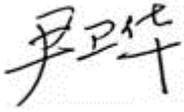


## 本科课程教学大纲（理论课）

### 一、课程基本信息

课程名称	(中文) 跨境电商运营				
	(英文) Cross-border e-commerce operation				
课程代码	1060014	课程学分		2	
课程学时	32	理论学时	8	实践学时	24
开课学院	商学院	适用专业与年级		电子商务 B21-3 (专升本)	
课程类别与性质	专业选修课	考核方式		考查课	
选用教材	无			是否为马工程教材	否
先修课程	跨境电子商务 2060733 (2)				
课程简介	<p>《跨境电商运营》是一门理论与实践相结合、基于跨境电商运营工作过程的实操性课程。该课程符合应用型人才培养目标和跨境电商相关技术领域岗位的任职要求。通过本课程的学习，使学生了解跨境电子商务的基本概念、发展趋势及前景，认识跨境电子商务的特点、跨境电子商务的模式，掌握几种常用的跨境电子商务平台的操作、运营与管理，熟悉跨境平台规则、平台操作、行业选品、营销推广的方法；能根据不同平台不同商品选择合适跨境电子商务物流；以及对跨境电子商务问题的正确处理等。通过本课程的学习，学生能够根据国际市场需求，独立寻求货源，建立店铺、运营店铺、维护和管理店铺，并了解跨境交易的流程。能获得从事跨境电子商务运营、跨境电子商务营销推广、跨境电子商务客服、跨境电子商务采购、美工等工作的基础技能。</p>				
选课建议与学习要求	<p>本课程建议开设于大三下学期，需掌握基本电子商务外贸沟通能力、外贸和电子商务知识、流程和技能操作，掌握网上外贸所需知识、技能和一些基本技巧。了解跨境电子商务的基本概念、前景、相关职业岗位群和岗位能力和综合素质要求。</p>				
大纲编写人			制/修订时间	2024.3	
专业负责人			审定时间	2024.3	

学院负责人	 (签名)	批准时间	2024.3
-------	---	------	--------

## 二、课程目标与毕业要求

### (一) 课程目标

类型	序号	内容
知识目标	1	能够了解跨境电商的发展趋势、市场规模和形式，掌握跨境电商平台的选择、注册和操作流程，熟悉跨境物流、报关和清关的基本知识，
	2	理解跨境电商产品选品的标准和策略，了解跨境电商营销的主要渠道和策略，知晓跨境电商相关的法律法规和合规要求，掌握跨境电商数据分析工具和方法。
技能目标	3	能够在跨境电商平台上进行店铺注册、产品上架和订单管理等操作，具备产品选品能力，能够根据市场需求和竞争分析选择适合的产品。
	4	具备基本的物流管理能力，能够协调国际物流和清关流程，能够根据跨境电商数据进行分析和决策，优化营销策略和运营效率。
素养目标 (含课程思政目标)	5	培养学生对于国际贸易和跨境电商发展的国家战略意识。
	6	培养学生的团队合作精神和沟通能力，以适应跨境电商行业的多元化合作环境。

### (二) 课程支撑的毕业要求

<p>L01 品德修养: 拥护中国共产党的领导, 坚定理想信念, 自觉涵养和积极弘扬社会主义核心价值观, 增强政治认同、厚植家国情怀、遵守法律法规、传承雷锋精神, 践行“感恩、回报、爱心、责任”八字校训, 积极服务他人、服务社会、诚信尽责、爱岗敬业。</p> <p>③奉献社会, 富有爱心, 懂得感恩, 自觉传承和弘扬雷锋精神, 具有服务社会的意愿和行动, 积极参加志愿者服务。</p>
<p>L02 专业能力: 具有人文科学素养, 具备从事电子商务相关工作或专业的理论知识、实践能力。</p> <p>⑥跨境电子商务运营能力: 熟悉跨境电子商务相关环境和法规政策、目的国的消费环境, 具备通过第三方交易平台, 开展相关的跨境电子商务活动和风险规避的能力。</p>
<p>L08 国际视野: 具有基本的外语表达沟通能力与跨文化理解能力, 有国际竞争与合作的意识。</p> <p>③有国际竞争与合作意识。</p>

### (三) 毕业要求与课程目标的关系

毕业要求	指标点	支撑度	课程目标	对指标点的贡献度
L01	⑥	M	培养学生对于国际贸易和跨境电商发展的国家战略意识。	50%
			培养学生的团队合作精神和沟通能力,以适应跨境电商行业的多元化合作环境。	50%
L02	③	H	能够了解跨境电商的发展趋势、市场规模和形式,掌握跨境电商平台的选择、注册和操作流程,熟悉跨境物流、报关和清关的基本知识,	50%
			理解跨境电商产品选品的标准和策略,了解跨境电商营销的主要渠道和策略,知晓跨境电商相关的法律法规和合规要求,掌握跨境电商数据分析工具和方法。	50%
L08	③	M	能够在跨境电商平台上进行店铺注册、产品上架和订单管理等操作,具备产品选品能力,能够根据市场需求和竞争分析选择适合的产品。	60%
			具备基本的物流管理能力,能够协调国际物流和清关流程,能够根据跨境电商数据进行分析 and 决策,优化营销策略和运营效率。	40%

## 三、课程内容与教学设计

### (一) 各教学单元预期学习成果与教学内容

#### 第 1 单元 跨境电子商务概述

教学内容:

- 1.1 跨境电商概况
- 1.2 跨境贸易的生态流程
- 1.3 跨境电商产生和发展
- 1.4 跨境电子商务的岗位及职业能力分析

知识要求:

- ① 了解跨境电商的定义;

② 分析跨境电子商务与传统贸易及境内电子商务的差异

③ 掌握跨境电子商务的生态体系和发展历程

④ 了解跨境电子商务岗位及职业能力需求

能力要求:

① 能理解跨境电商的交易流程;

② 能辨别跨境电商与传统国际贸易的不同。

教学重点: 跨境电商的定义; 我国跨境电商的发展特点及存在的问题

教学难点: 跨境电商与传统国际贸易的不同; 熟知跨境电商岗位应具备的职业素养

## 第 2 单元 跨境电子商务平台

教学内容:

2.1 出口跨境电子商务平台

2.2 进口跨境电子商务平台

2.3 跨境电商独立站

知识要求:

① 熟悉出口跨境电商模式

② 了解主流电子商务平台的基本情况

③ 熟悉不同跨境电子商务平台的类型和特点

④ 掌握选择合适的跨境电子商务平台的方法

能力要求:

① 能够根据业务情况, 对比相关平台, 选择适合业务需求的跨境电商平台;

教学重、难点:

跨境电商平台的分类 跨境电商业务的基本流程

## 第 3 单元 店铺注册与平台规则

教学内容:

3.1 跨境店铺的注册

3.2 平台基本规则

3.3 跨境电商中的欺诈及预防

3.4 跨境电商市场调研

知识要求:

① 知道跨境电商平台的注册流程

② 理解跨境电商平台中的知识产权规则

③ 理解跨境电商平台中的禁售规则

④ 知道跨境电商平台中的常见欺诈行为并了解如何预防

能力要求:

① 能够进行跨境电商平台的注册;

② 能够按照平台规则进行操作;

③ 能够避免跨境电商运营中的相关欺诈行为。

④ 能够进行关于跨境电商市场、平台、产品或消费者的调研。

课程思政:

① 在跨境电商平台的操作过程中, 能够严格遵守平台规则, 诚实守信, 绝不进行欺诈行为同时避免跨境电商欺诈行为。

教学重、难点: 跨境电商平台的知识产权规则; 跨境电商的基本规则; 跨境电商市场调

研

## 第 4 单元 跨境电商平台选品及定价

教学内容:

- 4.1 跨境电商选品概述
- 4.2 跨境电商平台选品规则
- 4.3 选品的分类及方法
- 4.3 跨境电商产品定价策略

知识要求:

- ① 熟悉主流跨境电商平台选品原则和工具
- ② 知道选品的分类及方法
- ③ 掌握产品价格构成和计算方法

能力要求:

- ① 能够运用选品工具, 搭配选品策略选择恰当的商品
- ② 能根据不同产品定价策略给产品定价

教学重、难点:

数据选品; 选品策略; 能根据不同产品定价策略给产品定价

## 第 5 单元 跨境电子商务物流

教学内容:

- 5.1 跨境电子商务物流概述
- 5.2 跨境电子商务物流模式
- 5.3 主流跨境电商平台的物流方式

知识要求:

- ① 了解跨境电商物流的概念、特征及重要性
- ② 熟悉跨境电商物流发展现状及趋势
- ③ 熟悉跨境电商物流的四大主要模式
- ④ 掌握主流跨境电商平台的物流方式

能力要求:

- ① 能够合理设置店铺的物流模块, 选择物流方式, 正确计算物流费用。

课程思政:

- ① 诚实守信, 能够遵守国际物流网规, 避免触犯规定而受到处罚。

教学重、难点:

物流模块设置; 物流方式选择; 运费计算

## 第 6 单元 跨境电子商务支付

教学内容:

- 6.1 跨境电子商务支付概述
- 6.2 主流跨境电商平台支付方式
- 6.3 跨境电子商务支付的风险与防范

知识要求:

- ① 了解跨境电商支付的概念及其产生与发展的背景
- ② 掌握跨境电商支付的主要方式及流程
- ③ 掌握主要跨境电商平台的支付方式
- ④ 了解跨境电商支付的风险与防范

能力要求:

- ① 能区分跨境支付的三大渠道异同
- ② 能区分传统线下支付的不同

教学重、难点:

跨境电商支付方式及流程; 跨境电子商务支付的风险与防范

#### 第 7 单元 跨境电子商务营销

教学内容:

- 7.1 跨境那个电子商务营销概述
- 7.2 跨境电子商务站内推广
- 7.3 跨境电子商务站外推广

知识要求:

- ① 理解 4P、4C、4R、4S 等营销理论
- ② 掌握速卖通、亚马逊、eBay 等平台站内营销推广方式
- ③ 熟悉搜索引擎营销的概念、特点及主要方式
- ④ 掌握社交媒体营销的概念及策略

能力要求:

- ① 能利用社交媒体工具进行营销推广
- ② 能利用搜索引擎营销工具进行营销推广

教学重、难点:

掌握社交媒体工具的操作方法; 掌握搜索引擎营销工具的操作方法

#### 第 8 单元 跨境电子商务通关

教学内容:

- 8.1 跨境电子商务通关概述
- 8.2 跨境电子商务通关模式
- 8.3 跨境电商通关平台

知识要求:

- ① 了解跨境电商通关的定义、模式和代码
- ② 熟悉跨境电商通关流程和我国跨境通关政策
- ③ 了解跨境电商通关服务平台建设背景、特色服务
- ④ 掌握客户服务的沟通技巧与客户选择与开发

能力要求:

- ① 能够使用跨境电商通关服务平台

教学重、难点:

跨境电商通关分类; 跨境电商的通关模式

#### 第 9 单元 客户服务

教学内容:

- 9.1 跨境电商客户服务概述
- 9.2 跨境电商客户沟通与服务
- 9.3 跨进电商客户关系管理

知识要求:

- ① 了解跨进电商客服的概念和工作范畴
- ② 了解跨境电商客服工作的作用和意义

<p>③ 了解跨境电商客服的沟通渠道和技巧</p> <p>④ 掌握客户服务的沟通技巧与客户选择与开发</p> <p>能力要求:</p> <p>① 能够在客户沟通中运用相关的沟通技巧及询盘技巧, 正确的使用英文句型进行客户沟通, 争取较高的信用评价。</p> <p>课程思政:</p> <p>① 能够尊重客户需求, 尊重文化差异, 及时回复客户询盘, 与客户正确沟通, 争取较高的客户信用, 避免负面的信用评价。</p> <p>教学难点:</p> <p>跨境电商询盘回复句型 客户纠纷处理</p>
<p>第 10 单元 店铺运营</p> <p>教学内容:</p> <p>10.1 产品竞争力</p> <p>10.2 店铺竞争力</p> <p>10.3 运营计划</p> <p>知识要求:</p> <p>① 分析店铺流量、成交量等店铺表现数据</p> <p>② 分析商品流量、竞争力、选品指数等表现数据</p> <p>③ 综合平台中的同类别店铺表现</p> <p>④ 比较模拟店铺的综合竞争力及产品表现</p> <p>能力要求:</p> <p>① 能够模拟跨境电商中的产品开发、产品上架、客户服务、物流、财务、人力资源等各个运营环节的决策制定, 安排每个环节的预算分配。</p> <p>教学难点:</p> <p>店铺运营战略 店铺竞争力分析</p>

## (二) 教学单元对课程目标的支撑关系

课程目标 \ 教学单元	1	2	3	4	5	6
第 1 单元 跨境电子商务概述	√				√	
第 2 单元 跨境电子商务平台	√	√			√	
第 3 单元 店铺注册与平台规则			√	√		√
第 4 单元 跨境电商平台选品及定价		√			√	
第 5 单元 跨境电子商务物流	√	√		√		√

第6单元 跨境电子商务支付	√		√		√	
第7单元 跨境电子商务营销	√		√			√
第8单元 跨境电子商务通关	√				√	√
第9单元 客户服务	√	√	√	√		
第10单元 店铺运营		√	√	√		

### (三) 课程教学方法与学时分配

教学单元	教与学方式	考核方式	学时分配		
			理论	实践	小计
第1单元 跨境电子商务概述	教师讲授、学生小组讨论	课堂讨论、课后作业	2		2
第2单元 跨境电子商务平台	教师讲授、学生讨论、课堂练习	课堂发言、作业报告	2		2
第3单元 店铺注册与平台规则	课堂讲解、案例分析、学生讨论, 实践操作	课堂发言、上机实验		4	4
第4单元 跨境电商平台选品及定价	教师讲授、案例分析讨论、实践操作	课堂讨论、上机实验	2	2	4
第5单元 跨境电子商务物流	教师讲授、学生讨论、案例分析、实践操作	课堂发言、案例分析、上机实验		4	4
第6单元 跨境电子商务支付	教师讲授、学生讨论	课堂表现、案例分析、课后作业	2		2
第7单元 跨境电子商务营销	课堂讲解、学生讨论、实践操作	课堂讨论、上机实验		4	4
第8单元 跨境电子商务通关	教师讲授、学生讨论、实践操作	课堂发言、上机实验		4	4
第9单元 客户服务	教师讲授、学生讨论、实践操作	课堂发言、课堂作业、上机实验		4	4
第10单元 店铺运营	教师讲授、学生讨论、实践操作	课堂讨论、上机实验		2	2
合计			8	24	32

### (四) 课内实验项目与基本要求

序号	实验项目名称	目标要求与主要内容	实验时数	实验类型
----	--------	-----------	------	------

1	跨境电商操作模拟	通过跨境电商模拟平台，完成数据选品、商品上架、物流管理、客服管理、营销管理等环节模拟实验。	24	④
---	----------	---	----	---

实验类型：①演示型 ②验证型 ③设计型 ④复合型

#### 四、课程思政教学设计

1. 引导学生树立正确的商业道德观念：在课程中强调商业活动应该遵守法律法规，尊重消费者权益，倡导诚信经营，反对不正当竞争等行为。通过案例分析和讨论，引导学生认识到商业活动不仅是经济行为，更是一种社会责任。
2. 强调社会责任感：在教学中强调企业的社会责任，包括环境保护、公益慈善等方面。通过案例分析和讨论，引导学生思考企业在跨境电商领域如何承担社会责任，促进可持续发展。
3. 培养国际视野和跨文化交流能力：在课程设置中增加国际贸易法律法规、国际商务礼仪、跨文化沟通技巧等内容，帮助学生拓展国际视野，增强跨文化交流能力。通过实践操作和讨论，引导学生尊重不同文化背景，促进国际合作。
4. 关注行业发展与政策导向：引导学生关注跨境电商行业的发展趋势和政策导向，了解国家对于跨境电商政策的支持与引导，培养学生对国家政策的理解和支持。

通过以上思政教学设计，跨境电商运营课程不仅能够培养学生的专业知识和实践能力，还能够引导他们树立正确的商业道德观念，增强社会责任感，拓展国际视野，为未来的职业发展和社会贡献做出积极的贡献。

#### 五、课程考核

总评构成	占比	考核方式	课程目标						合计
			1	2	3	4	5	6	
X1	60%	随堂测验	20	30	30	20			100
X2	25%	跨境电商实验报告	10	10	30	50		10	100
X3	15%	平时表现	10	10	10	10	30	30	100

#### 评价标准细则（选填）

考核	课程	考核要求	评价标准			
			优	良	中	不及格

项目	目标		100-90	89-75	74-60	59-0
X1						
X2						
X3						

六、其他需要说明的问题

--