

基于跨境电商产业需求的高职韩语专业“校企协同”育人模式创新研究

王宗喆¹ 王宗赫^{2*}

(¹广东工贸职业技术学院数字商贸与数字创意交叉研究所 中国 广东省 广州市 510510, ^{2*}广东财经大学 中国 广东省 广州市 510510)

摘要:目前我国与韩国跨境电子商务蓬勃发展,在这种背景下急需一批既掌握外语又熟悉业务流程的专业人才。这就要求高职院校的韩语教师转变教育理念,积极促进产学结合。“校企合作”培养方式是解决这一难题的有效途径之一。在实际的教学过程中引入企业的项目资源及用人标准,及时了解企业的最新发展情况。能切实提高学生的韩语运用水平、跨文化交流能力和电子商务实务操作能力。该模式以课程共建、师资互聘、实训基地共享为支撑,形成“语言+技能+素养”三位一体的人才培养路径,在对接区域对韩经贸发展需求、增强学生就业竞争力方面展现出显著成效,为小语种专业服务新兴业态提供可借鉴的范式。

关键词: 高职韩语; 跨境电商; 校企协同; 复合型人才

基金项目: 广州市教育研究院 2025 年度科研课题: 基于跨境电商产业需求的高职韩语专业“校企协同”育人模式创新研究 (2025915081711964)

DOI: 10.64549/jtii.v1i4.79

Innovative Research on the “School-Enterprise Collaboration” Talent Development Model for Higher Vocational Korean Language Programs Based on Cross-Border E-Commerce Industry Needs

Zongzhe Wang¹ Zonghe Wang^{2*}

(¹Institute of Digital Commerce and Digital Creative Interdiscipline, Guangdong Polytechnic of Industry and Commerce, Guangzhou, Guangdong, China, 510510 ^{2*}Guangdong University of Finance and Economics, Guangzhou, Guangdong, China, 510510)

Abstract: Currently, cross-border e-commerce between China and South Korea is flourishing, creating an urgent need for professionals who are proficient in foreign languages and familiar with business processes. This demands a shift in the educational approach of vocational college Korean language teachers, actively promoting industry-academia collaboration. The "school-enterprise cooperation" training model is one effective solution to this challenge. By incorporating corporate project resources and hiring standards into the teaching process, educators can stay updated on the latest developments in enterprises, effectively enhancing students' Korean language proficiency, cross-cultural communication skills, and e-commerce practical abilities. Supported by joint curriculum development, faculty exchange, and shared training bases, this model forms a "language + skills + literacy" tripartite talent cultivation pathway. It has demonstrated significant results in meeting regional trade and economic development needs with South Korea and strengthening students' employability, offering a replicable paradigm for serving emerging industries through less commonly taught language majors.

Keywords : Higher Vocational Korean Language; Cross-Border E-Commerce; School-Enterprise Collaboration; Compound Talents

引言

近年来，中韩经贸合作不断深化，跨境电子商务已成为双边贸易的重要增长引擎。随着大量中小企业加速开拓韩国市场，企业对既具备扎实韩语能力、又掌握跨境电商运营实务的复合型人才需求急剧攀升。然而，当前高职高专韩语专业的人才培养仍面临诸多现实困境：培养目标定位模糊，课程内容滞后于行业实际；实践教学体系薄弱，缺乏真实业务场景支撑；校企协同机制松散，产教融合多停留于表面合作。这些短板导致毕业生难以胜任客服响应、平台运营、内容本地化等一线岗位，人才供给与产业需求之间的结构性错配日益凸显。

在此背景下，推动教育链、人才链与产业链的有机衔接，已成为高职韩语专业改革的核心命题。唯有深化校企协同育人机制，将企业的真实项目、技术标准和岗位能力要求系统融入人才培养全过程，才能有效实现从“知识本位”向“能力本位”的根本转型，为小语种高职教育服务跨境电商新业态探索出一条切实可行的发展路径。

一、跨境电商产业对高职韩语人才的能力需求分析

近年来，随着中韩经贸关系持续深化，跨境电子商务成为两国贸易增长的重要引擎。据行业调研显示，大量面向韩国市场的中国跨境电商企业普遍面临“招人难”困境——既懂韩语又熟悉平台运营的复合型人才严重短缺。尤其在 Coupang、Naver Shopping 等本土化程度高的平台上，企业对韩语人才的需求已从传统的翻译、跟单岗位，快速扩展至客服、本地化运营、直播策划、用户运营等核心业务环节。这一趋势倒逼高职韩语专业必须重新审视人才培养定位，精准对接产业一线能力诉求。在此背景下，系统梳理跨境电商对韩语人才的语言能力、业务技能与职业素养要求，成为推动专业改革的前提与基础。

（一）语言应用能力的核心要求

在跨境电子商务语境下，韩语的使用已远超传统翻译或日常交际范畴，转而成为一种高度专业化、场景化且时效性强的语言实践活动。从业者不仅需掌握扎实的语音、语法与词汇基础，更须熟练运用商务韩语、主流电商平台术语、客户服务话术以及商品营销表达方式。例如，面对韩国消费者的咨询，需敏锐捕捉其话语中的委婉表达、敬语层级及深层文化意涵；在撰写产品详情页或广告文案时，则需做到语言精准、生动，并契合韩国本土消费者的认知习惯与审美偏好。随着直播带货、短视频推广等新业态的迅猛发展，学生还需具备即兴口语输出、临场应变能力以及图文、音视频等多模态语言资源的整合运用能力 [1]。

当前，语言能力的衡量标准已从传统的“听、说、读、写”四维技能，转向在真实跨境电商业务场景中高效完成任务的实战素养。例如，客服人员需在 30 秒内以符合韩国用户语用习惯的方式作出回应，在传递专业性的同时展现亲和力；运营人员则需将中文营销语进行深度本地化转化——如将网络热词“真香”译为更符合韩国直播用词“결국 인정/결국 좋다”，将“爆款”转化为更具传播力的韩式表达“히트상품/품질 대란템”，而非机械直译。尤其在机器翻译工具日益普及的背景下，单纯的语言转换价值持续弱化，真正核心的能力在于：在 AI 初译基础上进行文化适配、语气调校、情感注入与语境优化。

因此，高职韩语教学亟需实现从“教语言”向“用语言”的根本转型，聚焦跨境电商真实工作流程中的语言实践，系统培养学生在客服沟通、产品文案撰写、直播互动等典型场景下的功能性、策略性与跨文化语言应用能力。

（二）跨境电商业务操作技能构成

除语言能力外，岗位更强调“语言 + 技能”的综合运用。高职韩语毕业生需熟悉主流对韩电商平台（如 Coupang、Gmarket、Naver Shopping）的操作逻辑，掌握商品上架、订单处理、物流跟踪、退换货管理等全流程业务。同时，需具备基础数据分析能力，能通过平台后台了解用户流量、转化率及关键词表现，辅助优化运营策略。在客户服务环节，需熟练使用 KakaoTalk Business、Naver Talk 等工具进行高效多轮沟通，并妥善处理投诉与差评。部分企业还要求员工参与选品调研、竞品分析及本地化营销策划，涉及市场调研、视觉协作、社交媒体运营等跨领域知识 [2]。

表 1 跨境电商韩语岗位核心业务操作技能与对应能力要求

业务环节	典型工作任务	所需操作技能	对应能力维度
商品上架与优化	撰写韩文商品标题、详情页；设置关键词标签	熟悉 Coupang/Naver 后台操作；掌握 SEO 基础；使用本地化表达撰写营销文案	平台操作 + 语言本地化 + 数据意识
订单与物流管理	处理订单确认、发货通知、物流异常跟踪	操作 ERP 或平台订单系统；解读物流状态代码；与韩国物流商邮件 / 聊天沟通	系统操作 + 跨境协调 + 应急处理
客户服务	回复咨询、处理退换货、应对差评	熟练使用 KakaoTalk Business、Naver Talk；编写标准化 + 个性化话术；情绪管理	即时沟通 + 文化敏感 + 抗压能力
数据分析	查看用户行为数据、转化率、关键词效果	使用平台 BI 工具（如 Coupang Seller Center）；识别高 / 低效商品；提出优化建议	基础数据分析 + 逻辑推理 + 商业思维
本地化营销	参与促销活动策划、节日专题设计、社交媒体发布	了解韩国节日文化（如 Chuseok、White Day）；协作设计视觉素材；撰写 Blog/Instagram 文案	跨文化理解 + 创意表达 + 团队协作
KOL/ 直播协作	与韩国网红对接、撰写直播脚本、管理评论区互动	理解韩国直播话术风格；快速翻译产品卖点；监控并引导舆论走向	即兴表达 + 多模态整合 + 敏锐洞察

来源：本文行业调研整理

上述技能并非孤立存在，而是嵌入完整业务链条。例如，商品上架不仅需撰写韩文标题，还需设置符合韩国消费者搜索习惯的关键词标签；处理退货时，除沟通协调外，还需在系统中准确选择退货原因代码，以影响后续算法推荐。在 DTC（Direct-to-Consumer）模式下，韩语人才常需直接对接韩国 KOL 或 MCN 机构，参与直播脚本共创、评论区互动管理等工作。这意味着学生必须具备“工具—流程—协作”三位一体的操作素养，能够灵活切换于语言服务者、运营助理与文化中介等多重角色之间。

（三）跨文化沟通与职业素养维度

跨境电商本质上是跨文化商业活动，语言障碍之外，文化认知偏差常导致交易失败或客户流失。高职韩语人才需深刻理解韩国消费者的消费心理、节日习俗、审美偏好及社交礼仪。例如，韩国社会重视“体面”（체면）与“关系”（인맥），沟通中倾向间接表达不满，偏好通过第三方调解解决纠纷；在促销活动中，对“限时”“独享”“偶像代言”等概念反应强烈。此外，企业高度关注职业素养，包括守时意识、保密原则、团队协作精神及抗压能力。尤其在“7×24 小时”全球运营模式下，员工需适应弹性工作制，具备自主学习与快速响应能力。这些软性素质虽难以量化，却直接影响客户满意度与企业品牌形象 [3]。

更深层次看，跨文化能力不仅是“避免冒犯”，更是主动构建信任与情感连接。例如，在韩国“送礼文化”影响下，节日期间附赠小样或手写感谢卡可显著提升复购率；处理差评时，若能引用韩国流行语或网络梗表达歉意，往往比程式化回复更有效。职业素养方面，企业尤为看重学生的“职场成熟度”——能否在无明确指令下

主动发现问题、提出优化建议，或在高强度节奏中保持情绪稳定。这些素质无法通过短期培训获得，需在教学中融入情境模拟、角色反思与企业文化浸润，使学生在真实职场中展现出超越语言层面的专业价值。

二、高职韩语专业人才培养现状与产教脱节问题诊断

（一）课程体系与岗位标准匹配度不足

当前，多数高职院校韩语专业仍沿用“基础韩语+经贸韩语+韩国概况”的传统课程结构，内容滞后于跨境电商快速迭代的现实需求。教学案例多聚焦于十年前的外贸函电、传统展会洽谈等场景，鲜少涉及直播带货、社交媒体营销、DTC (Direct-to-Consumer) 品牌出海等新兴业态。这种以知识传授为中心的教学理念，导致“重课堂、轻实践”“重输入、轻输出”的倾向突出：教学过程过度关注语言知识点的讲解，忽视以真实工作任务为驱动的能力培养。

例如，“韩语听说”课程常以影视剧片段为素材，缺乏对 Coupang、Gmarket 等平台真实客服对话的模拟训练；“经贸韩语”则偏重合同条款的书面翻译，却未涵盖电商平台规则解读、退换货政策本地化、消费者权益说明等实际业务内容。其结果是，学生虽能通过 TOPIK 考试，却难以胜任客服响应、商品文案撰写、售后沟通等一线岗位任务 [4]。

更深层次的问题在于课程设置缺乏系统性与逻辑关联。企业期望毕业生能够快速融入工作流程，独立完成“产品—消费者—信息”闭环中的各项任务，而现有课程仍按“听、说、读、写”技能割裂授课，缺少跨课程整合的综合实践项目。例如，一学年内可能分别开设“韩语写作”“韩国社会与文化”和“电子商务导论”，但从未设计一个融合三者能力的实战任务——如围绕某国产美妆产品，开展面向韩国 Z 世代的本地化营销策划，包括市场调研、文化适配、文案创作与社媒发布。此外，课程考核仍以期末笔试为主，难以有效评估学生在真实工作场景中综合运用语言与业务能力的水平。

这种结构性错位造成了人才培养与产业需求之间的显著“能力鸿沟”。要破解这一困境，亟需以跨境电商典型岗位的能力图谱为牵引，反向重构课程体系，推动从“学科逻辑”向“工作逻辑”转型，实现教学内容、教学方式与评价机制的全面升级。

（二）实践教学资源与真实场景缺失

当前高职韩语专业在实践教学方面普遍存在“实操性弱、场景脱节”的问题。校内实训多依赖仿真软件或角色扮演，学生极少有机会接触真实的跨境电商操作系统。许多学生甚至从未见过 Coupang 卖家后台界面，不了解 Naver 广告投放平台的操作逻辑，也未曾使用过韩国本土物流查询网站（如 CJ Logistics、Hanjin 等）跟踪包裹状态，对行业核心工具链几乎一无所知。

而在企业实习阶段，问题同样突出：部分企业将学生视为“免费劳动力”，仅安排其从事基础翻译、文件整理或行政文秘类工作，未能提供与其专业方向（如客服、运营、本地化）相匹配的岗位体验；另一些院校因缺乏稳定、深度的校企合作机制，导致实习流于形式——即便开展“校企合作”，也往往止步于零星讲座、走马观花式的参观，远未达到“学中做、做中学”的融合境界。这种脱离真实业务流程的实践，使学生获得的职业经验浮于表面，难以转化为实际就业竞争力 [5]。

究其根源，在于学校缺乏接入企业真实业务系统的渠道与能力，而校企合作又普遍停留在浅层互动。理想的实训应让学生在可控、合规的前提下接触真实数据与业务场景：例如，通过企业提供的试用账号独立运营小型跨境店铺，或承接企业委托的非敏感任务（如编写韩语版 FAQ、整理用户评价、优化商品标题等）。然而，现实中的实训条件严重不足——多数实训室仅配备普通计算机和传统语言实验室设备，缺乏跨境电商所需的多屏工位、多语言客服系统（如 Zendesk、Intercom）、数据分析大屏、社媒管理工具等专业化设施。同时，实践教学缺乏标准化的任务包、操作流程与能力评估指南，高度依赖教师个人经验“自由发挥”，导致实训质量参差不齐、效果难以保障。

唯有打破“教室”与“职场”之间的物理与认知壁垒，构建基于真实业务流、工具链和任务场景的沉浸式实训环境，才能真正实现从“纸上谈兵”到“真刀真枪”的跨越，让语言能力在实战中淬炼成职业能力。

（三）师资队伍行业经验薄弱

高职韩语教师大多毕业于语言类院校或师范类院校，没有跨境电商从业经验，知识体系主要集中在语言教学方法及韩国文化方面，缺少关于平台算法、获取流量、支付结算、关税政策等电商相关知识，即使有意识地将一些电商平台的内容融入到课堂中，也只是停留在表面。例如，在讲述“韩语的产品说明”一课中，仅仅从是否合乎语法角度出发，而不会涉及搜索引擎优化 (Semantic SEO) 中的关键词设置、感性广告文案写作技巧以及 A/B Testing 原理等内容；其次，尽管企业讲师有着丰富的实践经验，但是因为缺少专门针对教师的培养训练，

难以有效将其融入教学当中；另外，因教师“双师型”比例偏低、缺乏校企人才交流机制等原因，都给相关课程建设带来困难 [6]。

这使得教学中出现与实务发展不匹配的现象：教师无法明确哪些平台的功能是当前韩国消费者的习惯做法（例如 Naver SmartStore 中嵌入 AI 客服系统），以及如何引导学生处理新的法律规制事项（例如韩国电子商务消费者保护法中的退货期限）。一方面，有的学校虽然鼓励教师去企业锻炼，但是时间太短，又只是边缘工作，并不是真正意义上的深入进去；另一方面，企业教师来上课，由于课程零碎、目标不明确，所以很难达到理想的教学效果。要破解此困局，需建立制度化的“双向嵌入”机制：一方面设立教师企业研修学分制，保障每年不少于 4 周的深度岗位实践；另一方面开发企业导师教学能力培训包，帮助其掌握任务设计、过程反馈与能力评估等教学基本功，真正实现“行家能教、教师懂行”。

三、“校企协同”育人机制的构建逻辑与实施框架

（一）协同育人的目标定位与责任分工

校企协同并非简单的联合办学，而是一种以互惠共赢、资源共享为基础的深度合作关系。学校立足“育人”本位，负责理论教学、语言基础训练与职业素养培育；企业基于“用人”需求，提供岗位能力标准、真实工作任务及过程性评价反馈。双方应共同制定人才培养方案，分阶段设定能力目标：第一学年聚焦韩语基础能力夯实与跨境电商行业认知导入，同步开展职业启蒙教育；第二学年嵌入平台操作、客户服务、本地化文案等核心技能模块，实施项目化教学；第三学年进入合作企业开展顶岗实习，并在毕业设计中完成基于真实业务场景的综合项目总结。在此过程中，学校主导课程体系设计与日常教学实施，企业承担实习岗位供给、技术指导与质量考核职责，形成“学校主教、企业主训、双方共评”的协同机制 [7]。

共识与责任明晰是协同可持续的关键。学校不应仅将企业视为就业出口，而需推动其深度参与人才培养全过程；企业亦不能止步于“订单班”或资源捐赠，而应视教育投入为战略性人才储备。例如，在课程标准开发阶段，企业可提供典型工作任务清单（如“Coupang 差评应对的 5 种标准化话术模板”），学校据此反向设计教学内容；在考核环节，由企业设定实操任务评分维度（如响应时效、语言得体性、问题解决率），确保学习成果与岗位胜任力对齐。唯有建立目标一致、权责清晰、流程闭环、反馈及时的合作机制，才能有效破解“校热企冷”或“形式大于内容”的困境，真正弥合教育供给与产业需求之间的结构性鸿沟。

（二）“双主体”育人组织架构设计

以制度化的形式设立相应的组织架构确保协作的有效性。例如，组建校企双方的领导班子及专业带头人、企业高层管理人员、一线技术人员共同参与的“韩语跨境电商产业学院”，负责整体规划并进行统筹协调；同时，组建课程开发组、实践指导组、考核评价组等，开展不定期的协商讨论会，及时更新教学方案。第三，“双导师制”，即学校教师指导学习与发展，企业工程师指导实践与就业。同时，签署协议书，界定双方的责任义务、资源共享、成果归属、学籍管理等问题，防止合作零散性及临时性现象 [8]。

二是明确该机构有决定权和支配资源的权利，而不是流于形式的咨询委员会。比如，课程建设委员会可以决定不符合工作实际的课程不能开设；实训指导委员会可以直接使用企业的实际数据源进行实训（经过脱敏处理）；质量监控委员会可以决定不合规的合作项目予以取消等。同时，“双导师”的沟通交流应形成制度性安排，比如定期视频会议、共同制定授课计划等，以保证课程讲授和研发工作能够紧密衔接。一些先进的高校也探索了让企业导师参与学校对教师评价的方式方法，从时间投入量以及学生的反馈信息等方面给予一定的奖励。这样形成的具有明确边界、高效运转、实体制定的架构，是校企由“松散型”向“紧密型”转变的重要基础性保障。

（三）运行保障与动态反馈机制

合作要有制度和条件支撑。学校要投入资金用于课程建设、教师培养及实训基地建设；企业提供仪器设备、技术参数共享或者给予一定的顶岗实习补贴。同时形成“企业点菜—学校授课—企业打分—调整提升”的良性循环模式：在每个学年结束时由企业提供学生顶岗实习过程性评价和岗位工作能力评估报告，学校以此为依据进行人才培养方案调整。定期进行毕业生回访调研工作，掌握学生就业状况及职业生涯发展趋势，并将这些信息反馈给学校，以便优化培养过程；邀请校外评估单位来检验合作成果，保证合作落到实处并不断完善其内涵建设 [9]。

这种反馈要及时、有层次、可执行。如企业的反馈不能简单说“学生交流表达能力一般”，而是用一张表格列出“表达正确与否”“熟悉使用哪个平台”“主动提出哪些问题”等方面进行评分并给出典型事例。学校教师团队要在两周内进行总结分析会议，总结普遍存在的不足点（例如大部分学生不了解 Naver 广告中如何设置关键词），在下一次的教学过程中增加微课视频或者实验环节；并且还可以利用信息技术建立一个“企业—

学校合作管理系统”，随时录入学生的作业情况、教师批注及个人进步情况，以数据为依据，以提升为目的，让协同育人从经验驱动走向数据驱动，真正实现“教随产出、学随岗变”的高质量发展。

四、基于真实项目驱动的课程与教学改革路径

（一）“语言 + 电商”融合式课程模块开发

为切实对接跨境电商岗位需求，需打破传统学科壁垒，系统重构课程体系。可将课程整合为三大模块：基础语言模块（韩语精读、听力、口语、写作），夯实语言基本功；电商技能模块（跨境电商平台运营、数字营销、国际物流与跨境支付），强化业务操作能力；融合应用模块（韩语客户服务实务、产品本地化文案创作、短视频与直播脚本撰写），聚焦真实场景下的综合应用。其中，融合应用模块为核心，采用“大任务单”或项目包形式组织教学，强调“做中学、学中用”。

例如，“韩语客服实务”课程直接引入 Coupang 平台的真实工单（经脱敏处理），训练学生高效应对退货申请、差评处理、物流延迟等典型场景；“产品本地化文案创作”课程则要求学生为国产美妆产品撰写契合韩国 Z 世代审美与语言习惯的商品详情页，并在 Naver Blog 上发布测试点击率与用户互动效果。所有融合类课程内容均由校企双方共同开发、动态更新，确保教学内容与岗位标准无缝衔接，真正实现“毕业即上岗、上岗即胜任”的育人目标 [10]。

表 2 高职韩语专业“语言 + 电商”融合式课程模块体系设计

模块类别	课程名称	核心教学内容	融合载体 / 项目形式	校企协同方式
基础语言模块	韩语精读	高级语法、商务词汇、敬语	结合韩国电商平台商品说明、用户评论文本	企业提供真实语料库
		体系、文本分析		
	韩语听说	即时应答、电话 / 在线客服对话、直播互动口语	模拟 Coupang/Naver Talk 客服场景	企业导师参与话术标准制定
电商技能模块	跨境电商平台操作	邮件撰写、产品描述、营销文案、差评回复	撰写平台商品详情页、售后邮件模板	企业提供优秀案例与修改反馈
		Coupang、Gmarket、Naver Shopping 后台管理、商品上架、订单处理	使用测试账号完成虚拟店铺全流程操作	企业提供沙箱环境或模拟系统
		关键词优化（SEO）、广告投放基础、用户行为分析、转化率解读	为指定产品制定 Naver 关键词策略并评估效果	企业提供后台数据看板（脱敏）
	韩语客服实务	多轮次在线沟通、情绪安抚、差评应对、跨文化投诉调解	基于真实工单的角色扮演与 AI 对话模拟	企业提供典型工单与评分标准
		文化适配、Z 世代语言风格、情感化表达、视觉 - 文案协同	为国产美妆 / 家居产品撰写 Naver Blog 推广文案	企业发布学生作品并监测点击反馈

模块类别	课程名称	核心教学内容	融合载体 / 项目形式	校企协同方式
融合应用模块	韩语直播与短视频运营	脚本撰写、即兴口播、评论	小组策划 10 分钟韩语直	企业专家参与脚本评审与
		区互动、KOL 合作话术	播并录制回放	表现点评
		多轮次在线沟通、情绪安	基于真实工单的角色扮演	企业提供典型工单与评分
	韩语客服实务	抚、差评应对、跨文化投诉	与 AI 对话模拟	标准
		调解	文化适配、Z 世代语言风	为国产美妆 / 家居产品
		产品本地化文案创作	格、情感化表达、视觉 - 文	撰写 NaverBlog 推广文
	韩语直播与短视频运营	案协同	案	企业发布学生作品并监测
		脚本撰写、即兴口播、评论	小组策划 10 分钟韩语直	点击反馈
		区互动、KOL 合作话术	播并录制回放	表现点评

来源：本文校企共建课程方案整理

（二）企业真实任务嵌入课堂教学流程

应打破“先学习、后实践”的传统线性模式，转向“边学边做、学做一体”的融合路径，真正实现“以产定教、以岗促学”。具体而言，可在每个学期引入 1-2 项来自合作企业的实际业务任务，并以此作为教学主线贯穿课程全过程。

例如，某学期承接了浙江一家面向韩国市场的跨境电商企业的新品本地化项目。教师将学生分为若干小组，每组负责一类家居产品，围绕目标市场开展深入调研，进而产出包括韩语关键词策略、商品标题优化建议、产品详情页文案、常见问题解答（FAQ）、网页内容撰写，以及短视频脚本创作等系列成果。整个过程严格对标企业真实工作流程，依次推进市场调查、内容策划、文案撰写、多模态呈现、内部评审与优化迭代等环节。

在此模式下，学生从被动的知识接收者转变为项目的主动执行者；教师角色则由传统讲授者转型为项目管理者、过程指导者与资源支持者。同时，企业方深度参与——不仅提供真实产品资料与市场数据，还安排业务负责人通过线上方式参与学生的中期检查与终期答辩，对成果进行专业点评与反馈。

这种基于真实任务的项目化教学，不仅锤炼了学生的韩语应用能力（如精准表达、文化适配、语境化写作），更同步提升了其项目管理、团队协作、跨部门沟通及解决复杂问题的综合职业素养 [11]。教学因此不再是孤立的语言训练，而成为连接课堂与职场、知识与能力的关键桥梁。

（三）多元化过程性评价体系构建

取消统一期末闭卷考核方式，“以能力为本位”，从语言运用是否准确恰当（包括专业术语及书面表达），执行过程是否全面合理（包括方案完整、步骤正确），创意设计是否新颖独特（包括文案撰写、策划思路），工作表现是否积极主动（包括沟通交流、守时诚信）等方面进行综合考量；由任课教师给定权重 50%、企业兼职教师给定权重 30%。小组互评及自评 20%。并辅以电子档案袋（e-Portfolio）记录学生的项目作品、反思日志、企业反馈等过程性证据，成为能力成长的可视化证据。“过程就是结果”的理念，鼓励学生注重真实的能力培养而不是成绩 [12]。

五、校企协同育人成效评估与可持续发展策略

（一）学生综合能力提升的量化与质性指标

评价方式：定量考核如 TOPIK 高级通过人数、线上系统使用证书获得人数、就业签约率等等，定性调查则采用问卷星调研及个别面谈的形式了解学生在“自信心”“认识度”“满意度”等方面的感受，“迁移力”的

培养是衡量课程效果的重要标准之一,即学生是否能运用本课程知识解决实际问题,比如把服务热线的语言运用到直播中去,或者把写文案的能力用到新媒体工作中去。能力成长不是单纯地学会一项技能,而是“遇到新问题的处理方式以及学习的态度”。

(二) 企业满意度与就业质量跟踪分析

企业是终极评判人。可以通过年度满意度调查,了解他们对毕业生“语言实用性”“上手速度”“稳定性”的评价,并追踪就业质量:不单看就业率,还要看专业对口率、岗位层级(比如能否进入核心运营岗)、薪资增长曲线以及成长空间。如果毕业生1年就能成为小组长甚至独当一面地去运营一个账号,则即培养形式能有效辅助企业人才储备情况。该类数据可作为构建配套系统的关键条件之一。

(三) 长效机制建设与区域推广路径

为了防止出现“人走茶凉”的现象,应该将合作模式规范化。一是把好的做法变成学校的规范,《韩语跨境电商方向人才培养指南》《校企双导师管理办法》等即是;二是与当地政府及行业企业共同创建“中韩跨境电商人才孵化基地”,争取社会支持,打造政—校—行—企共同体。对未开展合作的学校,则可以输出“轻量级”合作方案:例如共建企业项目资源池、开放网络化实践教学系统、举办教师培训等,减少合作难度;以成果输出和服务共享,将经验由“星星之火”变为“燎原之势”。

六、结语

在数字经济发展与中韩经济贸易密切相关的大趋势下,高职韩语专业的跨境电子商务人才培养模式只有积极面向跨境电子商务行业企业,立足校企合作开展工作,努力转变传统的“学语言”思维观念,切实提高学生的服务“一带一路”建设的实践能力和服务跨境电子商务行业的职业技能水平;准确把握跨境电子商务人才岗位胜任力及其知识、能力和素质要求;积极探索并创新跨境电子商务“双岗双证”课程开发机制;建立完善的校企深度合作人才培养长效机制。同时结合实际工作项目授课,将理论教学和生产实践紧密联系起来,一定程度上解决了人才培养供给侧同市场需求侧相对接的问题,并能帮助学生更好地适应社会、融入职场。这种做法改变了过去小语种专业“专而不精、学而不用”的尴尬局面,是探索外语相关专业对接新经济、新业态的有效方式之一。今后还要继续注重机制延续性和地域适用性的增强,努力营造“产业+教育、企业+学校、人才+市场”的良好局面,让高职韩语教学为实现高质量开放做出更大的贡献。

参考文献:

- [1]. 江姗姗.跨境电商背景下高职韩语人才培养探索[J].科学咨询(科技·管理),2021,(10):132-133.
- [2]. 李颖.应用型高校跨境电商物流管理韩语复合型人才路径的探索[J].物流工程与管理,2024,46(04):132-134+107.
- [3]. 姜健,冯雨婷,李妍妍等.高校韩语教学中学生跨文化交际能力的培养[J].西部素质教育,2023,9(06):73-76.
- [4]. 于超群.信息化时代背景下高职院校小语种人才培养的困境与对策——以应用韩语专业为例[J].顺德职业技术学院学报,2021,19(02):71-74.
- [5]. 叶小红.吉林省高职院校应用韩语专业产教融合人才培养现状及对策研究[D].吉林农业大学,2021.
- [6]. 崔瑛.产教融合视角下韩语专业创新型人才培养策略研究[J].辽宁师专学报(社会科学版),2022,(06):110-112.
- [7]. 申延子,闫钰卓.高职应用韩语专业国际化人才培养体系研究与实践[J].福建轻纺,2022,(03):36-39.
- [8]. 邱昌将,乐慧杰.跨境电商背景下韩语人才培养方案——以浙江省为例[J].商场现代化,2024,(19):58-60.
- [9]. 冯倩,徐泽方.新文科背景下“外语+”复合型外语人才培养模式创新研究——以韩语专业为例[J].韩国语教学与研究,2024,(01):43-47.
- [10]. 辛天爽.后疫情时代经贸韩语教学融合跨境电商元素策略研究[J].现代商贸工业,2021,42(29):38-39.
- [11]. 张瑜文.应用型高校韩语教学模式探索与实践——评《高校韩语教学模式构建与创新》[J].科技管理研究,2023,54(09):232.
- [12]. 于丽.“韩语+”复合型外语人才培养创新研究——评《国际化创新型外语人才培养研究》[J].人民长江,2023,54(09):277-278.