

跨境电子商务专业核心课程标准

专业名称：	跨境电子商务
专业代码：	530702
学 制：	三年制高职
适用年级：	2025 级
制订时间：	2025 年 6 月

岳阳现代服务职业技术学院

《国际市场推广》

课

程

标

准

制定人：张玉婷

经济管理学院（部）

二〇二五年六月

目录

一、课程基本信息.....	1
二、课程性质与任务	1
（一）课程性质	1
（二）课程任务.....	1
（三）学情分析.....	1
三、课程目标与要求	1
（一）总体目标.....	2
（二）具体目标.....	2
（三）课程要求.....	3
四、课程结构与内容	4
（一）课程结构.....	4
（二）课程内容.....	5
五、课程实施与保障	11
（一）课程实施.....	11
（二）课程保障.....	12
六、课程考核与评价.....	14
七、课程进程与安排.....	16

一、课程基本信息

课程名称	国际市场推广	课程代码	0424112
课程学时/学分	64 课时/4 学分	课程类型	专业核心课
适应专业	跨境电子商务	开设学期	第 4 学期
执笔人	张玉婷	制定日期	2025. 6
课程团队成员	张向阳, 黄焕, 江子麟		
课程审核	教研室主任: 黄焕		
	专业带头人: 张向阳		
	二级学院(部)负责人: 周华庭		
	教务处负责人: 李景福		

二、课程性质与任务

(一) 课程性质

《国际市场推广》是跨境电商专业的核心课程、必修课程, 是一门关于跨境电子商务客户开发、站外营销、营销市场分析等的营销与推广课程。其前导课程是《跨境电子商务基础》、《跨境电商客户服务》, 同期课程是《跨境供应链管理》、《跨境电商运营》, 本课程是一门实践性和操作性较强的课程。

(二) 课程任务

本课程旨在培养学生跨境电商网络营销推广、市场分析等方面的能力。通过向学生完整介绍跨境电商网络营销的知识体系与操作方法, 训练学生开展各项跨境网络营销活动, 培养学生成为具有国际市场调研分析能力和跨境电商网络营销推广能力的复合型人才, 为学生将来的工作和创业打下坚实的基础。

(三) 学情分析

本课程授课对象为跨境电子商务专业第四学期的学生, 通过前面课程的学习, 学生对跨境电商运营推广等知识有了一定的了解, 通过本课程的学习, 可以让学生掌握跨境电商网络营销推广方法、技巧并应用到实践中, 适应企业岗位工作要求。

三、课程目标与要求

（一）总体目标

本课程以跨境电商就业能力培养为导向，以专业人才培养目标和满足学生职业生涯发展为依据，以专业知识和技术应用能力、自主学习与创新能力、综合职业素质培养为指导思想，以跨境电商企业网络营销工作流程为起点设计课程教学内容，把整个跨境电子商务营销和推广课程和实际运作紧密结合起来，以具体问题或目标为主线，把整本书的教学演变为一个连贯的、实际操作的业务训练，使课程的教学内容实现了“项目化、任务化、实战化”。同时，强调学生自主探索跨境电子商务营销与推广的各种方式方法、协作学习，坚持把能力培养贯穿到教学的全过程，使每一环节都能充分体现学生自主学习的要求。

（二）具体目标

1. 素质目标：

①具备跨境电商运营的基本职业道德，热爱外贸工作，虚心学习，勤奋工作，遵守行业法律、法规；

②培养学生诚实、守信、按时交付作品的时间观念；

③培养学生创新意识与认真严谨的态度；

④培养良好人际沟通能力和团队合作精神；

⑤具有爱岗敬业、艰苦奋斗、协作服务的集体主义精神；

⑥通过对知名跨境电子商务企业研究分析，学生能领悟到中国制造、品牌出海的魅力，从而增强民族自信；

⑦具备用不同的路径、方法不断尝试，积累总结经验的坚持不懈的精神品质；

⑧具有笃行务实、敢于创新、精益求精的工匠精神；

2. 知识目标：

①了解跨境电子商务营销的基本理论、基本方法；

②了解跨境电商营销环境，熟悉营销流程，掌握跨境电子商务营销的基本实质；

③了解国际电子商务市场调研的内容和主要方法，了解全球主要国家电商市场概况；

④了解跨境电子商务营销过程中的产品策略、价格策略、渠道策略、促销策略和顾客策略；

⑤了解主要跨境电商平台活动的类型和设置方法；

⑥了解搜索引擎营销的方法，掌握 Pinterest, LinkedIn 等 SNS 网站的注册方法和营销策略；

⑦了解全球主要国家的大型节日和重要风俗习惯，了解社群营销的运行方式。

3. 能力目标：

①能够调研分析海外电商市场，分析跨境消费者的需求；

②能够设置全店铺打折、限时限量折扣、满立减、优惠券等店铺营销活动；

③具备跨境电子商务营销风险评估能力，能够根据跨境电商平台促销活动特点，选择合适的产品参加活动；

④能够利用 Pinterest, LinkedIn 等 SNS 网站，为店铺引入流量；

⑤具备营销实践应用能力，能够利用搜索引擎，策划跨境营销方案，为店铺引入流量；

⑥具备营销数据分析能力，能够通过对跨境电商平台后台数据的分析，对产品信息进行优化；

⑦具备跨境电子商务营销方案策划能力，能够根据目标客户的特点，制定社群营销方案；能够根据海外节日的特点，制定节假日营销方案。

（三）课程要求

1. 坚持立德树人

《国际市场推广》课程教学要落实立德树人根本任务，充分挖掘本课程思政元素，将社会主义核心价值观融入教学全过程，使学生在思考、辨析、解决问题的过程中，能站稳立场、明辨是非、行为自律、知晓责任。

2. 提升专业技能

在教学设计时，基于海外推广专员岗位工作流程和典型工作任务，引入企业真实案例和项目，并融入岗赛证内容与要求；在课堂教学中，采用理论与实践相结合的教学方式，让学生在学中做、做中学，提升学生专业技能和综合应用能力。

3. 培养创新意识

在教学过程中，根据学生的学习基础，创设适合学生的教学环境与活动，引导学生开展自主学习、协作学习、探究学习，并进行分享和合作，同时，引导学生学会根据自身需要，自主选择学习平台，创设学习环境，形成自主学习的能力和习惯。

四、课程结构与内容

（一）课程结构

《国际市场推广》是一门实践性较强的专业核心课程，根据海外推广专员岗位工作内容、高职教育人才培养目标和本专业人才培养方案，融入本专业技能等级证书/职业资格证书和技能竞赛内容与要求，遵循“理论以‘必须、够用’为度，实践以‘强能、致用’为本”的原则，按照从简单到复杂、从单项到综合的思路，序化课程内容，精心设计“跨境电商营销推广概述”“跨境电商市场机会分析”等9个模块/项目，针对每个模块/项目，按实际操作步骤和内容设置了21个任务。在教学实施过程中，突出实践教学、重视学生动手操作能力的培养，实现教学与工作岗位、工作内容的有效对接。

表1 课程结构一览表

序号	项目/模块名称	任务	学时
1	模块一：跨境电商营销推广概述	任务一：跨境电商营销认知	6
2	模块二：跨境电商市场机会分析	任务一：跨境电商网络市场调研	8
		任务二：跨境电商网络市场环境分析	
3	模块三：跨境电商商品文案与广告	任务一：跨境电商商品文案策划	12
		任务二：跨境电商网络广告策划投放	
4	模块四：跨境电商促销活动	任务一：节日促销计划	8
		任务二：事件营销策划	
		任务三：网红营销策划	
5	模块五：搜索引擎优化	任务一：搜索引擎优化	6
		任务二：设计搜索引擎优化方案	
6	模块六：视频营销	任务一：视频营销策划	6
		任务二：视频发布	
7	模块七：社交媒体营销	任务一：主要社交媒体认知	8
		任务二：Facebook 注册和营销	
		任务三：Instagram 注册和营销	
		任务四：Pinterest 注册和营销	

8	模块八：跨境电商企业品牌出海	任务一：跨境电商企业品牌出海认知	6
		任务二：跨境电商企业品牌出海机遇分析	
		任务三：跨境电商企业品牌出海路径	
9	模块九：跨境电商营销实施效果评价	任务一：跨境电商营销实施效果评价体系	4
		任务二：跨境电商营销实施效果评价方法和指标	
合计			64

（二）课程内容

本课程总课时 64 节，课程具体教学内容和实训项目见表 2。

表 2 课程教学内容一览表

序号	模块	任务	教学目标	教学内容	实训项目	课时
1	跨境电商营销推广概述	任务一：跨境电商营销认知	素质目标： 具备坚实的政治方向，强烈的社会责任感；培养“德技兼修”的社会主义跨境电商人才。 知识目标： 了解跨境电子商务营销的基本理论、基本方法；理解跨境电商、网络营销、跨境电商网络营销的概念。 能力目标： 掌握网络营销的内容，掌握跨境电商网络营销的手段。	跨境电商营销认知	实训 1：跨境电商常用营销推广方式调研	2
			素质目标： 具备坚实的政治方向，强烈的社会责任感；培养“德技兼修”的社会主义跨境电商人才。 知识目标： 了解跨境电子商务营销的基本理论、基本方法；理解跨境电商、网络营销、跨境电商网络营销的概念。 能力目标： 掌握网络营销的内容，掌握跨境电商网络营销的手段。	跨境电商营销认知		2

			素质目标： 具备坚实的政治方向，强烈的社会责任感；培养“德技兼修”的社会主义跨境电商人才。 知识目标： 了解跨境电子商务营销的基本理论、基本方法；理解跨境电商、网络营销、跨境电商网络营销的概念。 能力目标： 掌握网络营销的内容，掌握跨境电商网络营销的手段。	跨境电商营销认知		2
2	跨境电商市场机会分析	任务一：跨境电商网络市场调研（1）	素质目标： 用不同的路径、方法坚持不懈地尝试，不断积累总结经验的精神品质。 知识目标： 了解跨境电商网络市场调研的特点；掌握跨境电商网络市场调研的方法和步骤。 能力目标： 能资助设计跨境电商营销调研方案；能利用波特五力模型对跨境电商行业进行营销调研。	跨境电商网络市场调研	实训 2：策划跨境电商产品营销方案	2
		任务一：跨境电商网络市场调研（2）	素质目标： 用不同的路径、方法坚持不懈地尝试，不断积累总结经验的精神品质。 知识目标： 了解跨境电商网络市场调研的特点；掌握跨境电商网络市场调研的方法和步骤。 能力目标： 能资助设计跨境电商营销调研方案；能利用波特五力模型对跨境电商行业进行营销调研。	跨境电商网络市场调研		2
		任务二：跨境电商网络市场环境分析（1）	素质目标： 用不同的路径、方法坚持不懈地尝试，不断积累总结经验的精神品质。 知识目标： 掌握跨境电商网络市场环境的宏观中观微观因素。 能力目标：	跨境电商网络市场环境分析		2

			能对跨境电商客户进行用户画像。			
		任务二： 跨境电商网络市场环境分析（2）	素质目标： 用不同的路径、方法坚持不懈地尝试，不断积累总结经验的精神品质。 知识目标： 掌握跨境电商网络市场环境的宏观中观微观因素。 能力目标： 能对跨境电商客户进行用户画像。	跨境电商网络市场环境分析		2
3	跨境电商商品文案与广告	任务一： 跨境电商商品文案策划（1）	素质目标： 培养学生团结协作的职业品质、爱岗敬业的劳动态度和精益求精的工匠精神。 知识目标： 熟悉跨境电商文案的定义和作用；掌握广告策划的定义和基本流程 能力目标： 能完成基本的跨境电商文案写作。	跨境电商商品文案策划	实训 3：跨境电商产品营销文案撰写	2
		任务一： 跨境电商商品文案策划（2）	素质目标： 培养学生团结协作的职业品质、爱岗敬业的劳动态度和精益求精的工匠精神。 知识目标： 熟悉跨境电商文案的定义和作用；掌握广告策划的定义和基本流程 能力目标： 能完成基本的跨境电商文案写作。	跨境电商商品文案策划		2

		任务一： 跨境电商商品文案策划（3）	素质目标： 培养学生团结协作的职业品质、爱岗敬业的劳动态度和精益求精的工匠精神。 知识目标： 熟悉跨境电商文案的定义和作用；掌握广告策划的定义和基本流程 能力目标： 能完成基本的跨境电商文案写作。	跨境电商商品文案策划		2
		任务二： 跨境电商网络广告策划与投放（1）	素质目标： 培养学生团结协作的职业品质、爱岗敬业的劳动态度和精益求精的工匠精神。 知识目标： 掌握跨境电商网络广告投放的主要方式和流程。 能力目标： 能完成基本的跨境电商网络广告策划。	跨境电商网络广告策划与投放	实训 4：跨境电商网络广告投放	2
		任务二： 跨境电商网络广告策划与投放（2）	素质目标： 培养学生团结协作的职业品质、爱岗敬业的劳动态度和精益求精的工匠精神。 知识目标： 掌握跨境电商网络广告投放的主要方式和流程。 能力目标： 能完成基本的跨境电商网络广告策划。	跨境电商网络广告策划与投放		2
		任务二： 跨境电商网络广告策划与投放（3）	素质目标： 培养学生团结协作的职业品质、爱岗敬业的劳动态度和精益求精的工匠精神。 知识目标： 掌握跨境电商网络广告投放的主要方式和流程。 能力目标： 能完成基本的跨境电商网络广告策划。	跨境电商网络广告策划与投放		2

4	跨境电商促销活动	任务一：节日促销计划	素质目标： 培育学生自我学习、勤于探究、勇于显现、踊跃肩负不一样角色的能力。 知识目标： 掌握节日促销推广操作流程。 能力目标： 能利用 Helium10、Canva 等工具设计节日促销推广操作流程。	节日促销推广	实训 5：跨境电商节日营销方案撰写	2
		任务二：事件营销策划	素质目标： 培育学生自我学习、勤于探究、勇于显现、踊跃肩负不一样角色的能力。 知识目标： 掌握事件营销的方案和推广步骤。 能力目标： 能利用 onesight 等工具设计事件促销推广操作流程。	事件营销策划	实训 6：跨境电商事件日营销方案撰写	2
		任务三：网红营销策划（1）	素质目标： 培育学生自我学习、勤于探究、勇于显现、踊跃肩负不一样角色的能力。 知识目标： 1.掌握网红营销的概念和重要性； 2.掌握网红营销策划操作流程。 能力目标： 能利用 wotokol 和 Upfluence 等网红营销平台在目标市场找到影响潜在客户的网红。	网红营销策划	实训 7：跨境电商网红营销方案撰写	2
		任务三：网红营销策划（2）	素质目标： 培育学生自我学习、勤于探究、勇于显现、踊跃肩负不一样角色的能力。 知识目标： 1.掌握网红营销的概念和重要性； 2.掌握网红营销策划操作流程。 能力目标： 能利用 wotokol 和 Upfluence 等网红营销平台在目标市场找到影响潜在客户的网红。	网红营销策划		2

5	搜索引擎优化	任务一： 搜索引擎优化	素质目标： 具备跨境电商运营的基本职业道德，热爱外贸工作，虚心学习，勤奋工作，遵守行业法律、法规。 知识目标： 熟悉搜索引擎营销的定义；掌握搜索引擎的工作原理。 能力目标： 能区分引擎推广和搜索引擎优化；能熟练找到目标市场国家的主流搜索引擎。	搜索引擎优化	实训 8：跨境电商平台搜索引擎优化	2
		任务二： 设计搜索引擎优化方案（1）	素质目标： 具备跨境电商运营的基本职业道德，热爱外贸工作，虚心学习，勤奋工作，遵守行业法律、法规。 知识目标： 了解搜索引擎推广和搜索引擎优化的区别；掌握谷歌等平台的搜索引擎优化方法。 能力目标： 能用第三方工具查询网站排名、关键词排名；能设计搜索引擎优化方案	设计搜索引擎优化方案		2
		任务二： 设计搜索引擎优化方案（2）	素质目标： 具备跨境电商运营的基本职业道德，热爱外贸工作，虚心学习，勤奋工作，遵守行业法律、法规。 知识目标： 了解搜索引擎推广和搜索引擎优化的区别；掌握谷歌等平台的搜索引擎优化方法。 能力目标： 能用第三方工具查询网站排名、关键词排名；能设计搜索引擎优化方案	设计搜索引擎优化方案		2
6	视频营销	任务一： 视频营销策划（1）	素质目标： 鼓励学生养成一丝不苟的职业态度和细致谨慎的职业精神。 知识目标： 了解视频营销的特点和优势；掌握基本视频营销方案制定流程。 能力目标： 能制定视频营销方案。	视频营销策划	实训 9：跨境电商视频营销推广方案	2

		任务一： 视频营销 策划（2）	素质目标： 鼓励学生养成一丝不苟的职业态度和细致谨慎的职业精神。 知识目标： 了解视频营销的特点和优势；掌握基本视频营销方案制定流程。 能力目标： 能制定视频营销方案。	视频营销策划		2
		任务二： 视频发布	素质目标： 鼓励学生养成一丝不苟的职业态度和细致谨慎的职业精神。 知识目标： 了解常见的视频营销平台；掌握视频发布的方法和步骤。 能力目标： 能根据企业的实际情况选择合适的视频营销平台。	视频发布	实训 10： 视频发布	2
7	社交媒体营销	任务一： 主要社交媒体认知	素质目标： 具有笃行务实、敢于创新、精益求精的工匠精神。 知识目标： 掌握跨社交媒体和社交媒体营销的基本概念和特点。 能力目标： 能分辨社交媒体营销相比于其他传统营销方式的优势。	主要社交媒体认知		2
		任务二： Facebook 注册和营销	素质目标： 具有笃行务实、敢于创新、精益求精的工匠精神。 知识目标： 掌握 Facebook 营销的主要内容和方法。 能力目标： 能利用 Facebook 开展营销。	Facebook 营销	实训 11： Facebook 营销推广	2
		任务三： Instagram 注册和营销	素质目标： 具有笃行务实、敢于创新、精益求精的工匠精神。 知识目标： 掌握 Instagram 营销的主要内容和方法。 能力目标： 能利用 Instagram 开展营销。	Instagram 营销	实训 12： Instagram 营销推广	2

		任务四： Pinterest 注册和营 销	素质目标： 具有笃行务实、敢于创新、精益求精的工匠精神。 知识目标： 掌握 Pinterest 营销的主要内容和方法。 能力目标： 能利用 Pinterest 开展营销。	Pinterest 营 销		2
8	跨境电商企业品牌出海	任务一： 跨境电商企业品牌出海认知	素质目标： 通过环球易购、傲基电商、有棵树、赛维电商和安克创新 5 家跨境电子商务企业研究分析，使学生领悟到中国制造、品牌出海的魅力，从而增强民族自信。 知识目标： 掌握跨境电商品牌出海的概念。 能力目标： 能分辨跨境电商企业品牌出海的常见误区。	跨境电商品牌出海认知		2
		任务二： 跨境电商企业品牌出海机遇分析	素质目标： 通过环球易购、傲基电商、有棵树、赛维电商和安克创新 5 家跨境电子商务企业研究分析，使学生领悟到中国制造、品牌出海的魅力，从而增强民族自信。 知识目标： 掌握跨境电商企业品牌出海的流程 能力目标： 1.能正确认识跨境电商企业走品牌出海之路的意义； 2.能正确分析跨境电商企业走品牌出海之路的机会。	跨境电商企业品牌出海机遇分析		2
		任务三： 跨境电商企业品牌出海路径	素质目标： 通过环球易购、傲基电商、有棵树、赛维电商和安克创新 5 家跨境电子商务企业研究分析，使学生领悟到中国制造、品牌出海的魅力，从而增强民族自信。 知识目标： 掌握跨境电商企业品牌出海路径。 能力目标：	跨境电商品牌出海路径	实训 13： 跨境电商品牌出海分析	2

			能正确分析跨境电商企业走品牌出海的路径。			
9	跨境电商营销实施效果评价	任务一： 跨境电商营销实施效果评价体系	素质目标： 培养良好人际沟通能力和团队合作精神。 知识目标： 掌握营销实施效果评价的定义和作用。 能力目标： 能掌握跨境电商营销实施效果评价体系	跨境电商营销实施效果评价		2
		任务二： 跨境电商营销实施效果评价方法和指标	素质目标： 培养良好人际沟通能力和团队合作精神。 知识目标： 1.掌握跨境电商营销实施效果评价的主要方法； 2.掌握跨境电商营销实施效果评价的主要指标。 能力目标： 能正确评价跨境电商营销实施效果。	跨境电商营销实施效果评价方法和指标	实训 14： 跨境电商营销实施效果评估	2

五、课程实施与保障

（一）课程实施

1. 课程理念

坚持以学习者为中心，按照“以学定教、以学施教、以学评教”的理念，教师根据岗位工作流程、课程内容特点和学生学情情况，融入岗赛证要求，挖掘课程思政元素和文化元素，制定教学策略；突出学生主体地位和教师的主导作用，精心设计教学流程和教学活动，通过情境体验、课堂互动、作品呈现等环节，让学生动起来，让课堂活起来；因材施教，鼓励和帮助学生个性化、差异化发展，使学生学有所思、学有所得、学有所用。

2. 教学策略

教学模式：线上线下混合式

教学方法：讲授法、案例教学、情境教学、问题导向、任务驱动、讨论法等。

教学手段：依托智慧职教、爱课程、超星、钉钉、腾讯云等教学平台和微信学习

群、QQ 学习群等，运用多媒体设备、国际市场推广教学软件、动画、跨境电商专业实训设备、模型、挂图等教学资源和设备进行教学，动态记录学生的学习情况，教师可随时与学生互动，及时了解学生的整体和个体目标达成情况，为调整教学策略和个别辅导提供依据。

3. 教学过程

课前导学：教师推送学习资源，发布学习任务；学生以小组为单位研讨，完成学习任务；教师线上交流与答疑，了解学生自主学习情况，修改教学策略。

课中研学：围绕教学目标和教学重难点，针对课前自学环节的困惑和疑点，根据专业/学科课程特点和学生学习心理特征，精心设计教学流程，引导学生做中学、学中做，在问题导向、合作探究、师生互动、作品展示中习得知识、培养能力、提升素养。

课后践学：围绕教学目标，引导学生在课外活动中参与课程实践，拓展知识视野，践行文化价值，培育专业能力。课程实践活动原则上体现开放性（如企业调研、社会调查等）和合作性（小组或团队合作）。

4. 课堂形态

适应“互联网+”信息化教学环境及学生学习特点，依托“智慧职教、爱课程、超星、钉钉、腾讯云”等智慧教育云平台和校内外实习实训基地，充分运用数字化课程资源、模拟仿真软件、教学仪器设备等教学资源和云计算、大数据、人工智能等现代教育技术，建设“云端课堂、实体课堂、仿真课堂、实境课堂”，使智慧教育覆盖教学的全过程，以学定教，打造高效课堂，促进学生个性化发展。

（二）课程保障

1. 教学团队

（1）课程负责人

建议具有高校教师资格；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有国际经济与贸易、电子商务等相关专业本科及以上学历；具有三年以上本课程教学经验和跨境电商实践能力；具有较强信息化教学能力，具有较强的本学科科研能力，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。

（2）课程专任教师

建议具有高校教师资格、热爱教育事业、具有专业的跨境电商理论知识和实操技能的老师作为专任教师，并要能熟练使用相关教学软件，同时具备计算机技术、国际贸易知识基础。课堂上能够调动学生学习兴趣，提高学生学习热情。

（3）课程兼职教师

建议在跨境电商企业担任从事基层主管以上职务，主要提供专业指导和协助项目考核。兼职教师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，具有中级及以上相关专业职称，能承担《跨境电商运营》、《国际市场推广》等专业课程教学，跨境电商运营推广、跨境电商产品开发等岗位的实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。

2. 教学设施

（1）教室

本课程教室拥有多媒体教室、配备计算机、投影、白板互联网接入或 Wi-Fi 环境，安装 PhotoshopCS 软件，并实施网络安全防护措施；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）校内实训室

跨境电商运营实训室，面积 160 m²，工位 54 个，主要设备有：图形工作站 55 台、电脑桌椅 54 套、投影仪 1 台、基础设施设备及跨境电商运营模拟软件、真实项目操作平台、英语实训软件等实训软件、零售基础实训软件等。

3. 教学资源

（1）教材：从教育部和省教育厅指定的教材目录中选用近 3-4 年内出版的教材，优先使用国家规划教材、全国百强出版社教材、省级规划教材；鼓励校企合作开发活页式、工作手册式新型教材。

推荐教材：《跨境电商营销推广》作者：陈道志 出版社：电子工业出版社 出版时间：2023

推荐教材：《跨境电子商务网络营销》作者：陈璇 出版社：电子工业出版社 出版时间：2021

（2）教学参考资料：根据课程教学的实际需要，配置与本课程相关的专业参考书，方便师生查询、借阅。主要参考书目如下：

《亚马逊跨境电商运营宝典》作者：老魏 出版社：电子工业出版社 出版时间：218

《口碑营销》作者：陈楠华 出版社：广东经济出版社 出版时间：2017

《社群营销》作者：武永梅 出版社：天津科学技术出版社 出版时间：2017

《跨境电商 SNS 营销与商机》作者：速卖通大学编著 出版社：电子工业出版社 出版时间：2018

(3) 数字化教学资源:建设和配备与本课程有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例、虚拟仿真软件、数字教材等教学资源,形成种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学的数字化教学资源库。

六、课程考核与评价

课程的考核评价采用过程性考核评价、终结性考核评价与增值性考核评价相结合的形式,过程性考核主要包括课前线上学习、课中出勤与课堂参与度以及课后作业任务完成度等;终结性考核包括期末理论考试、专业技能考核或作品考核;增值性考核指学生在学完规定的学习任务后,获得的荣誉,竞赛获得的奖项,开发的产品、项目、专利,发表的论文等成果,可以转化成学分,替换相关课程或环节部分学分。

表 3 课程考核评价形式一览表

考核评价形式		考核内容	比例%
过程性考核与评价	课前:线上讨论、课前测试、作品提交等	到课考勤、学习态度、安全意识、合作精神、敬业精神、团队意识、课堂参与、实训操作、知识掌握等	10
	课中:课堂提问、现场操作、小组考核、小测验等		30
	课后:课后作业、课后实践、学习、作品提交等		10
终结性考核与评价	理论考试	理论知识、职业规范等	20
	技能考核/作品考核	专业技能、创新能力等	30

表 4 课程考核内容一览表

序号	模块	任务	知识点	技能点	考核占比(%)
1	跨境电商营销推广概述	跨境电商营销认知	了解跨境电子商务营销的基本理论、基本方法,理解跨境电商、网络营销、跨境电商网	掌握网络营销的内容,掌握跨境电商网络营销的手段。	10

			络营销的概念。		
2	跨境电商市场机会分析	跨境电商网络市场调研	了解跨境电商网络市场调研的特点，掌握跨境电商网络市场调研的方法和步骤；了解跨境电商网络市场环境的宏观中观微观因素。	能资助设计跨境电商营销调研方案，能利用波特五力模型对跨境电商行业进行营销调研，能对跨境电商客户进行用户画像。	15
		跨境电商网络市场环境分析			
3	跨境电商商品文案与广告	跨境电商商品文案策划	熟悉跨境电商文案的定义和作用，了解广告策划的定义和基本流程，掌握跨境电商网络广告投放的主要方式和流程。	能完成基本的跨境电商文案写作，能完成基本的跨境电商网络广告策划。	15
		跨境电商网络广告策划与投放			
4	跨境电商促销活动	节日促销计	掌握节日促销推广操作流程，了解事件营销的方案和推广步骤，了解网红营销的概念和重要性。	能利用 Helium10、Canva 等工具设计节日促销推广操作流程，能利用 onesight 等工具设计事件促销推广操作流程，能利用 wotokol 和 Upfluence 等网红营销平台在目标市场找到影响潜在客户的网红。	15
		事件营销策划			
		网红营销策划			
5	搜索引擎优化	搜索引擎优化	熟悉搜索引擎营销的定义，了解搜索引擎的工作原理，了解搜索引擎推广和搜索引擎优化的区别，知道谷歌等平台的搜索引擎优化方法。	能区分引擎推广和搜索引擎优化，能熟练找到目标市场国家的主流搜索引擎，能用第三方工具查询网站排名、关键词排名。	10
		设计搜索引擎优化方案			
6	视频营销	视频营销策划	了解视频营销的特点和优势，了解基本视频营销方案制定流程。	能制定视频营销方案，能根据企业的实际情况选择合适的视频营销平台。	10
		视频营销发布			
7	社交媒体营销	主要社交媒体认知	了解跨社交媒体和社交媒体营销的基本概念和特点，熟悉全球主流的社交媒体平台，熟悉 Facebook、Instagram、Pinterest 营销的主要内	能分辨社交媒体营销相比于其他传统营销方式的优势，能分辨 Facebook、Instagram、Pinterest 的用户特点和适宜	10
		Facebook 注册和营销			
		Instagram 注册和营销			

		Pinterest 注册和营销	容和方法。	开展营销的产品类型。	
8	跨境电商企业品牌出海	跨境电商企业品牌出海认知 跨境电商企业品牌出海机遇分析 跨境电商企业品牌出海路径	了解跨境电商品牌出海的概念,熟悉海外 B 端、C 端买家的变化趋势。	能分辨跨境电商企业品牌出海的常见误区,能正确认识跨境电商企业走品牌出海之路的意义,能正确分析跨境电商企业走品牌出海之路的机会。	10
9	跨境电商营销实施效果评价	跨境电商营销实施效果评价体系 跨境电商营销实施效果评价方法和指标	了解营销实施效果评价的定义和作用,了解跨境电商营销实施效果评价的主要方法,能说明跨境电商营销实施效果评价的主要指标。	能掌握跨境电商营销实施效果评价体系,能正确评价跨境电商营销实施效果。	5

七、课程进程与安排

表 5 课程进程安排一览表

序号	教学内容	计划课时		授课地点	执行周次
		理论	实践		
1	跨境电商营销认知	2		多媒体教室	第 1 周
2	跨境电商营销认知		2	实训室	第 1 周
3	跨境电商营销认知	2		多媒体教室	第 2 周
4	跨境电商网络市场调研		2	实训室	第 2 周
5	跨境电商网络市场调研	2		多媒体教室	第 3 周
6	跨境电商网络市场环境分析		2	实训室	第 3 周
7	跨境电商网络市场环境分析	2		多媒体教室	第 4 周
8	跨境电商商品文案策划		2	实训室	第 4 周
9	跨境电商商品文案策划	2		多媒体教室	第 5 周
10	跨境电商商品文案策划		2	实训室	第 5 周
11	跨境电商网络广告策划与投放	2		多媒体教室	第 6 周
12	跨境电商网络广告策划与投放		2	实训室	第 6 周
13	跨境电商网络广告策划与投放	2		多媒体教室	第 7 周
14	节日促销推广		2	实训室	第 7 周
15	事件营销策划	2		多媒体教室	第 8 周
16	网红营销策划		2	实训室	第 8 周
17	网红营销策划	2		多媒体教室	第 9 周
18	搜索引擎优化		2	实训室	第 9 周
19	设计搜索引擎优化方案	2		多媒体教室	第 10 周

20	设计搜索引擎优化方案		2	实训室	第 10 周
21	视频营销策划	2		多媒体教室	第 11 周
22	视频营销策划		2	实训室	第 11 周
23	视频发布	2		多媒体教室	第 12 周
24	主要社交媒体认知		2	实训室	第 12 周
25	Facebook 营销	2		多媒体教室	第 13 周
26	Instagram 营销		2	实训室	第 13 周
27	Pinterest 营销	2		多媒体教室	第 14 周
28	跨境电商品牌出海认知		2	实训室	第 14 周
29	跨境电商企业品牌出海机遇分析	2		多媒体教室	第 15 周
30	跨境电商品牌出海路径		2	实训室	第 15 周
31	跨境电商营销实施效果评价	2		多媒体教室	第 16 周
32	跨境电商营销实施效果评价方法和指标		2	实训室	第 16 周
合计		32	32		