

## 课程教学进度计划表

## 一、基本信息

课程名称	跨境电子商务				
课程代码	2060733	课程序号	1107	课程学分/学时	2/32
授课教师	李显显	教师工号	15023	专/兼职	专职
上课班级	国贸 B21-1、 2 国贸 B21-3	班级人数	88、42	上课教室	商学院 123、 商学院 223
答疑安排	周二、周三 9:00-11:00, 商学院 420				
课程号/课程网站	班课号: 2960912				
选用教材	《跨境电子商务》熊励 许肇然 李医群、 ISBN: 978-7-04-054099-4、高等教育出版社、版本/版次: 1/1				
参考教材与资料	《跨境电商阿里巴巴速卖通宝典》速卖通大学 电子工业出版社 2015 年 01 月 《亚马逊跨境电商运营从入门到精通》纵雨果 电子工业出版社 2018 年 10 月 《跨境电商: 平台规则+采购物流+通关合规全案》农家庆 清华大学出版社 2020 年 06 月				

## 二、课程教学进度安排

课次	课时	教学内容	教学方式	作业
1	2	第 1 单元 跨境电子商务概述 1.1 跨境电商的概念与特征 1.2 跨境贸易的业务流程 1.3 跨境电商现状及发展历程 1.4 跨境电子商务的意义	讲授法、课内 讨论	单元练习
2	2	第 2 单元 跨境电商的分类及主要平台介绍 2.1 跨境电商平台的主要业务类型 2.2 主要跨境业务流程 2.3 主要的跨境电商平台介绍	讲授法、课内 讨论	单元练习

3	2	<p>第3单元 店铺注册与平台规则</p> <p>3.1 跨境店铺的注册</p> <p>3.2 平台基本规则</p> <p>3.3 跨境电商中的欺诈及预防</p> <p>3.4 跨境电商市场调研</p>	讲授法、课内讨论	单元练习，调研国内外跨境电商市场，选择某一平台、某一类业务、某一商品或某类客户等进行调研，完成个人跨境电商市场调研报告。
4	2	<p>第4单元 市场选品</p> <p>4.1 选品的原则与意义</p> <p>4.2 选品工具介绍</p> <p>4.3 选品策略</p>	讲授法、课内讨论	跨境电商调研报告
5	2	实验1: 根据市场需求, 结合平台内和平台外的数据分析选择适当的商品	课内实验法	完成选品实验报告
6	2	<p>第5单元 跨境物流</p> <p>5.1 跨境物流的主要模式</p> <p>5.2 运费计算</p> <p>5.3 海外仓及其他物流模式</p> <p>5.4 订单管理</p>	讲授法、课内讨论	单元练习
7	2	实验2: 完成平台物流实验, 进行不同品类产品跨境物流运费计算及物流选择, 比较跨境小包、物流快递、专线物流、海外仓等模式下的物流运费。	课内实验法	完成物流实验报告
8	2	<p>第6单元 产品定价</p> <p>6.1 定价的概念和意义</p> <p>6.2 电子商务环境下的商品定价现状</p> <p>6.3 电子商务环境下的商品定价策略</p> <p>6.4 商品成本计算</p>	讲授法、课内讨论	单元练习
9	2	<p>第7单元 商品发布</p> <p>7.1 跨境电商商品发布流程简介</p> <p>7.2 商品发布实例</p> <p>7.3 商品信息优化及命名规则</p>	讲授法、课内讨论	单元练习

10	2	实验 3: 平台商品上架, 模拟平台进行商品上架、命名介绍、模板制作等	课内实验法	完成商品发布实验报告
11	2	第 8 单元 客户服务 8.1 电子商务中的沟通技巧 8.2 跨境电商询盘技巧 8.3 客服模板与实时客服 8.4 常见的网上沟通情景	讲授法、课内讨论	单元练习
12	2	实验 4: 制作客服模板, 完成客服回复模拟训练。	课内实验法	完成商品客服实验报告
13	2	第 9 单元 营销与推广 9.1 跨境电子商务营销模式 9.2 平台营销 9.3 搜索引擎营销 9.4 社交网络营销	讲授法、课内讨论	单元练习
14	2	实验 5: 进行店铺平台营销、大促营销、直通车营销及调查 SNS 营销媒体, 关键字命名练习。	课内实验法	完成商品促销实验报告
15	2	第 10 单元 店铺运营 10.1 产品竞争力 10.2 店铺竞争力 10.3 运营计划 实验 6: 小组实验 (4-5 人/组) 完成行业分析、选品、定价、上架、营销、售后等全套跨境电商营销方案, 与实际店铺进行比较分析, 制定优化方案	小组实验法	小组实验报告
16	2	小组汇报	课内实验法	

### 三、考核方式

总评构成	占比	考核方式
X1	40%	跨境电商实验报告
X2	30%	调研报告
X3	20%	单元练习
X4	10%	课内讨论

刘略辉

任课教师：李显显      系主任审核：

日期：2024.3.1