

跨境电商海外营销 职业技能等级标准

标准代码：530047

（2021年2.0版）

北京中清研信息技术研究院有限公司 制定
2021年12月 发布

目 次

前言	1
1 范围	2
2 规范性引用文件	2
3 术语和定义	2
4 适用院校专业	3
5 面向职业岗位（群）	4
6 职业技能要求	4
参考文献	15

前 言

本标准按照 GB/T 1.1-2020《标准化工作导则 第 1 部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

本标准起草单位：清华大学电子商务交易技术国家工程实验室、数贸科技（北京）有限公司、北京网库信息技术股份有限公司、北京亿商联动国际电子商务股份有限公司、北京中清研信息技术研究院有限公司、耐特康赛网络技术（北京）有限公司、浪潮卓数大数据产业发展有限公司、广西启迪创新跨境电子商务有限公司、杭州众智跨境电商人才港有限公司、杭州卧兔网络科技有限公司、山大地纬软件股份有限公司、浙江省对外服务公司、中央财经大学中国互联网经济研究院、浙江工商大学、北京开放大学、四川工商职业技术学院、南宁职业技术学院、中国（杭州）跨境电子商务综合试验区工作领导小组办公室。

本标准主要起草人：柴跃廷、张耀东、王海波、郑敏、张志千、刘永举、张灏、胡力、李一峰、丁国勋、何文波、胡煜、郑永清、戚燕、崔立真、孙宝文、琚春华、赵红梅、姚行洲、武长虹。

声明：本标准的知识产权归属于北京中清研信息技术研究院有限公司，未经北京中清研信息技术研究院有限公司同意，不得印刷、销售。

1 范围

本标准规定了跨境电商海外营销职业技能等级对应的工作领域、工作任务及职业技能要求。

本标准适用于跨境电商海外营销职业技能培训、考核与评价，相关用人单位的人员聘用、培训与考核可参照使用。

2 规范性引用文件

下列文件对于本标准的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件，仅注日期的版本适用于本标准。凡是不注日期的引用文件，其最新版本适用于本标准。

GB/T 1.1-2020 《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》

GB/T 36311 电子商务管理体系要求

GB/T 35408-2017 电子商务质量管理 术语

GB/T 34941-2017 信息技术服务 数字化营销服务 程序化营销技术要求

GB/T 36310-2018 电子商务模式规范

GB/T 31232.1 电子商务统计指标体系 第1部分：总体

GB/T 31232.2-2014 电子商务统计指标体系 第2部分：在线营销

3 术语和定义

国家、行业界定的以及下列术语和定义适用于本标准。

3.1 电子商务 E-commerce

经济活动主体之间，利用现代信息技术和网络技术（含互联网、移动网络和其他信息网络）开展商务活动，实现网上接洽、签约、支付等关键商务活动环节的部分或全部电子化，包括货物交易、服务交易和知识产权交易。

[GB/T 31524-2015,定义 3.1]

3.2 跨境电子商务 Cross-Border Electronic Commerce

分属不同关境的交易主体，通过电子商务平台达成交易、进行支付结算、并通过跨境物流送达商品、完成交易的一种商业活动。

[GB/T 37146-2018,定义 3.1]

3.3 视觉营销 Visual Marketing

视觉营销是指通过用户视觉体验来达到商品营销或品牌推广的目的。

3.4 搜索引擎优化 Search Engine Optimization

搜索引擎优化是指利用搜索引擎的搜索规则，对网页结构、内容、链接等方面进行合理规划和部署，从而使其在搜索引擎结果页面中获得更好的自然排名。

3.5 搜索引擎广告 Search Engine Advertisement

搜索引擎广告是指广告主根据自己的产品或服务的内容、特点等，确定相关的关键词，撰写广告内容并自主定价投放的广告。

3.6 社交媒体营销 Social Media Marketing

社会化媒体营销就是利用社会化网络或者其他互联网沟通平台和媒体来传播和发布资讯，从而形成的营销、销售、公共关系处理和客户关系服务维护及开拓的一种方式。

3.7 邮件营销 Electronic Direct Mail Marketing

邮件营销是在用户事先许可的前提下，通过电子邮件的方式向目标客户传递商业信息或有价值信息的一种网络营销手段。

3.8 视频营销 Video Marketing

视频营销是使用视频来推广和营销产品或服务，通过新媒体触达受众，提高意识、创造参与度和推动销售。

3.9 海外营销 International Marketing

海外营销是指对商品和劳务流入一个以上国家的消费者或用户手中的过程进行计划、定价、促销和引导以便获取利润的活动。

4 适用院校专业

4.1 参照原版专业目录

中等职业学校：电子商务、跨境电子商务、移动商务、市场营销、网络营销、国际商务、商务英语等专业。

高等职业学校：电子商务、跨境电子商务、移动商务、市场营销、网络营销、商务数据分析与应用、国际商务、国际贸易实务、国际经济与贸易、商务英语、应用英语、应用外语等专业。

高等职业教育本科专业：电子商务、跨境电子商务、数字媒体技术、网络与新媒体、国际经济与贸易、市场营销、商务英语等专业。

应用型本科学校：电子商务、跨境电子商务、国际商务、市场营销、国际经济与贸易、贸易经济、商务英语、网络与新媒体等专业。

4.2 参照新版职业教育专业目录

中等职业学校：电子商务、跨境电子商务、移动商务、市场营销、网络营销、直播电商服务、国际商务、商务英语等专业。

高等职业学校：电子商务、跨境电子商务、移动商务、市场营销、网络营销与直播电商、商务数据分析与应用、国际商务、国际经济与贸易、商务英语、应用英语、应用外语等专业。

高等职业教育本科学校：电子商务、跨境电子商务、全媒体电商运营、数字媒体技术、网络与新媒体、国际经济与贸易、市场营销、应用英语、应用外语等专业。

应用型本科学校：电子商务、跨境电子商务、国际商务、市场营销、国际经济与贸易、贸易经济、商务英语、网络与新媒体等专业。

5 面向职业岗位（群）

【跨境电商海外营销】（初级）：主要面向开展跨境业务、提供跨境电商上下游服务的企业，从事跨境运营、跨境营销推广、跨境销售和客服等岗位。

【跨境电商海外营销】（中级）：主要面向开展跨境业务、提供跨境电商上下游服务的企业，从事跨境运营、跨境营销推广、跨境销售等岗位。

【跨境电商海外营销】（高级）：主要面向开展跨境业务、提供跨境电商上下游服务的企业，从事跨境运营、跨境营销策划、跨境销售等管理岗位。

6 职业技能要求

6.1 职业技能等级划分

跨境电商海外营销职业技能等级分为三个等级：初级、中级、高级，三个级别依次递进，高级别涵盖低级别职业技能要求。

【跨境电商海外营销】（初级）：主要面向外向型企业单位和个体经营者等行业领域，从事跨境独立站营销基础操作、视觉营销、海外搜索引擎优化基础操作、海外搜索广告投放基础操作、跨境业务通关、跨境业务结汇与退税等工作。具备跨境营销推广和跨境贸易通关、结汇、退税的基础操作能力。

【跨境电商海外营销】（中级）：主要面向外向型企业单位和个体经营者等行业领域，从事跨境独立站营销调研、跨境独立站选品、跨境独立站营销推广、视觉营销、海外搜索引擎优化、海外搜索广告投放、海外社交媒体运营操作、海外社交媒体广告投放、海外展示广告投放与视频营销、邮件营销等工作。

具备跨境营销调研、站内营销推广、搜索引擎营销、社交媒体营销、展示广告与视频营销、邮件营销的执行能力和海外营销法律风险识别等能力。

【跨境电商海外营销】（高级）：主要面向外向型企业单位和个体经营者等行业领域，从事跨境营销市场分析、跨境独立站营销策略制定与效果分析、海外搜索引擎优化、海外搜索广告投放、海外社交媒体运营操作、海外社交媒体广告投放、国际商务争议解决、数字环境下隐私权保护等工作。具备跨境营销市场分析、跨境营销方案策划与执行、跨境独立站营销策略制定与效果分析、搜索引擎优化策略制定与效果分析、搜索广告投放与效果分析、社交媒体策略制定与执行、国际商务争议解决、数字环境下隐私保护和跨境营销项目管理等能力。

6.2 职业技能等级要求描述

表 1 跨境电商海外营销职业技能等级要求（初级）

工作领域	工作任务	职业技能要求
1. 跨境独立站营销辅助	1.1 站内运营基础操作	<p>1.1.1 能协助运营对产品进行上下架与归类，SKU 盘点与更新，能按使用场景对产品功能描述进行文案撰写与编辑。</p> <p>1.1.2 能协助运营完成独立站营销数据的收集、录入、汇总、分析，按进度完成日报和周报撰写。</p> <p>1.1.3 能借助翻译工具对客户关于产品和平台相关的问题进行解答，协助运营人员处理独立站订单的售前售后工作。</p> <p>1.1.4 能协助运营完成独立站 CRM 会员日常维护，提升会员活跃度及老客户二次开发与维护。</p>
	1.2 站内营销基础操作	<p>1.2.1 能根据不同独立建站平台站内营销方式和营销计划要求，综合使用促销工具组合在不同促销应用场景下进行促销方式操作。</p> <p>1.2.2 能协助策划推广活动与产品用户互动，进行产品用户管理，吸纳更多用户，提升站内社群活跃度。</p> <p>1.2.3 能及时处理客户的站内询盘和电子邮件询盘，准确回复客户提出的商品及其它服务问题。</p>

工作领域	工作任务	职业技能要求
	1.3 视觉营销基础操作	<p>1.3.1 能根据独立站设计方案和营销需求使用主流图形图像处理工具进行图像设计和处理。</p> <p>1.3.2 能根据独立站设计方案和营销需求使用主流拍照和摄影器材对产品图片拍摄与处理。</p> <p>1.3.3 能根据独立站营销需求使用主流摄影器材进行产品视频短片和使用场景短片拍摄,并利用视频剪辑工具进行剪辑。</p>
2. 海外搜索引擎营销辅助	2.1 海外搜索引擎优化基础操作	<p>2.1.1 能选择合适的第三方工具查询网站域名详情、服务器详情、网站打开速度、网站移动端性能、网站在海外不同搜索引擎收录及关键词排名情况。</p> <p>2.1.2 能结合 SEO 策略,借助第三方翻译工具,对产品和品牌宣传等文案进行撰写。</p> <p>2.1.3 能借助第三方工具进行外链资源、友情链接资源、新闻稿资源、文章提交资源整理并利用电子邮件进行联系人沟通。</p>
	2.2 海外搜索引擎广告投放基础操作	<p>2.2.1 能根据海外搜索引擎广告投放计划准备企业基本资料,开通搜索引擎广告账户并进行投放前的常规设置。</p> <p>2.2.2 能够利用第三方工具对竞争对手关键词购买情况进行调研,包括但不限于关键词、购买数量、平均出价、平均搜索量、广告排名位置。</p> <p>2.2.3 能对海外搜索引擎广告账户进行搭建和广告系列设置,包括但不限于广告系列名称、广告系列类型、投放网络、设备、地理位置和语言、出价与预算、投放时间等。</p> <p>2.2.4 能够根据不同广告投放设备和广告形式创建不同类型的广告物料。</p>
3. 跨境贸易通关与结汇	3.1 跨境独立站业务通关管理	<p>3.1.1 能利用“单一窗口”或借助第三方跨境电商综合服务平台高效完成企业信息注册及备案、商品备案和三单申报。</p> <p>3.1.2 能利用通关管理平台完成报关、报检以及申报通关查询工作,及时检查平台与各监管单位的信息互联互通,确保通关效率。</p>

工作领域	工作任务	职业技能要求
	3.2 跨境独立站业务结汇与退税管理	<p>3.2.1 能利用商务、海关、税务、外管、银行等职能部门提供的通道办理商务部门登记、海关注册登记、外管名录及登记、国际贸易单一窗口对接等备案工作。</p> <p>3.2.2 能利用单一窗口、海关通关管理系统和跨境电商综合服务平台对不同跨境贸易模式的业务办理结汇和收汇。</p> <p>3.2.3 能利用单一窗口、海关通关管理系统和跨境电商综合服务平台对不同跨境贸易模式的业务办理退税申报及核定。</p>

表 2 跨境电商海外营销职业技能等级要求（中级）

工作领域	工作任务	职业技能要求
1. 跨境独立站营销策划与执行	1.1 跨境营销调研	<p>1.1.1 能使用国际经济组织和公开国别数据开展目标市场国家发展概况和消费者需求分析,形成区域与国别市场营销分析报告。</p> <p>1.1.2 能根据主要国别市场营销分析报告,利用第三方工具对跨境电商平台进行市场调查分析,完成平台经营品类和供应商产品竞争分析报告。</p>
	1.2 跨境独立站选品	<p>1.2.1 能使用第三方跨境电商平台分析工具分析不同跨境平台经营策略和经营品类情况,形成跨境独立站选品项目建议书。</p> <p>1.2.2 能利用数据化分析工具,确定独立站目标受众消费特征,确定独立站目标消费人群、确定产品定位和品牌定位。</p>
	1.3 跨境独立站视觉营销方案制作与执行	<p>1.3.1 能根据不同目标市场定位制定并实施独立站视觉设计方案,包括整站视觉定位、页面产品展示的逻辑结构定位。</p> <p>1.3.2 能根据不同的目标市场定位和营销场景制定并执行文案视觉化创意、产品视觉创意、活动视觉创意。</p> <p>1.3.3 能根据移动端信息特点和用户特点,对移动端首页、分类页、详情页逻辑结构和关键点进行提取、制作</p>

工作领域	工作任务	职业技能要求
		和测试。
	1.4 跨境独立站站内营销及数据分析	<p>1.4.1 能结合海外市场调研情况制定并执行独立站站内营销策略，站内促销组合策略、站内营销活动策略。</p> <p>1.4.2 能利用独立站平台或第三方数据化分析工具对网站营销数据进行诊断和分析，提出优化和改进措施。</p> <p>1.4.3 能根据独立站营销计划制定并执行站内品牌营销时间轴模板、站内营销预算计划、站内营销战术计划。</p>
2. 海外搜索引擎营销	2.1 海外搜索引擎优化	<p>2.1.1 能根据网站诊断方案，制定并执行网站优化方案，包括关键词优化、内容优化、结构优化、链接优化、技术优化。</p> <p>2.1.2 能利用网站综合诊断工具查询网站内部和外部链接数量及质量、网站流量来源、网站流量来源形式、主要优化和购买的关键字信息，能够进行关键字竞争强度分析、关键词分析与挖掘、关键词调研工作。</p> <p>2.1.3 能综合使用网站诊断工具、网站监测工具、网站综合分析工具监控和分析网站数据，为网站优化提供方案和改进措施。</p> <p>2.1.4 能及时跟进网站优化的进度，监控主要关键字在国际搜索引擎上的排名位置和数量，并通过网站统计分析工具分析主要关键词流量导入情况并提出优化改进措施。</p>
	2.2 海外搜索引擎广告投放	<p>2.2.1 能够制定并执行搜索引擎广告投放计划，包括广告账户搭建与优化，确定广告投放目标，关键词选择与出价，关键词匹配方式，广告语撰写，着陆页面策划与实现和其它账户高级设置。</p> <p>2.2.2 能使用搜索引擎广告平台对广告效果的主流指标进行查询和优化，包括点击率、每次点击费用、每次转化费用、转化率、质量得分、展示份额、平均排名。</p> <p>2.2.3 能根据广告账户优化策略，提高广告的点击率和转化率，降低跳失率，提升广告投放的 ROI。</p> <p>2.2.4 能正确使用高级细分功能，生成报告，评估着陆页效果，对广告效果进行衡量。</p>

工作领域	工作任务	职业技能要求
3. 海外社交媒体营销	3.1 海外社交媒体营销运营操作	<p>3.1.1 能正确使用第三方工具进行海外社交媒体账号注册、账户设置、账号安全信息备份。</p> <p>3.1.2 能对海外社交媒体公共主页进行创建与设计，包括主页基本设置、主页营销设置。</p> <p>3.1.3 能根据独立站和目标客户定位选择社交媒体渠道，撰写与发布趣味性、实用性和专业性软文。</p> <p>3.1.4 能根据独立站和目标客户定位选择社交媒体营销推广渠道，在社媒平台上发布公司品牌及产品宣传信息，粉丝意见征集，组织和推广相关活动。</p> <p>3.1.5 能按进度整理每日、周、月社交媒体营销数据，包括：覆盖人数和参与度、主页操作、受众群体、浏览量、帖子细分数据。</p>
	3.2 海外社交媒体广告投放	<p>3.2.1 能根据社交媒体广告计划，确定社媒广告推广目标、广告版位和创意方式。</p> <p>3.2.2 能根据社交媒体广告活动计划，搭建广告账户，完善新建广告系列、广告组和广告信息。</p> <p>3.2.3 能根据广告目标确定广告格式和版位，进行广告创意编辑、广告文案编辑、广告素材编辑。</p> <p>3.2.4 能根据广告目标确定目标受众定位，包括核心受众定位、自定义受众定位、相似受众定位。</p> <p>3.2.5 能借助平台自身或第三方工具，对广告流量分析报告、创意报告、广告报告进行实际成效调整和优化营销工作。</p>
4. 展示广告投放与视频营销	4.1 展示广告目标定位与投放	<p>4.1.1 能根据不同展示广告网络的特点，确定展示广告系列类型，编辑广告格式和尺寸。</p> <p>4.1.2 能根据不同展示广告网络的特点创建展示广告系列，创建响应式展示广告和非响应式广告。</p> <p>4.1.3 能根据广告在展示广告网络中展示的位置，正确使用受众群体定位、内容相关定位、覆盖面定位、出价定位、自动定位策略组合，最大化广告投放效果。</p> <p>4.1.4 能正确使用展示广告排除设置、再营销设置、出价策略设置，提高展示广告投放效果。</p>

工作领域	工作任务	职业技能要求
	4.2 营销视频策划与创建	<p>4.2.1 能利用视频广告投放平台正确选择广告系列目标、视频广告系列定位、视频广告系列的投放网络和广告格式。</p> <p>4.2.2 能根据视频营销目标和视频制作工具制作基于产品和品牌的长视频和短视频，达成产品销售、线索获取、网站流量、品牌知名度和影响力、产品和品牌度等视频营销目标。</p> <p>4.2.3 能根据视频营销目标将品牌理念落地成创意视频，利用社交媒体传播项目根据不同时间节点热点话题，策划品牌事件，吸引用户 UGC 的内容，引领用户自主传播品牌。</p>
5 邮件营销	5.1 电子邮件设计	<p>5.1.1 能根据邮件营销目标和用户旅程确定发件人名称、邮件标题、副标题、内容（设计、图形、文案）、移动设备兼容性等设计要素。</p> <p>5.1.2 能通过网站的入口、营销渠道、注册表单、活动等方式获取有效邮件列表。</p> <p>5.1.3 能正确使用和区分邮件营销流程和活动，包括：欢迎、弃购、放弃浏览、缺货、购买后跟进、二次参与、快闪销售、感谢、节日、推荐等序列邮件营销活动，进行邮件内容撰写。</p>
	5.2 电子邮件活动创建	<p>5.2.1 能根据邮件营销目标创建邮件营销计划，包括：邮件收件人列表、邮件活动、邮件测评、发送和查收报告。</p> <p>5.2.2 能正确使用技术设置、认证设置、邮件内容设置、信誉度测试等手段保障邮件发送成功率。</p> <p>5.2.3 能根据邮件营销计划确定合适的营销场景和时间发送邮件。</p>
	5.3 邮件营销测试与优化	<p>5.3.1 能通过邮件营销平台跟踪监测邮件营销的效果，包括送达率、打开率、点击率、退订率，形成邮件营销数据报告并制定进一步优化建议。</p> <p>5.3.2 能利用邮件营销平台的 A/B 测试工具来对邮件的主题、邮件信头、正文图片、CTA 等要素进行测试，选出更高转化率的邮件版本。</p>

工作领域	工作任务	职业技能要求
		5.3.3 能利用邮件营销平台的 A/B 测试和受众细分工具来改善邮件内容，根据订阅者的偏好，向不同人群发送不同类型的邮件。
6. 跨境电商海外营销合规管控	6.1 营销组合合规设置	6.1.1 能利用东道国法律法规识别营销组合中产品策略的标签、包装、产品保证、商标等方面的风险。 6.1.2 能利用东道国法律法规识别营销组合中定价策略的价格管制和边际利润的设定。 6.1.3 能利用东道国法律法规识别营销组合中渠道策略的代理、分销、签订合同、终止合同的设定。 6.1.4 能利用东道国法律法规识别营销组合中促销策略的广告内容及其真实性、广告宣传的产品范围、促销技巧限制的设定。
	6.2 知识产权风险规避	6.2.1 能利用东道国法律法规识别版权、专利和商标保护的特点、原则、范围、对象、类型和时间。 6.2.2 能利用东道国法律法规识别版权、专利和商标所有者对产品的使用许可、产品的复制和分销的限制。 6.2.3 能利用东道国法律法规对知识产权伪造与盗版、跨境保护不足、使用与注册和国际公约中对产品开发和商标使用的风险进行识别和管理。

表 3 跨境电商海外营销职业技能等级要求（高级）

工作领域	工作任务	职业技能要求
1. 跨境营销市场分析	1.1 跨境营销市场环境分析	1.1.1 能运用跨境营销环境影响因素和分析模型进行市场分析。 1.1.2 能运用产业竞争模型对市场竞争情况进行分析。 1.1.3 能运用不同层次环境分析方法进行目标市场环境分析。
	1.2 跨境营销市场调研分析	1.2.1 能运用国际或国别经济组织公开数据开展行业数据分析，获取行业情报，形成行业数据分析报告。 1.2.2 能使用第三方分析工具分析竞争对手的网络店铺或独立站点的产品策略，价格策略、促销策略、渠道

工作领域	工作任务	职业技能要求
		策略，形成竞品分析报告。
	1.3 跨境营销市场定位分析	<p>1.3.1 能使用目标市场营销战略工具进行网络市场细分、网络目标市场选择、网络市场定位分析。</p> <p>1.3.2 能分别使用单细分市场营战略和微型市场营销战略对网络客户目标市场进行定位。</p> <p>1.3.3 能对细分市场的跨境电商独立站建设进行策划，形成独立站策划方案。</p>
2. 跨境独立站营销策略制定与效果分析	2.1 跨境独立站营销策略制定与实施	<p>2.1.1 能根据行业情报以及市场分析，制定独立站营销策略，拓展广告渠道、流量渠道、销售渠道，降低渠道的成本和风险。</p> <p>2.1.2 能根据独立站营销计划，制定并实施网站推广策略，制作品类定位模板、营销战术计划模板、营销预算模板、团队分工模板。</p> <p>2.1.3 能根据不同国家和地区的政策要求，制定分区域跨境营销策略和路径，能对常见经营风险建立防控机制。</p>
	2.2 跨境独立站营销效果分析与优化	<p>2.2.1 能对平台营销活动效果进行分析，并根据数据分析结果，优化平台活动和促销策略。</p> <p>2.2.2 能对平台自有媒体，付费媒体，口碑媒体三种形式的网络营销沟通方式进行绩效考核指标的制定和评价。</p> <p>2.2.3 能对三种网络营销沟通方式的绩效考核指标进行分析，并根据数据分析结果，优化媒体运营和购买策略。</p>
3. 海外搜索引擎营销	3.1 海外搜索引擎优化	<p>3.1.1 能及时跟踪海外主流搜索引擎的算法变化，及时调整网站优化方向和策略，提出网站优化的进一步措施。</p> <p>3.1.2 能够利用网站综合分析工具监测竞争对手网站情况，分析竞争对手优化策略，提供分析报告，制定下一步优化方案。</p> <p>3.1.3 能结合公司产品制定搜索引擎优化部门管理规范 and 业务流程，合理规划与安排项目成员工作内容。</p>

工作领域	工作任务	职业技能要求
		3.1.4 能结合不同搜索需求,制定内容营销计划,包括:内容创建与策划、内容发布与分发、内容营销指标和效果评估。
	3.2 海外搜索引擎广告效果评估与优化	3.2.1 能使用搜索引擎广告平台工具测试广告语、匹配方式、投放设备、着陆页、广告出价,评估广告效果,提高转化率。 3.2.2 能利用搜索引擎广告平台生成广告运行分析报告,衡量广告效果,并根据不同的指标体系提出下一步的优化方案。 3.2.3 能提供纲领性广告投放效果分析和改进建议,结合公司产品提供账户优化操作指南,利用各类相关媒体产品资源优化广告投放组合。
4. 海外社交媒体营销	4.1 海外社交媒体活动策划与渠道合作	4.1.1. 能分析不同国家和地区社交媒体平台使用情况,结合目标市场国家法律法规和平台政策,制定区域性的社交媒体推广方案。 4.1.2 能根据不同社交媒体平台的特点,制定营销活动策划,确定营销活动的目标,进行活动策划、活动执行、活动结果数据监测、活动效果评估工作。 4.1.3 能与关键意见领袖(KOL)合作创建内容,并发布到企业平台及合作渠道。 4.1.4 能通过撰写邮件拓展 KOL 合作渠道,邀请 KOL 分享推广内容或参与企业的网上活动。 4.1.5 能及时对关键意见领袖(KOL)资源进行开发和测评,对 KOL 运营建立运营计划和预算。
	4.2 海外社交媒体广告营销方案制定与实施	4.2.1 能使用第三方工具分析竞争对手在社交媒体平台的广告营销策略,生成分析报告。 4.2.2 能根据社交媒体广告投放目标确定广告投放方案,包括但不限于各社交媒体平台的广告营销方式、投放版位、预算以及效果预估。 4.2.3 能使用 A/B 测试工具,通过测试与对比各广告系列、广告组和广告的成效,优化营销策略。 4.2.4 能根据广告流量分析报告、创意报告、广告报告,

工作领域	工作任务	职业技能要求
		对阶段性广告投放效果做出评估与诊断,并根据评估报告制定社交媒体广告和优化策略并实施。
5. 国际商务 纠纷处理与 隐私权保护	5.1 国际商务 纠纷处理	<p>5.1.1 能够区分国际商务争议中的调解、仲裁和诉讼,并在争端发生时选择合适的争议解决方式。</p> <p>5.1.2 能够解决市场营销中消费者保护纠纷,包括个人数据与隐私规则保护、消费者的退换货权利、消费者交易安全、消费者网络交易知情权。</p> <p>5.1.3 能够进行组织并建立跨境网络安全体系评估和健全网络安全应急响应机制。</p>
	5.2 数字环境 下隐私权保护	<p>5.2.1 能利用第三方工具识别互联网上的三种类型的个人隐私,包括个人数据、网络浏览踪迹、个人网络空间。</p> <p>5.2.2 能利用经济合作发展组织《隐私权保护指南》在网站上撰写并公布其隐私政策,告知消费者,网站关于消费者个人数据进行收集、利用、加工、传输收集的政策。</p> <p>5.2.3 能利用各东道国的《数据保护指令》在网站上撰写并公布其隐私政策,告知消费者网站在个人数据保护、存储、交流的工作中采取的各种安全措施。</p>

参考文献

- [1]国家标准化管理委员会.电子商务管理体系要求: GB/T 36311-2018[S].北京: 中国标准出版社, 2018.
- [2]国家标准化管理委员会.电子商务质量管理 术语: GB/T35408-2017[S].北京: 中国标准出版社, 2017.
- [3]国家标准化管理委员会. 电子商务模式规范 术语: GB/T 36310-2018 [S].北京: 中国标准出版社, 2018.
- [4]国家标准化管理委员会. 信息技术服务 数字化营销服务 程序化营销技术要求 术语: GB/T 34941-2017[S].北京: 中国标准出版社, 2017.
- [5]国家标准化管理委员会.电子商务统计指标体系 第1部分: 总体: GB/T 31232.1-2018[S].北京: 中国标准出版社, 2018.
- [6]国家标准化管理委员会.电子商务统计指标体系 第2部分: 在线营销: GB/T 31232.2-2014[S].北京: 中国标准出版社, 2014.
- [7]中华人民共和国教育部.中等职业学校电子商务专业教学标准(试行)[S].2019.
- [8]中华人民共和国教育部.高等职业学校市场营销专业教学标准[S].2019.
- [9]中华人民共和国教育部.高等职业学校国际商务专业教学标准[S].2019.
- [10]中华人民共和国教育部.高等职业学校电子商务专业教学标准[S].2019.
- [11]中华人民共和国教育部.高等职业学校移动商务专业教学标准[S].2019.
- [12]中华人民共和国教育部. 高等职业学校网络营销专业教学标准[S].2019.

[13]中华人民共和国教育部.高等职业学校商务数据分析与应用专业教学标准[S].2019.

[14]全国中高职衔接电子商务专业教学标准开发课题组.中高职衔接电子商务专业教学指南[M].北京:中央广播电视大学出版社,2017.

[15]教育部高等学校教学指导委员会.普通高等学校本科专业类教学质量国家标准[S].北京:高等教育出版社,2018.

[16] 教育部关于印发《职业教育专业目录(2021年)》的通知(教职成(2021)2号)

[17] 《教育部关于公布2019年度普通高等学校本科专业备案和审批结果的通知》(教高函〔2020〕2号)

[18] 《教育部关于公布2020年度普通高等学校本科专业备案和审批结果的通知》(教高函〔2021〕1号)