**江苏省中等职业学校国际贸易类国际商务专业**

**《海外市场社媒营销》课程标准（试行）**

**一、课程性质**

本课程是江苏省中等职业学校国际贸易类国际商务专业必修的一门专业核心课程，是在《外贸商品认知》《外贸业务操作》等课程基础上，开设的一门理论与实践相结合的专业课程，其任务是让学生掌握海外市场社媒营销的基础知识与基本技能，为后续《跨境电商技术实务》等课程的学习奠定基础。

**二、学时与学分**

72学时，4学分。

**三、课程设计思路**

本课程按照立德树人根本任务要求，突出专业核心素养、必备品格和关键能力，兼顾中高职课程衔接，高度融合海外市场社媒营销所涵盖的知识技能学习和职业精神培养。

1.依据《江苏省中等职业学校国际贸易类国际商务专业指导性人才培养方案》中确定的培养目标、综合素质、职业能力，按照知识与技能、过程与方法、情感态度与价值观三个维度，突出海外市场社媒营销策略等能力的培养，结合本课程的性质和职业教育课程教学的最新理念，确定本课程目标。

2.根据“江苏省中等职业学校国际商务专业‘工作任务与职业能力’分析表”，依据课程目标和外贸业务员、跨境电商运营专员等工作的岗位需求，围绕海外市场社媒营销关键能力，反映跨境数字化营销的实际，体现科学性、适用性原则，确定本课程内容。

3.以“海外市场社会化媒体认知、分析、营销”为主线，设置模块和教学单元，将海外市场社媒营销的基础知识、基本技能和职业素养有机融入，遵循学生认知规律，结合学生的生活经验，确定学习内容的顺序。

**四、课程目标**

学生通过学习本课程，掌握海外市场社媒营销的基础知识和基本技能，能独立完成海外市场营销环境分析、海外市场调研、社媒营销平台应用及营销策略选择，养成规范的操作习惯，树立良好的职业道德和职业情感。

1.了解海外市场社媒营销概念及主要运营平台，熟悉不同类型的海外市场社媒营销方式，能利用分析工具分析海外市场的环境，制订本土化营销策略。

2.掌握海外市场社媒营销宏观、微观环境的分析方法，以及开展海外市场调查与预测的方法，能进行海外市场分析，正确地选择海外目标市场，并对海外市场进行精准定位。

3.熟悉海外市场社媒营销各平台的概念及构成，能准确区分各平台的适用人群，会根据目标市场特点、产品特点等选择合适的社媒营销平台。

4.了解海外市场社媒营销各平台的功能、创建路径、营销策略，能独立使用各社交媒体平台进行营销活动，具备抓取海外市场热点的职业敏感性并正向转化为营销热点的能力。

5.具备爱岗敬业和耐心细致的工作态度，具备规范操作的职业素养和良好的职业道德，具备严谨务实的职业责任感和团结协作的团队精神。

**五、课程内容与要求**

| **模块** | **教学单元** | **内容及要求** | **参考学时** |
| --- | --- | --- | --- |
| 海外市场社媒营销认知 | 海外市场社媒营销概念及方式 | 1.了解海外社交媒体营销的基本概念，能分析其特点及重要性，并能说出社交媒体营销与其他营销的区别；  2.掌握海外社交媒体营销的类型及营销技巧，能根据公司特点选择适合的海外社交媒体；  3.了解海外社交媒体营销的各类平台，能选择正确的工具和软件进行营销活动 | 8 |
| 海外市场社媒营销发展历程 | 1.了解海外社交媒体营销发展现状及趋势，知道海外社交媒体营销的常用技术；  2.熟悉海外社交媒体营销的主要运营平台，能说出各平台的区别和适用群体 |
| 海外市场社媒营销环境分析 | 宏观环境 | 1.了解宏观环境的六种具体表现：政治环境、经济环境、法律环境、社会文化环境、技术环境、自然环境；  2.能查阅资料对宏观环境进行分析，并能简单评估宏观环境因素对产品进入当地市场的影响 | 8 |
| 微观环境 | 1.了解微观环境的六种具体表现：客户环境、竞争对手环境、渠道环境、供应商环境、替代品环境、企业内部环境；  2.能查阅资料对微观环境进行分析，并能简单评估微观环境因素对产品进入当地市场的影响 |
| 海外市场调查与预测 | 海外市场调研方法 | 1.了解海外市场调研的概念、内容和方法，能说出海外市场调研与国内市场调研的区别；  2.掌握海外市场调研的基本流程，包括确定问题、设计调研问卷、发放问卷、收集数据、分析数据、撰写报告等，能根据具体情境设计调研问卷；  3.掌握海外市场调研的各种定量和定性研究方法，如问卷调查、访谈、焦点小组、观察法等，能说出各种研究方法的区别 | 10 |
| 海外市场调研报告 | 1.掌握海外市场调研报告的撰写格式和要求，能根据具体情境撰写调研报告，会对调研结果进行分析；  2.了解进入海外市场的障碍，如关税、法规、商业习惯等，能根据调研结果评估进入某海外市场的可行性 |
| Facebook营销 | Facebook基础营销 | 1.了解Facebook公共主页基本功能，熟悉主页创建、信息发布的步骤，能模拟完成Facebook公共主页创建、公司信息发布及产品发布；  2.了解Facebook受众分析和营销成效分析的方法，掌握Facebook发帖技巧，能根据成效分析完成内容优化 | 10 |
| Facebook付费营销 | 1.了解Facebook付费广告的类型和营销原理，知晓Facebook付费广告动态消息的设计要求和技巧，能模拟完成Facebook付费广告投放；  2.知晓Facebook付费广告管理工具中相关数据指标的内涵，能根据数据指标提出优化建议 |
| TikTok营销 | TikTok基础操作 | 1.了解TikTok的推广形式、广告类型及营销优势，熟悉账户创建、视频剪辑及上传的主要步骤，能模拟完成账户创建、频道创建和视频发布；  2.熟悉TikTok付费引流与免费引流的主要方式，能利用产品营销视频增加账户流量 | 10 |
| TikTok数据分析与优化 | 1.知晓TikTok分析工具的类型及查看路径，能说出相关分析工具在平台中的位置；  2.掌握各营销数据指标的内涵，能根据数据指标提出优化建议 |
| Instagram营销 | Instagram基础营销 | 1.了解Instagram的主要功能、营销受众和营销流程，熟悉账户注册、主页基础设置的步骤及注意事项，能模拟完成账户注册和资料填写；  2.掌握Instagram六种基础营销的特点和步骤，能说出各种基础营销方式的区别 | 10 |
| Instagram付费广告 | 1.了解Instagram付费广告的类型，能说出不同付费广告的区别；  2.掌握Instagram付费广告的创建路径，能说出如何使用Facebook Ads Manager创建Instagram广告 |
| “X”营销 | “X”营销概述 | 1.了解“X”的发展历程、产品标志和产品服务，知晓“X”在跨境电商营销中的作用，能说出“X”的营销策略；  2.掌握“X”账户创建和内容发布的步骤，能模拟完成账户创建和内容发布，会进行“X”推文转发 | 8 |
| “X”营销管理 | 1.掌握“X”专业管理的功能，掌握“X”获得粉丝的方法，能模拟完成“X”列表创建；  2.掌握“X”内容营销效果分析工具、精准经营工具、营销自动化工具的类型及作用，知晓每个数据指标的内涵，能根据数据指标提出优化建议 |
| LinkedIn营销 | LinkedIn营销概述 | 1.了解LinkedIn的简介及在跨境电商营销中的作用，能说出LinkedIn营销与其他社媒营销的区别；  2.知晓LinkedIn公司主页的重要性，掌握LinkedIn公司主页创建的流程，能模拟完成公司主页创建 | 8 |
| LinkedIn营销管理 | 1.掌握LinkedIn基础营销的内容，掌握LinkedIn动态发布的步骤，能模拟完成动态发布；  2.掌握LinkedIn群组管理的步骤，能模拟完成申请加入群组和创建群组的操作；  3.了解LinkedIn广告类型和广告策略，掌握创建广告账户和新建推广活动的步骤，能模拟完成广告账户创建和推广活动创建 |

**六、实施建议**

**（一）教学建议**

1.充分挖掘本课程“爱国情怀”“社会责任”“创新意识”“中国文化传播”等思政元素，积极开展课程思政教育活动，将立德树人根本任务贯穿于课程实施全过程。深刻理解海外市场社媒营销核心素养的内涵、育人价值、表现形式和层次水平，将课程目标、教学内容、教学形式、教学方法和教学手段等聚焦于培养和发展学生的海外市场社媒营销课程核心素养上。

2.贯彻以学生为中心的教学理念，增强学生的自主学习能力。教师应根据课程特点和学生认知发展规律，通过海外市场营销环境分析、实操案例剖析、撰写海外社媒调研报告、模拟平台操练流程等教学活动，激发学生的学习兴趣，培养学生利用海外市场社媒平台营销产品、分析市场及团队合作等能力。在进行实操案例剖析及调研报告撰写的教学时，应突出知识点、技能点，明确重难点；在模拟平台实操演练过程中要做到循序渐进，通过演示、示范、启发、引导等方法，帮助学生理解并掌握各技能知识点。

3.充分利用校内实训室、合作企业真实项目等教学载体，完成课程设置所规定的所有实训项目。建议采用项目引领、小组探究、案例教学、情境教学等教学方法，将理论知识点贯穿于项目实施的全过程。在教学过程中，要依托模拟平台进行实践教学，使学生边学边做，边做边学，以兴趣为引导，让学生轻松愉快地完成各模块的学习任务，掌握各社媒平台营销活动的步骤和技巧。

4.教师在教学中应主动适应信息社会时代背景下的海外市场社媒营销教学方式，结合课程特点，将信息技术与本课程深度融合，提高课程教学的信息化程度。通过运用虚拟仿真软件、微视频、动画视频、图片、多媒体课件等信息化教学手段，使课堂教学生动活泼、引人入胜，提高教学效果。

5.将职业岗位要求融入教学，通过引企入校，让行业、企业技术人员参与教学。加强学生诚信服务、严格执行工作规范和操作规程等的教育，注重质量意识的培养，使学生养成良好的职业品质和职业素养。

**（二）评价建议**

1.注重过程评价与结果评价并重、定性评价与定量评价相结合，要充分发挥评价的激励作用。

2.根据不同的学习内容，确定不同的评价重点。如典型学习任务的完成质量、阶段作品质量等。

3.评价标准参考相关职业岗位技能鉴定标准、行业企业职业岗位要求，评价标准应与学生综合职业能力提高相结合。要发挥教师、学生、家长、实训基地人员、企业技术人员、行业专家以及专业建设指导机构等不同评价主体在评价中的作用。

4.注重将评价结果及时、客观向学生反馈，指出被评价者需要改进的地方，师生共同商讨改进的途径和方法，调动学生的学习积极性，根据学生反馈及时调整教学方法。

**（三）教材编写和选用建议**

1.教材编写与选用必须依据本标准。

2.教材编写要吸纳行业、企业专家共同参与，对接岗位职责，突出工作过程导向，紧密贴合职业资格标准，充分考虑互联网技术对海外市场社媒营销的影响。

3.教材呈现方式应符合中职生的年龄特征与认知规律，图文并茂，增强学生阅读教材的兴趣，为学生提供思考的空间。

**（四）课程资源开发与利用建议**

1.教师应主动接受新知识、新方法和新理念，加强专业学习和企业研修学习，提高专业实践技能和教学能力。

2.注重挖掘校外实训场地、设施设备、工具器具等优质资源，聘请有实践经验的行业、企业专家、工程技术人员、能工巧匠等担任兼职教师。

3.充分发挥现代信息技术优势，利用虚拟仿真软件和多媒体课件辅助教学，开发和利用校园网络课程资源，充分利用诸如电子书籍、电子期刊、数据库、数字图书馆、教育网站和电子论坛等网上信息资源，建立学习资料库，推荐国内外与专业相关的网址，培养学生自主学习、资料查询等能力。

**七、说明**

本标准依据《江苏省中等职业学校国际贸易类国际商务专业指导性人才培养方案》编制，适用于江苏省中等职业学校国际贸易类国际商务专业（三年制）学生。

**（开发人员及单位：**吴秋平、沈国琼，江苏省苏州丝绸中等专业学校；吴韵、白西，江苏省吴江中等专业学校；王晓宁，无锡旅游商贸高等职业技术学校；陶春芳，江苏飞力达国际物流股份有限公司）