

高等职业学校国际文化贸易专业教学标准

一、专业名称（专业代码）

国际文化贸易（630508）。

二、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力。

三、基本修业年限

三年。

四、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 技术领域举例
财经商贸大类 (63)	经济贸易类 (6305)	批发业 (51); 零售业 (52); 商务服务业 (72)	国际商务专业人员 (2-06-07-01); 文化经纪人 (4-13-05-01)	外贸业务员; 文化经纪人; 企业文化专员

五、培养目标

本专业培养理想信念坚定，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，精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力，掌握本专业知识和技术技能，面向批发零售和商务服务业的国际商务专业人员、文化经纪人等职业群，能够从事文化产品、文化服务进出口、企业文化创建等工作的高素质技术技能人才。

六、培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力等方面达到以下要求：

（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）具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维。

（4）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1~2项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，以及良好的行为习惯。

（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环境保护、安全消防等知识。

（3）掌握国际经济与贸易领域的专业外语知识。

（4）熟悉中外文化艺术基本知识、国别文化特色等。

（5）掌握国际文化贸易风险的种类及管理方法。

（6）掌握创业机会的寻找与评估、创业环境分析、创业团队组建、创业融资渠道与方式、创业计划书撰写等相关知识。

（7）熟悉国际商务文书、国际商务沟通等相关知识。

（8）了解国际文化贸易的发展趋向、外贸发展的最新业务以及跨境电子商务发展的最新态势。了解与我国交往的主要国家和地区的经济状况及其贸易政策。

（9）了解人文艺术、心理健康、文献检索等基础知识。

（10）了解版权贸易、图书、视觉艺术、表演艺术、动漫网游、数字出版等文化产业基本理论和基本知识。

（三）能力

（1）具有探究学习、终身学习、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）具备处理文化贸易中“文化折扣”影响的能力。

（4）具备针对文化产品的国际营销能力、文化渠道经营能力、文化创意策划能力及媒

体关系能力。

(5) 具备利用跨境电商平台开展客户开发、客户跟踪、客户关系营造及客户服务等业务的能力。

(6) 具备运用英语进行国际商务谈判的能力。

(7) 具备赏析美学、各艺术门类、国别文化特色的能力。

(8) 具备较强的创新创业能力。

(9) 具备信息技术应用能力和分析解决问题能力。

(10) 具备跨文化沟通能力和团队合作能力。

七、课程设置及学时安排

(一) 课程设置

本专业课程主要包括公共基础课程和专业课程。

1. 公共基础课程

根据党和国家有关文件规定，将思想政治理论、中华优秀传统文化、体育、军事理论与军训、大学生职业发展与就业指导、心理健康教育等列入公共基础必修课；并将党史国史、劳动教育、创新创业教育、大学语文、经济数学、信息技术、公共外语、健康教育、美育、职业素养等列入必修课或选修课。

学校根据实际情况可开设具有本校特色的校本课程。

2. 专业课程

专业课程一般包括专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程，并涵盖有关实践性教学环节。学校可自主确定课程名称，但应包括以下主要教学内容：

(1) 专业基础课程。

专业基础课程一般设置 6~8 门，包括：国际贸易基础、国际贸易实务、管理学基础、国际文化贸易、国际商务文化与礼仪、会计基础、创意学概论、电子商务基础等。

(2) 专业核心课程。

专业核心课程一般设置 6~8 门，包括：文化市场营销、国际文化贸易政策与法规、国际文化贸易实务、国际商业文化、商务英语谈判、跨境电子商务等。

(3) 专业拓展课程。

专业拓展课程包括：体现行业发展新趋势的课程、体现拓展就业岗位技能要求的课程、体现本校优势和特色的课程等。

3. 专业核心课程主要教学内容

专业核心课程主要教学内容如表 2 所示。

表 2 专业核心课程主要教学内容

序号	专业核心课程名称	主要教学内容
1	文化市场营销	系统阐述文化市场营销的基本理论与方法，结合文化市场营销实践，引导学生用营销理论解释实际现象，用具体案例说明道理。分别对演艺业营销、图书市场营销、娱乐业营销、艺术品市场营销、电影市场营销、旅游市场营销和体育赛事营销不同文化市场营销策略进行具体讲解，使学生理解并掌握文化市场营销的相关知识
2	国际文化贸易政策与法规	当前中国文化产业总体政策与法律法规，包括文化产业领域一般类法律法规和文化产业核心行业门类管理的法律法规；联合国教科文组织以及美国、日本、欧盟等国家和组织关于国际文化贸易的政策与法规
3	国际文化贸易实务	通过图书、电影、电视节目、演艺、动漫网游、创意设计等教学专题，梳理有价值的信息条目，展示实务场景，使学生灵活运用国际文化贸易的基础理论知识，了解并熟悉文化产品与文化服务的进口与出口业务
4	国际商业文化	主要讲述国际商业文化所涉及的基本知识，结合具体的例证，对国际商务活动中可能遇到的文化差异及文化震惊问题进行详细的阐释，使学生了解各种文化误区，理解文化差异对国际商务活动的重要性
5	商务英语谈判	结合国际文化产业特征，着重讲解了国际文化贸易商务谈判的相关理论、实践和应注意的重要问题，使学生掌握谈判中的正确行为举止、谈判人员的要求、谈判班子的组成、谈判的准备阶段、磋商阶段、终局阶段，谈判的策略和技巧。并通过英语口语训练，使学生熟练掌握国际商务谈判的具体内容及表达方式
6	跨境电子商务	讲授跨境电商物流知识、跨境电子零售的出货流程、跨境电商平台运行规则等，能学生能够注册跨境店铺、进行店铺装修美化；能进行平台产品美化、发布；能在线运营商品，开展平台营销活动；能处理客户投诉、索赔及纠纷等

4. 实践性教学环节

实践性教学环节主要包括实验、实训、实习、毕业设计、社会实践等。校内实训主要包括文化市场营销实训、国际文化贸易综合实训、文化产业商业计划书实训、商务英语谈判实训、国际商务礼仪实训等；校外实习主要包括认知实习、顶岗实习、跟岗实习等多种形式，可以到文化进出口企业及政府文化部门实习。应严格执行《职业学校学生实习管理规定》。

5. 相关要求

学校应统筹安排各类课程设置，注重理论与实践一体化教学；应结合实际，开设安全教育、社会责任、绿色环保、管理等方面的选修课程、拓展课程或专题讲座（活动），并将有关内容融入专业课程教学；将创新创业教育融入专业课程教学和相关实践性教学；自主开设

其他特色课程；组织开展德育活动、志愿服务活动和其他实践活动。

（二）学时安排

总学时一般为 2800 学时，每 16~18 学时折算 1 学分。公共基础课学时一般不少于总学时的 25%。实践性教学学时原则上不少于总学时的 50%，其中，顶岗实习累计时间一般为 6 个月，可根据实际集中或分阶段安排实习时间。各类选修课程学时累计不少于总学时的 10%。

八、教学基本条件

（一）师资队伍

1. 队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例不高于 25:1，双师素质教师占专业教师比例一般不低于 60%，专任教师队伍要考虑职称、年龄，形成合理的梯队结构。

2. 专任教师

专任教师应具有高校教师资格；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有国际文化贸易等相关专业本科及以上学历；具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力；具有较强信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究；有每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

3. 专业带头人

专业带头人原则上应具有副高及以上职称，能够较好地把握国内外国际文化贸易行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在本区域或本领域具有一定的专业影响力。

4. 兼职教师

兼职教师主要从本专业相关的行业企业聘任，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，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。

（二）教学设施

教学设施主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、校内实训室和校外实训基地等。

1. 专业教室基本条件

专业教室一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 Wi-Fi 环境，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. 校内实训室基本要求

（1）国际文化贸易实训室。

国际文化贸易实训室应配备服务器、计算机（1人/台），Wi-Fi覆盖，安装国际文化贸易实训软件，支持国际文化贸易课程的教学与实训。鼓励校内引入文化外贸企业，设立校中部，开展全真实训教学。

（2）外贸综合业务实训室。

外贸综合业务实训室应配备服务器、计算机（1人/台），Wi-Fi覆盖，安装外贸单证、外贸跟单、外贸业务操作等实训软件，支持外贸单证、外贸跟单、进出口业务等课程的教学与实训。

3. 校外实训基地基本要求

校外实训基地基本要求为：具有稳定的校外实训基地；能够开展文化产品及文化服务进出口、商务英语谈判、文化市场营销、进出口业务、跨境电子商务、文化产业商业计划书、国际商务礼仪等实训活动，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。

4. 学生实习基地基本要求

学生实习基地基本要求为：具有稳定的校外实习基地；能提供外贸业务员、文化经纪人、企业文化专员等相关实习岗位，能涵盖当前相关产业发展的主流技术，可接纳一定规模的学生实习；能够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。

5. 支持信息化教学方面的基本要求

支持信息化教学方面的基本要求为：具有可利用的数字化教学资源库、文献资料、常见问题解答等信息化条件；鼓励教师开发并利用信息化教学资源、教学平台，创新教学方法，引导学生利用信息化教学条件自主学习，提升教学效果。

（三）教学资源

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所需的教材、图书文献及数字教学资源等。

1. 教材选用基本要求

按照国家规定选用优质教材，禁止不合格的教材进入课堂。学校应建立专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构，完善教材选用制度，经过规范程序择优选教材。

2. 图书文献配备基本要求

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献主要包括：国际文化贸易及相关行业政策法规、行业标准等；国际文化贸易及相关专业基础理论、前沿知识、实务案例类图书；10种以上国际文化贸易相关的中外文期刊。

3. 数字教学资源配置基本要求

建设、配备与本专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、数字教材等专业教学资源库，应种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新，能满足教学要求。

九、质量保障

(1) 学校和二级院系应建立专业建设和教学质量诊断与改进机制，健全专业教学质量监控管理制度，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养规格。

(2) 学校和二级院系应完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与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。

(3) 学校应建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校学业水平、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。

(4) 专业教研组织应充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。