5. 具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和一两项运动技能，养成良好的健身和卫生习惯，良好的行为习惯；

6. 具有一定的审美和人文素养，能够形成 1-2 项艺术特长或爱好。

（二）知识

1. 掌握必备的思想政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；

2. 熟悉与本专业相关的法律法规以及信息技术等相关知识，了解相关产业文化，遵守职业道德准则和行为规范；

3. 熟悉对外交往礼仪和跨文化交际知识；

4. 掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的人文知识；

5. 熟悉我国在国际贸易方面的方针、政策和法规及国际商务活动规则；

6. 熟悉从事对外贸易活动的国际贸易惯例、法律和公约等知识；

7. 了解跨境电商相关平台规则、操作及产品上架及优化、物流跟进和售后服务等运营知识;

8. 了解进出口业务流程, 熟悉外贸进出口业务环节, 掌握贸易术语等知识;

9. 熟悉跨境电商数据分析工具, 掌握数据分析方法。

(三) 能力(含对应职业和工作岗位、核心技术技能要求、未来发展方向、专业就业能力、行业拓展能力等)

1. 具有探究学习、终身学习能力, 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;

2. 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力;

3. 具有适应产业数字化发展需求的基本数字技能, 掌握信息技术基础知识、专业信息技术能力, 基本掌握对外贸易、跨境电商领域数字化技能;

4. 能运用英语进行商务谈判、发布产品以及客户沟通;

5. 能根据交易商品进行交易磋商、缮制外贸合同、履行合同;

6. 能根据单证缮制要求准确地缮制与审核各类国际贸易通关单证;

7. 能根据报关、报检、保险及接货要求进行报关、报检、保险及接货;

8. 能根据平台数据分析结果进行跨境电子商务市场分析、数据分析和采购决策;

9. 能通过跨境电商平台开展客户开发、客户跟踪、客户服务等业务。

八、职业证书

本专业学生通过学习可获得的职业类证书见表 2。

表 2 商务英语专业职业类证书

序号	职业类证书	等级	认证单位
1	跨境电商 B2B 数据运营职业技能证书☆	中级	阿里巴巴(中国)教育科技有限公司
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)教育科技有限公司

注: *表示职业资格证书; ☆表示职业技能等级证书。

九、职业能力和职业资格标准（职业技能标准）分析

商务英语专业职业能力和职业资格标准（职业技能标准）分析见表 3。

表 3 商务英语专业职业能力和职业资格标准（职业技能标准）分析

就业岗位	典型工作任务	职业能力	职业资格
跨境电商运营	<ol style="list-style-type: none"> 1. 产品上架、运营推广、站内站外引流、评价管理、发补货、售后服务； 2. 网站店铺优化及营销； 3. 处理客户问题，包括售前咨询、售后维护以及妥善处理各种争议和投诉； 4. 监控和分析销售数据，制定销售策略、宣传、推广和促销等手段。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能处理网站运营日常工作； 2. 能开展跨境电商网络营销； 3. 能开展网络客户服务； 4. 能对跨境电商市场、产品和运营数据进行分析。 	跨境电商 B2B 数据运营职业技能等级证书 跨境电商 B2C 数据运营职业技能等级证书
外贸业务	<ol style="list-style-type: none"> 1. 负责所在国际市场区域的市场业务拓展、销售； 2. 建立、维护和管理国外客户； 3. 根据客户要求，协调公司各部门工作； 4. 代表公司参加国内外展览会。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能进行国际市场业务拓展、销售； 2. 能建立、维护和管理国外客户； 3. 能根据客户要求协调公司各部门工作。 	跨境电商 B2B 数据运营职业技能等级证书 跨境电商 B2C 数据运营职业技能等级证书
外贸单证	<ol style="list-style-type: none"> 1. 订舱、报关、商检、外汇核销、单证制作、信用证审核等外贸流程操作； 2. 进行商业发票、汇票、运输单证、保险单证、产地证、装箱单等单证缮制工作； 3. 收发、处理和存档商务来电来函及文件，及时传递和处理客户反馈； 4. 协助业务人员做好订单跟踪、样品邮寄、宣传册制作等日常工作。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能订舱、报关、商检、外汇核销、单证制作、信用证审核； 2. 进行商业发票、汇票、运输单证、保险单证、产地证、装箱单等单证缮制； 3. 收发、处理和存档商务来电来函及文件； 4. 能履行跟单流程。 	跨境电商 B2B 数据运营职业技能等级证书 跨境电商 B2C 数据运营职业技能等级证书
外贸跟单	<ol style="list-style-type: none"> 1. 外贸订单跟进与管理工 作，包括接单、供货、系统做单、安排发货、货款跟进及售后服务等； 2. 负责国外合同的执行，向 供应商下订单、生产过程跟进； 3. 核对船务的费用明细、索 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能对产品进行生产跟踪； 2. 能进行物料采购跟单； 3. 能进行货物运输跟单； 4. 能进行客户联络跟踪。 	跨境电商 B2B 数据运营职业技能等级证书 跨境电商 B2C 数据运营职业技能等级证书

	要工厂发票，配合财务完成退税手续，结汇手续等； 4. 订单执行过程中，与商品部门、单证出运及相关的客户的协调沟通工作。		
--	--	--	--

十、课程设置及要求

1. 公共基础课程

A1 思想道德与法治

①课程定位：本课程是高校思想政治理论课系列课程之一，是一门各专业学生公共必修课。主要面向大学生开展马克思主义的世界观、人生观、价值观、道德观、法治观教育的必修课程，引导大学生提高思想道德素质和法治素养，成长为自觉担当民族复兴大任的时代新人。

②学分、学时：3 学分，48 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
通过对重要的理论问题做深入探究，提高学生理论素养；帮助同学们树立正确的世界观、人生观、价值观，加强自我修养，引导同学们培育和践行社会主义核心价值观，提高思想道德素质和法治素养。	贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，帮助学生正确认识自己、正确认识他人、正确认识社会，树立正确的人生观、价值观、道德观、法治观，引导学生立大志、明大德、成大才、担大任，努力做担当民族复兴大任的时代新人。	培养学生关切现实的意识，加深学生在新时代对个人人生境遇和中国特色社会主义道路的理解与认同，强化学生自主学习和合作学习能力，锻炼学生批判性思维，提升学生解决问题的能力，使其成为社会主义核心价值观的积极践行者。

④主要内容：课程教学内容共分 7 个专题，每个专题由本章的重难点中涉及的基本知识点构成，以帮助学生掌握本门课程的基础知识。主要讲授马克思主义的人生观、价值观、道德观、法治观，社会主义核心价值观与社会主义法治建设的关系，帮助学生筑牢理想信念之基，培育和践行社会主义核心价值观，传承中华传统美德，弘扬中国精神，尊重和宪法法律权威，提升思想道德素质和法治素养。高等职业学校结合自身特点，注重加强对学生的职业道德教育。

A2 毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论

①课程定位：本课程是高校思想政治理论课程中的一门公共必修课程。着重讲授中国共产党将马克思主义与中国实际相结合的历史进程，充分反映马克思主

义中国化的最新理论成果,帮助学生系统掌握毛泽东思想中国特色社会主义理论的基本原理,坚定在党的领导下走中国特色社会主义道路的理想信念。

②学分、学时: 4 学分, 64 学时。

③教学目标:

素质目标	知识目标	能力目标
培养大学生不断增进对中国共产党和中国特色社会主义的政治认同、思想认同、理论认同、情感认同,增强做中国人的志气、骨气、底气,让爱党、爱国、爱社会主义的深厚情感,融于新时代中国特色社会主义伟大实践,统一于全面建设社会主义现代化强国建设,统一于中华民族伟大复兴的历史进程。	系统把握马克思主义中国化的两大理论成果:毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系,尤其是深刻把握和理解马克思主义中国化的最新理论成果、当代中国的马克思主义、21世纪马克思主义——习近平新时代中国特色社会主义思想。	培养学生理论思考的习惯,提高理论联系实际分析问题、解决问题的能力。引导学生坚定“四个自信”,增强“四个意识”,自觉做到两个维护。

④主要内容:主要讲授马克思主义基本原理同中国具体实际相结合产生的马克思主义中国化的两大理论成果,帮助学生了解马克思主义中国化理论的主要内容、精神实质和重大意义,理解毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观、习近平新时代中国特色社会主义思想是一脉相承又与时俱进的科学体系,深刻理解中国共产党为什么能、马克思主义为什么行、中国特色社会主义为什么好,坚定“四个自信”,从而为实现伟大民族复兴贡献力量。

A3 形势与政策

①课程定位:本课程作为一门高校思想政治理论公共必修课,是对大学生进行国内国际形势教育,以及党和国家重要方针政策教育的主渠道、主阵地。在大学生思想政治教育工作中担负着重要使命,具有不可替代的重要作用。

②学分、学时: 1 学分, 40 学时。

③教学目标:

素质目标	知识目标	能力目标

引导学生运用马克思主义的立场、观点和方法，把握时代脉搏，正确认识世界和中国发展大势，正确认识时代责任和历史使命，正确认识远大抱负和脚踏实地，勇做担当民族复兴大任的时代新人。	帮助学生正确认识新时代国内外形势，深刻领会党的十八大以来党和国家事业取得的历史性成就、发生的历史性变革、面临的历史性机遇和挑战。引导大学生准确理解党的基本理论、基本路线、基本方略。	引导学生正确认识中国特色和国际比较，全面客观认识当代中国、看待外部世界。引导学生正确认识时代责任和历史使命，用中国梦激扬青春梦，为学生点亮理想的灯、照亮前行的路，激励学生自觉把个人的理想追求融入国家和民族的事业中，勇做走在时代前列的奋进者、开拓者。
--	--	--

④主要内容：本课程主要讲授党的理论创新最新成果，新时代坚持和发展中国特色社会主义的生动实践，马克思主义形势观政策观、党的路线方针政策、基本国情、国内外形势及其热点难点问题，帮助学生准确理解当代中国马克思主义，深刻领会党和国家事业取得的历史性成就、面临的历史性机遇和挑战，引导大学生正确认识世界和中国发展大势，正确认识中国特色和国际比较，正确认识时代责任和历史使命，正确认识远大抱负和脚踏实地。

A4-7 体育与健康

①课程定位：本课程贯彻“立德树人、健康第一”的指导思想，是以“健康知识+基本运动技能+专项运动技能”为主要教学模式，融入体育文化，结合职业实用性特点，培养身心健康的高素质职业技能人才为主要目标的公共必修课程。

②学分、学时： 6 学分、108 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 培养学生的爱国情怀、社会责任感和良好的个人品质； 2. 培养学生不畏困难、不怕吃苦、不惧失败的意志品质； 3. 全面贯彻“健康第一”的指导思想，实现“三维”的体育目标，即增强体质、改善心理、健全人格。	1. 使学生掌握运动项目基本知识、技术和技能； 2. 培养学生的体育健身观念，使学生能够根据自身体质健康状况编制可行的个人锻炼计划。 3. 使学生掌握体育康复保健相关理论知识。	1. 全面发展学生速度、力量、耐力、柔韧、灵敏、协调、平衡等身体素质，增强学生体质； 2. 培养学生终身体育意识和锻炼身体的手段和方法； 3. 学生能运用所学知识、技能，独立地进行锻炼、比赛，增强体质。

④主要内容：

《体育与健康》课程通过普修课、体育选项课等方式开展，主要开设项目如下：田径、足球、篮球、排球、气排球、乒乓球、羽毛球、网球、健美操、形体

训练、瑜伽、武术套路、团队合作及八段锦等。各项目根据各专业人才培养方案及教学计划进行教学内容安排。教学内容融理论知识、运动技能、体育康复保健等于一体，通过知识技能传授、课程思政融入使学生在“知识、能力、行为、健康”诸方面得到全面提升，达到培养高素质人才的目的。

A8 大学生心理健康教育

①课程定位：大学生心理健康教育课程是集知识传授、心理体验与行为训练为一体的公共必修课程。课程旨在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。

②学分、学时：2 学分、36 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
通过本课程的教学，使学生树立心理健康发展的自主意识，了解自身的心理特点和性格特征，能够对自己的身体条件、心理状况、行为能力等进行客观评价，正确认识自己、接纳自己，在遇到心理问题时能够进行自我调适或寻求帮助，积极探索适合自己并适应社会的生活状态。	通过本课程的教学，使学生了解心理学的有关理论和基本概念，明确心理健康的标准及意义，了解大学阶段人的心理发展特征及异常表现，掌握自我调适的基本知识	通过本课程的教学，使学生掌握自我探索技能，心理调适技能及心理发展技能。如学习发展技能、环境适应技能、压力管理技能、沟通技能、问题解决技能、自我管理技能、人际交往技能和生涯规划技能等

④主要内容：大学生心理健康导论、大学生心理咨询、大学生心理困惑及异常心理、心理健康、大学生的自我意识与培养、大学生人格发展与心理健康的基础知识、大学期间生涯规划及能力发展、大学生学习心理、大学生情绪管理、大学生人际交往、大学生性心理及恋爱心理、大学生压力管理与挫折应对、大学生生命教育与心理危机应对等内容。

A9 军事理论

①课程定位：军事课是普通高等学校学生的公共必修课。以习近平强军思想和习近平总书记关于教育的重要论述为遵循，全面贯彻党的教育方针、新时代军事战略方针和总体国家安全观，围绕立德树人和强军目标，提升学生国防意识和军事素养，为军民融合发展和建设国防后备力量服务。

②学分、学时：2 学分、36 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
通过教学使大学生掌握基本军事理论与军事技能，达到增强国防观念和国家安全意识，强化爱国主义、集体主义观念；培养高素质的社会主义事业的建设者和保卫者，为中国人民解放军训练后备兵员和培养预备役军官，打下坚实基础。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解我国的国防历史和现代国防建设的现状，增强依法建设国防的观念； 2. 了解世界军事及我国周边安全环境，增强国家安全意识； 3. 掌握外国代表军事思想，熟悉我国军事思想，理解习近平强军思想； 4. 了解战争的内涵、特点、发展和演变。 5. 了解信息化装备的内涵、分类、发展及对作战的影响。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能进行公民国防权利和义务、国防政策、国防教育的宣传。 2. 能进行战略环境、发展趋势、国家安全政策的宣传。 3. 能进行军事思想形成与发展、体系与内容、历史地位和现实意义的宣传。 4. 能理解新军事革命对现代作战的影响；能进行信息化战争与国防建设的宣传。

④主要内容：中国国防

学习项目：中国国防概述、法规、建设、武装力量、动员，国家安全形势、国际战略形势、中国古代军事思想 当代中国军事思想、新军事革命、信息化战争、信息化作战平台等项目。

A10-11 职业规划与就业指导

①课程定位：本课程是面向全校学生开设的公共必修课，具有较强的针对性和实践性，采取角色扮演、模拟面试、简历写作等各种实践教学方法，使学生在实践中提高认知能力和就业能力，促进大学生理性规划自身发展，培养大学生职业生涯发展的自主意识。

②学分、学时：2 学分、36 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
<ol style="list-style-type: none"> 1. 深刻认识职业精神和职业规范，培养遵纪守法、爱岗敬业、开拓创新的职业品格； 2. 明确生涯规划意识、职业意识和创业意识，树立正确的人生观、价值观、道德观、就业观和行为规范； 3. 坚定学生理想信念，具备吃苦耐劳、团结协作、勇于创新的精神； 4. 具有合作精神和协调管理能力，具备优良的职业道德修养，能遵守职业道 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握职业生涯规划的基础知识与职业发展的阶段特点； 2. 学会运用人力资源市场信息、相关的职业分类知识以及创业的基本知识； 3. 了解就业形势与政策法规；掌握撰写简历的方法和要点。 4. 掌握今后职业发展中应掌握的专业知识、拓展知识、个人素质和修养。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握依据社会发展、职业需求和个人特点进行职业生涯设计； 2. 培养大学生职业探索、生涯决策、自我管理、自主创业等能力。提高大学生职业素养和求职技能；在亲身参与中增强创新精神、创造意识和创业能力。 3. 提高学生的沟通技能、问题解决技能、自我管理技能和人际交往技能。

德规范，具有良好的心理素质。		
----------------	--	--

④主要内容：认识职业生涯规划、职业生涯与探索自我、职业适应与职业发展、毕业前的知识及能力准备、就业自荐材料的编写、求职面试技巧、就业应具备的法律知识等内容。

A12 大学生创新创业训练教程

①课程定位：本课程是创新创业教育的核心课程之一，是创新创业教育理念、教育原则转化为具体的创新创业实践的中介，是培养学生核心素养的关键性课程之一，贯穿于人才培养全过程，也是大学创新创业型人才培养目标得以实现的桥梁。

②学分、学时：2 学分，36 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 养成勤于思考的良好习惯； 2. 培养善于观察和分析解决问题的能力； 3. 提高思维能力，提升思考的深度与广度； 4. 具备协作、持之以恒、应变等创新精神； 5. 培养学生积极进取的意识和精神； 6. 培养学生为社会主义国家经济建设服务的观念和树立高尚正确的职业理想。	1. 熟悉创新创业政策； 2. 了解创新创业理论的发展与实践； 3. 掌握典型的创新思维方法； 4. 了解创新训练方法及工具； 5. 熟悉创业常见模式； 6. 掌握创业计划书的基本框架及撰写要求。	1. 能进行创新创业能力的自我分析； 2. 能应用创新技法分析问题； 3. 具备知识检索和查新能力； 4. 具备创新创业典型案例的分析能力； 5. 具备适应产业升级、专业更新的能力； 6. 具备解决问题、抓住机会、规避风险等的能力。

④主要内容：创新思维的认识、创新技法与应用训练、认识创业、创业素养的提升、创业机会的识别、全面认识“互联网+”、如何设计商业模式及整合资源、设立你的企业。

A13 创新创业实践实战课

①课程定位：本课程是一门融理论性、实践性、创造性于一体的创新创业公共必修课，是通识类课程的发展和延伸，融入学生的全面素质教育中，基于“四力融合型、理论与实践相结合、线上线下相结合”的创新创业教育课程体系构建下，培育学生的就业竞争力。

②学分、学时：1 学分、18 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 端正学生的价值观，找到创业与自我人生价值实现的关系，激发学生创业激情； 2. 了解创业者，与管理者有什么区别，学会寻找创业伙伴、组建团队的方法，增强团队合作意识； 3. 能运用所学知识解决实际问题；具有决策、规划能力，具备整体与创新思维； 4. 能灵活处理工作出现的各种特殊情况，增强应变能力； 5. 具备吃苦耐劳、团结协作、勇于创新的精神。	1. 熟悉掌握创新思维提升的基本方法，运用创新方法解决问题； 2. 进行创业机会、创业资源的甄别和分析，熟悉相关创业支持政策，培养创业能力； 3. 掌握商业模式的设计，在训练过程中体验到创业项目准备的完整过程； 4. 在老师的指导下完成双创项目的构建，掌握商业计划书的撰写技巧，并会制作路演 PPT； 5. 熟悉各类双创赛事竞赛规则，能够主动积极参与，并能模拟微型路演。	1. 感知和认知创业基础知识与基本理论，激发创业意识与创新思维； 2. 能够掌握创业基本流程、方法与工具，全面提升创业能力； 3. 树立科学的创新创业观，主动适应国家经济社会发展需求和人才的全面发展需求，提高学生的社会责任感和创业精神； 4. 培养“企业家精神”，即使不创业，企业界创新创业精神也会引导其在就业工作岗位上拥有自身优势和核心竞争力，实现高质量就业。

④主要内容：该课程内容包括开发创新思维、认识双创大赛、双创项目挖掘、编写项目计划书、制作路演 PPT，引导学生将个人创意转变为创业项目，以参加各类双创大赛的成绩作为学习成果，让学生了解创业活动过程的内在规律，了解创业过程经常遇到的问题和初创企业的特点。

A14-15 经济数学

①课程定位：《经济数学》是财经商贸类专业的一门公共限定选修课程，为学生学习相关专业课程提供必需的数学概念、理论、方法和运算技能。培养学生用数学知识去分析问题和解决问题的能力，提高学生的数学素养和创新思维。

②学分、学时： 4 学分、72 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 树立辩证唯物主义世界观； 2. 培养学生良好的学习习惯、坚强的意志品格、严谨的思维、求实的作风和良好的团队合作精神； 3. 引导学生深入社会实践、关注现实问题，培育	1. 理解函数、极限、连续的概念，掌握极限的运算方法； 2. 理解一元函数微积分的概念，掌握用微分知识和积分知识解决实际问题的方法； 3. 掌握用矩阵与行列式以	1. 会分析事物的数量方面及其变化规律的能力； 2. 会用数学建模的思想方法解决实际问题的能力； 3. 会用数学软件处理数据的能力。

学生经世济民、诚信服务、德法兼修的职业素养。	及概率统计的相关知识解决实际问题的方法； 4. 了解数学软件的知识。
------------------------	---------------------------------------

④主要内容:

1. 基础模块: 主要包括一元函数微积分的内容。重点掌握极限的思想方法, 极限的运算; 导数和微分的概念, 导数的几何、物理意义及其应用, 微分运算; 函数极值的求法, 最值的简单应用; 不定积分(定积分)概念; 微元法, 定积分的应用; 数学实验 matlab 的使用。

2. 提高模块: 根据各专业的培养目标从以下内容中重点选讲。矩阵及其应用; 概率与数理统计。

A16 大学英语 I

①课程定位: 本课程为商务英语专业公共必修课, 以服务专业英语和商务英语核心职业能力为导向, 培养学生听说读写译的扎实基本功为目标, 帮助学生端正英语学习的态度, 为学生提供英语学习的诊断服务和方法论指导。

② 学分、学时: 3 学分、60 学时

③教学目标:

素质目标	知识目标	能力目标
1. 培养学生跨文化交际的文化自信。 2. 培养学习英语学习方法论意识。 3. 培养学生竞争与合作意识。 4. 培养学生对英语文化批判意识和明辨是非。 5. 具备吃苦耐劳、团结协作、勇于创新的精神。 6. 具有合作精神和团队协作能力, 具备优良的职业道德修养, 能遵守职业道德规范。	1. 熟悉认读英语音标、掌握发音与拼写之间的关系; 2. 熟悉英语框架结构, 正确理解词性、句法功能之间的关系; 3. 正确认读、回忆和复述重用 2000 核心词汇的词性和音、形、意; 4. 熟记常用的阅读理解策略、阅读技巧; 4. 熟悉常见的不同文体的写作特点和方法。	1. 能够听懂基本日常交际对话和通识话题; 2. 能够进行较为流畅地进行口语交流, 掌握与个人信息相关的演讲表达; 3. 能够运用基本的阅读技巧, 比如主题句、段落扩展, 总结句等的识别; 4. 能够掌握段落、篇章写作技巧, 做到语法基本正确、用词基本得当、体裁符合标准。

④主要内容: 语音(基础阶段掌握 48 个因素的标准发音, 能以正确语音语调进行常速朗读; 掌握词汇学习的方法; 构架语法框架图谱; 掌握速度阅读技巧; 写作(基础阶段)掌握记叙、议论文和说明文文体; 翻译(基础阶段)能进行通识话题的英汉互译。

A17 大学英语 II

① 课程定位: 本课程为商务英语专业公共必修课, 以服务专业英语和本专

业核心职业能力为导向，培养学生听说读写译的扎实基本功为目标，帮助学生端正英语学习的态度，培养英语学习的成就感和自主学习能力。

② 学分、学时： 3 学分、60 学时

③ 教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 通过综合英语的学习，能够不断提高学生的跨文化沟通能力和文化自信； 2. 培养学生面对英语文化时的判断力和是非立场； 3. 培养学生在英语学习中的合作精神和职业道德修养，以及良好的心理素质。	1. 正确理解从句、非谓语动词和虚拟语气的内涵和用法； 2. 了解段落拓展，段落结构； 3. 正确认读、回忆和复述重用 3000 核心词汇的词性和音、形、意； 4. 熟记常用的阅读理解策略、阅读技巧； 4. 熟悉常见的不同文体的写作特点和方法。	1. 能够能听中等难度通识话题； 2. 能够进行较为流畅地进行口语交流，并进行主题演讲； 3. 能够掌握深度阅读技巧，比如识别态度、逻辑推断等； 4. 能够运用篇章写作技巧，撰写文字不少于 200 字的文章，做到语法基本正确、用词基本得当、体裁符合标准。

④主要内容：词汇（中级阶段）词汇联想记忆、应用巩固；语法（中级阶段）完善语法框架图谱，正确使用与不同情境；阅读（中级阶段）掌握深度阅读技巧；写作（中级阶段）掌握记叙、议论文和说明文、应用文体写作；翻译（中级阶段）能进行文化热点类，商务类话题的英汉互译。

A18 大学英语 III

① 课程定位：《大学英语 III》是跨境电商专业第三学期开设的一门公共必修课，对学生职业能力和职业素养养成起主要支撑作用。该课程不仅提升英语能力，而且提高职场环境下综合运用英语的能力。

②学分、学时： 2 学分、36 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 充分了解职场英语性质特点，具备严谨求实、开拓创新工作作风，具备优良的职业道德修养。 2. 拓展专业视野，具有	1. 能够掌握基本商务概念、公司构架等相关内容和基本术语。 2. 能够掌握商务沟通、介绍、洽谈等内容和术语。	1. 能看懂及撰写英文商务信函、报告等文件。 2. 具有基本英语技能：听说读写译。 3. 具备基本逻辑思维能力。

合作精神和协调管理能力。 3. 能遵守职业道德规范，具有良好的心理素质。	3. 能够掌握市场营销和产品推介的相关内容和术语； 4. 能够了解人力资源管理的相关内容和术语。 5. 能够掌握商务报告的格式、结构和相关内容和术语。	4. 能灵活处理职场出现的各种特殊情况，具备现场协调能力。
---	---	-------------------------------

④主要内容： The working day; Online communication; Company growth; Describing equipment; Advertising and marketing; Making arrangements.

A19 大学英语 IV

①课程定位：《大学英语 IV》是跨境电商专业第四学期开设的一门公共必修课，对学生职业能力和职业素养养成起主要支撑作用。该课程不仅提升英语能力，而且提高职场环境下综合运用英语的能力。

②学分、学时：2 学分、36 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 充分了解职场英语工作性质特点，具备严谨求实、开拓创新工作作风，具备优良的职业道德修养。 2. 拓展专业视野，具有合作精神和协调管理能力。 3. 能遵守职业道德规范，具有良好的心理素质。	1. 能够掌握基本产品开发概念、公司推广等相关内容和基本术语。 2. 能够掌握日常商务沟通、展会洽谈等内容和术语。 3. 能够掌握产品推介的相关内容和术语； 4. 能够了解商务信函的相关内容和术语。 5. 能够掌握商务汇报的格式、结构和相关内容和术语。	1. 能看懂及撰写英文商务信函、报告等文件，能够通过信函。 2. 具有基本英语技能：听说读写译。 3. 具备基本逻辑思维能力。 4. 能灵活处理职场出现的各种特殊情况，具备现场协调能力。

④主要内容： Job description; Making contact; Launching a product; Starting a business; Presenting your ideas; Arranging business travel.

A20-21 大学语文

①课程定位：《大学语文》是一门兼具工具性、审美性、人文性的重要公共限定选修课程，旨在通过对中国优秀文学作品、部分西方经典名篇的鉴赏分析，提高审美鉴赏能力，理解中华民族的民族精神和审美趣味，提升自身文化修养，增强文化自信。

②学分、学时： 4 学分、 72 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
通过对中国文学经典的教学，弘扬传统文化中优秀的道德观念、人生价值取向以及人文主义精神，引导学生对人生价值和意义进行思考，启发学生寻找中华民族的精神家园，从而提升其道德情操、审美情趣，帮助他们树立文化自信，增强民族自豪感与爱国热情。	精选古往今来能够反映中华民族精神和中华民族优秀传统文化的经典篇章，促使学生了解中华优秀传统文化、中国文学发展脉络、文学作品鉴赏的基本方法，学习汉字之美，语言之雅，文学之盛，文化之大。	通过对优秀文学作品的学习，把对母语的认知及母语运用能力的培养融入到对经典的赏读中去，从而陶冶学生的精神情操，提高其文化素养，提升语言表达的能力、鉴赏文学作品的能力。

④主要内容：

《大学语文》教材设五个单元，包括诗歌、散文、小说、影视戏剧文学、写作等内容，包括古往今来能够反映中华民族精神和中华民族优秀传统文化的经典篇章：以国学经典为主要内容，兼收现当代文学作品中的优秀篇章；以中国优秀的经典为主，兼收一定数量的西方经典名篇。在学习过程中，以朝代为线索、文体为脉络，以“篇目+专题”的形式，分析作品中的文化内涵、审美意趣、家国情怀，有机融合文学与文化，发挥大学语文的育人价值。

A22 信息技术与人工智能

①课程定位：本课程是一门各专业学生公共限定选修课程。学生通过学习本课程，能够增强信息意识、提升计算思维、促进数字化创新与发展能力、树立正确的信息社会价值观和责任感，为其职业发展、终身学习和服务社会奠定基础。

②学分、学时： 2 学分、 36 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
具备吃苦耐劳、团结协作、勇于创新的精神；具有管理协调能力，具备优良的职业道德修养，能遵守职业道德规范，具有良好的心理素质；具备正确价值观、必备品格和关键能力；具备信息意识、计算思	掌握计算机基础知识和常用办公软件应用；了解新一代信息技术的发展状况与研究内容；了解信息安全相关知识；掌握信息检索基础知识、搜索引擎使用技巧、专用平台信息检索等内	具备应用计算机常用办公软件处理学习、工作、生活中问题的能力；具备对信息的价值及其可能的影响进行判断的能力；具备使用信息技术工具，结合所学专业知

维、数字化创新与发展、信息社会责任等基本素质。	容；熟悉新一代信息技术的基本内容和在水利、建筑、装备制造等行业的典型应用。	数字化资源和工具解决实际问题；能清晰描述信息技术在本专业领域的典型应用案例；具备信息安全意识和相关防护能力。
-------------------------	---------------------------------------	--

④主要内容:

基础模块：计算机基本知识，常用 Windows 操作系统 win10（或 win7）的安装和应用技巧；常用办公软件 Office（或 WPS）组件 word、excel、PowerPoint 等使用方法，掌握文档、电子表格和幻灯片等办公处理能力；信息检索基础知识、搜索引擎使用技巧、专用平台信息检索等内容；信息安全意识、信息安全技术、信息安全应用、信息素养与社会责任等内容。

拓展模块：新一代信息技术的基本概念、技术特点、典型应用、技术融合等内容；大数据、人工智能、云计算、物联网等新技术在水利、装备制造、建筑、交通灯行业的典型应用等。

A23 安全教育

①课程定位：安全教育课程是普通高等学校学生的公共限定选修课程。课程以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，坚持以人为本，落实立德树人根本任务，把安全教育贯穿于学校教育的各个环节，使广大学生牢固树立“珍爱生命，安全第一，遵纪守法，和谐共处”的意识，具备自救自护的素养和能力。了解相关的法律法规常识，养成在日常生活和突发安全事件中正确应付的习惯。把握学生认知特点，注重实践性、实用性和实效性。

②学分、学时：1 学分，16 学时。

③教学目标:

素质目标	知识目标	能力目标
通过课程的学习，使学生养成安全意识，强化责任意识和防范意识，能够维护学校教育教学和社会公共秩序，保护自身和学校的合法权益，坚守安全底线，不碰安全红线。	通过本课程的学习，使学生了解有关的安全法律法规，知法懂法守法，掌握基本的安全知识和防护应变常识。	通过课程的学习，使学生养成良好的安全习惯，树立总体国家安全观，提高学生面临突发安全事件自救自护的应变处置能力。

④主要内容：预防和应对社会安全、公共卫生、意外伤害、网络、信息安全、

自然灾害事故或事件，以及影响学生安全的其他事件。

A24-25 大学美育

①课程定位：本课程是高等职业院校的公共限定选修课。课程具有实践性，应用性强的特点，培养学生的审美意识、审美观点，了解必要的美术技法和音乐鉴赏能力，提高学生的审美能力和艺术素养，塑造审美的人生境界，培养和谐完美的人格，对学生就业岗位等职业能力培养起到一定支撑作用。

②学分、学时：2 学分、36 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 具有良好的职业道德； 2. 具有科学严谨的工作作风、环境保护意识； 3. 具有勤奋学习、吃苦耐劳、团结协作、勇于创新的精神； 4. 具有较强的身体素质和良好的心理素质。 5. 塑造审美的人生境界，培养和谐完美的人格。	1. 理解并掌握中外美术鉴赏、音乐鉴赏基本理论知识； 2. 了解具象艺术、意象艺术和抽象艺术的理论知识。	1. 具有对形式美的敏锐觉察能力、感受能力、认知能力和创造能力； 2. 能够用美术点、线面、色、体去观察创造形象。

④主要内容：课程内容主要包括了解美术、音乐鉴赏的性质和特点，了解艺术的主要语言形式及作用。了解中国原始美术概况，能够结合美术造型、装饰、政治、宗教等因素对中国美术进行多元化的分析与鉴赏，能够用描述、评价、鉴赏美术音乐作品，体验并评述世界文明古国、东西方美术音乐名作等，完善审美心理结构，促进身心健康，从而造就一代丰富个性、人格完美的社会主义新人。

2. 专业课程

专业课程包括专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程，并涵盖有关实践性教学环节。包括以下主要教学内容：

(1) 专业基础课程。

专业基础课程设置 8 门。包括：互联网应用技术、商学基础、市场营销、跨境电商客户服务、公共关系与商务礼仪、法律实务、跨境电商数据分析、分岗平台课程 1。

B1 互联网应用技术

①课程定位：本课程为专业基础课程。该课程以“互联网”为主线，学习互联网、物联网、云计算、大数据等技术，旨在培养学生的互联网思维与新技术应

用能力、“互联网”改善民生服务意识、诚信、创新、爱岗敬业的职业道德及团队精神。

②学分、学时：2.5 学分，45 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 培养学生的互联网思维； 2. 培养学生互联网+改善民生服务意识； 3. 培养学生诚信、创新、爱岗敬业的职业道德； 4. 培养学生理解数字中国的国家战略； 5. 培养学生的文化自信； 6. 培养与人沟通合作的职业能力。	1. 掌握互联网的内涵； 2. 掌握基本的互联网思维方法和路径； 3. 了解我国互联网发展的政策环境； 4. 掌握支撑互联网发展的核心技术； 5. 掌握“互联网”协同制造的概念与应用； 6. 掌握“互联网”现代农业、便捷交通、智能医疗、绿色生态、金融的概念及应用； 7. 掌握“互联网”电子商务与现代物流的概念及商业模式。	1. 能够具备跨界融合、创新创业的互联网思维； 2. 能够分析互联网； 3. 能结分析互联网在行业的应用及商业模式； 4. 能应用互联网思维提升企业运营及管理效率。

④主要内容：互联网的内涵、互联网思维、我国发展“互联网”的政策环境、支撑“互联网”发展的计算机及软件技术、大数据技术、人工智能技术、云计算技术、“互联网”协同制造、“互联网”现代农业、“互联网”便捷交通、“互联网”智能医疗、“互联网”绿色生态、“互联网”电子商务与现代物流、“互联网”普惠金融。

⑤课程内单列的实训项目：大数据技术应用、人工智能技术应用、云计算智能应用、互联网电子商务与现代物流、互联网金融。

B2 商学基础

①课程定位：本课程为专业基础课程。通过本课程使学生了解商业活动中各种现象和规律，能运用经济管理思想分析问题，树立正确价值观，激发学生社会责任感，培养学生诚实守信、爱岗敬业职业道德，具有环保、成本、创新意识。

② 学分、学时：2.5 学分，48 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 培养学生守法、诚信商业道德与社会责任意识； 2. 培养环保意识、成本意识、创新意识； 3. 培养爱岗敬业、团队协作能力； 4. 具有不断学习新知识、接受新事物的进取精神； 5. 具有组织和团队协作能力。	1. 掌握经济学的基本概念； 2. 掌握宏观货币与财政政策运用； 3. 掌握商业道德和企业社会职业责任内容； 4. 掌握现代管理思想； 5. 掌握员工激励的基本理论与方法； 6. 理解数字化、新媒体营销基本知识。	1. 能够运用经济学原理和方法分析经济学现象； 2. 能够分析国家宏观货币政策与财政政策的使用； 3. 能够分析国外、中国商务环境，并提供相应的建议或对策； 4. 能够列举并分析数字化、新媒体营销成功案例； 5. 能够运用现代管理思维分析解决问题。

④主要内容：理解经济学含义、经济类型与指标；掌握全球、中国商务环境分析；理解企业所有制形式与基本活动；掌握商业规划含义、类别及功能等知识；掌握员工激励的基本理论与方法；理解数字化、新媒体营销基本知识。

⑤课程内单列的实训项目：分析经济学现象；编制商业规划；为企业制作招聘或高素质员工培养方案；分析数字化、新媒体营销成功案例。

B3 市场营销

①课程定位：该课程在数字商务专业群课程体系中是专业基础课程。数字化时代连接共生的特点，进一步加深了以顾客需求为核心的营销理念，供需共生，卖方和买方共生，营销手段层出不穷，但是洞察消费者需求始终如一。

②学分、学时：2.5 学分，48 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标

1. 培养洞察需求的敏锐； 2. 培养以客户需求为本的意识； 3. 培养用营销思维看问题的意识； 4. 培养协同共生的营销理念，站在客户的角度去思考问题。	1. 认识市场营销环境，掌握市场营销环境分析的基本策略； 2. 理解顾客价值理论，掌握研究消费者需要、动机和消费者行为分析的理论和方法； 3. 掌握市场细分的基本理论、目标市场策略、市场定位策略； 4. 掌握产品策略、价格策略、分销策略、促销策略的主要内容。	1. 学会用调研方法分析市场的能力； 2. 学会用定位体系，去进行品牌推广； 3. 学会用营销 4P 策略，做出营销策划； 4. 学会用所学营销策略，提升成交的能力。
--	--	--

④主要内容：市场营销的内涵、市场调研、市场细分方法、目标市场选择影响因素、市场定位方法、产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略、市场营销新发展。

⑤课程内单列的实训项目：市场调研方法选择、市场调查问卷制定、为产品制定 STP 战略；为企业策划营销活动。

B4 跨境电商客户服务

①课程定位：

该课程是跨境电子商务专业的专业技术基础课程。通过该课程的学习，学生能掌握跨境客户的开发、跨境客户信息的收集与管理、跨境客户的分级分类管理、跨境客户的满意度管理、跨境客户的忠诚度管理、跨境客户的沟通、跨境客户纠纷的预防、跨境客户流失管理和挽回等内容，能胜任跨境电商运营与客服等岗位工作。

②学分、学时：2.5 学分、48 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 培养学生规则意识、团队协作意识； 2. 增强学生耐心、细心、诚实守信、认真负责的品德； 3. 增强学生的爱国热情，从服务细节中体现中华民族良好素质的意识； 4. 培养学生热情服务和不卑不亢的服务精神。	1. 了解跨境电商客户服务的工作范畴和客户特点； 2. 了解亚马逊、速卖通等主流跨境电商平台规则； 3. 掌握售前、售中、售后服务跟进的技巧； 4. 掌握撰写促销邮件的方法。	1. 能回复境外客户询盘； 2. 能进行销售中，发货后、收货前，收货后的服务沟通； 3. 能处理客户纠纷、商品纠纷、物流纠纷； 4. 能撰写促销邮件。

④主要内容：认识跨境电商客户服务、认识主流跨境电商平台、发布商品、

设置物流模板、售前咨询回复、销售中的服务沟通、售后服务跟进、纠纷处理、促销邮件、客户关系维护。

⑤课程内单列的实训项目：撰写商品标题、制作商品详情页、速卖通物流模板设置、亚马逊物流模板设置、商品咨询回复、物流咨询回复、销售中的服务沟通、售后服务跟进、纠纷处理、撰写促销邮件。

B5 公共关系与商务礼仪

①课程定位：该课是数字商务群课程体系中的专业技术基础课。培养学生在全方面了解现代商务礼仪的基本概念、特征、原则的基础上，掌握商务人员形象礼仪、商务人员日常交际礼仪、商务人员常用公务礼仪及商务活动中相关的礼仪技巧。

②学分、学时： 2 学分，36 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
<p>1、引导学生传承中华传统美德、弘扬社会主义核心价值观的时代要求，坚定文化自信，构建和谐的新型社会关系；</p> <p>2、提升自身礼仪素养、职业素养，培养较高的职业道德与敬业精神，并在各项社会活动中做到知行统一。</p>	<p>1、掌握商务礼仪原则与重要性；掌握商务人员的仪容、仪表、仪态等形象礼仪规范；</p> <p>2、掌握商务会面礼仪规范，如见面礼仪、餐饮礼仪、接访礼仪、电话礼仪、位次礼仪、签约礼仪、谈判礼仪、会议礼仪等知识；</p> <p>3、掌握涉外商务礼仪规范，树立大国形象。</p>	<p>1、能够打造良好的商务人员形象，正确地运用体态及表情传达对他人的礼貌和尊敬；</p> <p>2、能按照商务礼仪标准组织、策划各类商务活动；</p> <p>3、能够灵活的运用各种商务谈判技巧，熟练运用涉外商务礼仪规范，促成合作共赢、互惠互利的国际商务合作。</p>

④主要内容：本课程主要讲授商务礼仪原则；商务个人形象礼仪；商务社交礼仪；商务接待与拜访礼仪；商务会议礼仪；商务谈判礼仪；商务仪式礼仪；商务旅行礼仪；涉外商务礼仪等内容，不仅要让学生了解个体在社会交往中举止、谈吐、着装、仪容等方面的规范，更要培养学生真诚尊重、公平对待、宽容大度、遵时守约的修养，掌握得体的待人接物、处理个人与他人关系的技能，养成维护社会公德、职业道德和家庭美德的自律。

⑤课程内单列的实训项目：商务人员仪容礼仪；商务人员仪表礼仪；商务人员仪态礼仪；商务日常会面礼仪；商务通讯礼仪；商务拜访与接待；会务礼仪；商务仪式礼仪；商务宴会礼仪。

B6 法律实务

①课程定位：该课程在数字商务专业群课程体系中是专业基础课程。该课程主要内容物流法律法规，以合同法为主线，培养学生“重承诺、守信用、不欺不诈”的高尚品德，引导学生树立“君子爱财取之有道”的义利观。

②学分、学时：2.5 学分，48 学时。

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 培养学生积极的义利观和诚实守信的生活品格； 2. 增强学生的社会主义市场经济的法制观念，做到知法、守法，物流活动中依法办事； 3. 培养学生的法律意识； 4. 让学生学会法的思维思考和管理自己。	1. 了解民法典中物流合同法的主要内容； 2. 掌握物流主体法基本法律规定； 3. 了解物流法的基本法律原理，掌握物流法律法规中常用基本法律； 4. 结合所学专业，掌握与本专业相关的法律基本知识。	1. 初步具有运用自己掌握的法律知识观察、分析、处理有关物流问题的能力； 2. 能够知道运用各种法律途径解决物流企业实际问题，维护物流企业的权益； 3. 培养学生良好的法律素养和较强的开拓创新能力。

④主要内容：《法律实务》包括物流法律法规概论、合同法、仓储合同保管合同、运输合同、配送合同、承揽合同、装卸搬运合同、保险合同等几个主要部分。

⑤课程内单列的实训项目：案例分析、民法典解读。

B7 跨境电商数据分析

①课程定位：该课程在数字商务群课程体系中是专业技术基础课程。目标是让学生在理解商务数据分析的理论基础，构建商务数据分析的整体知识框架，为进一步学习跨境网络营销、跨境电商 B2B 等实战类课程奠定基础。

②学分、学时：2.5 学分、48 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 具备基本的职业道德和法律意识； 2. 培养严谨细致的学习态度； 3. 具备良好的沟通能力与团队	1. 掌握数据分析的常用方法、基本流程及分析工具；2. 掌握数据分析的主要指标体系；	1. 会进行数据的收集与分析； 2. 能运用 excel 工具对数据进行预处理操

意识; 4. 具备较强的逻辑思维能力和分析能力; 5. 具备较强的自主学习能力。	3. 掌握行业数据分析、产品数据分析、运营数据分析等内容、方法、工具与流程; 4. 理解商务数据分析报告的概念、类型、构成与撰写方法。	作, 并能选择合适的图表进行数据的展示; 3. 能运用 Excel 开发工具进行简单的数据分析; 4. 能通过数据分析网店进行初步诊断, 发现可能存在的问题并提出适当建议。
--	--	--

④主要内容: 跨境商务数据的含义、商务数据的来源与采集、商务数据分析方法、Excel 的数据统计、商务数据可视化、用户画像、产品类目数据分析、品牌数据分析、竞争店铺数据分析、竞品数据分析、关键词数据分析、店铺实时数据分析、店铺交易结构数据分析、店铺售后服务数据分析、店铺物流服务数据分析、店铺视觉设计数据分析、直通车数据分析、智钻数据分析、淘宝客数据分析。

⑤课程内单列的实训项目: 商务数据分析工具、方法及应用; 消费者行为分析——用户画像; 市场数据分析; 店铺运营数据分析; 产品数据分析; 数据分析报告的撰写。

B8 岗位平台课程 1

(1) 数字营销

①课程定位: 该课程是数字商务专业群的一门专业基础课程。该课程通过对大数据、人工智能、VR、AR 等新技术的广泛应用分析, 以及近年来数字营销行业的革命性变化, 对各种新颖的数字营销工具、方法和策略的解析。让学生能够面对技术创新, 应用最新的营销模式, 面对新的营销环境, 保持在数字时代获得持续的营销竞争力, 把学生培养成为专业的数字营销人才。

②学分、学时: 3 学分, 54 学时

③教学目标:

素质目标	知识目标	能力目标
1. 培养学生积极的人生观和诚实守信的生活品格; 2. 增强学生数字营销素质, 解决实际问题的素质; 3. 培养学生的团队协作	1. 掌握各种网络营销工具, 包括搜索引擎、第三方网络平台、微博、微信及公众平台、博客、网络视频剪辑软件、网络监控及统计软件等; 2. 了解各种网络营销方	1. 具有利用网络推广方式, 提升品牌网络曝光度、知名度和美誉度, 并对推广效果进行分析和总结的能力; 2. 具有对网络文化、网络特性、网民心理具有深刻

能力。	法、手段、流程； 3. 掌握网络营销过程的产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略和顾客策略等方面的知识。	洞察和敏锐感知的能力； 3. 具有优秀的文案写作能力，能撰写各种不同的方案、文案。
-----	---	--

④主要内容：数字营销概述、社会化媒体营销、移动营销、微电影营销、虚拟游戏营销、搜索引擎营销、电子商务营销等几个主要部分。

⑤课程内单列的实训项目：社会化媒体营销实训、移动营销实训、微电影营销实训、虚拟游戏营销实训、搜索引擎营销实训、电子商务营销实训。

(2) 数字化渠道运营

①课程定位：该课程是数字商务专业群的一门专业基础课程。也是该专业实战操作技能类课程。通过理实一体化课程，使学生了解营销的方法。在现代消费品的分销链条中，分销渠道是其中最复杂微妙，最难以掌控，又最具潜在能量和张力的环节，货物、资金、资源、服务、信息等通过在渠道中的流动实现增值，不少成功企业将渠道建设成为自己的核心竞争力，并且将数字化渠道当作无形资产来经营，收到了显著的成效，因此，对于将来从事商务设计与管理或者营销方面的从业者而言，掌握渠道管理知识尤为重要。

②学分、学时： 3 学分、54 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 提高学生爱岗敬业的精神、诚实守信的良好品德，坚定积极乐观的心态、良好的人际关系； 2. 健全的人格品质等优良素质，为培养一名高素质的从业者奠定基础； 3. 培养深度的业务逻辑，再结合数据智能技术，实现数据智能为业务的赋能。	1. 培养学生掌握渠道开发与设计的方法与技巧，识别与评估渠道关系的方法与技巧，化解渠道冲突的技巧； 2. 学会如何激励渠道成员的方法，学会如何在终端渠道铺货、理货以及如何建立一支高效的终端销售队伍的方法与技巧等。	1. 掌握营销渠道管理相关理论知识，熟练使用渠道管理技巧和方法，达到在各类企业从事商务助理、销售经理或市场策划等业多岗位或者在商业企业从事商场管理、连锁经营管理等岗位的岗位专业能力要求； 2. 能够承担商品渠道开发渠道管理与维护、渠道终端管理与维护等工作任务。

④主要内容：《数字化渠道运营》包括数字化渠道运营概论、渠道成员与模式、渠道战略、设计渠道结构、选择渠道成员、激励与控制渠道成员、评估渠道

绩效、渠道整合、销售代理与经销、连锁与特许经营、网络分销等几个主要部分。

⑤课程内单列的实训项目：设计渠道结构、选择渠道成员、评估渠道绩效、网络分销。

(3) 第三方物流

①课程定位：该课程是数字商务专业群的一门专业基础课程。该课程帮助学生掌握第三方物流经营管理的基本理论、熟悉第三方物流的运作规律及其运作方法、能针对第三方物流经营管理中的相关问题给出解决方案。同时，该课程让学生体会到我国国家战略和时代精神、感受我国在全球经济发展中的重要地位，增强祖国自豪感；向学生展示“工业互联网+物流”等我国当代的物流发展，增强职业自豪感和责任感；培养学生诚爱岗敬业的职业道德以及善于沟通、倾听、表达以及团队合作与协调等社会能力。

②学分、学时：3 学分，54 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 引导学生认识发展的基本规律； 2. 引导学生将中国特色和国际比较，树立制度自信；培养学生的爱岗敬业的职业道德； 3. 引导学生感受我国在全球经济发展的重要地位，增强国家自豪感； 4. 培养学生职业自豪感和职业自信。	1. 掌握第三方物流的基本概念、特点、价值； 2. 掌握第三方物流服务项目洽谈、招投标、供应商的选择与评估方法； 3. 掌握第三方物流业务运作模式以及基本流程；掌握第三方物流信息技术的应用； 4. 掌握第三方物流与电子商务的关系。	1. 能进行第三方物流服务项目的洽谈； 2. 能订立、履行第三方物流合同；能解决第三方物流服务合同纠纷； 3. 能分析企业实际开展第三方物流发展策略； 4. 能开展第三方物流公司的发展和定位。

④主要内容：第三方物流概述、第三方物流市场、第三方物流项目招投标、第三方物流系统、第三方物流业务管理、第三方物流合同管理、第三方物流信息系统、第三方物流与电子商务。

⑤课程内单列的实训项目：第三方物流企业调研、第三方物流客户服务模拟操作、第三方物流市场营销案例分析、第三方物流管理信息系统操作、第三方物流业务合同拟定、谈判与签订。

(4) 数字化客户管理

①课程定位：该课程是数字商务专业群的一门专业基础课程，对接企业的数

数字化转型，通过理实一体化课程，使学生了解从以产品和渠道为中心转向以客户为中心的经营。数字化技术以不可逆转的进程变革着商业社会，驱动着行业创新和重新布局，不断创造出新的业务、产品和服务，客户资产成为影响市场价值的关键因素之一，企业必须在产品创新和客户经营两个方面都表现出色才能在数据智能时代脱颖而出。客户管理是以客户为中心的战略经营，涵盖识别、选择、转化、发展和维系客户关系的全过程，在企业构建连接、交互、服务、营销和经营客户的能力方面发挥重要作用。

②学分、学时：3 学分，54 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
<p>1. 提高学生爱岗敬业的精神、诚实守信的良好品德，坚定积极乐观的心态、良好的人际关系；</p> <p>2. 健全的人格品质等优良素质，为培养一名高素质的从业者奠定基础；</p> <p>3. 培养深度的业务逻辑，再结合数据智能技术，实现数据智能为业务的赋能。</p>	<p>1. 如何建立数字连接；</p> <p>2. 如何促成用户转化；</p> <p>3. 如何传递卓越体验；</p> <p>4. 如何赢得客户忠诚；</p> <p>5. 如何经营客户价值；</p>	<p>1. 掌握数字化客户管理的基础、细分客户的画像；掌握客户画像数据收集的原则和渠道；</p> <p>2. 了解典型的数字化用户转化模式、移动改变用户行为的方式和特点；</p> <p>3. 认识数字化环境的体验特征和 5S 原则，学会秒回客户的体验旅程；</p> <p>4. 掌握可持续客户经营的方式方法、基于客户关系的价值经营、如何建立客户的指标；</p> <p>5. 能够胜任电商客服主管、旅游服务客户经理、门店客户经理、物流客户经理等岗位需求。</p>

④主要内容：《数字化客户管理》包括数字化时代的三个技术驱动力、数字化客户管理基础、金融投资者的画像、移动用户画像应用、社交用户画像应用、客户画像数据收集、客户洞察分析的 SMART 方法、管理客户的组合、以客户为中心的数字化连接、典型的数字化用户转化模式、数字化环境的体验特征和 5S 原则、描绘客户的体验旅程、客户忠诚度维护、可持续客户经营等几个主要部分。

⑤课程内单列的实训项目： 细分客户画像、客户画像数据收集与分析、客户体验旅程描绘、数字化客户忠诚计划运营设计。

(2) 专业核心课程。

专业核心课程设置 8 门。包括：视觉设计与营销、国际贸易实务、跨境电商 B2B 运营实务、跨境电商 B2C 运营实务、跨境电商网络营销、跨境电商英语、分

岗平台课程 2、分岗平台课程 3。

C1 视觉设计与营销

①课程定位：本课程为专业技术核心课程，通过本课程的学习，掌握网店视觉营销的理念及设计制作技巧，学会运用 photoshop 进行网店页面设计，以互联网经济和科技发展为背景，使网店视觉设计与营销目的相结合，实用与审美相结合。

②学分、学时： 3.5 学分，60 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 注重美育教育，培养学生发现美、欣赏美、传递美的能力； 2. 培养人文主义精神，站在消费者角度来设计； 3. 培养创新能力，依据时代发展而创新； 4. 培养规范、严谨细致的职业精神，遵守商业规范习惯； 5. 培养时代需要的的高素质电商视觉设计专业人才；	1. 掌握网店视觉营销与美工设计的基础知识及技巧； 2. 掌握 photoshop 软件的具体操作方法； 3. 掌握高点击率推广图、店铺首页、商品主图、商品详情页各模块的视觉营销设计要点； 4. 掌握 pc 端和移动端店铺各模块页面结构及店铺装修方法；	1. 熟练操作 photoshop 软件； 2. 能够进行图像的处理、修复与合成； 3. 能够进行店铺推广图、店铺首页、主图、商品详情页的设计制作； 4. 能够对 pc 端和移动端店铺各模块进行装修设计。

③ 主要内容：视觉营销基础知识；网店视觉营销与美工设计；视觉美工 Photoshop 基础(Photoshop 软件基本操作、修图、调色等)；视觉美工 Photoshop 进阶（通道、蒙版、图片多样制作等）；高点击率推广图视觉营销设计；店铺首页各模块视觉营销设计；商品主图视觉营销设计；商品详情页视觉营销设计；店铺视觉营销装修设计（店铺装修后台及装修方法）。

④ 课程内单列的实训项目：字体设计和 logo 设计；图片修整与美化；店铺首页设计；首焦轮播图设计；商品主图设计；商品详情页设计；移动端店铺装修设计。

C2 国际贸易实务

①课程定位：该课程是跨境电子商务专业的核心课程之一。通过该课程的学习

习，学生能掌握国际贸易术语、出口价格核算、国际货物运输、国际货运保险、制单结汇、检验与索赔等内容，能胜任外贸进出口业务操作等岗位工作。

②学分、学时：5 学分、90 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. “经世济民”的家国情怀； 2. 诚实守信、爱岗敬业、服务社会的责任担当； 3. 集体意识和团队合作精神； 4. 细致耐心、精益求精的职业品质。	1. 掌握各种贸易术语； 2. 掌握询盘、发盘、还盘、接受信函的写作方法； 3. 掌握不同贸易术语价格之间的换算方法； 4. 掌握汇付、托收、信用证业务的操作方法； 5. 掌握运费、保险费计算方法； 6. 掌握合同和各种单据的缮制要求； 7. 掌握进出口业务的操作流程。	1. 能进行交易商品的成本核算并合理报价； 2. 能运用交易磋商的技巧与客户进行询盘、发盘、还盘、接受、签订合同； 3. 能熟练办理租船订舱、国际货运保险； 4. 具有报关和报检的基本能力； 5. 能进行进出口单证的缮制与处理； 6. 能办理外汇核销和出口退税；

④主要内容：出口交易前的准备工作、商品的对外报价、国际货物买卖合同的商定、落实与审核信用证、出口备货、租船订舱、办理国际货运保险、报检和报关、制单结汇、出口贸易的后续工作。

⑤课程内单列的实训项目：商品对外报价、租船订舱、办理国际货运保险、报检和报关、制单结汇。

C3 跨境电商 B2B 运营实务

①课程定位：该课程是跨境电子商务专业的核心课程之一。通过该课程的学习，学生能掌握店铺建设与产品发布、店铺营销、跨境电商数据分析、商机获取与管理等内容，能胜任跨境电商平台运营、营销、物流、客服等工作。

②学分、学时：2.5 学分、48 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. “经世济民”的家国情怀； 2. 诚实守信、爱岗敬业的职业素养； 3. 集体意识和团队合作精神； 4. 精益求精的职业品质。 5. 开拓进取、勇于创新的精神。	1. 掌握店铺建设与产品发布的基本知识； 2. 掌握店铺营销的基本方法； 3. 掌握跨境电商数据分析方法； 4. 掌握商机获取与管理的方法； 5. 掌握跨境电商交易管理的流程； 6. 掌握跨境电商履约服务的内容； 7. 掌握海外社交媒体营销方法。	1. 能进行产品发布及优化； 3. 能完成报价核算并制作报价单；能起草信保订单；能使用跨境电商平台外贸综合服务功能； 4. 能根据外贸合同制作相关单据； 5. 能选择合适的国际物流，完成产品交付； 6. 能跟进国际结算、结汇，办理退税业务。 7. 能通过合适的方法和渠道在平台内外进行推广。

④主要内容：店铺建设与产品发布、店铺营销、跨境电商数据分析、商机获取与管理、跨境电商交易管理、跨境电商履约服务、海外社交媒体营销。

⑤课程内单列的实训项目：产品发布及优化、制作报价单、签署合同、起草信保订单、根据外贸合同制作相关单据、跨境物流费用计算、支付与结算、出口退税、跨境平台内外推广。

C4 跨境电商 B2C 运营实务

①课程定位：该课程是跨境电子商务专业的核心课程之一。通过学习学生能够掌握跨境电商基本概念、政策，熟悉跨境第三方操作平台规则，掌握跨境电商操作基本工作流程，具备跨境店铺运营管理、客服服务和电商操作技术等业务能力。

②学分、学时：4 学分、72 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
------	------	------

<p>1. 具有质量意识、法律意识、安全意识、创新思维、运营思维、数据意识、全球视野和市场洞察力。</p> <p>2. 具备踏实肯干、吃苦耐劳的工作作风，具备善于沟通和团队合作的工作品质。</p> <p>3. 养成周到细致、精益求精的职业品质。</p>	<p>1. 了解跨境电商基本政策、常用平台、国际跨境电商市场基本概况、常用跨境电商平台的特点；</p> <p>2. 掌握跨境电商市场调研、平台入驻、装修、选品、上架、营销、客服的流程与技巧；</p> <p>3. 了解跨境电商物流和支付选择的方法和技巧。</p>	<p>1. 能够实施跨境电商市场调研和数据分析；</p> <p>2. 能够进行跨境电商平台的基本维护和操作；</p> <p>3. 能够精准选品、合理定价并完成产品发布。</p> <p>4. 能进行店铺和产品优化、能胜任客服基本工作；</p> <p>5. 能实施店铺与产品推广与营销的技巧。</p>
--	--	--

④主要内容：跨境电子商务概述、跨境电子商务店铺定位与选品、跨境物流、跨境支付与结算、跨境电子商务营销、跨境电子商务客服。

⑤课程内单列的实训项目：跨境电商选品及产品优化运营、跨境物流费用计算、跨境支付与结算、跨境平台内外推广、跨境电商客服。

C5 跨境电商网络营销

①课程定位：《跨境电商网络营销》是跨境电子商务专业的核心课程之一。该课程的任务是根据跨境电商营销岗位的工作任务及能力要求设计教学项目，使学生熟练地、系统地掌握跨境电商营销推广的工作内容和方法。

②学分、学时：2.5 学分，48 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
<p>1. 具备敏锐的观察力,善于观察网络环境中细微的市场变化,善于把握营销机会;</p> <p>2. 具备较强的自主探索、协作学习和可持续发展能力;</p> <p>3. 培养保守秘密、勤奋敬业、谨慎细致、务实高效的职业态度;</p>	<p>1. 了解营销理论在跨境电商中的应用和主要国家电商市场概况;</p> <p>2. 掌握跨境电商平台的选品和定价策略、活动的类型和设置方法;</p> <p>3. 掌握搜索引擎和海外社交媒体网站的注册方法和营销策略;</p> <p>4. 掌握电子邮件营销和社群营销流程、功能与运行方式;</p> <p>掌握行业板块营销策略。</p>	<p>1. 能够调研海外电商市场,分析消费者的需求;</p> <p>2. 能够设置跨境电商平台店铺营销活动并选择合适的产品;</p> <p>3. 能够利用海外社交媒体和搜索引擎,策划跨境营销方案;</p> <p>4. 能够通过跨境电商平台后台数据的分析优化产品信息;</p> <p>5. 能够制定社群营销方案和节假日营销方</p>

		案。
--	--	----

④主要内容：《跨境电商营销》包括跨境电商营销认知、移跨境电商市场调研分析、跨境电商平台站内营销活动、社会化媒体营销、搜索引擎营销、电子邮件营销、社群营销、跨境电商营销方案策划。

⑤课程内单列的实训项目：跨境电商产品营销方案策划、跨境电商品牌营销方案策划、跨境电商节日营销方案策划。

C6 跨境电商英语

①课程定位：该课程是跨境电子商务专业的核心课程之一。通过该课程学习，学生能进行跨境电商平台运营、跨境交易磋商、海外社交媒体营销等工作，从事跨境电商平台运营、跨境电商全网营销和跨境电商销售等岗位。

②学分、学时：2.5 学分、48 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 坚定拥护中国共产党领导，践行社会主义核心价值观，具有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，具备跨境电商运营的基本职业道德； 4. 具备踏实肯干、吃苦耐劳的工作作风，具备善于沟通和团队合作的工作品质； 5. 养成周到细致、精益求精的职业品质。	1. 掌握跨境电商英语术语； 2. 了解跨境电商专业文献词汇特点、语言特点和文体特点，为专业文献的阅读与翻译奠定基础； 3. 掌握必要的的应用文体写作方法的。满足岗位工作中沟通、营销、磋商、客服等相关工作的需要； 4. 通过跨境文章的学习，获得进一步的跨境电商专业知识。	1. 具备词汇储备，能够看懂跨境电商平台。 2. 具备初步的专业文献阅读能力。 3. 具备跨境电商领域文字翻译能力； 4. 具备跨境电商岗位所需的英语写作能力； 5. 具备跨境电商岗位日常交流能力和磋商谈判能力； 6. 初步形成英汉对比意识和英语思维能力。

④主要内容: Main Cross-border E-commerce Platforms、Pre-sale services of Cross-border E-commerce、On-sale service of Cross-border E-commerce、

After-sale service of Cross-border E-commerce、Product releasing、Product marketing、Customer service of cross-border E-commerce、Cross-border E-commerce logistics。

⑤课程内单列的实训项目：跨境电商平台操作、跨境电商售前服务、跨境电商售中服务、跨境电商售后服务、跨境电商信函、跨境电商典型场景沟通。

C7 岗位平台课程 2

(1) 社会化媒体营销

①课程定位：该课程是数字商务专业群的一门专业核心课程。该课程通过丰富的最新案例说明了社会化媒体如何以及为什么会在企业的市场营销活动中发挥巨大作用。对于学生来说，本课程可以帮助他们更好地理解社会化媒体营销的基础知识，适应社会经济发展的需要，它承担着培养学生运用社会化思维分析营销问题和解决营销问题能力的一门重要的应用课程。

②学分、学时：3 学分，54 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 培养学生积极的人生观和诚实守信的生活品格； 2. 培养学生良好的职业道德、诚实守信、爱岗敬业； 3. 培养学生的团队协作能力 4. 培养学生较强的责任心和吃苦耐劳的职业精神。	1. 了解社会化媒体主要内容，掌握与社会化媒体必备的基础概念； 2. 掌握社会化媒体基本营销原理； 3. 了解社会化媒体的基本营销手段，掌握营销手段运用方法； 4. 结合课程基本知识去分析营销策略。	1. 具有探究学习、终身学习、职业判断、分析问题和解决问题的能力； 2. 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力； 3. 具备在社会、健康、安全、法律、文化、环境等实际约束下，编制可行营销策划方案的能力。

④主要内容：《社会化媒体营销》包括水平式变革、社会化媒体战略计划、社会化消费者、数字社区、社会化社区、社会化发布、社会化娱乐、社会化商务、利用社会化媒体研究消费者行为、社会化媒体测量指标等几个主要部分。

⑤课程内单列的实训项目：社会化消费者、数字社区、社会化社区、社会化

发布、社会化娱乐、社会化商务、利用社会化媒体研究消费者行为、社会化媒体测量指标

(2) 综合电商平台运营

①课程定位：该课程是数字商务专业群的一门专业核心课程，以企业网站运营管理岗位为模板设计课程模块，课程教学任务的安排是建立在专业调研和实践专家工作分析会的结论的基础上，根据我系的现状和特点设置的职业岗位专门训练课程，课程包含了电商运营和营销的基础知识、店铺规划、直通车引流、钻展推广、活动营销、内容营销、渠道营销、数据分析、店铺优化、移动电商和跨境电商等时下常用与流行的运营与营销知识，以帮助电商从业人员更好地管理和发展店铺，获得更多的竞争优势，成为电商市场中的常青树。

②学分、学时： 3 学分、54 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
除了对常规运营类岗位需要的沟通协调能力、组织策划能力、推广营销能力、办公操作能力、团队管理能力等有要求之外，对文字表达能力、热点跟进能力、用户洞察能力、资源整合能力、数据分析能力的要求相对更高；	1. 掌握网店页面规划、网店促销规划； 2. 掌握聚划算、淘金币活动营销； 3. 掌握直播、微博、微信营销的操作方法； 4. 掌握淘宝 SEO 优化的方法； 5. 掌握标题优化、宝贝主图优化、宝贝详情页优化的方法。	学生应能独立完成电商的运营与营销； 掌握电商运营的核心思路和方法，及时了解运营类岗位的职责要求和能力清单，以便有针对性地学习和提高，不断提升电商运营能力。

④主要内容：电商运营与营销基础、做好店铺规划提高转化率、直通车引流打造店铺爆款、钻展推广定位精准人群、活动营销引爆店铺流量、内容营销直击

买家痛点、渠道营销提高店铺知名度、数据分析诊断运营情况、店铺优化提高转化率与销量、移动电商全方位覆盖人群、跨境电商走向国际化等。

⑤课程内单列的实训项目：淘宝店铺运营、跨境店铺运营、新媒体运营、微店运营。

(3) 国际物流

①课程定位：该课程是数字商务专业群的一门专业核心课程。该课程旨在培养学生掌握国际物流流程知识，并能够根据国际分工的原则，依照国际惯例，利用国际化的物流网络、物流设施和物流技术，选择最佳的方式与路径，以最低的费用和最小的风险，保质、保量、适时地完成国际物流任务。课程旨在培养学生求德向善、求真务实、遵纪守法的公民素质；培养学生的制度自信、文化自信；培养学生的团队合作与协调、应变、承压、创新以及自我约束、自我管理、自我规划等基本的职业素质。

②学分、学时：3 学分，54 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 培养学生求德向善、求真务实的职业道德,遵纪守法的法律意识; 2. 培养学生制度自信,文化自信与民族自豪感,以及自尊、自立、自强的个人品格; 3. 培养学生团队合作、认真细致的职业素养; 4. 培养学生分析问题,解决问题以及应变,承压,创新等综合素质。	1. 认知国际物流系统与国际物流网络; 2. 了解国际运输涉及到的方方面面的法律、标准、规定等知识; 3. 掌握班轮运输和租船运输相关知识; 掌握国际空运物流相关知识; 4. 了解国际铁路物流相关知识; 5. 了解集装箱与国际多式联运物流相关知识。	1. 能够选择合理的国际物流运输方式; 2. 能够缮制各种国际物流相关单据; 3. 具备租船订舱、处理海运货运事故的能力; 4. 具备计算国际航空运输运费,合理选择国际空运方式,处理国际空运物流中的货运事故的能力; 5. 具备国际铁路货物联运费用的计算和核收的能力; 6. 能够计算或估算集装箱海运费。

④主要内容：认知国际物流与国际贸易、国际物流系统与国际物流网络、国际货物的包装与仓储业务、国际货物运输的组织与代理、国际货物的代理报检与代理报关、国际海运物流、国际空运物流、国际铁路物流、集装箱与国际多式联运物流、国际物流服务与管理。

⑤课程内单列的实训项目：国际物流多式联运运费计算、国际物流单据填报、国际物流保险理赔分析。

(4) 客户管理综合实务

①课程定位：该课程是数字商务专业群的一门专业核心课程。本课程以企业客户经理综合业务岗位为模板设计课程模块，课程教学任务的安排是建立在专业调研和实践专家工作分析会的结论的基础上，根据我系的现状和特点设置的职业岗位专门业务运营课程，课程包含了客户信息管理、客户分级管理、客户关系维护、客户信用管理、客户渠道管理、客户贷款管理、客户开发等客户管理岗位最实用的制度制定和表格范本，以帮助客户服务主管及经理人更好地管理和发展企业客户关系，获得更多的竞争优势，创造更大的效益。

②学分、学时：3 学分，54 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 提高学生爱岗敬业的精神、诚实守信的良好品德，坚定积极乐观的心态、良好的人际关系； 2. 健全的人格品质等优良素质，为培养一名高素质的从业者奠定基础； 3. 培养深度的业务逻辑，再结合数据智能技术，实现数据智能为业务的赋能。	1. 通过课程学习，使学生学会制定客户开发战略； 2. 制定和维护提升客户价值的策略和行动方案； 3. 手机、分析、保存和传播有关的信息； 4. 撰写建议书、促进合同谈判的顺利进行。	1. 能够最大限度地挖掘企业与客户做生意的潜力； 2. 能够逐步与客户权力层建立联系； 3. 能够协调团队之间的工作，确保在客户事务上达成一致； 4. 能够对客户的问题、投诉和快速业务作出迅速的反应。

④主要内容：客户信用管理、客户渠道管理、客户促销管理、客户贷款管理、客服团队管理、项目工程跟进管理、代理商及相关加盟店沟通、新客户开发及客户维护、客户资料数据库建设管理等方面。

⑤课程内单列的实训项目：客户信息管理必备制度与表格、客户分级管理必备制度与表格、客户开发管理必备制度与表格、客户服务管理必备制度与表格。

C8 岗位平台课程 3

(1) 全网营销

①课程定位：该课程是数字商务专业群的一门专业核心课程。通过课程的学习，使学生能够根据企业的实际情况制定出相应的网络营销解决办法，并最终帮助企业解决网络营销中的实际问题，让企业在激烈的市场竞争上求得生存和发展。

②学分、学时：3 学分，54 学时

③教学目标:

素质目标	知识目标	能力目标
1. 培养学生积极的人生观和诚实守信的生活品格; 2. 增强学生全网营销素质, 解决实际问题的素质; 3. 培养学生的团队协作能力。	1. 了解有关网络营销环境、熟悉网络营销流程, 掌握网络营销基本实质; 2. 掌握网络市场调研的内容与主要方法, 以及商情分析等方面的知识; 3. 掌握网络营销过程的产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略和顾客策略等方面的知识。	1. 具有利用网络工具开展市场调研、收集处理商务信息、撰写商情报告的能力; 2. 具有运用网络工具开展公关活动、进行公关策划的能力, 如站点宣传策划、网络广告策划等; 3. 具有网络营销策略综合运用能力。

④主要内容: 认知网络营销、搜索引擎营销、社会化媒体营销、网络视频营销、网络广告营销、软文营销、事件营销、病毒营销、全网营销策划、网站推广策划、品牌营销策划、产品营销策划等几个主要部分。

⑤课程内单列的实训项目: 搜索引擎营销策划、社会化媒体营销策划、网络视频营销策划、网络广告营销策划、软文营销策划、事件营销策划、病毒营销策划、全网营销策划、网站推广策划、品牌营销策划、产品营销策划。

(2) 跨境电商平台运营

①课程定位: 该课程是数字商务专业群的一门专业核心课程, 也是该专业实战操作技能类课程。本课程开设的目的是使本专业学生在学习了跨境电商和国际贸易等基本知识的基础上, 着重掌握运营第三方电子商务平台, 来开发各类国际客户, 提高业务实战能力。通过本课程的学习, 学生应能达到根据设定目标或载体进行跨境电子操作的基本要求。

②学分、学时: 3 学分、54 学时

③教学目标:

素质目标	知识目标	能力目标
1. 具有较强的自我学习能力, 能在工作中不断提高自身跨境电子商务专业能力; 2. 具有一定的创新能力, 能够运用新技术改进工作; 3. 具有良好的身心素质。	1. 理解跨境电商的基本含义, 掌握常见的跨境第三方平台的特点、店铺注册的规定和要求; 2. 掌握中国邮政小包、大包、EUB、四大国际商业快递等的特点、包装尺寸、价格、优劣势等; 3. 熟悉速卖通的选品规则, 掌握产品信息化处理方法; 4. 掌握速卖通等平台规则, 进	1. 能完成跨境店铺注册并获得平台认可通过; 2. 能熟悉速卖通产品的品类、描述并运用后台数据形成某类产品的行业分析报告; 3. 能够从平台选择产品, 并处理图片, 能够发布产品, 并能利用平台进行推广; 4. 能够对产品标题、产品

	行产品发布和推广；掌握产品标题优化、图片优化、详情优化的一般方法； 5. 熟悉订单处理、发货、收款、售后及客户维护等方法。	详情进行优化，对产品和店铺进行营销和推广； 5. 能灵活处理订单业务、发货、出境报检报关，掌握收款、售后服务及争议处理。
--	--	---

④主要内容：内容包括跨境电商概述、跨境电商第三方平台、选品与商品定价、商品发布与优化、跨境电商营销、跨境电商支付、跨境电商物流、跨境电商客户服务和进口跨境电商。

⑤课程内单列的实训项目：跨境店铺注册；跨境物流与海外仓操作；海外市场调研；跨境选品操作；产品信息化操作；产品定价；产品发布；跨境店铺优化及推广操作；订单处理；发货操作；出境报检报关操作；收款、售后服务及客户维护；纠纷处理。

（3）物流案例分析与实践

①课程定位：该课程是数字商务专业群的一门专业核心课程，本课程具有实践性强、综合性强、案例教学主要特点。通过本课程学习，使学生了解、把握包括物流战略与规划、采购与生产物流、销售物流、配送与供应链管理、物流信息化以及客户服务与服务质量在内的物流活动的全貌，能运用所学的专业知识，在一特定环境中，分析某一经济活动，从而体味到现代物流的真谛，提高学生实践能力和综合分析能力，为解决以后在实际工作中遇到的物流问题树立良好的基础。培养学生诚信、服务、拼搏、进取等优良品质，以及精益求精、严谨、专业工匠精神，提升学生团队合作、发现问题、分析问题及解决问题的能力；增强学生创新意识、竞争意识、战略意识。

②学分、学时：3 学分，54 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 具有诚信、服务、拼搏、进取等优良品质； 2. 培养学生精益求精、严谨、专业工匠精神； 3. 提高学生主动发现问题、分析问题以及解决问题的能力； 4. 提高学生团队合作能力； 5. 增强学生创新意识、竞争意识、战略意识。	1. 海尔、宝钢、兖矿、FedEx、百胜等国内外企业的物流战略与物流规划案例分析； 2. 一汽大众、丰田、米其林、朝日啤酒、Nike 等国内外企业的采购与生产物流案例分析； 3. 国美电器、7-11、家乐福、沃尔玛、华联超市、“宜家”、花王等国内外企业的销售物流案例分析； 4. 雅芳、中储、连邦等国内外	1. 具有初步分析企业物流战略、物流规划的能力； 2. 具有从经营理念和作业方法来分析企业采购物流和生产物流的能力； 3. 具有分析企业不同销售模式、配送模式的能力； 4. 具有从供应链角度分析配送方案的能力；

	企业的配送与供应链案例分析; 5. 宝供、松下、TNT、重庆嘉陵、北京邮政等国内外企业的物流信息化案例分析; 6. UPS、沃格林、中外运、受默、JC Penney、大和运输、康柏等国内外企业的物流客户服务案例分析。	具有从信息技术的角度分析物流效率的能力; 5. 具有针对不同企业分析客户服务、质量管理、业务外包等能力。
--	--	---

④主要内容：物流战略与规划；采购与生产物流；销售物流；配送与供应链管理；物流信息化；客户服务与服务质量。

⑤课程内单列的实训项目：海尔物流战略与物流规划案例分析、丰田生产物流案例分析、沃尔玛销售物流案例分析、宝供物流信息化案例分析、UPS 物流客户服务案例分析。

(4) 客户服务部精细化管理

①课程定位：该课程是数字商务专业群的一门专业核心课程。本课程开设的目的是使学生能在实际工作岗位中解决客服管理工作的规范性问题。着重掌握为客户服务人员提供各种可以借鉴的执行流程、制度范例、工具表单和文书模板，能够有效避免企业客服管理工作浮于表面、流于形式。通过本课程的学习，学生应能达到高效开展客户调研、科学管理客户信息，帮助企业提高客服人员职业素养，优化完善客服管理流程。

②学分、学时：3 学分，54 学时

③教学目标：

素质目标	知识目标	能力目标
1. 具有较强的自我学习能力，能在工作中不断提高自身跨境电子商务专业能力； 2. 具有一定的创新能力，能够运用新技术改进工作； 3. 具有良好的身心素质。	1. 客户服务部职能管理分析与设计； 2. 客户调研管理； 3. 客户信息管理； 4. 客户信用管理； 5. 客户抱怨与投诉管理； 6. 售后服务管理。	1. 以部门和岗位为基础，提供分层化、工具化、实务化、精细化的解决方案； 2. 列出客服管理的主要流程图，对流程图中的关键节点进行细化说明； 3. 制作出细化、可执行的范本，实现“拿来即用”； 4. 制作出规范化的各类文书、方案，客服人员可以直接套用或稍改即用。

④主要内容：客户信息管理、客户信用管理、客户抱怨与投诉管理、售后服务管理、大客户管理、电商客服管理等。

⑤课程内单列的实训项目：制定绩效考核量表、客户服务部工作业务管理工具设计、客户信息调研流程与客户调研管理表单、客户信用岗位考核量表、客户管理岗位考核量表、大客户服务岗位考核量表、电商客服岗位考核量表。

（3）专业拓展课程

专业拓展课程包括人力资源管理、商品学、快递运营实战、国际贸易地理、跨文化交际、客源国概况、大学英语四级、跨境电商实务、企业文化、电子商务物流、ERP 企业管理、食品与营养、面试技巧、跨境电商营销、移动商务运营、现代职业素质培育、消费心理学、Office 高效办公、生活中的营销、职场沟通、中国传统文化、时尚流行文化、多媒体课件设计与制作、服饰搭配、看影视学财经、中华优秀商文化、广告策略与创意设计、EXCEL 进阶教程共 28 门，所修学分要求 3 学分。专业拓展课至少选 3 门，每门课程是 1 学分、20 学时，总学分不少于 3 学分，其中第 3 学期不少于 1 门，第 4 学期不少于 1 门，第 5 学期不少于 2 门。

3. 综合实训

综合实训是本专业必修的综合性训练课程。通过综合实训，使学生了解国际贸易与跨境电商行业运作流程，掌握外贸进出口、跨境电商运营等第一线工作实际需要的基础理论知识和专门知识和操作流程，提高从事贸易进出口、跨境电商平台运营、数据分析、营销推广、客户服务等实际工作的基本能力、较强的就业能力和可持续发展的能力，增强爱岗敬业、吃苦耐劳、团队合作、精益求精、诚实守信等素质，获得跨境电商 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）。

4. 顶岗实习

顶岗实习是专业重要的实践性教学环节。通过顶岗实习，使学生更好地将理论和实践结合，全面巩固和锻炼学生的职业技能和实际岗位工作能力，为就业奠定坚实基础。本专业顶岗实习主要使学生了解国际贸易与跨境电商行业现状及发展趋势、企业文化、岗位设置及运作流程，掌握外贸进出口、跨境电商等实际需要的基础理论知识和专门知识，应用国际贸易、跨境电商平台运营、跨境电商网络营销等知识，增强学生爱岗敬业、吃苦耐劳、团队合作、精益求精、诚实守信等素质，提高从事对外贸易和跨境电商运营等实际工作的基本能力、就业能力和

可持续发展能力。

十一、教学时间安排及课时建议

每学年为 52 周，其中教学时间 40 周（含复习考试），累计假期 12 周。总学时数不低于 2500 学时，课程开设顺序和周学时安排，学校可根据实际情况调整。

1. 教学时间安排建议表

学年	周数	内容	教学（含理实一体教学及专门化集中实训）	复习考试	机动	假期	全年周数
一			36	2	2	12	52
二			36	2	2	12	52
三			38（其中，顶岗实习 19 周）	1	1	5	45

2. 授课计划安排建议表

遵循职业教育规律，按照公共基础课程模块、专业课程模块和集中实践性模块依次开展，编制本专业人才培养教学计划。

根据培养目标，本专业共开设按照公共基础课程模块，公共必修 13 门，学分为 23 分，占总学分 16.4%；学时为 377 学时，其中理论教学 291 时，实践教学 86 学时；公共限定选修学分 23 分，占总学分 16.4%；学时为 394 学时，其中理论教学 372 时，实践教学 22 学时；公共任意选修学分 2 分，占总学分 1.4%；学时为 40 学时，其中理论教学 40 时，实践教学 0 学时。

专业基础课程 8 门，学分为 20 分，占总学分 14.3%；学时为 375 学时，其中理论教学 251 时，实践教学 124 学时。

专业核心课程 8 门，学分为 26 分，占总学分 18.6%；学时为 474 学时，其中理论教学 220 时，实践教学 254 学时。

专业拓展课程，选修学分 3 分，占总学分 2.2%；学时为 60 学时，其中理论教学 60 时，实践教学 0 学时。

集中性实践课程模块 14 门，学分为 43 分，占总学分 30.7%；学时为 1032 学时。

三年内共计完成 140 学分，2752 学时，其中实践教学 1518 学时，占总学时的 55.2%。

学时、学分分配表见表 4，教学进程安排见表 5、6、7、9。

表 4 商务英语专业课程体系学时、学分分配表

课程体系	课程类别	学分	学分占(%)	总学时	理论学时	实践学时
公共基础课程 模块	公共必修课程	23	16.4%	377	291	86
	公共限定选修课程	23	16.4%	394	372	22
	公共任意选修课程	2	1.4%	40	40	0
	小计	48	34.2%	811	703	108
专业课程 模块	专业基础课程	20	14.3%	375	251	124
	专业核心课程	26	18.6%	474	220	254
	专业拓展课程	3	2.2%	60	60	0
	小计	49	35.1%	909	531	378
集中性实践课程 模块	国防教育(军事技能训练与专业教育)	2	1.4%	48	0	48
	劳动教育	1	0.7%	24	0	24
	综合实训	24	17.2%	576	0	576
	顶岗实习	16	11.4%	384	0	384
	小计	43	30.7%	1032	0	1032
合计		140	100%	2752	1234	1518
总学时/最低修读学分				2752/140		

表 5 商务英语专业教学进程表(公共基础课程模块)

课程编号	课程名称	课程类别	总学分	总学时	学时安排		学年/周数/学时					
							第一年		第二学年		第三学年	
					理	课	1	2	3	4	5	6

						论	内 实 验	15 周	15 周	12 周	12 周	9 周	0周
公共必修课	A-1	思想道德与法治	理+实	3	48	32	16	3					
	A-2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	理+实	4	64	48	16		4				
	A-3	形势与政策	理+实	1	40	40							
	A-4	体育与健康 I	理+实	2	30	30	0	2					
	A-5	体育与健康 II	理+实	2	30	30	0		2				
	A-6	体育与健康 III	理+实	1	12	12	0			1			
	A-7	体育与健康 IV	理+实	1	12	12	0				1		
	A-8	大学生心理健康教育	理+实	2	36	20	16	2					
	A-9	军事理论	理论	2	36	36	0		2				
	A-10	职业规划与就业指导 I	理+实	1	15	10	5	1					
	A-11	职业规划与就业指导 II	理+实	1	9	5	4					1	
	A-12	大学生创新创业训练教程	理+实	2	30	16	14		2				
	A-13	创新创业实践实战课	理+实	1	15	0	15		1				
公共选修课	限定选修	A-14	经济数学 I	理论	2	30	30	0	2				
		A-15	经济数学 II	理论	2	30	30	0		2			
		A-16	大学英语 I	理论	3	60	60	0	4				
		A-17	大学英语 II	理论	3	60	60	0		4			
		A-18	大学英语 III	理论	2	36	36	0			3		

	A-19	大学英语 IV	理论	2	36	36	0				3		
	A-20	大学语文 I	理论	2	30	30	0	2					
	A-21	大学语文 II	理论	2	30	30			2				
	A-22	信息技术与人工智能	理+实	2	30	16	14	2					
	A-23	安全教育	理+实	1	16	8	8						
	A-24	大学美育 I	理论	1	18	18		1					
	A-25	大学美育 II	理论	1	18	18			1				
任意选修课	D-1 至 D-50	学院统一公选课	理论	1	20	20	0						
	D-51 至 D-100	平台课程	理论	1	20	20	0						
	合计				48	811	703	108	19	20	4	4	1

表 6 商务英语专业教学进程表（专业基础课程和专业核心课程）

课程性质	课程编号	课程名称	课程类别	总学分	总学时	学时安排		学年/周数/学时						
								第一学年		第二学年		第三学年		
						理论	课内实验	1	2	3	4	5	6	
专业技 术基	B-1	互联网应用技术	理+实	2.5	45	25	20	3						
	B-2	商学基础	理+实	2.5	48	40	8			4				
	B-3	市场营销	理+实	2.5	48	40	8			4				
	B-4	跨境电商客户服务	理+实	2.5	48	40	8			4				

基础课程	B-5	公共关系与商务礼仪	理+实	2	36	20	16				3		
	B-6	法律实务	理+实	2.5	48	28	20				4		
	B-7	跨境电商数据分析	理+实	2.5	48	28	20				4		
	B-8	分岗平台课程 1	理+实	3	54	30	24					6	
	小计				20	375	251	124	3	0	12	11	6
专业核心课程	C-1	视觉设计与营销	理+实	3.5	60	20	40	4					
	C-2	国际贸易实务	理+实	5	90	50	40		6				
	C-3	跨境电商 B2B 运营实务	理+实	2.5	48	20	28			4			
	C-4	跨境电商 B2C 运营实务	理+实	4	72	30	42			6			
	C-5	跨境电商网络营销	理+实	2.5	48	20	28				4		
	C-6	跨境电商英语	理+实	2.5	48	20	28				4		
	C-7	分岗平台课程 2	理+实	3	54	30	24					6	
	C-8	分岗平台课程 3	理+实	3	54	30	24					6	
	小计				26	474	220	254	4	6	10	8	12
合计				46	849	471	378	7	6	22	19	18	0

表 7 商务英语专业教学进程表（专业拓展课程）

课程性质	课程编号	课程名称	课程类别	总学分	总学时	教学内容学时分配		学年/学期/学时					
								理论	课内实验	第一学年		第二学年	
						1	2			3	4	5	6
						专业选修	D—101	人力资源管理	理论	1	20		
D—102	商品学	理论	1	20	20					2			
D—103	快递运营实战	理论	1	20	20					2			

修 课	D—104	国际贸易地理	理论	1	20	20				2			
	D—105	跨文化交际	理论	1	20	20				2			
	D—106	客源国概况	理论	1	20	20				2			
	D—107	大学英语四级	理论	1	20	20				2			
	D—108	跨境电商实务	理论	1	20	20				2			
	D—109	企业文化	理论	1	20	20					2		
	D—110	电子商务物流	理论	1	20	20					2		
	D—111	ERP 企业管理	理论	1	20	20					2		
	D—112	食品与营养	理论	1	20	20					2		
	D—113	面试技巧	理论	1	20	20					2		
	D—114	跨境电商营销	理论	1	20	20					2		
	D—115	移动商务运营	理论	1	20	20					2		
	D—116	现代职业素质 培育	理论	1	20	20				2			
	D—117	消费心理学	理论	1	20	20					2		
	D—118	office 高效办 公	理论	1	20	20					2		
	D—119	生活中的营销	理论	1	20	20					2		
	D—120	职场沟通	理论	1	20	20					2		
	D—121	中国传统文化	理论	1	20	20					2		
	D—122	时尚流行文化	理论	1	20	20					2		
	D—123	多媒体课件设 计与制作	理论	1	20	20					2		
	D-124	服饰搭配	理论	1	20	20					2		
	D-125	看影视学财经	理论	1	20	20						2	
	D-126	中华优秀商文 化	理论	1	20	20						2	
	D-127	广告策略与创 意设计	理论	1	20	20						2	
	D-128	EXCEL 进阶教程	理论	1	20	20						2	

合 计		3	60	60				2	1		
								门	门		

表 8 学院公共任意选修课一览表

编码	课程性质	课程名称	开课系部	课程性质
D-1	文化类课程	水文化	水利工程系	公共任意选修课
D-2		中国水利史	水利工程系	公共任意选修课
D-3		传统文化与吟诵	基础教学部	公共任意选修课
D-4		数学文化	基础教学部	公共任意选修课
D-5		体育文化与欣赏	基础教学部	公共任意选修课
D-6	艺术类课程	美术鉴赏	建筑工程系	公共任意选修课
D-7		影视鉴赏	信息工程系	公共任意选修课
D-8		书法教程	信息工程系	公共任意选修课
D-9		摄影技术	信息工程系	公共任意选修课
D-10		文学鉴赏	基础教学部	公共任意选修课
D-11		音乐欣赏	学生工作处	公共任意选修课
D-12		中外音乐史	学生工作处	公共任意选修课
D-13	人文素养课程	环境学概论	资源与环境系	公共任意选修课
D-14		无人机操控技术	机电工程系	公共任意选修课
D-15		计算机组装与维护	信息工程系	公共任意选修课
D-16		网页制作	信息工程系	公共任意选修课
D-17		大数据	信息工程系	公共任意选修课
D-18		公共关系学	经济管理系	公共任意选修课
D-19		投资与理财	经济管理系	公共任意选修课
D-20		管理学	商务管理系	公共任意选修课
D-21		市场营销	商务管理系	公共任意选修课
D-22		演讲与口才	基础教学部	公共任意选修课
D-23		应用文写作	基础教学部	公共任意选修课
D-24		合同法规	基础教学部	公共任意选修课

D-25	科学健身	基础教学部	公共任意选修课
D-26	普通话基础	基础教学部	公共任意选修课
D-27	数学建模	基础教学部	公共任意选修课
D-28	工程数学	基础教学部	公共任意选修课
D-29	心理学与生活	学生工作处	公共任意选修课
D-30	网络平台课程	教务与科研处	公共任意选修课

表 9 商务英语专业教学进程表（集中性实践课程模块）

单位：周

编号	类别	实践教学内容	学分	实践教学时间安排						
				第一学年		第二学年		第三学年		
				1	2	3	4	5	6	
E-1	国防教育、 劳动教育	国防教育(军事技能训练及入学教育)	2	2						
E-2		劳动教育	1	1						
		小 计	3	2	1					
E-3	综合 实训	视觉设计与营销实训	1	1						
E-4		国际贸易实务实训	2		2					
E-5		跨境电商 B2B 运营实训	1			1				
E-6		跨境电商 B2C 运营实训	1			1				
E-7		职业技能训练 1	4			4				
E-8		跨境电商网络营销实训	1				1			
E-9		跨境电商数据分析实训	1				1			
E-10		职业技能训练 2	4				4			
E-11		分岗平台课程实训 1	3						3	

E-12		分岗平台课程实训 2	3					3	
E-13		分岗平台课程实训 3	3					3	
		小 计	24	1	2	6	6	9	0
E-14		顶岗实习	16						19
总 计 (周)			43	3	3	6	6	9	19

表 10 第五学期分岗平台课程

岗位	平台理论课程	平台实训课程
数字化营销岗	数字营销	数字营销实训
	社会化媒体营销	社会化媒体营销实训
	全网营销	全网营销实训
数字化平台运营岗	数字化渠道运营	数字化渠道运营实训
	综合电商平台运营	综合电商平台运营实训
	跨境电商平台运营	跨境电商平台运营实训
智慧物流岗	第三方物流	第三方物流实训
	国际物流	国际物流实训
	物流案例分析与实践	物流案例分析与实践实训
客户服务与管理岗	数字化客户管理	数字化客户管理实训
	客户管理综合实务	客户管理综合实务实训
	客户服务部精细化管理	客户服务部精细化管理实训

十二、教学实施建议

1. 教学要求

公共基础课教学要符合教育部有关教育教学基本要求，并结合商务英语专业人才培养模式以及课程性质确定教学模式，注重和专业课程的衔接，有针对性的采取任务驱动、项目导向等教学模式，以项目为载体，学生为主体，引导学生

积极思考、乐于实践，调动学生学习积极性，为学生综合素质的提高、职业能力的形成和可持续发展奠定基础。

专业课坚持校企合作、工学结合的人才培养模式，利用“山东祖玮商贸有限公司”、“山东易途商贸有限公司”、“德威国际货运”等校内外实训基地，按照跨境电商运营、外贸业务、外贸单证、外贸跟单等岗位群的能力要求将商务英语专业各课程的教学与企业的实际经营、生产做到有机结合，强化理论实践一体化，突出“做中学、做中教”的职业教育教学特色。提倡项目教学、案例教学、任务教学、角色扮演、情境教学等方法，运用启发式、探究式、讨论式、参与式教学形式，将学生的自主学习、合作学习和教师引导教学有机结合，优化教学过程，提升学习效率。

2. 教学资源

主要包括能够满足学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施需要的教材、图书及数字化资源等。

（1）教材选用要求

按照国家规定选用优质教材，禁止不合格教材进入课堂。学校建立由专业教师、行业企业专家和教研人员等参与的教材选用机制，完善教材选用制度，按照规范程序，严格选用国家和地方规划教材。同时，学校可适当开发针对性强的校本教学资源。

（2）图书资料配备要求

本专业相关图书文献配备，应能满足人才培养、专业建设、教科研等工作需要，方便师生查询、借阅，且定期更新。主要包括：《2020 国际贸易术语解释通则》、《跟单信用证统一惯例（UCP600）》、《URC522》、《中国海关报关实用手册（2021）》《进出口商品编码查询手册（2020 年）》《跨境电商 3.0 时代——把握外贸转型时代风口行业》、《亚马逊跨境电商运营实战》、《Shopee 跨境电商运营实战》、《跨境电商阿里巴巴速卖通宝典》等政策法规资料，有关国际贸易、跨境电商等行业操作规范及操作流程、操作手册，实务案例类图书以及《国际贸易》、《经济管理》、《世界经济研究》等学术期刊。

（3）数字资源配备要求

结合专业需要，开发和配备一批优质音视频素材、教学课件、数字化教学

案例库以及 Poci b i+国际贸易、通关、国际货运代理、跨境电商等虚拟仿真软件、网络课程等专业教学资源库，阿里巴巴国际站、速卖通、eBay 等真实平台，能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。

3. 学习评价

根据本专业培养目标和以人为本的发展理念，建立科学的评价标准。建立了以学校为主，学生家长、山东祖玮商贸、青岛跨境电商孵化基地企业为辅的多元评价主体。注重校内评价与校外评价相结合，职业技能鉴定与学业考核相结合，教师评价、学生互评与自我评价相结合，过程性评价与结果性评价结合。

学习评价采用学习过程评价、作业完成情况评价、实际操作评价、期末综合考核评价等多种方式。根据不同课程性质和教学要求，可以通过笔试、实操、项目作业等方法，考核学生的专业知识、专业技能和工作规范等方面的学习水平。

学习评价不仅关注学生对知识的理解和技能的掌握，更要关注在实践中运用知识与解决实际问题的能力水平，重视规范操作、尊规守法、诚实守信等职业素养的形成。

4. 质量管理

完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与行业企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能。定期开展公开课、示范课等教研活动。

完善专业教学工作诊断与改进制度，健全专业教学质量监控和评价机制，及时开展专业调研、人才培养方案更新和教学资源建设工作，加强课堂教学、实习实训、毕业设计等方面质量标准建设，提升教学质量。

完善学业水平测试、综合素质评价和毕业生质量跟踪反馈机制及社会评价机制，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。

十三、毕业要求

1. 学业考核要求

学生通过规定年限的学习，须修满专业人才培养方案所规定的学时学分，还

必须取得第二课堂学分不低于 5 个学分(具体量化考核按《山东水利职业学院第二课堂学分实施办法(试行)》执行)和平台项目学分不低于 2 个学分(具体量化考核按《山东水利职业学院商务管理系平台项目学分实施办法(试行)》执行))方能毕业。第二课堂学分和平台项目学分为附加学分,不计入正常教学活动学分。

学生需在校期间完成公共基础课程、专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程以及集中性实践课程,由专任教师和企业导师共同评价,成绩合格;完成规定的顶岗实习任务;在校在企业期间无重大违纪违法记录;并符合学院学籍规定的其他要求,方可毕业。

毕业规定学分

序号	内容	要求	备注
1	公共基础课程模块	48 学分	
2	专业基础课程模块	20 学分	
3	专业核心课程模块	26 学分	
4	专业拓展课程模块	3 学分	
5	集中性实践课程模块	43 学分	
6	第二课堂	≥5 学分	不计入正常教学活动学分
7	平台项目	≥2 学分	不计入正常教学活动学分

合计	140 学分	
----	--------	--

2. 证书考取要求

依据《关于在院校实施“学历证书+若干职业技能等级证书”制度试点方案》要求，对接职业岗位需求和学生职业发展需要，学生可考取跨境电商 B2B 数据运营职业技能证书（中级）、跨境电商 B2C 数据运营职业技能等级证书（中级）。证书培训内容涉及跨境电商店铺建设与产品发布、店铺营销、数据分析、商机获取与管理、交易管理、履约服务、基础营销、付费营销、用户营销等跨境平台工作任务，可通过专门补充培训、课上知识点融入等方法同专业知识进行融合。“X”证书培训和专业教学可以统筹安排教学内容、实践场所、组织形式、教学时间、安排师资，从而实现 X 证书培训与专业教学过程的一体化。

十四、继续专业学习深造建议

本专业毕业生可通过专升本、开放教育、自学考试、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语言类、教育类、经济贸易类，如：英语、教育学、国际经济与贸易、国际商务、市场营销、电子商务。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。

附表：

专业人才培养方案开发团队名单

序号	姓名	工作单位	职务/职责	职称
1	秦承敏	商务管理系	商务管理系主任	教授
2	马斌	商务管理系	商务管理系副主任	副教授
3	张蒙蒙	商务管理系	电子商务教研室副主任	副教授
4	李婧	商务管理系	电子商务教研室副主任	副教授
5	李小敬	商务管理系	电子商务教研室主任	副教授
6	王恩军	商务管理系	商务英语专业骨干教师	副教授
7	高腾飞	青岛跨境电商孵化基地	总经理	
8	潘星珊	山东祖玮商贸有限公司	总经理	
9	王少萍	青岛卡瑞娜发制品有限公司	销售主管	