《跨境电商实务》教学大纲

一、课程基本信息

课程类别	专业拓展课程	课程性质	理论	课程属性	选修
课程名称	跨境电商实务		课程英文名称	Cross-border E-commerce	
课程编码	F03ZX51C		适用专业	电子商务	
考核方式	考查		先修课程	电子商务、经济学	
总学时	32	学分	2	理论学时	32
实验学时/实训学时/ 实践学时/上机学时			上机学时：0		

二、课程简介

《跨境电商实务》是电子商务专业的一门专业拓展选修课，定位为跨境电子商务知识的启蒙者和导入者。通过本课程的学习，使学生掌握跨境电子商务基本理论、不同平台的运营规则、营销、物流、仓储、跨境支付、法律政策等，熟悉行业分布态势的不同发展和政府宏观政策的调整及未来的趋势，对跨境电子商务的理论体系的各个组成部分有一个系统框架的认识。将理论、系统、方法与实践相结合，引导学生通过案例，用新的理念、新的视点对传统贸易与跨境电子商务进行学习，培养学生的创新意识，培养学生独立思考、理论和实践相结合的动手能力，为今后从事跨境电商相关工作奠定坚实的基础。

三、课程教学目标

课程教学目标		支撑人才培养规格指标点	支撑人才培养规格
知识目标	<p>目标1: 通过本课程的学习，掌握跨境电子商务的基本理论、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；了解目前国内外常用的跨境电子商务平台及相关知识；熟悉跨境电商平台的规则及平台操作、业务推广和客户服务；掌握国际物流和国际支付知识；掌握外贸市场网络调研、选品、采购；掌握对外产品网上定价策略；掌握处理网上询盘、报盘、谈判业务和客户维护；掌握跨境电商数据分析指标和分析方法；熟知跨境电子商务相关法律法规。</p>	<p>5-2掌握电子商务活动中各环节所涉及专门知识的基本原理；</p> <p>5-3初步具备从事电子商务组织与运营的基本能力及互联网营销与策划活动的基本技能。</p>	5. 专业性知识
能力目标	<p>目标2: 通过本课程的学习，能运用跨境电商基本模式分析现有跨境电商运作模式；能运用跨境电商发展环境分析当前跨境电商发展优势和面临的障碍；能够顺利开通跨境电商店铺账号，独立完成跨境电商平台的操作；能够制定跨境产品和店铺优化方案、通过合适的方法和渠道在平台内外进行推广；能对跨</p>	<p>9-1具备洞察问题、提炼问题的能力，能够在电子商务实践活动中灵活运用所掌握的专业知识；</p> <p>9-2能够对国内外市场各种信息加以甄别、整理和加工；</p> <p>9-4能够利用网络商务平台</p>	<p>9. 运用知识的能力</p> <p>11. 团队沟通与协作的能力</p> <p>12. 思辨与创新思维的能力</p>

	境物流管理深入了解并能进行科学分析；能运用跨境电商支付知识，分析考虑汇率的跨境电商支付策略制定；能及时处理订单、提升客户体验感和满意度。	进行国际贸易相关业务； 11-5与小组或团队成员之间基于互尊互助、平等协商等原则进行沟通，实现团队目标。 12-1养成独立思考的习惯，树立进取意识和探索精神；	
素质目标	目标3: 具备跨境电商运营的基本职业道德，热爱本职工作，虚心学习，勤奋工作，遵守行业法律、法规；养成细心耐心的习惯，对境外客户有一定了解，并能包容、合理应对各种买方行为，培养良好的服务意识；树立正确的经济意识和全球一体化经济意识，塑造正确的社会主义市场经济价值观，培养社会主义市场经济下的商业和贸易的综合人才。	1-2具有良好的道德修养、高度的社会责任感、正确的劳动意识和敬业精神。 2-2运用外语工具进行沟通表达的能力 3-4能够理论与实践紧密结合，解决实际问题	1. 思想道德品质 2. 综合素质能力 3. 专业素质能力

四、课程主要教学内容、学时安排及教学策略

(一) 理论教学

教学模块	学时	主要教学内容与策略	学习任务安排	支撑课程目标
跨境电商认知	4	重点: 掌握跨境电子商务的概念、分类；跨境电商与传统外贸的区别；掌握跨境电商的主要模式 难点: 区分跨境电商与国内电商，跨境电子商务与传统外贸模式的不同。区分B2B、B2C、C2C不同跨境电商模式，结合实际选择合适的跨境电商模式 思政元素: 通过视频《中国跨境电商商务的发展机遇》培养学生爱党、爱国和大国自信，通过案例《Lazada携手商家抗疫，全维度赋能助力卖家运营》，介绍各种电子商务商业模式的比较，培养学生的社会责任感，爱国、以国家利益为主 教学方法与策略: 线下教学。利用PPT、多媒体工具，认知跨境电商，熟悉跨境电商的模式。课堂运用主要运用讲授法、案例分析、讨论开展教学，通过引入热点视频和案例，激发学生的学习热情，锻炼学生的思考能力。	课前：预习课本知识观看视频《中国跨境电商商务的发展机遇》 课堂：通讲授相关知识 课后：线上练习题	目标1 目标2 目标3
跨境电子商务交易流程	4	重点: 掌握市场需求调研的内容和选品调研、价格调研的方法；跨境电商市场调研方法；掌握询价、发价、还价、接受四个磋商环节，掌握合同签订的要件。 难点: 使用跨境电商选品方法与价格调研方法；磋商环节及合同签订与履行的要件 教学方法与策略: 线下教学。在课堂上利用	课前：思考跨境电商交易的流程 课堂：通过视频、课堂讨论教学 课后：线上练	目标1 目标2

		PPT、多媒体工具讲授跨境电商进出口交易流程；国际市场调研与客户开发；网上交易磋商；询价、发价、还价、接受等流程磋商环节以及合同的签订和履行。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	习题	
跨境电商平台操作	6	重点： 掌握阿里巴巴、亚马逊、敦煌网、eBay、Wish等主流的跨境电商平台功能和操作方法 难点： 熟悉各个跨境电商平台的交易环节中的平台规则，结合实际具体应用。 教学方法与策略： 线下教学。在课堂上利用PPT、多媒体工具讲授阿里巴巴、亚马逊、敦煌网、兰亭集势、设备时代、eBay、Wish平台功能和操作方法，以及不同平台的交易规则。对课堂运用主要运用讲授法、案例法、分组实操开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前：熟悉阿里巴巴、亚马逊等主流跨境电商网站的业务 课堂：通过案例、课堂讨论教学 课后：观看速卖通、wish的操作流程，仿真平台上自学操作	目标1 目标3
跨境电商产品定价	2	重点： 掌握跨境电商产品定价基本概念；掌握价格的调整与计算；掌握产品定价方法和定价技巧。 难点： 如何给产品合理定价，使用恰当的定金方法。 教学方法与策略： 线下教学。在课堂上利用PPT、多媒体工具探讨跨境电子商务产品定价的基本概念、成本核算，以及价格调整与计算、定价方法与技巧。 课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前：跨境电商产品价格如何制定的？ 课堂：通过案例、课堂讨论教学 课后：线上练习题	目标1 目标3
跨境电子商务物流	4	重点： 掌握跨境电商物流内涵特点；掌握邮政物流、商业快递及专线物流的优缺点及计算方式。 难点： 能够在实际场景下选择合适的物流方案；能够对跨境物流中可能产生的风险进行防范。 思政元素： 通过案例《菜鸟联合全球物流：开通免费向武汉运输救援物资的绿色通道》、时讯：中欧纽带 照鉴未来、中俄合拍纪录片《物流的秘密》在“今日俄罗斯”电视台播出；时讯《邮政投递员吴波：山路上的绿色使者》，培养学生爱国，树立责任感、职业道德意识。 教学方法与策略： 线下教学。在课堂上利用PPT、多媒体工具讲授跨境电商物流内涵，跨境电商的主要物流模式，跨境电商通关与报关的基本流程以及阿里一达通外贸综合服务平台。课堂运用主要运用讲授法、案例法及分组讨论法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	课前：预习课本知识 课堂：通过案例、课堂讨论教学 课后：习题总结归纳	目标1 目标2 目标3

跨境电子商务支付	4	<p>重点:掌握国际货款计算方式,掌握PayPal和国际支付宝的支付与结算及二者区别。</p> <p>难点:描述跨境支付的相关概念;总结各大跨境电商平台所使用的跨境支付方式;能够设置跨境平台速卖通支付账户</p> <p>教学方法与策略:线下教学。在课堂上利用PPT、多媒体工具讲授国际货款结算方式,PayPal和国际支付宝的内容,速卖通支付收款账户的绑定与支付设置。课堂运用主要运用讲授法、案例法、分组讨论法开展教学,辅以启发式提问拓宽学生学习思路。</p>	<p>课前:查找目前跨境电商主要的支付方式</p> <p>课堂:通过案例、课堂讨论教学</p> <p>课后:跨境电商支付的安全性</p>	目标1 目标2
跨境电子商务网络营销	2	<p>重点:掌握不同的跨境电商网络营销的方法,掌握网络领域常用的网络社交工具的类型及区别</p> <p>难点:学会运用网络社交工具,如领英、脸书、品趣思进行跨境电商推广。</p> <p>教学方法与策略:线下教学。在课堂上利用PPT、多媒体工具讲授搜索引擎营销(SEM)、电子邮件营销(EDM)、社会化营销(SNS)。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学,辅以启发式提问拓宽学生学习思路。</p>	<p>课前:思考跨境电商网站如何影响</p> <p>课堂:通过案例讲授相关知识</p> <p>课后:我国跨境电商企业能否在国外跨境电商平台直接复制网络营销方法,为什么?</p>	目标1 目标2
跨境电商数据分析	2	<p>重点:掌握数据分析指标;掌握跨境电商数据分析方法</p> <p>难点:掌握数据分析指标与跨境电商数据分析方法</p> <p>教学方法与策略:线下教学。在课堂上利用PPT、多媒体工具讲授数据分析的概念及作用、数据分析指标及跨境电商数据分析方法。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学,辅以启发式提问拓宽学生学习思路。</p>	<p>课前:论述数据分析在跨境电商的重要性</p> <p>课堂:通过案例、课堂讨论教学</p> <p>课后:线上练习题</p>	目标1 目标2
跨境电子商务客户服务及纠纷处理	2	<p>重点:掌握客户服务所需的技巧;掌握信用好评的技巧;掌握售后纠纷处理方法。</p> <p>难点:掌握客服的技巧,学会处理与顾客的各种纠纷。</p> <p>教学方法与策略:线下教学。在课堂上利用PPT、多媒体工具讲授跨境电商客服的职能及所需技能,客服服务的技巧,好信用评价的技巧,处理售后纠纷处理方法。课堂运用主要运用讲授法和案例法开展教学,辅以启发式提问拓宽学生学习思路。</p>	<p>课前:预习课本知识</p> <p>课堂:通过案例、课堂讨论教学</p> <p>课后:线上练习题</p>	目标1 目标2
跨境电子商务法律法规	2	<p>重点:熟悉跨境电商监管相关法律法规,以及近期出台的跨境电商的相关政策</p> <p>难点:结合跨境电商实际情景采用合适的法律法规。</p> <p>教学方法与策略:线下教学。在课堂上利用PPT、多媒体工具讲授跨境电商的相关政策、法律制度。课堂运用主要运用讲授法和案例</p>	<p>课前:查询跨境电商相关的法律法规</p> <p>课堂:通过案例、课堂讨论教学</p> <p>课后:跨境电</p>	目标1 目标2

	法开展教学，辅以启发式提问拓宽学生学习思路。	商企业及消费者如何维权	
--	------------------------	-------------	--

五、学生学习成效评估方式及标准

考核与评价是对课程教学目标中的知识目标、能力目标和素质目标等进行综合评价。在本课程中，学生的最终成绩是由平时成绩、期末考试等两个部分组成。

1. 平时成绩（占总成绩的40%）：采用百分制。平时成绩分作业（占30%）和考勤（占10%）两个部分。评分标准如下表：

等级	评分标准
	1.作业；2.小组汇报3.考勤……（根据课程需要自行设计）
优秀 (90~100分)	1. 作业书写工整、书面整洁；90%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2. 考勤全勤 3. 课堂表现优秀
良好 (80~89分)	1. 作业书写工整、书面整洁；；80%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2. 缺勤1次 3. 课堂表现良好
中等 (70~79分)	1. 作业书写较工整、书面较整洁；70%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2. 缺勤2次 3. 课堂表现一般
及格 (60~69分)	1. 作业书写一般、书面整洁度一般；60%以上的习题解答正确或实验习题结果准确无误。 2. 缺勤2次 3. 课堂表现不积极
不及格 (60以下)	1. 字迹模糊、卷面书写零乱；超过40%的习题解答不正确或实验习题结果错误。 2. 缺勤3次 3. 扰乱课堂秩序

2. 期末考试（占总成绩的60%）：采用百分制。有两套考核方案可共任课老师选择。

(1) 期末考查课考试的考核内容、题型和分值分配情况请见下表：

考核模块	考核内容	主要题型	支撑目标	分值
跨境电商的认知	跨境电商的概念、分类及特点；跨境电商与国内电商的区别；跨境电商的主要模式的概念及特点	选择题、名词解释、判断题	目标1	5
	跨境电商与对外贸易的区别；跨境电商主要模式的优缺点、跨境电商的发展历程	简答题、论述题	目标1	6
跨境电子商务交易流程	跨境电商市场需求调研的内容；跨境电商市场调研方法；合同签订与履行的要点	选择题、名词解释、判断题	目标1	5
	选品调研、价格调研的方法；询价、发价、还价、接受四个磋商环节的要点	简答题、案例分析	目标1	6
跨境电商平台操作	阿里巴巴、亚马逊、敦煌网、eBay、Wish等主流的跨境电商平台功能和操作方法	选择题	目标1	3

跨境电商产品定价	跨境电商产品定价基本概念；定价方法	名词解释、选择题、判断题	目标1	3
	价格的调整与计算；定价技巧	简答题、案例分析题	目标1 目标2	5
跨境电子商务物流	跨境电商物流的内涵特点；跨境电商主要物流模式；其他物流方式的优缺点；海外仓的定义、功能，亚马逊物流、速卖通海外仓的特点；跨境电商通关与报关的基本流程；	名词解释、选择题、判断题	目标1	7
	EMS和ePacket的优缺点；e邮宝运费计算；中国邮政大包、小包的优缺点及运费计算；TNT、UPS、FedEx、DHL的优劣势及运费计算；special line-YW、Ruston、Aramex及中俄快递的优缺点及运费计算；第三方海外仓与FBA的相同点与异同点	简答题	目标1 目标2	5
跨境电商支付	电汇的概念、当事人、程序及特点；西联汇款的流程及特点；money gram的特点；cashpay的特点；moneybookers的特点；信用卡支付的组织及网关	名词解释、选择题、判断题	目标1	6
	PayPal的优势和劣势；跨境电商电子支付的选择	简答题、案例分析	目标1 目标2	5
跨境电商网络营销	站内营销的方式及特点	名词解释、选择题、判断题	目标1	6
	站外的各种营销方式的特点及技巧	简答题、案例分析题	目标1 目标2	6
跨境电商数据分析	数据分析的作用；数据分析的各项指标	名词解释、选择题、判断题	目标1	3
跨境电子商务客户服务及纠纷处理	客户关系管理的含义、跨境电商客服的职能；客户服务提升的技巧；	名词解释、选择题、判断题	目标1	3
	跨境电商售后纠纷的处理技巧；跨境电子商务客户关系管理的技巧	简答题	目标1 目标2	5
跨境电子商务法律法规	国内相关规定、国际相关规定；跨境电子商务交易中的法律问题	名词解释、选择题、判断题	目标1	3
	电子合同订立的一般规定；电子合同的履行和救济	简答题、论述题	目标1 目标2	6

(2) 期末考查采用撰写一篇课程论文或者调研网站报告，老师可以布置课程论文或者让学生自选一个熟悉的跨境电商网站，对该跨境电商网站进行分析评价，并形成一份分析评价报告。不要求进行过深技术分析，主要从营销角度来讨论。

等级	评分标准
	1.字数；2.结构、层次、逻辑、结论； 3.排版
优秀 (90~100分)	1. 字数在3000字以上。 2. 结构完整、层次清楚、逻辑合理、结论正确。 3. 排版规范、无错别字。
良好 (80~89分)	1. 字数在3000字以上。 2. 结构完整、层次较清楚、逻辑较合理、结论正确。

	3. 排版规范、无错别字。
中等 (70~79分)	1. 字数在3000字以上。 2. 结构基本完整、层次较清楚、逻辑较合理、结论基本正确。 3. 排版基本规范、错别字较少。
及格 (60~69分)	1. 字数在2000-3000字之间, 未达3000字。 2. 结构尚完整、层次尚清楚、逻辑尚合理、结论勉强正确。 3. 排版尚规范、错别字较多。
不及格 (60以下)	1. 字数在2000字以下。 2. 结构不完整、层次不清楚、逻辑不合理、结论不正确。 3. 排版不规范、错别字较多。

六、教学安排及要求

序号	教学安排事项	要 求
1	授课教师	职称: 助教及以上 其他: 学历(位): 硕士研究生
2	课程时间	周次: 1-16周 节次: 2次/周
3	授课地点	☒ 教室 ☐ 实验室 ☐ 室外场地 ☐ 其他:
4	学生辅导	线上方式及时间安排: 企业微信、超星、雨课堂 线下地点及时间安排: 课堂

七、选用教材

[1] 逯宇铎, 陈璇. 跨境电子商务[M]. 机械工业出版社, 2020年12月

八、参考资料

[1] 《跨境电子商务实务》· 易静, 王兴, 陈燕清· 清华大学出版社· 2020年

[2] 《跨境电商实务》· 肖旭· 中国人民大学出版社· 2020年

[3] 《跨境电商理论与实务》· 伍蓓· 人民邮电出版社· 2021年

[4] 《跨境电子商务基础》· 张函· 人民邮电出版社· 2019年

九、网络资料

[1] 中国慕课MOOC, www.icourse163.org

[2] 速卖通大学: <https://daxue.aliexpress.com/>

[3] 福步外贸论坛: <https://bbs.fobshanghai.com/>

[4] 雨果网: <https://www.cifnews.com/>

执笔人: 江黎

参与人: 张帆

系(教研室)主任: 张帆

学院(部)审核人: 赖忠孝