

# 我的教创赛之旅

## ——从备赛到省二的实战复盘

汇报人 韦晨

金融与经济学院  
国际经济与贸易专业



# 教创赛之旅

Contests

2023年 校赛一等奖



2024年 教创赛 (个人) 失利



2025年 未参赛、专家指导



2026年 再次参赛 (团队) 省二

# 一、教创赛介绍

校赛

我校共5个  
参赛名额  
(至少两个正高)



省赛

今年共75所高校报送  
643项作品，307项获奖  
(86特、75一等、146二等)



国赛

共30个左右  
从特等奖、一等奖中选拔

省赛设10个赛道，分别是新工科、新医科、新农科、新文科、基础课程、课程思政、产教融合、人工智能+、实验教学、新教师。其中：第1-6个赛道按参赛教师专业技术职务等级分组，每个赛道下设正高、副高、中级及以下3个组别；新教师赛道按照学科门类分组，下设新工科、新医科、新农科、新文科、基础课程5个组别（2024年1月1日后取得教师资格证）

# 一、教创赛介绍

表面看

➤ 教学创新成果报告

➤ 课堂实录视频

➤ 主讲教师教学获奖&人才培养支撑材料（5项）

➤ 教学大纲、教案、课件

实际上

➤ 课程建设成果（建设过程、教学资源、模式）

➤ 教学成果（育人成效等）

教创赛到底比什么？

上得好



教得好



逻辑要自洽、证据要充足、结构要清晰

# 二、如何备赛

## 逻辑要自治

课程介绍——教学目标——学情分析——痛点问题——创新举措——创新成效

创新报告——实录视频

## 证据要充分

擅用图佐证——文字限定4000内，但图片没有限定

## 结构要清晰

实录视频、创新报告

# 如何备赛

Contests

定好方向  
持续积累



# 二、如何备赛

## 定好方向

### 定赛道

推荐:新教师赛道——以获得的教师资格证时间为准;  
新文科、课程思政等赛道——按职称分组

### 定课程

推荐:课程建设已有基础、成果较多、容易短时间出成果、能有一定特色亮点的课程(获奖课程参考)

### 定目标

确定课程教学目标是什么?要解决什么痛点问题?——一定是这门课程独有的!!!

## 专家意见之前:

### 二、教学目标

#### (一) 知识目标

1. 系统掌握跨境电商基础理论、核心模式与全流程业务知识;
2. 熟悉跨境电商平台规则、选品逻辑、营销推广等实务内容;
3. 掌握数据分析与数据化运营的基础理论;
4. 了解行业规范、知识产权及海关监管等合规要求;
5. 理解国家高水平对外开放、“一带一路”、跨境电商综合试验区、数字中国等政策与战略, 构建起完整的跨境电商专业知识结构。

#### (二) 能力目标

1. 掌握跨境电商全流程实务操作能力;
2. 树立数据思维, 能够依托数字、结合人工智能等新技术优化营销决策;

3. 具备创新思维, 能结合行业趋势与地方产业特色, 创新营销、选品运营等实操方案;

4. 强化合规与风险思维, 能遵守平台规则与跨境监管要求, 规范开展业务, 并能识别市场风险、政策风险、运营风险并提出基本应对方案;

5. 锤炼跨文化沟通与协作能力, 能进行团队协同作业, 适配海外多元市场跨文化运营需求, 最终形成适应行业发展需求的复合型、应用型专业能力。

#### (三) 素质目标

1. 树立正确的世界观、人生观和价值观, 恪守诚实守信、公平竞争的职业操守, 强化职业道德与契约精神;

2. 厚植家国情怀, 自觉服务国家高水平对外开放、数字经济、“一带一路”及贸易强国建设战略, 增强社会责任感与职业使命感;

3. 养成严谨规范、合规先行的职业素养, 自觉维护市场秩序, 坚守合规底线;

4. 培养求真务实、勇于创新、精益求精的工匠精神, 适应行业快速迭代与技术变革;

5. 具备良好的跨文化素养与团队协作精神, 成长为新时代跨境电商领域高素质人才。

## 按专家意见修改后:

### 二、教学目标

本课立足我校应用型本科办学定位与国际经济与贸易专业人才培养要求，在深入开展行业企业调研、岗位能力需求分析与学生学情研判的基础上，紧密对接国家数字贸易发展战略及新文科建设要求，构建了以下“知识-能力-素质”教学目标。



调研跨境企业（企业视角）



调研主流平台企业（平台视角）



调研跨境电商产业园（产业视角）



与行业协会交流（行业视角）



与商务厅、投促局等政府部门交流（政策与发展视角）

### 知识目标

- 掌握跨境电商基础理论、核心模式与全流程业务知识
- 掌握主流平台规则、选品逻辑、营销推广等实务内容
- 熟悉全球市场与政策环境

### 能力目标

- 掌握跨境电商全流程实务操作能力
- 树立数据思维，能应用新型数字工具解决实际问题
- 具备全球视野与行业洞察能力，能够研判发展趋势、把握新兴市场机遇

### 素质目标

- 厚植家国情怀，自觉服务国家高水平对外开放、“一带一路”及贸易强国建设战略
- 树立服务企业与产业发展的责任意识，主动助力地方经济转型升级
- 养成数字时代的创新精神与职业操守，在合规框架下推动跨境电商可持续发展

### 三、学情分析与痛点问题

基于 116 位学生的学前问卷调查（问卷星）结果显示，多数学生对跨境电商的认知在了解基本生态，但尚未掌握完整的知识框架与实践技能水平（见图 2）。课前已有 45.61% 的学生通过讲座或短视频接触过跨境电商相关内容，21.05% 的学生参与过相关实践，仅 28.07% 的学生表示完全没有接触。学生普遍希望提升实操能力，其中 35.09% 的学生期望课程以项目实战和模拟运营为主。

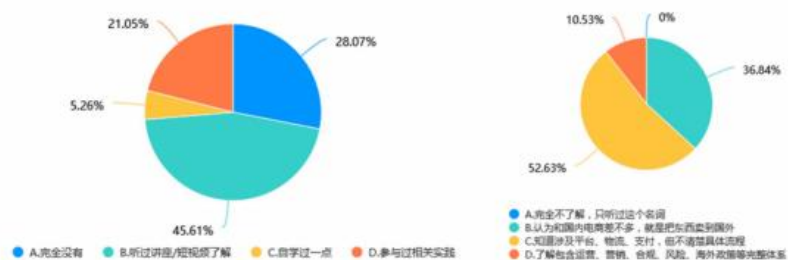


图 2 学生对跨境电商课程的学前认知情况

尽管学生已具备一定的认知基础和较强的实践意愿，但在实际教学中，仍普遍存在知识整合程度不足、能力融合不充分以及兴趣集中度高等结构性问题。

#### 1. 知识体系碎片化，难以形成系统认知

跨境电商课程涉及多语言、多文化、多平台及各国政策等复杂内容，知识点呈现出数量多、覆盖面广、更新快的特点，容易给学生带来知识点零散、理解困难的感受，难以形成系统化的知识结构。调查显示，74.14% 的学生担心专业术语过多、理论内容枯燥、理解难度大；70.69% 的学生认为海

### 专家意见之前：

外政策复杂、平台规则多变、合规要求高是其学习的主要障碍。此外，现有跨境电商教材种类繁多，但普遍存在知识更新滞后于行业发展的问題，导致教学内容时效性不足。

#### 2. 工具能力与专业场景脱节，岗位适配度不足

跨境电商相关岗位对外语应用能力、计算机与数字化操作技能、AI 等数字化工具应用水平均具有较高要求，然而在传统高校课程中，这些能力通常作为公共基础课进行教学，与跨境电商专业内容的结合不够紧密，导致学生的工具应用能力与专业实践需求脱节，难以胜任企业真实岗位任务。根据调查，81.03% 的学生担忧自身外语能力不足以支撑课程学习，另有 56.9% 的学生对计算机操作及 AI 工具应用水平不足表示顾虑。

#### 3. 兴趣集中度偏高，差异化与特色不明显

学生对行业与市场的认知和兴趣呈现高度集中化，兴趣领域较为单一，差异化与特色性不足。根据调查，学生兴趣聚焦欧美日韩等成熟市场，对新兴市场关注不足（见图 3），行业偏好也高度集中在服装鞋帽等，既难以对接国家高质量共建“一带一路”对跨境电商多元化人才战略需求，也无法匹配企业对细分市场、细分品类的人才需求，不利于学生形成差异化就业竞争力。

## 按专家意见修改后:

### 三、学情分析与痛点问题

#### (一) 学情分析

历年来学生在跨境电商学习中存在较为稳定的共性问题，以最近一届 83 位学生的线上学情调查结果为依据，进行分析与佐证。

从知识层面，48.19%的学生课前已接触过跨境电商相关内容。

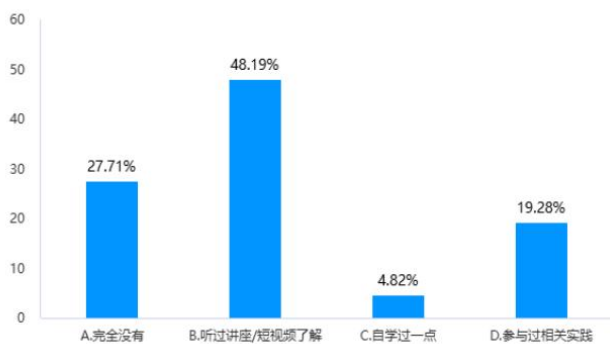


图3 学生课前对跨境电商的接触情况

学生实践意愿强烈，追求易懂、实用的内容。



图4 跨境电商课程期望关键词词云图

从能力方面，学生在跨境电商学习方面存在多维度学习顾虑，如担心计算机与AI工具应用水平不足、海外政策、平台规则理解难度大，畏难情绪明显。

选项	小计	比例
A.专业术语多、理论枯燥、理解难度大	58	69.88%
B.英语/外语能力不足	63	75.9%
C.海外政策、平台规则、合规要求太复杂	59	71.08%
D.计算机操作与AI工具应用水平不足	40	48.19%
E.缺乏实践环境，不知如何上手操作	56	67.47%
F.知识零散，难以形成体系	43	51.81%
G.学习动力不足，目标不明确	22	26.51%
H.暂无明显担忧	1	1.2%

图5 学生跨境电商学习顾虑情况

从素质层面，学生全球视野偏窄，缺乏跨境电商岗位需要的核心素养。

选项	小计	比例
A.美国、加拿大	18	21.69%
B.英国、法国、德国等欧洲国家	17	20.48%
C.日本、韩国	39	46.99%
D.东南亚（越南、泰国、马来西亚等）	15	18.07%
E.俄罗斯	7	8.43%
F.中亚（哈萨克斯坦、乌兹别克斯坦）	4	4.82%
G.中东（沙特、阿联酋）	2	2.41%
H.澳洲、新西兰	4	4.82%
I.都不太熟悉	35	42.17%

图6 学生对海外市场的熟悉情况

按专家意见修改后:

## (二) 痛点问题

### 1. 跨境场景感知薄弱，难以融入真实业务

学生长期身处国内环境，对跨境电商的真实业务场景感知薄弱、代入感不强，容易产生与自身关联度不高的心理。在学习中缺乏真实情境支撑，难以主动代入跨境运营角色，最终无法真正理解跨境业务的逻辑与价值。

### 2. 跨境产销认知局限，难以形成实战能力

学生既不了解国内地方特色产品、优势产业带及国货出海资源，也缺乏对全球市场需求、消费偏好的认知，对跨境电商最核心的“货”和“市场”两头都不清楚，导致不会选品、不会定位，难以形成实战能力。

### 3. 跨境规则学习畏难，难以树立职业操守

学生对跨境电商平台规则、海外政策法规等内容存在明显畏难情绪，学习主动性不足，长期缺乏系统学习与规范训练，难以形成岗位必需的规则意识与风险防控能力。

按专家意见修改前标题

**服务数字贸易战略 培育跨境特色人才**

按专家意见修改后标题

**情境联通 项目砺能 岗证并进 兴贸强国**

# 创新举措——针对痛点问题的解决方案

从四个方面思考

1. **教学内容**是否有更合理的安排?可以新增哪些内容/模块?

(例:以企业业务流程安排教学内容,新增“国货出海”专题内容——特色/亮点/思政)

2. 可以建设哪些**教学资源**?

(例:虚拟仿真实训系统、行业认证项目、实践教学基地、线上课程、自编教材、案例库、AI工具等)

3. 哪些**教学方法**更合适并有效?

(例:情景教学法、虚拟仿真实训教学、项目式教学法、任务驱动教学、案例教学法、线上线下混合)

4. 如何**评价教学成效**?

(谁来评:教师、学生、企业、机器,根据什么指标评,什么时候评,比例怎么设置)

**课堂实录尽最大可能的展现以上举措 (可以是两节连续的课,也可以是不连续的课)**

# 创新成效

教师：

教学成果奖/教改课题/

教改论文/教材



学生：

知识能力提升/获奖/证书

/创业/服务社会



社会：

经验交流、分享、示范引领

作用,教学资源辐射推广



积累成果  
用数据说话

# 二、如何备赛

## 持续积累

### 积累教师教学方面奖项

教学成果奖、一流课程、教改课题论文、慕课、教材、教学比赛、教学研讨交流等

### 积累学生课程相关成果

教学留痕、学科竞赛、指导论文、大创、专业证书、企业项目等

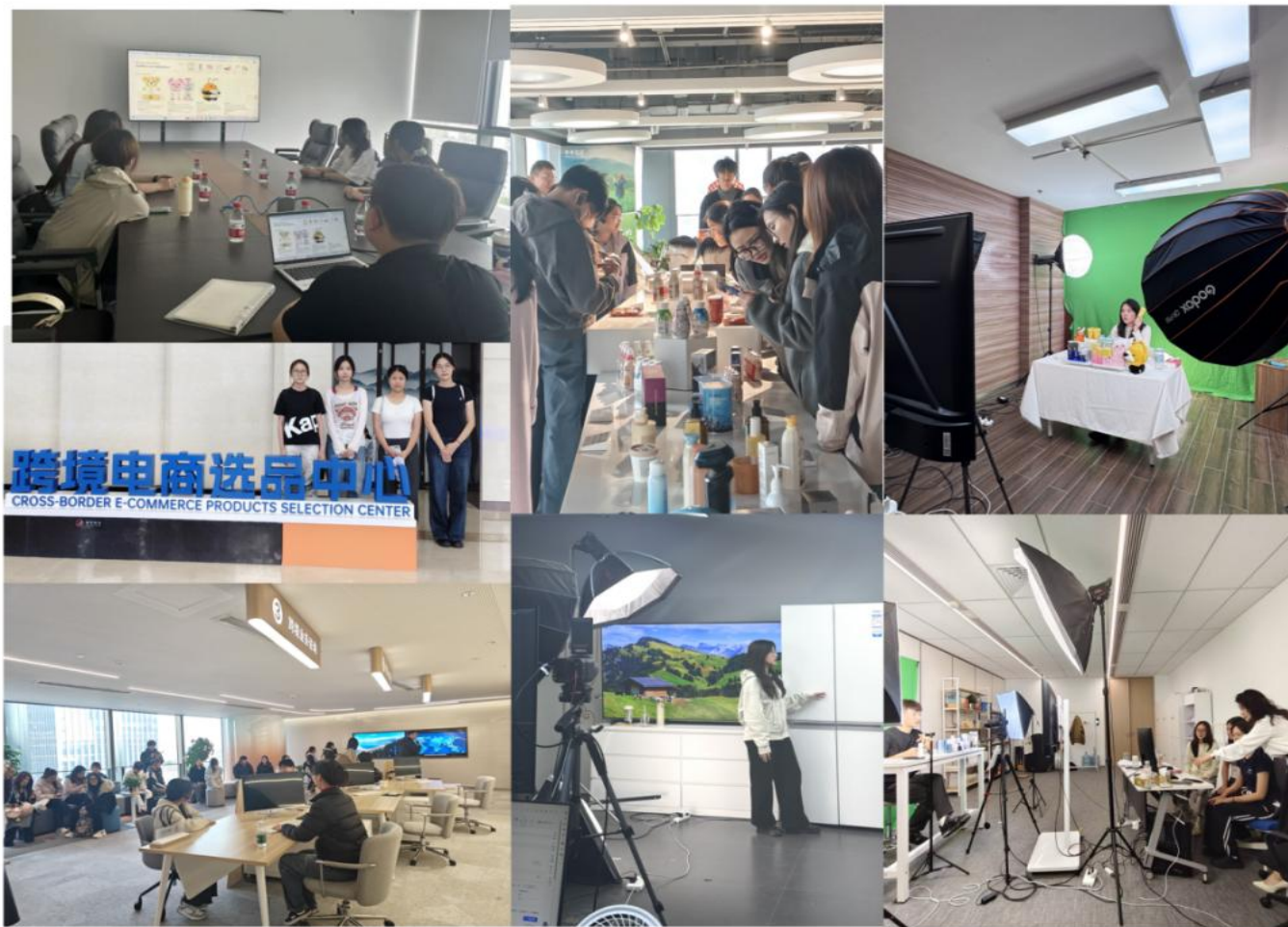
# 有数据、有照片



班级总体学习情况数据



学生个体学习情况数据



校外实践基地

# 注意：图要易于直观理解



# 学习网址

实录视频参考：

国家高等教育智慧教育平台——全国  
高校教师教学创新大赛获奖课程的教  
学实录视频

<https://higher.smartedu.cn/teacher>



创新报告参考：  
微信公众号：教学创新大赛等



教学创新大赛  
安徽

全国高校教师教学创新大赛赛事介绍、通知、方法和资讯  
>

已关注公众号

私信

今天

一等奖解码：国奖作品里，评委最容易感受到“完成度高”的3个隐形动作  
阅读 778 赞 7



星期五

国奖逐字稿的“隐形结构”：每一道选择题背后，都藏着评委想看的教学...  
阅读 1192 赞 14



以赛促教，以教润心  
愿每一份耕耘皆有收获  
祝各位在教学赛场  
绽放光彩，满载而归！

敬请批评指正!