

深圳城市职业学院跨境电子商务专业三年制 高职 2026 级人才培养方案

商贸学院

2026 年 4 月

跨境电子商务专业三年制高职 2026 级 人才培养方案

一、专业概述

(一) 专业名称: 跨境电子商务 (Cross-border E-commerce)

(二) 专业代码: 530702

(三) 入学要求: 中等职业学校毕业、普通高级中学毕业或具备同等学力

(四) 学历层次: 高职专科

(五) 基本修业年限: 三年

二、职业面向

本专业职业面向如表 1 所示。

表 1 本专业职业面向

所属专业大类 (代码)	所属专业类 (代码)	对应行业 (代码)	主要职业类别 (代码)	主要岗位(群) 或技术领域	职业类证书
财经商贸大类 (53)	电子商务类 (5307)	批发业(51) 零售业 (52)	国际商务专业人员(2-06-07-01) 供应链管理师(4-02-06-05) 跨境电商运营 管理师(4-01-06-03)	跨境电商运营 专员 跨境电商采购 专员 海外营销推广 专员 跨境供应链物 流专员 跨境电商产品 开发专员 跨境电商视觉 设计专员 SNS新媒体运 营专员	广东省跨境 电子商务师 (高级)、 阿里巴巴国 际站操盘官、 亚马逊云科 技微认证

三、培养目标

本专业培养理想信念坚定,德、智、体、美、劳全面发展的

社会主义现代化建设事业的建设者和接班人。本专业围绕跨境电商行业产业重大需求，面向国际商务专业人员、电子商务师、互联网营销师等职业，跨境电商运营专员、海外推广专员、跨境电商数据分析专员、跨境电商客服专员、视觉营销设计专员、跨境物流专员等职业群，培养扎实掌握本专业知识和技术技能，能从事跨境电商店铺运营、海外营销推广、视觉营销设计、跨境电商数据分析、跨境电商客户服务及跨境供应链等工作，具备一定的人文素养、科学素养、创新意识、工匠精神和较强的就业创业能力、可持续发展能力与国际视野的复合式、创新型、高技能人才。

四、培养规格

本专业毕业生应在系统学习本专业知识并完成有关实习实训基础上，全面提升素质、知识、能力，强化核心素养养成。总体上须达到以下要求。

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

（二）社会责任：能够熟练掌握与本专业从事职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握绿色生产、环境保护、安全防护、质量管理等相关知识与技能，具有可持续发展意识，遵守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感和担当精神。（各专业结合行业具体情况修订编制，对于部分行业可以不体现“绿色生产”

等要求)。

(三) 科学文化: 掌握必备的科学文化基础知识, 具有良好的文字和口头表达能力。掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的商务文化、市场经济等基础知识, 具有良好的科学、人文、艺术素养等, 具备数据分析、选品与采购、营销设计、营销推广、解决问题及语言表达沟通能力等职业生涯规划能力。

(四) 专业知识: 掌握经济学原理、财务与会计基础、市场营销、国际贸易实务、工业工程与供应链管理、运筹学与商务数据分析、商务文书写作等专业基础理论知识, 运用跨境电商 B2C 运营、跨境电商 B2B 运营、视觉营销设计、国际市场推广、跨境电商客户服务、跨境电商选品与采购、数据分析、跨境电商物流管理等专业技能于实践项目工作中, 具体专业技能如下:

1. 跨境电商 B2C 运营: 能确定电商 B2C 运营的完成电商文案的整体构思, 能确定并优化电商文案的策略; 操作速卖通、亚马逊等主流平台, 平台中商品海报设计、详情页的文案写作及商品评价; 视频直播类平台的电商英文推广文案; 阐述和遵循主流电子商务平台文案写作规则。

2. 跨境电商 B2B 运营: 通过跨境电商 B2B 平台注册、首页店招、轮播广告等模块的装修; 制作跨境电商 B2B 平台详情页素材包; 能够编写和发布跨境电商 B2B 平台产品详情页及相关素材。

3. 跨境电商视觉营销设计: 掌握店铺视觉设计的基础操作; 能识别跨境电商店铺店标和店招的特征总结设计思路, 识别店铺

自定义广告区的特征；依据不同店铺产品线或者店铺形式形成跨境电商店标设计的不同风格；设计直通车图片、钻展图片；能够设计与制作 Amazon、速卖通等平台图片，并能在跨境电商平台中海报图和产品详情页的设计与制作；短视频拍摄与剪辑。

4. 国际市场推广：国际市场营销调研及消费者分析。国际市场细分，选择及定位。主流亚马逊、速卖通、Lazada、Shopee 平台国际市场分析、竞品分析及销售推广渠道及策略。企业独立站 DTC 模式国际市场推广策略。搜索引擎营销推广，广告制作及广告效果分析。SNS 海外社交媒体营销推广，如 LinkedIn、Google Ads 等客户开发。国际市场推广计划、组织与控制管理。

5. 跨境电商物流管理：课程围绕跨境电商物流全流程业务展开，讲授跨境物流模式、邮政与国际快递操作、保税及直邮进口运营、海外仓管理、物流信息系统运维等内容，融入 AI 辅助物流方案设计、库存优化及单证合规校验等应用，培养学生跨境电商物流实操、合规管控与数字化运营的综合职业能力。

（五）问题分析：掌握跨境电商 B2C 运营、跨境电商 B2B 运营、视觉营销设计、跨境电商客户服务、国际市场推广、跨境电商物流管理等技术技能，具有海外短视频运营、跨境电商选品与采购、海外社交媒体营销推广、跨境商务数据分析与应用、跨境电商选品与采购等的分析能力及跨境电商客户服务及管理能力；通过跨境电商 SNS 社会化媒体平台，营销推广；开发客户并策划与撰写直接营销推广邮件 EDM 营销，并生成通用模板；跨境电商

营销推广，提升跨境电商平台流量和 GMV（商品交易总额）和 ROI（投入产出比）。

（六）解决方案：掌握跨境电商 B2C 运营技术技能，具有解决跨境电商主流平台操作运营能力，掌握跨境电商 B2B 运营，解决主流阿里国际站平台注册、开店、店铺装修设计及商品操作上架、订单处理、站内营销推广及站外引流的能力，合理安排 B2B 订单的生产备货、验货和出货业务；能根据跨境电商 B2B 企业具体需求策划和开展跨境电商 B2B 平台的站外推广活动；能根据跨境电商 B2B 企业具体需求策划和开展跨境展会业务；能够设置和发起一达通和信保订单，制定 B2B 交易和履约单证；掌握视觉营销设计的 PS 工具使用能力，亚马逊、速卖通等主流跨境电商平台主图、副图、详情页、视频主图片美化和处理的能力；掌握跨境电商物流中国际货运代理供应商选择，物流公司、快递公司选择及运价计算的能力，能设计物流解决方案。掌握数据分析清洗及优化并可视化分析的能力。具备客户服务与开发能力，能够解决客户问题，并针对客户投诉、纠纷等按平台合规流程处理解决。

（七）调查研究：具有综合运用跨境电商 B2C、B2B、视觉营销设计、国际市场营销推广、跨境电商物流管理、跨境电商客户服务、国际贸易等知识对跨境电商运营岗、跨境电商营销推广岗、跨境电商客户服务岗、跨境电商营销推广岗、跨境电商数据分析岗、跨境岗、选品采购岗等问题进行调查研究，设计调查方法、统计分析数据和信息综合，得到合理有效的结论。

（八）团队合作：具有良好的沟通能力、团队合作意识和项目管理知识，能撰写工作总结、展示工作流程和成果。

（九）数字工具：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，掌握跨境电商领域数字化基本技能。

（十）终身学习：具有自主学习和终身学习的意识，具备探究学习与职业发展能力。

（十一）身心健康：具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和 1-2 项运动技能，达到国家大学生体质测试合格标准，养成良好的运动习惯和生活卫生习惯；具备一定的心理调适能力。

（十二）审美能力：掌握必备的美育知识，具有一定的文化修养、审美能力，形成至少 1 项艺术特长或爱好。

（十三）职业素养：具有正确的劳动观念和爱岗敬业的职业精神，必备的职业素养，具备开拓进取的创新意识和精益求精的职业品格。

五、课程设置

本专业课程包括通识教育课程、专业教育课程两大类，并涵盖有关实践教学环节，共 137 学分。课程体系架构如图 1 所示。

通识教育课程		专业教育课程		
通识基础课程	思想道德与法治	专业基础课程	跨境电子商务专业认知	
	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论		经济学原理	
	习近平新时代中国特色社会主义思想概论		工业工程与供应链管理	
	大学英语		商务数据分析	
	信息技术		商业与市场	
	体育		创业财会	
	体质健康		商务文书写作	
	大学生心理健康教育		国际贸易实务	
	军事理论	专业核心课程	跨境电商视觉营销设计	
	军事技能		跨境电商 B2C 运营	
	劳动教育		跨境电商 B2B 运营	
	美育		跨境电商选品与采购	
	国家安全		国际市场推广	
	形势与政策		跨境电商综合运营实战	
	职业生涯规划		跨境电商物流管理	
大学生就业指导	岗位实习（毕业设计）（跨境电子商务）			
工程数学				
通识拓展课程	修满 8 学分的公共选修课程	专业拓展课程	独立站搭建与运营	全域电商课程包
			海外社交媒体运营	
AIGC 电商综合实训				
自媒体矩阵营销				

图 1 跨境电子商务专业教育课程体系架构

（一）通识教育课程

通识教育课程总学分为 49 学分，包括通识基础课程学分为 41 学分，通识拓展课程学分 8 学分。

1. 通识基础课程

通识基础课程主要开设党和国家有关文件规定的公共基础课程和具有学校特色的校本课程，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、军事理论、军事技能、大学英语、体育、信息技术、美育、大学生心理健康教育、劳动教育、职业生涯规划、大学生就业指导、工程数学等，原则上须修满 41 学分。

2. 通识拓展课程

通识拓展课程主要面向全校学生，拓宽知识视野、培育人文素养、训练思维能力、培养审美鉴赏、树立劳动观念、强化创新创业、提升数字素养、了解中华文化、发展个人特长和开发学生潜能等。在学校选修课程备选库中，由学生根据兴趣、需要和爱好自主选修，原则上须修满 8 学分。

（二）专业教育课程

专业教育课程包括专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程，共 87.5 学分。

1. 专业基础课程

本专业设置 8 门专业基础课程，共 27.5 学分，全部为必修课程，具体见表 2。

表 2 专业基础课程设置

序号	课程代码	课程名称	学分	学时	是否为群平台课程
1		跨境电子商务专业认知	1.5	28	否

2		经济学原理	2	36	是
3		工业工程与供应链管理	4	72	是
4		商务数据分析	4	72	是
5		商业与市场	4	72	是
6		创业财会	4	72	是
7		商务文书写作	4	72	是
8		国际贸易实务	4	72	是

2. 专业核心课程

本专业设置 8 门专业核心课程，共 44 学分，全部为必修课程，具体见表 3。

表 3 专业核心课程设置

序号	课程代码	课程名称	学分	学时	开课方式 (是否为整周实训)
1		跨境电商视觉营销设计	4	72	否
2		跨境电商 B2C 运营	4	72	否
3		跨境电商 B2B 运营	4	72	否
4		跨境电商选品与采购	4	72	否
5		国际市场推广	4	72	否
6		跨境电商综合运营实战	4	72	否
7		跨境电商物流管理	4	72	否
8		岗位实习（毕业设计） （跨境电子商务）	16	384	是累计时间 6 个月， 16 学分（其中毕业实 习 12 学分、毕业设 计 4 学分）

专业核心课程的主要教学内容见表 4。

表 4 专业核心课程主要教学内容

序号	专业核心课程	典型工作任务描述	主要教学内容
1	跨境电商 B2C 运营	1. 熟练掌握跨境电商 B2C 主流平台（如亚马逊、速卖通）界面操作，理解数据化运营的原理与价值。 2. 负责主流平台店铺从 0 到 1 搭建，包括店铺开设、装修，完成商品刊登上架，处理订单及物流发货流程，依据平台特性设定物流模板。 3. 运用视觉设计专业知识，对产品主图、详情页进行优化编辑，突出产品卖点与品牌特色，借助 AI 批量撰写多语言商品详情页文案，适配不同目标市场语言习惯，提升转化效率。。 4. 运用平台提供的站内营销工具（如直通车、秒杀券、折扣券等），策划并执行站内营销活动，提升店铺流量与产品销量。	本课程主要围绕亚马逊、速卖通等主流 B2C 平台，教授店铺开设全流程、商品刊登规范、店铺装修技巧、订单处理流程、物流发货实操及物流模板设置。重点讲解产品视觉优化方法，包括主图设计、详情页文案撰写与布局。深入剖析平台站内营销工具使用策略，培养学生英文阅读能力、团队协作能力与软件工具运用能力，使其具备跨境电商 B2C 运营专业技能，适应行业智能化发展需求。
2	跨境电商 B2B 运营	1. 注册开设 Alibaba 国际站店铺开设并进行装修设计，熟悉平台运营操作。 2. 完成产品刊登发布、图片处理，详情页优化等运营操作。 3. 完成产品刊登发布、图片处理，详情页优化等运营操作。 4. 使用 Alibaba 国际站 AI 商机推荐工具，根据产品类目自动匹配高意向采购商，提升询盘精准度； 5. 产品订单处理，合理操作多语言在线批发，可通过连接 ERP 进行产品管理及批量上架发布。 6. 计算运用采购直达 RFQ 请求报价对产品进行询盘，报价。 7. 运用 P4P 知识及外贸直通车、外贸邮等三方工具进行数据分析与品牌定位，商机获取和产品推广。	本课程的学习任务源自真实跨境电商 B2B 平台——阿里巴巴国际站，认识跨境 B2B 行业，搭建跨境 B2B 平台，发布和管理 B2B 详情页产品，开展 B2B 站内推广活动，开展 B2B 站外推广活动，管理 B2B 交易和履约业务，分析 B2B 店铺数据。同时，注重培养学生深入洞悉思考、遵守平台规则、AI 技术运用、团结协作及精益求精的能力和素养。
3	跨境电商视觉营销设计	1. 跨境电商视觉与体验设计认知 2. 产品图片拍摄，图片处理。 3. 产品短视频拍摄，短视频编辑。	本课程主要学习跨境电商视觉营销设计知识和技能，引入企业实战案例，掌握

		4. 主流跨境电商平台各系列图片视觉营销策划及 PC 端旺铺首页设计。 5. 主流跨境电商平台 PC 端旺铺二级页及详情页设计。 6. 手机 APP 端跨境电商平台视觉与体验、旺铺视觉诊断与优化。 7. 使用 AI 工具如即梦等生成跨境电商产品场景图(如服装穿搭场景、3C 产品使用场景), 补充供应商素材不足问题;	Photoshop、AI 图像生成工具的使用, 熟练运用图片处理、店铺详情页、短视频拍摄、编辑等知识和能力。同时, 注重培养学员的市场敏锐度、服务意识、团队协作能力及创新思维, 提升学生在物流行业中的竞争力。
4	国际市场推广	1. 用 Google Trends AI 分析工具开展国际市场营销调研, 收集目标市场的行业动态、竞争对手信息、消费者需求和偏好等数据, 为市场推广策略制定提供依据。 2. 进行国际市场细分, 确定目标市场和目标客户群体, 制定相应的市场定位策略, 使企业产品能够精准满足目标客户的需求。 3. 利用搜索引擎优化(SEO)技术, 优化企业网站内容和结构, 提高网站在搜索引擎结果页面的自然排名, 增加网站流量和曝光度。 4. 策划和执行搜索引擎营销(SEM)活动, 通过购买关键词广告、投放搜索引擎广告等方式, 精准定位目标客户, 提高广告投放效果和投资回报率。 5. 组织和参与国际展会推广, 展示企业产品和服务, 与潜在客户进行面对面交流, 建立业务联系, 拓展国际市场渠道。 6. 开展邮件推广活动, 收集潜在客户邮箱地址, 定期发送产品信息、促销活动等内容, 培养客户忠诚度, 促进客户购买转化。	本课程主要学习国际市场推广基础知识与技能, 包括国际市场形势分析、竞品分析方法。重点掌握国际市场细分与定位技巧, 学会构建精准客户画像。深入了解企业独立站搭建与优化要点, 掌握搜索引擎营销推广策略、广告制作原理及效果分析方法。熟练运用海外社交媒体进行营销引流, 掌握邮件营销技巧与展会推广策划执行要点, 培养学生责任意识、风险管理能力与沟通协调技巧, 使其具备国际市场推广职业素养与实际服务能力。
5	跨境电商物流管理	1. 跨境电商物流模式分析: 调研跨境电商物流行业发展, 借助 AI 工具对比邮政、国际快递、海外仓等物流模式差异, 设计基础物流解决方案。 2. 邮政物流业务操作: 完成邮政小包、e 邮宝等邮政物流产品匹配、运费核算、运单制作与客户服务, 处理物流咨询与异常订单。	本课程围绕跨境电商物流全流程业务展开, 讲授跨境物流模式、邮政与国际快递操作、保税及直邮进口运营、海外仓管理、物流信息系统运维等内容, 融入 AI 辅助物流方案设计、库存优化及单证合规校验等应用, 培养学生跨境电商物流实操、

		3. 国际快递业务运营：开展国际快递方案定制、禁限寄核验、报关文件制作、全流程订单操作，防控运输与清关风险。 4. 跨境进口物流实操：完成保税进口、直邮进口业务操作，适配 1210、1239 等监管模式，完成税费核算与清关申报。 5. 海外仓运营管理：执行海外仓库存管理、订单履约、逆向物流与客户服务作业，借助 AI 辅助优化库存与配送效率。 6. 跨境物流信息管理：操作跨境物流信息系统，完成订单、库存、物流轨迹的数据维护与异常排查，保障物流全链路可追溯。	合规管控与数字化运营的综合职业能力。
6	跨境电商选品与采购	五大核心实训： 1. 使用 Jungle Scout AI 选品工具分析亚马逊平台历史销售数据应用实训； 2. 产品数据采集与竞品分析实训； 3. 供应商开发与采购谈判实训； 4. 产品定价与销售策略实训； 5. 供应链与库存管控实训。 课程系统讲授选品方法、采购流程、成本利润、库存优化等内容，理实结合、精讲多练，培养学生精准选品、高效采购、供应链管理的综合职业能力。	本课程是跨境电子商务专业面向三年制高职学生开设的专业核心课程，立足跨境电商岗位能力需求，系统讲授选品方法、数据工具、供应商开发、采购谈判、定价策略、库存控制与供应链管理等内容。
7	跨境电商综合运营实战	1. 运用 Amazon 亚马逊实战平台完成产品刊登发布，Listing 优化，进行独立站店铺设计美化，应用数据分析工具选品并处理产品订单及库存管理，站内信及售后纠纷处理，退换货及站内广告营销，站外引流推广全流程综合运营操作。 2. 运用 Aliexpress 速卖通平台完成产品刊登发布，Listing 优化，进行独立站店铺设计美化，应用数据分析工具选品并处理产品订单及库存管理，直通车营销推广，站内客户咨询处理，退换货及站外引流推广全流程综合运营操作。 3. 运用 Lazada/Shopee 平台完成产品刊登发布，Listing 优化，店铺	本课程主要学习跨境 B2C 模式亚马逊、速卖通、Lazada、Shopee 等主流平台的运营操作，综合学习各平台的产品发布，订单操作，站内客服处理、站内营销推广，店铺装修及站外引流推广的全流程操作方法。通过跨境电商综合实训的学习和实践，培养学生的数据分析能力和工具操作能力、团队合作能力、语言表达及沟通协调技巧，学习制定生产计划和采购计划、管理和控制原材料库存的方法，以达到具备跨境电商运营、营

		设计美化,应用数据分析工具选品并处理产品订单及库存管理,站内营销推广及客户咨询处理,退换货及站外引流推广综合运营操作。 4.对EPR数据进行采集及整理,分析销售业务,使用供应链运营系统和Office软件对销量数据进行分析、预测并跟踪销量预测偏差,并可制定生产计划,库存策略方案,即排产表,采购计划。	销推广、选品采购等多岗位职业要求。
8	跨境电商专业顶岗实习(毕业实习(毕业设计))	运营操作岗位群实习。学生进入实习企业的跨境电商主流平台运营操作岗位进行实习。 营销推广岗位群实习。学生进入实习跨境电商B2B营销推广,客户挖掘,站内营销推广,产品广告引流及海外社媒营销推广等岗位进行实习。 选品与采购岗位群实习。学生进入实习企业的跨境电商选品、采购及数据分析岗位进行实习。 4.跨境物流岗位群实习。安排学生进入实习企业的采购作业、物流信息管理、单证制作与管理、物流助理等岗位进行实习。	本课程培养学生在跨境电商运营操作、营销推广、选品与采购、数据分析、客户服务、跨境物流等岗位工作的必备技能,以及跨境电商职业综合素质。同时,通过跨境电商综合实训的学习和实践,培养学生的运营操作、营销推广、数据分析、选品采购、能力、团队合作能力、语言表达及沟通协调技巧,以达到具备跨境电商运营岗(营销推广岗)的职业素养及要求。

3. 专业拓展课程

本专业计划开设4门专业拓展课,全部为选修课程,课程包为跨境电商全域营销课程包。专业拓展课至少修满16学分。具体见表5。

表5 专业拓展课程设置

序号	课程代码	课程名称	学分	学时	方向或课程包
1		独立站搭建与运营	4	72	全域电商课程包
2		海外社交媒体运营	4	72	
3		AIGC 电商综合实训	4	72	
4		自媒体矩阵营销	4	72	

（三）实践教学环节

本专业的实践教学环节主要包括实验、实训、实习、毕业设计、社会实践等。实验实训在校内实验实训室、校外实训基地等开展完成；社会实践、认识实习、岗位实习在校企共建的生产性实训基地以及相关企业完成。主要实训实习内容包括：《跨境电商综合实训》《跨境电商专业岗位实习（毕业设计）》。《跨境电商综合实训》主要内容包括：亚马逊平台运营、速卖通平台运营、Lazada 平台运营、Shopee 平台运营及 ERP 采购计划制定等。《跨境电商专业岗位实习（毕业设计）》内容可根据学生进入企业实习的岗位群分别选择跨境电商运营、跨境电商营销推广、跨境电商客户服务、跨境电商视觉营销设计、跨境电商物流管理、跨境电商选品与采购、跨境电商数据分析与应用、海外社交媒体运营、海外短视频运营实战等岗位群实习内容选择并进行学习。《跨境电商专业岗位实习（毕业设计）》课程实施和管理严格执行《职业学校学生实习管理规定》和《高等职业学校专业顶岗实习标准》。

（四）课程体系对培养规格的支撑度

专业课程体系对培养规格的支撑关系如表 6 所示。

表 6 课程体系对培养规格的支撑关系

课程	培养规格												
	思想道德	社会责任	科学文化	专业知识	问题分析	解决方案	调查研究	团队合作	数字工具	终身学习	身心健康	审美能力	职业素养

思想道德与法治	H	H											H
毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	H				M		M						
习近平新时代中国特色社会主义思想概论	H	M			M		M						
大学英语				M			M			H			M
信息技术						H			H				
体育								M			H		
大学生心理健康教育	M										H		
军事理论								M			M		
军事技能								M			M		
劳动教育		H						M			M		M
形势与政策	M				M					M			
国家安全		H					M						M
职业生涯规划					M		M						H
大学生就业指导					M		M						
工程数学					H								
跨境电子商务专业认知		M		H			M						
商务文书写作			L		M				M				H
经济学原理				H	M					L			
工业工程与供应链管理		L		H	M			M					
商务数据分析					M				H	M			
商业与市场	M			M			H						M
创业财会	H			M					M				M
国际贸易实务	M			H	M				L				

跨境电商视觉营销设计				H					H			H	H
跨境电商 B2C 运营				H	H	H							H
跨境电商 B2B 运营				H	H			M					H
跨境电商选品与采购				H	H				H				
国际市场推广		H	H		H			H		H			H
跨境电商物流管理				M	H			H	H	H			
跨境电商综合运营实战综合实训					H	H		H		H			
跨境电商岗位实习(毕业设计)	H	H			H	H		H		M	M		H
(上述各规格关联数)	10	8	3	12	19	5	8	10	8	9	6	1	14

注：表中“H”表示支撑度高，“M”表示适中、“L”表示弱。

(五) 支撑职业技能证书的课程

专业毕业生应取得的职业技能证书的课程关联表如表 7 所示。

表 7 支撑专业毕业生应取得的职业技能证书的课程表

序号	专业课程	相关教学内容	职业技能证书 (可多个课程 对应一个证书)	证书知 识点覆 盖率
1	跨境电商 B2C 运营	本课程主要学习亚马逊和速卖通主流平台的店铺开设、商品刊登、店铺装修、订单处理、物流发货、物流运单设定、商品定价等运营操作及营销推广包括直通车商品重推、广告推广、关键词推广及海外社交媒体推广引流等知识和技能。课程还注重培养学生的英文阅读、团队合作和软件工具运用, 创新思维等职业素养, 使其具备跨境电商运营岗专业技能, 适应跨境电商行业智能化发展需求。	广东省电子商务师(高级) 广东省跨境电子商务师(高级) 阿里巴巴国际站操盘官 亚马逊云科技微认证	100%
2	跨境电商物流管理	本课程围绕跨境电商物流全流程业务展开, 讲授跨境物流模式、邮政与国际快递操作、保税及直邮进口运营、海外仓管理、物流信息系统运维等内容, 融入 AI 辅助物流方案设计、库存优化及单证合规校验等应用, 培养学生跨境电商物流实操、合规管控与数字化运营的综合		

序号	专业课程	相关教学内容	职业技能证书 (可多个课程 对应一个证书)	证书知 识点覆 盖率
		职业能力。		
3	国际市场推广	本课程主要学习国际市场推广基础知识与技能,包括国际市场形势分析、竞品分析方法。重点掌握国际市场细分与定位技巧,学会构建精准客户画像。深入了解企业独立站搭建与优化要点,掌握搜索引擎营销推广策略、广告制作原理及效果分析方法。熟练运用海外社交媒体进行营销引流,掌握邮件营销技巧与展会推广策划执行要点,培养学生责任意识、风险管理能力与沟通协调技巧,使其具备国际市场推广职业素养与实际服务能力。		
4	跨境电商选品与采购	本课程立足跨境电商岗位能力需求,系统讲授选品方法、数据工具、供应商开发、采购谈判、定价策略、库存控制与供应链管理等核心内容。设置五大核心实训: 跨境电商选品工具应用实训;2. 产品数据采集与竞品分析实训;3. 供应商开发与采购谈判实训;4. 产品定价与销售策略实训;5. 供应链与库存管控实训。 课程系统讲授选品方法、采购流程、成本利润、库存优化等内容,理实结合、精讲多练,培养学生精准选品、高效采购、供应链管理的综合职业能力。		
5	跨境电商 B2B 运营	本课程紧密对接跨境电商 B2B 产业发展需求,依托典型跨境电商 B2B 平台--阿里巴巴国际站开展教学活动,通过系统化、实战化的教学内容和教学手段,旨在培养具有全面驾驭跨境电商 B2B 运营业务全流程的跨境电商 B2B 运营与业务专员并能具有全面驾驭跨境电商 B2B 运营业务全流程的复合型人才。		

注:相关课程对专业职业技能证书的支撑度不能低于 90%。

六、学时学分安排

总学时为 2606 学时,总学分为 137 学分,每 16~18 学时为 1 学分(集中实践课程每周计 1 学分)。其中,通识基础课程学时占总学时的 31%(不少于 25%);实践性教学学时 1668 学时占总学时的 64%(不低于 60%),其中岗位实习累计时间为 6

个月；通识拓展课程和专业拓展课程学时占总学时的 16%（不少于 10%）。具体学时学分分配见表 8。

课程类别		课程性质	学分小计		学时小计		备注
			学分数	占%	学时数	占%	
通识教育课程	通识基础课	必修课	41.00	30%	798	31%	
	通识拓展课程	选修课	8.00	6%	136	5%	
专业教育课程	专业基础课	必修课	27.50	20%	496	19%	
	专业核心课	必修课	44.00	32%	888	34%	
	专业拓展课	选修课	16.00	12%	288	11%	
合 计			137	100%	2606	100%	
其中	课内理论教学				938	36%	
	实践教学环节				1668	64%	
	合 计				2606	100%	

表 8 学时学分分配表

七、毕业要求

学生在规定的学习年限内获得人才培养方案规定的学分、职业技能证书且体质健康测试成绩达标，方可毕业，并获得毕业证书。

表 9 毕业要求

课程类型		应修学分	占总学分比例
通识教育课程	通识基础课程	41.00	30%
	通识拓展课程	8.00	6%

专业 教育课程	专业基础课程	27.50	20%
	专业核心课程	44.00	32%
	专业拓展课程	16.00	12%
合计		137	100%

八、教学基本条件

（一）教学团队

1. 团队结构

本专业教学团队现有 15 名专任教师。学生数与专任教师数比例 17:1，专业课专任教师中“双师型”教师比例 80%。专任教师中，具有硕士学位以上教师占比达到 93%，其中博士学位教师占比达到 40%；具有高级职称的教师占比达到 40%，其中具有正高级职称的教师占比达到 13%；具有海外留学或研修经历的教师占比达到 53%；教师年龄结构优化，青年教师（40 周岁以下）占比为 40%。

2. 专业带头人

王晓望教授，正高级，历任商贸学院专职教师、教研室主任、综合办公室主任、副院长，研究方向：市场营销、电子商务、跨境电子商务，曾在国内外重要学术刊物上发表论文共 6 篇，“医院服务质量改进研究——基于“顾客感知”的体验调查”，获全国中文核心期刊，中国社会科学引文索引（CSSCI），中国核心学术期刊（RCCSE），开放导报，2016（8）；出版专著（译著等）6 部，《客户服务技能训练教程——基于体验经济》（第三版），

高职教育“十四五”国家规划教材，教育部，2023；获教学科研成果奖共4项，“系统反向设计、分类项目化再造、学生中心六步教学法——打造职业教育高质量课程”，获广东省教育厅高等职业教育教学成果奖一等奖；获国家级4项，省部级3项，《基于医院行为分析的中国医疗管制困境与对策研究》，国家社会科学基金项目，2018；目前承担教学科研项目共3项；《粤港澳大湾区背景下技工院校跨境电商复合型人才培养模式研究》，获深圳市教育科学“十二五”规划课题；曾获全国连锁经营行业职业技能竞赛连锁经营管理师赛项（国家级二类），一等奖，人力资源和社会保障部等多项殊荣。

刘雪老师，讲师，高级跨境电子商务师，高级电子商务商务师，曾任京东集团产教融合项目总监，曾获全国第三届职业教师能力大赛广东省赛二等奖（第二名），广东省科技创新奖二等奖，深圳市职工技能大赛二等奖，深圳市技术能手，广东省级精品课第二主讲教师，国家资源库《视觉营销设计》项目第二主持人；国家发明专利5项（第一发明人），省级一流课题1项，市级课题1项，校级课题2项，发表论文2篇，出版书籍“国家‘十四五’规划新课标”“国家‘十二五’规划教材”共4本，指导学生参加全国直播技能竞赛二等奖指导教师，广东省跨境电子商务师竞赛二等奖指导教师。

3. 专任教师

本专业现有15名专任教师中，3名深圳市优秀教师；专任

教师每 5 年累计下企业实践经历不少于 6 个月；本专业教师获得教学和科研方面的国家级 6 项、省级 5 项。

4. 兼职教师

本专业现聘有兼职教师 3 名，均是产业、行业、经济、社会一线的专家或技术人员，经专业或学校选聘，能开展专业实习/实训课程教学以及专业人才培养合作等。此外，本专业组建了 15 人校外专家库，成立了由 6 位企业专家组成的产学研用指导委员会。

（二）实践教学条件

1. 校内实训室

本专业建立具有真实（或仿真）职业氛围、设备先进、软硬件配套、智慧化程度高的校内实训基地，完善实践教学相关管理制度，能够完全满足教学计划的安排，实践教学经费有保障，行业、企业参与实践教学条件建设。根据本专业实践教学的需要，校内实训基地以本专业职业岗位要求为基础，参照本专业主要课程模块目前本专业分别设置阿里巴巴数字贸易人才培养基地、跨境电商孵化运营中心、跨境电商创新中心等校内实训室，见表 10。

表10 跨境电子商务专业校内实训室

序号	实训室名称	实训室功能	支撑实训教学专业课程	备注
1	跨境电商亚马逊出海智慧实践中心	依托亚马逊、Newegg 等全球知名企业的产教融合基地，集跨境电商平台运营、独立站运营，数字贸易人才培养，创业孵化，直播电商运营为一体的创新复合型人才培养中心。	独立站搭建与运营 跨境电商数据分析与应用 海外社交媒体运营 海外短视频运营 跨境电商选品与采购 跨境电商综合运营实战	天工楼 405

2	跨境电子商务运营孵化中心	基于“岗课赛证训”一体化培养模式，对接教育部 1+X 跨境电商 B2C 数据分析认证、电子商务师、跨境电子商务师等国家新职业工种的教学实训、跨境电商平台运营省级竞赛培训和技能鉴定考证。	跨境电商认知 跨境电商视觉营销设计 跨境电商 B2C 运营 国际市场推广 跨境电商客户服务	天工楼 402
3	物流软件训练中心	产教融合项目孵化中心实训室是集物流实践教学、项目研发、技术孵化和人才培养于一体，依托先进设备和资源，致力于推动学校与企业之间的深度合作，实现教育与产业的紧密结合。	跨境电商物流管理	天工楼 403
4	商务数据综合分析中心	与“科大讯飞”校企共建的 AI+ 智慧化数据分析中心，培养学生对商务数据的采集、清洗、模型分析、可视化全流程的数据分析与应用技能	商务数据分析与应用基础 财务与会计基础	教学楼 823
5	供应链产教融合中心	供应链产教融合中心，通过模拟供应链运营全流程，培养学生市场分析、供应商选择、采购策略制定、生产计划制订、物流服务等职业实战技能。	供应链管理	天工楼 406

2. 校外实践教学基地

本专业与阿里巴巴中国网络公司、亚马逊云科技中国、新蛋 Newegg、京东物流、美中贸易协会、美国风雷集团、深圳市领航出海科技有限公司等企业合作建立稳定的校外实训基地，美国海外实训基地，能提供跨境电商 B2C 运营、B2B 运营、跨境物流及海外仓操作、跨境电商客服、跨境电商营销推广等相关实训活动，实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师确定，实训管理及实施规章制度齐全。目前，本专业有校外实训基地 6 个。

3. 实习基地

本专业与京东物流、深圳市通拓科技企业、亚马逊云科技中国、深圳市跨境电商协会、美国电商贸易协会、风雷集团等

企业合作稳定的校外实习基地，提供跨境电商运营、跨境电商营销推广等相关实习岗位，涵盖当前跨境电商发展的基本要求，可接纳一定规模的学生实习；配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。目前，本专业有稳定的校外实习基地 6 个，充分保证了专业岗位实习基地资源需求。

（三）教学资源

1. 教材选用

专业在《教育部关于印发〈中小学教材管理办法〉〈职业院校教材管理办法〉和〈普通高等学校教材管理办法〉的通知》（教材〔2019〕3 号）的指导下，优先选用职业教育国家和省级近期（如十四五）规划教材。积极承担国家和省级规划教材编写任务。根据本专业人才培养和教学实际需要，依据专业教学标准、课程标准、岗位实习标准等国家教学标准要求，补充编写反映自身专业特色的教材，与行业企业合作开发实训教材，开发活页式、工作手册式新形态教材，使专业课程教材要充分反映产业发展最新进展，对接科技发展趋势和市场需求，及时吸收比较成熟的新技术、新工艺、新规范等。开发数字教材。境外教材选用，严格按照国家有关政策执行。

2. 图书文献

学校图书馆、二级学院、专业配备了充足的图书文献和教辅资料，能满足专业人才培养需要。专业类图书文献主要包括：专业相关行业的政策法规、职业标准，相关手册及工具书籍等，专

业相关的技术、方法、操作规范以及实务案例类图书等，5 种以上与专业相关的中外文期刊。专业方面的数据库、文库等电子图书资料等。

3. 数字教学资源

本专业建设“能学、辅教”的跨境电子商务专业教学资源库。跨境电商数字资源的定制开发，并完成验收、部署、安装、使用，包括：跨境电子商务基础与实务微课视频 80 个及相应配套教材、课件 PPT；海外社交媒体运营微课视频 64 个及相应配套教材、课件 PPT；模拟账号采购、安装、调试、验收及应用，建设涵盖专业教学标准规定内容、覆盖专业基本知识点和技能点，颗粒化程度较高、表现形式恰当，能够支撑标准化课程的基本资源；积极引入企业标准，建设针对产业发展需要和用户个性化需求的特色性、前瞻性资源；建设各级各类专业培训资源，服务于全体社会学习者的技术技能培训；开发符合相关标准的职业技能等级证书培训资源和课程，支持学习者通过资源库学习，获取多类职业技能等级证书，提升业务水平和可持续发展能力。开发文本类、演示文稿类、图形（图像）类、音频类、视频类、动画类和虚拟仿真类等多样化优质资源，资源总量达到 1.1 万条。目前，本专业建设专业教学资源库 2 个，其中国家级 2 个；在线开放课程 15 门，其中国家级 2 个、省级 2 个、校级 12 个。

4. 信息化教学

专业大力推进人工智能背景下 AI 教学方法与手段的转型。以学习者为中心，构建自主、泛在、个性化学习的教学模式，基

于翻转课堂教学,基于移动互联,普及线上线下混合式教学模式、基于移动的无缝学习模式、基于 5G+VR/AR/MR 的实践学习模式;致力于构建以教学环境为保障、教学资源为基础、教学平台为支撑、教学模式为核心、标准规范为准则、信息素养为手段的教育信息化新业态。利用丰富的数字化教学资源库和集智慧教学、智能管理功能的新型多媒体教室,有效应用现代信息技术进行模拟教学,实现工作过程系统化的项目教学,营造网上融“教、学、做”为一体的情境,依托一批高质量在线开放课程实施理实一体化教学、案例教学、项目教学等。与跨境电商企业合作,打造企业岗位典型工作任务操作现场教学直播项目,植入专业课程课堂实践教学。

九、质量保证

(一) 过程监控

学校成立校院二级互动的质量保证中心,各二级学院成立质量保证小组,确保专业人才培养质量。建立以专业人才培养为核心的入口、出口闭环的质量保证体系,以课堂教学质量信息采集、教学评价、毕业生及用人单位的信息反馈等方式,实时更新专业人才培养方案、教学资源等。以规范的日常教学运行与管理,采取巡课、听课、评教、评学等制度,动态监测各教学环节,持续提升教学质量和人才培养质量。

(二) 诊断与改进机制

加强专业对产业、行业、经济、社会发展持续调研,确保人才培养与产业需求对接、课程内容与职业标准对接、教学过程与

生产过程对接。专业定期开展教育教学研究和教师培训，持续提升专业教师创新教学方法与手段的能力。利用大数据和 AI 技术，加强学生学习成效的分析，为教与学提供精准的个性化服务，持续提升教与学的成效。

（三）建立集中备课制度

专业教研室建立集中备课制度，定期开展教研活动，参加影响力大的研讨会议，持续完善专业课程教学标准，提高专业教学的有效性。

（四）毕业生跟踪调研

建立毕业生跟踪反馈机制，了解用人单位对毕业生的思想品德、专业知识、业务能力和工作业绩等方面的总体评价和要求，听取毕业生对教学环境、专业课程设置和教育教学内容、教学方式、考核方法、实践技能培养等方面的意见和建议，建立反馈渠道和评价制度，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况，为教学改革提供依据。

（五）第三方评价

建立第三方评价机制。通过第三方评价、用人单位评价、毕业生评价等方式，全面掌握专业人才培养过程中存在的问题，采取针对性措施，持续提高专业人才培养质量。

十、教学进度安排

教学进度安排详见附件 1。

十一、研制团队

人才培养方案的研制团队见表 11。

表 11 研制团队

姓名	工作单位	职称/职务
刘小军	深圳城市职业学院商贸学院	副教授/学院院长
聂莉琼	深圳城市职业学院商贸学院	副教授/学院副院长
王晓望	深圳城市职业学院商贸学院	教授/教师
刘雪	深圳城市职业学院商贸学院	讲师/教研室主任
程璐	深圳城市职业学院商贸学院	讲师/教师
龙登科	深圳城市职业学院商贸学院	讲师/教师
江朱妹	深圳城市职业学院商贸学院	讲师/教师
张梦雅	深圳城市职业学院商贸学院	讲师/教师
王新桥	珠海城市职业学院	副教授
周君	亚马逊云科技中国	运营总监
毛宏	深圳市启航出海科技有限公司	总经理
金红	新蛋商贸（上海）有限公司	产品总监

二级学院负责人签字： 刘小军、聂莉琼

附件 1

三年制高职 2026 级级跨境电商电子商务专业课程教学安排一览表

课程类别与性质		序号	课程代码	课程名称	学分	学时	理论学时	实践学时	学周	周学时	学期课堂教学周数、周学时					
											一 (14)	二 (18)	三 (18)	四 (18)	五 (18)	六 (16)
通识教育课程	通识基础课程（必修课）	1		思想道德与法治	3	48	40	8	12	4	4					
		2		毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	32	26	6	16	2		2				
		3		习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	48	42	6	12	4		4				
		4		大学英语 1	3.5	56	48	8	14	4	4					
		5		大学英语 2	4.5	72	66	6	18	4		4				
		6		信息技术	3	48	16	32	12	4		4				
		7		体育 1	1.5	28	4	24	14	2	2					
		8		体育 2	2	34	4	30	17	2		2				
		9		体育 3	2	34	4	30	17	2			2			
		10		体质健康 1	0	4	0	4	-	-	(4)					
		11		体质健康 2	0	4	0	4	-	-			(4)			

		12	体质健康 3	0	4	0	4	-	-					(4)	
		13	体质健康	0.5	0	0	0	-	-						
		14	大学生心理健康教育	2	32	22	10	-	-	2					
		15	军事理论	2	36	36	0	-	-	(36)					
		16	军事技能	2	112	0	112	2	56	(112)					
		17	劳动教育	1	16	8	8	-	-	(16)					
		18	美育	2	36	18	18	-	-		(36)				
		19	国家安全	1	16	8	8	-	-		(16)				
		20	形势与政策 1	0	8	8	0	-	-	(8)					
		21	形势与政策 2	0	8	8	0	-	-		(8)				
		22	形势与政策 3	0	8	8	0	-	-			(8)			
		23	形势与政策 4	0	8	8	0	-	-				(8)		
		24	形势与政策 5	0	8	8	0	-	-					(8)	
		25	形势与政策 6	0	8	8	0	-	-						(8)
		26	形势与政策	1	0	0	0	-	-						
		27	职业生涯规划	1	18	8	10	9	2	2					
		28	大学生就业指导	1	16	6	10	8	2					2	

专业教育课程		29		工程数学	3	56	20	36	14	4	4					
		小 计			41	798	424	374	—	36	18	16	2	0	2	0
	通识拓展课程 (选修课)	通识拓展课程（公共选修课）由教务处统筹，在第二至第五学期的周二下午、晚上时段开设，应修满 8 学分。实践课时占比按指导性意见最低要求计。														
		小计（应修最低学分）			8	136	68	68	17	8						
	专业基础课程 (必修课)	1		跨境电子商务专业认知	1.5	28	14	14	7	4	4					
		2		经济学原理	2	36	18	18	9	4	4					
		3		工业工程与供应链管理	4	72	36	36	18	4			4			
		4		商务数据分析	4	72	24	48	18	4			4			
		5		商业与市场	4	72	24	48	18	4		4				
		6		创业财会	4	72	24	48	18	4				4		
		7		商务文书写作	4	72	24	48	18	4				4		
		8		国际贸易实务	4	72	24	48	18	4			4			
		小计（应修最低学分）			27.5	496	188	308	—	32	8	4	12	8	0	0
	专业核心课程 (必修课)	1		跨境电商视觉营销设计	4	72	24	48	18	4		4				
		2		跨境电商 B2C 运营	4	72	24	48	18	4			4			
		3		跨境电商 B2B 运营	4	72	24	48	18	4			4			
		4		跨境电商选品与采购	4	72	24	48	18	4				4		

		5		国际市场推广	4	72	24	48	18	4				4		
		6		跨境电商综合运营实战	4	72	18	54	18	4				4		
		7		跨境电商物流管理	4	72	24	48	18	4				4		
		8		岗位实习（毕业设计）（跨境电子商务）	16	384	0	384	16	24						24
		小计（应修最低学分）			44	888	162	726	—	52	0	4	8	16		24
	专业拓展课程 （选修课）	1		专业拓展课建议按专业方向或课程组（课程包）方式开设，由学生自主选择课程包修读、集中在第五学期开设，共 16 学分。实践课时占比按指导性意见最低要求计。												
		小计（应修最低学分）			16	288	96	192	18	16					16	
		合计			137	2606	938	1668		144	26	24	22	24	18	24
注：“—”代表不按学周授课，以学期授课计划为准；“（）”代表学期总学时，非周学时；“/”代表或，第一学期部分学院授课，第二学期部分学院授课。																