

跨境电商课程体系构建与教学实践研究

严佳秀

江西财经职业学院

摘要: 在全球贸易数字化转型的大背景下,跨境电商行业发展迅猛,对专业人才的需求急剧增长。课程体系的构建与科学有效的教学实践是培育高质量跨境电商人才的关键。本文深入探讨跨境电商课程体系构建的要点,剖析当前教学实践中的问题,并提出相应优化路径,旨在为跨境电商教育提供理论与实践参考,助力培养适应行业需求的专业人才。

关键词: 跨境电商; 课程体系; 教学实践

【DOI】 10.12252/j.issn.2096-6288.2025.06.030

引言

随着互联网技术的普及和全球经济一体化的推进,跨境电商已成为国际贸易的重要组成部分和新的增长引擎。据相关数据显示,近年来我国跨境电商交易规模持续扩大,2024年跨境电商进出口总额达到2.63万亿元,同比增长10.8%,在国际贸易中的地位愈发凸显。行业的快速发展对跨境电商专业人才提出了更高的要求,不仅需要掌握国际贸易、电子商务等基础知识,还需具备数据分析、数字化营销、跨境平台运营等综合技能。然而,当前跨境电商课程体系与教学实践尚存在一些问题,难以满足行业对高素质人才的需求。因此,深入研究跨境电商课程体系构建与教学实践具有重要的现实意义。

一、跨境电商课程体系构建的目标与原则

(一) 构建目标

跨境电商课程体系的构建,锚定了培养高素质专业人才的明确方向。这类人才不仅要拥有扎实深厚的理论根基,还需具备娴熟的实践技能,更要具备创新思维以及开阔的国际视野。在学习过程中,学生需系统钻研跨境电商关联的多学科知识,像国际贸易领域的规则条款、电子商务的运营模式、市场营销的策略技巧、物流管理的流程优化,还有信息技术的前沿应用等。凭借对这些知识的融会贯通,学生得以有效解决跨境电商业务里诸如跨境交易纠纷、物流配送难题、营销推广瓶颈等实际问题。如此一来,学生毕业后便拥有在跨境电商企业胜任运营、营销、管理等关键岗位工作的能力。同时,课程体系还着重培育学生的创业意识,传授创业技巧,赋予学生开启跨境电商创业征程的底气。

(二) 构建原则

1. 行业导向原则

课程体系的设计,必须精准贴合跨境电商行业的发展态势以及职业岗位的具体要求。要深入跨境电商行业企业,细致梳理业务流程,明确各岗位技能需求。将行

业当下的最新动态,如新兴的跨境支付手段、前沿的物流技术,以及成熟的实践经验巧妙融入课程内容,使课程体系与行业实际严丝合缝,切实培育出契合市场需求的专业人才。

2. 学科融合原则

跨境电商是多学科交叉融合的领域,课程体系构建应打破学科壁垒,整合国际贸易、电子商务、计算机科学、市场营销、外语等相关学科知识。通过设置跨学科课程和综合性实践项目,培养学生的综合知识运用能力和跨学科思维,使其能够应对跨境电商业务中的复杂问题。

3. 实践导向原则

跨境电商具有很强的实践性,课程体系应注重实践教学环节的设计。增加实践课程比重,建设完善的校内实训平台和校外实习基地,为学生提供丰富的实践机会。通过模拟真实业务场景、参与企业实际项目等方式,让学生在实践中掌握专业技能,提高解决实际问题的能力和职业素养。

4. 动态更新原则

跨境电商行业发展迅速,新技术、新模式、新政策不断涌现。课程体系应建立动态更新机制,及时跟踪行业发展动态,定期调整和更新课程内容,确保课程的时效性和前沿性。同时,鼓励教师积极开展教学研究和课程改革,不断探索适应行业发展的教学方法和手段。

二、跨境电商课程体系的构成

跨境电商课程体系由通识教育、专业基础、专业核心以及实践课程四个板块构成,各板块相互关联、层层递进,致力于全方位培育适应行业需求的专业人才。

(一) 通识教育课程

通识教育课程在学生的学习生涯中起着至关重要的奠基作用,其核心目标在于全方位培育学生的综合素养与基础能力,为后续深入的专业学习筑牢坚实根基。思想政治教育课程不可或缺,通过系统教学,助力学生塑

造正确的世界观、人生观和价值观。尤其在跨境电商领域,牢固的法律与道德意识能有效规避业务风险,确保行业健康发展。外语课程的设置极具针对性,重点提升学生的外语交流能力,尤其是商务外语的实际应用水平,使学生能够与国际客户、合作伙伴进行高效且顺畅的沟通,打破跨境交流的语言壁垒。信息技术基础课程让学生熟练掌握计算机操作、网络原理、数据库管理等基础信息技术,为日后深入钻研跨境电商技术类课程铺设稳固基石。创新创业基础课程则致力于激发学生的创新思维,点燃创业热情,全面传授创业知识与实用方法,为有志于投身跨境电商创业浪潮的学生提供精准的理论指引。

(二) 专业基础课程

专业基础课程是跨境电商知识体系的基石,为学生后续学习专业核心课程与开展实践活动提供必要理论支撑。其中,国际贸易理论与实务系统介绍国际贸易理论、政策法规及业务流程,让学生掌握贸易术语、合同签订履行、国际结算等技能,明晰跨境电商与传统贸易关联;电子商务概论讲解电商基本概念、发展历程、商业模式及技术基础,助力学生了解电商在跨境贸易中的应用及平台运营原理;市场营销学培养学生市场分析、目标市场选择、产品定位及营销组合策划等能力,使其能将营销理念运用到跨境电商营销中;跨境电商物流与供应链管理阐述跨境物流特点、运作模式及供应链构建优化,让学生掌握物流成本控制、库存管理等技能;跨境支付与结算课程则教授跨境支付方式、流程、风险防范及国际结算规则方法,使学生能熟练处理跨境交易支付结算问题。

(三) 专业核心课程

专业核心课程紧密对接跨境电商行业职业岗位需求,着重培养学生专业核心技能。以主流跨境电商平台为依托,跨境电商平台运营课程系统传授平台注册、店铺搭建、商品管理、订单处理、客户服务等操作流程与技巧,提升学生平台运营能力;跨境电商营销推广深入探讨搜索引擎优化、搜索引擎营销、社交媒体营销、内容营销、电子邮件营销等策略方法,培养学生制定并实施营销方案、提升店铺流量与销售额的能力;跨境电商数据分析课程教授数据采集、清洗、分析方法及工具使用,引导学生通过数据分析进行市场调研、竞品分析、用户行为分析及运营决策优化,强化数据驱动决策能力;跨境电商法律法规介绍跨境电商涉及的国内外法律,如知识产权保护、电子商务法、海关法、税收政策等,帮助学生了解业务法律风险与合规要求,依法开展业务;跨境电商视觉设计培养学生店铺视觉设计能力,包括页面布局、

商品图片处理、广告创意设计等,使学生能运用设计软件制作有吸引力的视觉作品,提升店铺品牌形象与用户体验。

(四) 实践课程

实践课程是培养学生实践能力与职业素养的关键环节,促使学生将理论知识转化为实际操作技能。校内实训课程借助校内跨境电商实训平台,开展涵盖店铺运营、营销推广、数据分析、客户服务等环节的模拟业务实训,让学生在模拟真实场景中熟悉业务流程,掌握专业技能,提升解决实际问题的能力;企业实习课程安排学生深入跨境电商企业一线,参与实际业务运作,了解行业最新动态与企业需求,积累实践经验,提升职业素养与就业竞争力,实习期间学校与企业协同制定计划并管理指导;创新创业实践课程鼓励学生参与跨境电商创新创业项目,通过项目实践培养创新思维、创业能力与团队协作精神,学校提供实践平台与资源支持,组织学生参加各类创新创业竞赛,激发创新活力与创业热情。

三、跨境电商教学实践中的问题

(一) 课程内容与行业实际脱节

尽管强调行业导向,但部分课程内容更新不及时,未能跟上跨境电商行业快速发展的步伐。教材中的案例和知识点陈旧,无法反映行业的最新技术、模式和政策变化。例如,在跨境电商营销课程中,新兴的营销方式不断涌现,如社交媒体营销、直播带货等,但课程中对这些内容的介绍往往浅尝辄止,学生难以从中获取足够的知识来应对实际工作中复杂多变的营销场景。这使得学生所学知识与行业实际需求之间产生了较大差距,毕业后进入行业时,需要花费大量时间重新学习和适应。

(二) 实践教学效果不佳

实践教学环节虽然在课程体系中占有一定比重,但实际教学效果不尽如人意。校内实训平台的模拟环境与真实的跨境电商市场存在差异,无法完全还原市场的复杂性和动态性。学生在实训过程中面临的问题相对简单,缺乏应对实际业务中复杂问题的能力。例如,校内实训平台的交易数据可能是经过简化处理的,与真实市场中大量复杂且多变的数据相比,学生难以通过实训平台锻炼数据分析和处理的能力。校外实习基地建设不稳定,部分企业对学生实习不够重视,学生实习岗位与专业相关性不强,实习内容多为简单的重复性工作,无法全面参与跨境电商企业的核心业务流程,实践教学的质量难以保证。这导致学生在实习过程中无法充分将理论知识与实践相结合,难以真正提升实践能力和职业素养。

(三) 学科融合不够深入

跨境电商是多学科交叉融合的领域，但在实际教学中，各学科之间的融合不够深入。不同学科的课程往往独立开设，缺乏有效的沟通与协作，课程之间的知识衔接不紧密。学生在学习过程中难以将不同学科的知识进行整合运用，无法形成系统的跨境电商知识体系和综合能力，难以满足跨境电商行业对复合型人才的需求。例如，国际贸易课程侧重于贸易理论和政策法规，电子商务课程侧重于网络技术和平台运营，在实际教学中，两者未能很好地融合，学生在面对跨境电商业务中既涉及贸易政策又涉及电商平台操作的综合性问题时，往往不知所措。这限制了学生综合能力的提升，也不利于培养适应行业需求的高素质人才。

四、跨境电商教学实践的优化策略

（一）及时更新课程内容

建立课程内容动态更新机制，密切关注跨境电商行业的发展动态和新技术、新模式、新政策的变化。定期组织教师开展行业调研，邀请企业专家参与课程研讨，根据行业需求和反馈及时调整和更新课程内容。选用具有时效性和权威性的教材，同时鼓励教师编写校本教材和教学案例，将行业最新实践成果融入教学中。例如，随着跨境电商行业中新兴营销模式的不断发展，在跨境电商营销课程中，及时增加对社交媒体营销、直播带货等新兴营销方式的详细介绍，并深入分析其背后的营销原理和策略。同时，引入行业内最新的营销案例，让学生通过案例分析，更好地理解 and 掌握这些新兴营销方式在实际业务中的应用。通过这样的方式，确保学生所学知识与发展保持同步，提高学生毕业后进入行业的适应性。

（二）强化实践教学

加大对校内实训平台的建设投入，优化实训平台的功能和模拟环境，使其更加贴近真实的跨境电商市场。丰富实训项目和任务，增加实训的难度和复杂性，让学生在实训中面临更多实际业务中可能遇到的问题，培养学生解决复杂问题的能力。例如，在校内实训平台中，引入真实的市场数据和业务场景，设置各种突发情况和复杂问题，如市场需求突然变化、竞争对手采取新的营销策略等，让学生在应对这些问题的过程中，锻炼综合运用知识的能力和解决实际问题的能力。加强校外实习基地建设，与更多优质的跨境电商企业建立长期稳定的合作关系，拓宽学生实习渠道。明确企业与学校在实习教学中的职责和分工，共同制定实习计划和实习考核标准，加强对学生实习过程的指导和管理。企业应为学生提供更多参与核心业务流程的实习岗位和机会，使学生

能够真正在实习中积累实践经验，提高职业素养。通过校企深度合作，确保学生在实习过程中能够接触到真实的业务环境，参与到实际的项目运作中，将理论知识与实践紧密结合，提升实践能力和就业竞争力。

（三）促进学科深度融合

加强各学科之间的沟通与协作，打破学科壁垒，构建跨学科教学团队。组织不同学科的教师共同开展课程设计和教学研究，整合国际贸易、电子商务、信息技术、市场营销等多学科知识，设计跨学科课程和综合性实践项目。在课程教学中，注重引导学生将不同学科的知识进行关联和整合运用，培养学生的跨学科思维和综合能力。例如，设计一门跨境电商综合实训课程，该课程涵盖市场调研、产品选品、店铺运营、营销推广、物流配送等多个环节，要求学生运用国际贸易、电子商务、市场营销、物流管理等多学科知识完成项目任务。在教学过程中，由不同学科的教师组成教学团队，共同指导学生，帮助学生将各学科知识融会贯通，提高学生解决复杂问题的能力。通过跨学科教学和实践项目，培养学生的综合知识运用能力和跨学科思维，使其能够更好地适应跨境电商行业对复合型人才的需求。

结语

跨境电商课程体系构建与教学实践是一个不断探索和完善的过程。通过明确课程体系构建的目标与原则，构建科学合理的课程体系，并针对教学实践中存在的问题采取有效的优化策略，能够提高跨境电商教学质量，培养出更多适应行业发展需求的高素质专业人才。同时，随着跨境电商行业的持续发展，课程体系和教学实践应不断与时俱进，持续改进和创新，为跨境电商行业的繁荣发展提供有力的人才支撑。未来，还需进一步加强教育与行业的深度融合，探索更加有效的人才培养模式，推动跨境电商教育事业的蓬勃发展。

参考文献

- [1] 刘亚玲. 高职院校跨境电商专业课程体系的构建研究[J]. 对外经贸, 2021, (05): 134-137.
- [2] 邓白洁. 互联网时代高校跨境电商专业课程体系建设[J]. 中国高校科技, 2024, (01): 131-132.
- [3] 陈琴. 成果导向教育理念下职业院校跨境电商课程体系创新研究[J]. 顺德职业技术学院学报, 2022, 20(03): 61-65.
- [4] 余浩然, 张蕾, 沈萌. 基于OBE理念的跨境电商专业实践课程体系构建研究[J]. 老字号品牌营销, 2022, (21): 180-182.