**《跨境电子商务》课程教学大纲**

**一、课程简介**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程中文名** | **跨境电子商务** | | | | | | |
| **课程英文名** | **Cross border E-commerce** | | | | **双语授课** | | □是 ☑否 |
| **课程代码** | **28122105** | **课程学分** | **2** | **总学时数** | | 32（含实践0） | |
| **课程类别** | □通识教育课程  □公共基础课程  ☑专业教育课程  □综合实践课程  □教师教育课程 | **课程性质** | ☑必修  □选修  □其他 | **课程形态** | | □线上  ☑线下  □线上线下混合式  □社会实践  □虚拟仿真实验教学 | |
| **考核方式** | □闭卷 □开卷 □课程论文 ☑课程作品 ☑汇报展示 ☑报告  ☑课堂表现 ☑阶段性测试 ☑平时作业 ☑其他 （可多选） | | | | | | |
| **开课学院** | 管理学院 | | **开课系** | 工商管理系 | | | |
| **面向专业** | 市场营销 | | **开课学期** | 第7学期 | | | |
| **课程负责人** | 陈晓琴 | | **审核人** | 罗文宝 | | | |
| **先修课程** | 电子商务与网络营销 | | | | | | |
| **后续课程** | 无 | | | | | | |
| **选用教材** | 《跨境电商理论与实务》·伍蓓，王姗姗，张芮，俞宙·人民邮电出版社· 2020年11月 | | | | | | |
| **参考书目** | 1.《跨境电商理论、操作与实务》·邓立新·人民邮电出版社·2018年7月  2.《跨境电商理论与实务》·马述忠,卢传胜,丁红朝,张夏恒·浙江大学出版社·2018年9月  3.《跨境电商理论与实务》（第二版）·柯丽敏,洪方仁·中国海关出版社·2019年2月 | | | | | | |
| **课程资源** | <https://www.icourse163.org/course/CQU-1001661002>  <https://www.icourse163.org/course/SDU-199002>  <https://www.icourse163.org/course/FZU-1001764001>  <https://www.icourse163.org/course/HZIC-1002599030> | | | | | | |
| **课程简介** | 《跨境电子商务》课程是一门探讨跨境电子商务运作和管理的课程。该课程将涵盖跨境电子商务的理论与实践，重点关注国际贸易、电子商务平台、支付与物流、市场营销等方面的内容。通过本课程的学习，学生将了解跨境电子商务的基本概念、运作流程和挑战，并掌握相关的管理策略和技巧。通过本课程的学习，学生将具备跨境电子商务的基本理论知识和实践技能，能够在实际工作中应用跨境电子商务的管理策略和技巧，为企业在国际市场上的拓展和发展提供支持和指导。 | | | | | | |

1. **课程目标**

培养学生在跨境电子商务领域具备的知识、技能和能力。该课程的目标包括理解跨境电子商务的概念与特点； 掌握跨境电子商务的运作模式与流程； 熟悉国际贸易和法律法规；掌握跨境支付与物流管理； 熟悉跨境电子商务市场营销； 培养创新与创业精神。 通过实现以上目标，学生将具备跨境电子商务领域的基本理论知识和实践技能，能够应对跨境电子商务的管理和运营挑战，具备在跨境电子商务企业或相关领域工作的能力和竞争力。

**表 1 课程目标**

|  |  |
| --- | --- |
| **序号** | **具体课程目标** |
| **课程目标 1** | 理论知识目标：介绍和探讨跨境电子商务的相关理论和实践，培养学生在跨境电子商务领域的专业知识和能力。课程内容包含跨境电子商务概述；现行跨境电子商务模式；国际贸易与法律法规；跨境支付与物流；跨境电子商务市场营销； 跨境电子商务创新与发展；跨境电子商务管理与风险控制。通过本课程的学习，学生将全面了解跨境电子商务领域的理论知识和实践经验，掌握跨境电子商务的运作流程和管理策略，为从事或参与跨境电子商务的工作和业务提供专业的指导和支持。 |
| **课程目标 2** | 能力与方法目标：培养学生在跨境电子商务领域的实践能力和应用方法，使其能够在实际工作中有效地运营和管理跨境电子商务。包括跨境电子商务运营能力；跨境电子商务营销策略能力；跨境电子商务支付与物流管理能力； 跨境电子商务风险管理能力； 跨境电子商务创新能力；团队合作与沟通能力； 跨境电子商务数据分析与决策能力。通过实现以上能力与方法目标，学生将具备在跨境电子商务领域实际操作和管理的能力和技巧，能够灵活应对复杂的国际贸易环境和市场竞争，为企业的跨境电子商务发展提供有力支持。 |
| **课程目标** 3 | 意识与素养目标：培养学生在跨境电子商务领域具备专业意识和全面素养，以应对国际化经营和全球化竞争的挑战，并在职业生涯中展现出良好的情感态度和价值观。包括国际化意识； 跨文化意识；诚信与商业道德；持续学习与职业发展意识；社会责任与可持续发展意识。通过培养以上意识与素养，学生将具备专业意识和全面素养，能够在跨境电子商务领域发挥自身优势，面对国际化经营和全球化竞争，以正确的情感态度和价值观去推动企业的发展，做出积极贡献。 |
| **课程目标** 4 | 情感态度与价值观目标：培养学生积极正面的情感态度和正确的价值观，以应对跨境电子商务领域的挑战和变化，并在职业生涯中展示出良好的情感态度和价值观。包括开放与适应态度；创新与冒险精神；诚信与商业道德；责任与可持续发展意识；团队合作与沟通能力；跨文化理解与尊重。通过培养以上情感态度与价值观，学生将具备积极正面的情感态度和正确的价值观，能够在跨境电子商务领域充分发挥自身潜力和优势，以良好的情感态度和价值观为指导，推动企业的可持续发展并为社会做出贡献。 |

**表2 课程目标与毕业要求对应关系**

| **毕业要求** | **指标点** | **课程目标** |
| --- | --- | --- |
| **毕业要求1：**素养要求【L】 | 1.4.本土情怀:立足中国市场情境，开展实践和调研活动，提高对本土情况的了解，帮助企业更好地  适应市场环境，提高产品和服务的质量和竞争力；具备心系家国的本土情怀，牢记基层意识，脚踏实地，  勇于承担社会责任，积极为祖国、为家乡繁荣和美好贡献力量。 | 4 |
| **毕业要求1：**素养要求【M】 | 1.3 核心素养：系统掌握工商管理类专业基础知识；具备扎实的专业知识、专业技能和专业素养；具备快速准确地识别和分析市场营销中的各种问题，系统分析、解决营销问题、提出解决对策。 | 3 |
| **毕业要求2：**知识要求【H】 | 2.4专业知识：熟悉和掌握与市场营销有密切关系的相关管理学、经济学、统计学、心理学等自然科学和社会科学知识；具有扎实的现代市场营销学、市场调研、营销策划等方面的基本理论与专业知识，了解本学科前沿及发展动态；熟悉我国有关市场营销的方针、政策与法规，了解市场营销前沿理论及营销实践。 | 1 |
| **毕业要求3：**能力要求【M】 | 3.4 职业发展：具备敏锐的市场洞察力和判断力及时了解本学科的理论前沿及发展动态，能够不断学习最新的专业知识和技能；具备批判性思维，对市场营销领域涉及的问题进行探索和研究。 | 2 |

**三、课程学习内容与方法**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程模块** | **学习内容** | **学习任务** | **课程目标** | **学习重点难点** | **教学方法** | **学时** |
| 1 | 跨境电商基本理论 | 1. 掌握跨境电商的基本概念 | 在线学习：查询相关资料，了解跨境电商的产生、发展历程和发展趋势。 | 1 | 重点：  1. 跨境电商的基本概念  2. 跨境电商的生态体系  难点：  跨境电商进出口流程及产业链分析 | 1. 讲授法：能够帮助学生理解、掌握基本理论、知识和方法技术。  2.案例教学：能够引导学生理论联系实际，激发学习兴趣和积极性，，建立电商思维和意识提高学生分析问题和解决问题的能力。 | 2 |
| 2.掌握跨境电商的生态体系 | 1 |
| 3.了解跨境电商的产生和发展历程 | 2、3、4 |
| 2 | 跨境电商政策法规与监管制度 | 1. 部分国家和地区跨境电商法律法规 | 在线学习：查询相关资料，了解主要国家和地区的跨境电商法律法规。 | 1 | 重点：  1.中国跨境电商法律法规  2.跨境电商监管制度  难点：  跨境电商的海关监管、税收监管和金融监管政策法规 | 1. 讲授法：能够帮助学生理解、掌握基本理论、知识和方法技术。  2.视频学习：更生动、直观介绍有关知识，能够激发学生学习需求、提高学习积极性。 | 2 |
| 2.中国跨境电商法律法规 | 1 |
| 3.跨境电商监管制度 | 1 |
| 3 | 跨境电商物流 | 1. 跨境电商物流概述 | 在线学习：查询相关资料，了解主要跨境电商平台的物流方式、规则、计价标准等。 | 1 | 重点：  1. 跨境电商物流的概念及流程。  2. 跨境电商的物流模式。  难点  不同跨境电商物流模式—邮政物流、国际商业快递、国际专线物流、海外仓和保税仓 | 1. 讲授法：能够帮助学生理解、掌握基本理论、知识和方法技术。  2.案例教学：能够引导学生理论联系实际，激发学习兴趣和积极性，提高分析问题和解决问题能力。 | 2 |
| 2. 跨境电商物流模式 | 2、3 |
| 3. 主要跨境电商平台的物流方式 | 2、3 |
| 4 | 跨境电商支付 | 1. 跨境电商支付概述 | 在线学习：查询相关资料，了解主要跨境电商平台的支付方式、规则、结算方式等。 | 1 | 重点：  1.跨境电商支付的流程  难点：  1.跨境电商进口和出口支付流程 | 1. 讲授法：能够帮助学生理解、掌握基本理论、知识和方法技术。  2.小组实战演练：学生通过模拟练习、相互交流学习，能够帮助学生提高对计划的重要性的认识，提高实践应用能力。 | 2 |
| 2. 跨境电商支付工具 | 1、2 |
| 3.主要跨境电商平台的支付方式 | 2、3、4 |
| 5 | 跨境电商营销 | 1. 跨境电商营销 | 在线学习：查询相关资料，了解，主要跨境电商平台站内营销推广方式、规则、效果等。 | 1、2 | 重点：  1.跨境电商营销的基本概念  2.主要跨境电商平台站内营销推广  难点：  利用站外、站内平台进行有效营销。 | 1. 讲授法：能够帮助学生理解、掌握基本理论、知识和方法技术。  2.案例教学：能够引导学生理论联系实际，激发学习兴趣和积极性，提高分析问题和解决问题能力。 | 2 |
| 2.跨境电商营销平台 | 2、3、4 |
| 3.主要跨境电商平台站内营销推广 | 2、3、4 |
| 6 | 跨境电商通关 | 1.通关概述 | 在线学习：查询相关资料，了解跨境电商的通关模式与平台规则。 | 1、2 | 重点  跨境电商通关模式  难点：  跨境电商“9610”、“1210”、“9710”、“9810”通关模式及流程 | 1. 讲授法：能够帮助学生理解、掌握基本理论、知识和方法技术。  2.案例教学：能够引导学生理论联系实际，激发学习兴趣和积极性，，提高分析问题和解决问题的能力。 | 2 |
| 2.跨境电商通关模式 | 2、3 |
| 3.跨境电商通关平台 | 2、3 |
| 7 | 跨境电商大数据分析 | 1.大数据分析概述 | 在线学习：查询相关资料，了解如何分析平台收集的关于产品、物流、店铺、服务的各项指标数据；学习如何查看店铺的动销情况；了解如何进行渠道优化、产品优化、服务优化。 | 1 | 重点：  1. 大数据内涵及大数据关键技术。  2. 跨境电商的大数据分析  难点：  1. 学习跨境电商大数据分析的特征和具体工具 | 1.自学为主：教师简要讲解，学生通过阅读教材、线上学习、查阅资料等方式自学为主。  2.小组实战演练：学生通过模拟练习、相互交流学习，能够帮助学生提高对计划的重要性的认识，提高实践应用能力。 | 2 |
| 2.跨境电商的大数据分析 | 2、3 |
| 3.主要跨境电商平台的大数据分析 | 2、3 |
| 8 | 跨境电商选品与平台选择 | 1.跨境电商的选品 | 在线学习：查询相关资料，了解跨境电商平台的货源来源、选品规则，并进行合理选品。 | 2、3、4 | 重点：  1. 跨境电商的选品原则、逻辑及市场调研。  2. 跨境电商的平台选择  难点：  1. 跨境电商选品。  2.合理选择跨境电商平台 | 1. 讲授法：能够帮助学生理解、掌握基本理论、知识和方法技术。  2.案例教学：能够引导学生理论联系实际，激发学习兴趣和积极性，提高分析问题和解决问题能力。 | 4 |
| 2. 跨境电商的平台选择 | 2、3 |
| 9 | 跨境电商综合实训 | 1.AliExpress平台的相关操作方式 | 小组实战：小组选定某一平台，注册卖家账号，开展实战操作。 | 2、3、4 | 重点：  速卖通平台、Amazon、Wish的店铺类型，入驻要求，入驻流程和学习账户信息设置。  难点：  三大平台的实战演练 | 小组实战演练：学生通过模拟练习、相互交流学习，能够帮助学生提高对计划的重要性的认识，提高实践应用能力。 | 16 |
| 2.Amazon平台的相关操作方式 | 2、3、4 |
| 3.Wish平台的相关操作方式 | 2、3、4 |

说明：“学习任务”和“教学方法”只是主要部分、并非全部，仅供参考，任课教师在教学过程中可以根据实际和需要自行选择和调整。

## 四、课程考核

**（一）考核内容与考核方式**

**表4-1 课程目标、考核内容与考核方式对应关系**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **课程目标** | **考核内容** | **所属**  **学习模块/项目** | **考核占比** | **考核方式** |
| 课程  目标 1 | 1. 掌握跨境电商的基本概念 | 跨境电商基本理论 | 25% | 1.平时作业  2.期末考核  3.课堂表现 |
| 2.掌握跨境电商的生态体系 | 跨境电商基本理论 |
| 3.了解跨境电商的产生和发展历程 | 跨境电商基本理论 |
| 4. 部分国家和地区跨境电商法律法规 | 跨境电商政策法规与监管制度 |
| 5.中国跨境电商法律法规 | 跨境电商政策法规与监管制度 |
| 6.跨境电商监管制度 | 跨境电商政策法规与监管制度 |
| 7. 跨境电商物流概述 | 跨境电商物流 |
| 8. 跨境电商支付概述 | 跨境电商支付 |
| 9. 跨境电商支付工具 | 跨境电商支付 |
| 10. 跨境电商营销 | 跨境电商营销 |
| 课程  目标 2 | 1.了解跨境电商的产生和发展历程 | 跨境电商基本理论 | 40% | 1.平时作业  2.课堂表现  3.期末考核  4.营销活动模拟 |
| 2. 跨境电商物流模式 | 跨境电商物流 |
| 3. 主要跨境电商平台的物流方式 | 跨境电商物流 |
| 4. 跨境电商支付工具 | 跨境电商支付 |
| 5.主要跨境电商平台的支付方式 | 跨境电商支付 |
| 6. 跨境电商营销 | 跨境电商营销 |
| 7.跨境电商营销平台 | 跨境电商营销 |
| 8.主要跨境电商平台站内营销推广 | 跨境电商营销 |
| 9.通关概述 | 跨境电商通关 |
| 10.跨境电商通关模式 | 跨境电商通关 |
| 11.大数据分析概述 | 跨境电商大数据分析 |
| 12.跨境电商的大数据分析 | 跨境电商大数据分析 |
| 13.主要跨境电商平台的大数据分析 | 跨境电商大数据分析 |
| 14.跨境电商的选品 | 跨境电商选品与平台选择 |
| 15. 跨境电商的平台选择 | 跨境电商选品与平台选择 |
| 16.AliExpress平台的相关操作方式 | 跨境电商综合实训 |
| 17.Amazon平台的相关操作方式 | 跨境电商综合实训 |
| 18.Wish平台的相关操作方式 | 跨境电商综合实训 |
| 课程  目标 3 | 1.了解跨境电商的产生和发展历程 | 跨境电商基本理论 | 20% | 1.平时作业  2.课堂表现  3.期末考核  4.营销活动模拟 |
| 2. 跨境电商物流模式 | 跨境电商物流 |
| 3. 主要跨境电商平台的物流方式 | 跨境电商物流 |
| 4.主要跨境电商平台的支付方式 | 跨境电商支付 |
| 5.跨境电商营销平台 | 跨境电商营销 |
| 6.主要跨境电商平台站内营销推广 | 跨境电商营销 |
| 7.跨境电商通关模式 | 跨境电商通关 |
| 8.跨境电商的大数据分析 | 跨境电商大数据分析 |
| 9.主要跨境电商平台的大数据分析 | 跨境电商大数据分析 |
| 10.跨境电商的选品 | 跨境电商选品与平台选择 |
| 11.跨境电商的平台选择 | 跨境电商选品与平台选择 |
| 12.AliExpress平台的相关操作方式 | 跨境电商综合实训 |
| 13.Amazon平台的相关操作方式 | 跨境电商综合实训 |
| 14.Wish平台的相关操作方式 | 跨境电商综合实训 |
| 课程  目标 4 | 1.了解跨境电商的产生和发展历程 | 跨境电商基本理论 | 15% | 1.课堂表现  2.营销活动模拟 |
| 2.跨境电商营销平台 | 跨境电商营销 |
| 3.主要跨境电商平台站内营销推广 | 跨境电商营销 |
| 4.跨境电商的选品 | 跨境电商选品与平台选择 |
| 5.AliExpress平台的相关操作方式 | 跨境电商综合实训 |
| 6.Amazon平台的相关操作方式 | 跨境电商综合实训 |
| 7.Wish平台的相关操作方式 | 跨境电商综合实训 |

**表4-2 课程目标与考核方式矩阵关系**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 课程  目标 | 考核方式 | | | | 考核占比 |
| 期末考核成绩比例60% | 营销活动模拟成绩比例10% | 平时作业成绩比例20% | 课堂表现成绩比例10% |
| 课程目标1 | 27.5% |  | 40% | 5% | 25% |
| 课程目标2 | 45% | 10% | 55% | 20% | 40% |
| 课程目标3 | 27.5% | 20% | 5% | 5% | 20% |
| 课程目标4 |  | 70% |  | 80% | 15% |

## （二）成绩评定

**1.平时成绩评定**

**（1）课堂表现（25%）**：通过学生在课堂上的表现情况（包括课堂提问、发言、参与讨论和营销活动模拟、回答问题、听课情况等），来评价学生学习过程及效果。课堂表现由教师平时所做学生表现的记录为依据。

**（2）平时作业完成情况（50%）**：围绕课程的学习目标进行作业的设计，通过课堂练习题、单元测验和小组任务等检验、强化学生对相关知识和方法的理解和掌握。平时作业主要根据雨课堂或学习通中要求学生完成的随堂测试、课后作业等得到的成绩为准。

**（3）营销活动模拟（25%）：**跨境电商模拟训练涉及市场研究、平台操作、物流管理、税务合规、跨文化沟通、营销策略制定、危机管理和用户体验优化。通过模拟训练，从业者可以提前掌握必要知识和技能，提高工作效率和成功率。营销活动模拟主要通过实战成果来进行评价，实战成果提交学习通或者雨课堂。

**2.小组实战成绩评定**

可以从任务完成情况、实践报告质量、团队合作情况以及答辩表现几个方面进行评价。

任务完成情况：任务完成质量，评估学生任务执行情况，包括目标的达成、网店质量、营销效果等；任务效果，评估实际效果，包括店铺定位、装修、营销推广、销售额等；数据分析能力：评估学生对跨境电商实战数据分析和优化能力。

实践报告质量：报告内容，评估实践报告的完整性，包括实践过程的描述、经验总结、问题分析和反思；报告质量，评估报告的文字表达、逻辑性和结构，以及对实践的深度思考；

团队合作情况：团队合作效果：评估学生在团队中的角色和贡献，包括合作协调能力和沟通效果，团队协作精神：评估学生是否能够积极参与团队工作，解决团队内部的问题和冲突。

答辩表现：答辩内容，评估答辩展示的内容是否能够清晰、有条理地传达实践成果和经验总结；答辩表现，评估学生的口头表达能力、自信度和对问题的回答能力。

等级评定标准（示例）：

优秀（A级）：学生在任务完成情况、实践报告、团队合作和答辩表现方面表现出色，完成任务的质量和效果非常出色，报告内容深刻，团队合作和沟通卓越，答辩清晰自信。

良好（B级）：学生在任务完成情况、实践报告、团队合作和答辩表现方面表现良好，任务完成质量较高，报告内容充实，团队合作和沟通良好，答辩表现较为自信。

中等（C级）：学生在任务完成情况、实践报告、团队合作和答辩表现方面表现一般，任务完成质量一般，报告内容基本满足要求，团队合作和沟通一般，答辩表现尚可。

及格（D级）：学生虽然完成了任务，但任务完成质量一般，报告内容较为简单，团队合作和沟通较弱，答辩表现较为紧张或不够清晰。

不及格（F级）：学生未完成任务，或者任务完成质量极低，报告内容不符合要求，团队合作和沟通表现非常差，答辩表现不合格。

**3.总成绩评定**

总成绩由平时考核成绩和小组实战考核成绩构成。总成绩（100%）=平时成绩（40%）+实践成绩（60%）**3.总成绩评定**

总成绩由平时考核成绩和期末考核成绩构成。总成绩（100%）=平时成绩（40%）+期末成绩（60%）

**（三）评分标准**

课程考核方式中涉及到平时成绩的评分标准，评分依据见“平时成绩评定”部分。试卷考核项目以试卷参考答案及评分细则为准。

## 五、其它说明

本课程大纲依据2023版市场营销专业人才培养方案，由管理学院工商管理系讨论制定，管理学院教学工作委员会审定，教务处审核批准，自2023级开始执行。