

# 《跨境电子商务实操》

## 课 程 标 准



# 国际经济与贸易专业

## 《跨境电子商务实操》课程标准

|             |             |                                 |        |      |         |
|-------------|-------------|---------------------------------|--------|------|---------|
| 使用专业        | 国际经济与贸易专业   | 修读学期                            | 第 3 学期 | 制订时间 | 2020.08 |
| 课程对象        | 国际经济与贸易高职学生 | 课程学时                            | 54     | 课程学分 | 3       |
| 课程类型        | 专业核心课       | 课程性质                            | 专业必修   | 课程类别 | 理论+实践   |
| 对应职业资格证书或内容 |             | 《跨境电商 B2B 数据运营》1+X 证书、跨境电商从业资格证 |        |      |         |
| 合作开发企业      |             | 中国 XX 集团、XX 跨境电商商会、XX 跨境电商有限公司  |        |      |         |

### 一、课程定位

《跨境电子商务实操》是高等职业院校国际经济与贸易专业的专业核心课。本课程主要培养具有较强职业能力、专业知识和良好职业素质的跨境电商专员。通过本课程的学习，学生能理解跨境贸易电子商务的基本概念、基本政策，熟悉跨境第三方操作平台规则，掌握跨境电商操作基本工作流程，具备跨境店铺运营管理、客服服务和电商操作技术等业务能力。该课程要以《外贸基础》、《电子商务基础》为基础。

### 二、课程思路

在工学结合课程建设模式的指导下，首先校企合作分析跨境电商专员工作过程和工作任务，共同开发岗位职业标准；然后依据职业标准，以职业能力为本位，开发课程标准，设计项目活动载体，编写项目教材；同时，建设双元主体的课程教学团队，在校内外实训基地开展以学生为主体、融“教、学、做、考、创业”为一体、以工作任务驱动的项目教学；最后，实施过程考核与结果考核相结合、校内考核与企业考核相结合、课程考核与创业考核相结合的多样化课程评价体系。

### 三、课程学习目标

通过在校内理实一体化实训室的虚拟仿真实操软件（含亚马逊、速卖通、Wish、阿里巴巴国际站多平台模拟），根据项目教学要求，让学生掌握八项基本业务操作技能，即跨境店铺注册操作、跨境物流与海外仓操作、海外市场调研操作、跨境选品和产品信息操作、跨境产品定价、刊登和发布操作、跨境店铺优化及推广操作、接订单、发货、出境报检报关操作、收款、售后服务及客户维护操作等业务操作能力，培养学生踏实肯干、吃苦耐劳的工作

作风以及善于沟通和团队合作的工作品质,为学生走上跨境电商工作岗位和跨境电商创业打下坚实的基础。

职业能力目标:

- 能顺利开通跨境电商店铺账号
- 能熟练设计跨境物流方案、合理选择跨境物流方式
- 能深入调研海外市场跨境电商发展情况、形成可供企业采纳的调研报告
- 能独立完成跨境电商选品及产品的信息化工作
- 能合理设置跨境电商产品价格、完成产品刊登和发布
- 能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
- 能及时处理订单、提升客户体验感和满意度
- 能及时处理争议订单,维护老客户、开发新客户

## 四、 典型工作任务

模块一: 店铺注册与产品刊登

- 跨境电商认知: 跨境电商定义、历史;
- 熟悉平台规则: 发布规则、交易规则、评价规则;
- 账号注册: 开通商铺、实名认证;
- 平台后台设置: 功能熟悉、模块使用;
- 产品上架: 标题、图片、详情页等制作;
- 店铺整体优化: 封面优化、店铺分优化等。

模块二: 订单管理与客服沟通

- 订单管理与客服沟通认知: 处理流程、客服模板;
- 物流方案设计: 各物流方式介绍、运费模板;
- 售前沟通: 产品问题、服务问题;
- 卖家自行发货: 单据填写、包裹交付;
- 利用海外仓发货: 海外仓申请、交付至海外仓;
- 资金管理与退税操作: 提款、退税、资金账户管理;
- 售后沟通: 售后协商、沟通技巧;
- 退货管理: 自发货退货、海外仓退货。

模块三: 数据分析与市场营销

- 数据报告分析: 行业情报、关键词分析、全球市场实时风暴、店铺概况分析、店铺流量来源分析、装修效果分析、自有商品分析;
- 数据分析工具的使用: 选品专家、SHOPKEY;
- 选品方案设计: 行业选品、类目选品、产品选品;

- 站内营销：店铺自主营销、联盟营销、橱窗推荐、关联营销、平台活动；
- 站外营销：Facebook、Twitter；
- 营销工具的使用：HHOP、Lieder。

## 五、课程整体设计

| 序号      | 单元（项目）    | 主题（模块）      | 学时分配 |
|---------|-----------|-------------|------|
| 1       | 店铺注册与产品刊登 | 跨境电商认知      | 1    |
|         |           | 熟悉平台规则      | 1    |
|         |           | 账号注册        | 2    |
|         |           | 平台后台设置      | 2    |
|         |           | 产品上架        | 1    |
|         |           | 店铺整体优化      | 2    |
| 2       | 订单管理与客服沟通 | 订单管理与客服沟通认知 | 4    |
|         |           | 物流方案设计      | 4    |
|         |           | 售前沟通        | 4    |
|         |           | 卖家自行发货      | 6    |
|         |           | 利用海外仓发货     | 6    |
|         |           | 资金管理与退税操作   | 4    |
|         |           | 售后沟通        | 4    |
|         |           | 退货管理        | 4    |
| 3       | 数据分析与市场营销 | 数据报告分析      | 1    |
|         |           | 数据分析工具的使用   | 2    |
|         |           | 选品方案设计      | 2    |
|         |           | 站内营销        | 1    |
|         |           | 站外营销        | 1    |
|         |           | 营销工具的使用     | 2    |
| 课程学习总学时 |           |             | 54   |

## 六、 课程考核与评价

本课程采用多样化的考核方式，采用过程考核与结果考核相结合、校内考核与企业考核相结合。建议考核分数比例如下：

| 考核内容   | 考核成绩的比例 |
|--------|---------|
| 任务过程考核 | 40%     |
| 理论知识考核 | 20%     |
| 能力成果考核 | 40%     |
| 合计     | 100%    |

## 七、 教材及相关资源

- (1) 跨境电子商务（自编教材），李 X，吉林大学出版社，2018 年
- (2) 跨境电商秘籍—如何日出千单之亚马逊
- (3) 再战跨境电商，翁 X、MARK 等著，人民邮电出版社，2015 年 2 月
- (4) 速卖通大学：<http://daxue.aliexpress.com/>
- (5) Ebay 大学：<http://university.ebay.cn/>
- (6) 亚马逊大学：<http://sellercentral.amazon.com/gp/homepage.html>
- (7) 福步外贸论坛：<http://bbs.fobshanghai.com/>
- (8) 雨果网：<http://www.cifnews.com/>
- (9) 递四方：<http://express.4px.com/>
- (10) 语联网：<http://is.iol8.com/groups/>
- (11) 1688：<http://page.1688.com/>
- (12) 外贸软件工具：<http://www.terapeak.cn/>
- (13) 跨境进口平台：洋东西：<http://218.244.129.84/mall.html>