
《跨境电商平台运营》课程标准

学 分：2

学时(周数)：36 学时（18 周）

适用专业：商务英语

编制人：林丹蔚

一、 课程定位

1. 课程性质

近年来，随着计算机和互联网的普及和发展，企事业单位纷纷开展电子商务，采用现代化信息手段拓展业务，互联网外贸的形式悄然兴起。2013 年我国第一个上海自由贸易试验区成立、“一带一路”战略构想的提出，同时传统外贸“集装箱”式的大额交易正逐渐被小批量、多批次的“碎片化”进出口贸易取代，推动了以在线交易为核心、便捷物流配送为优势的跨境电子商务发展。跨境电商的快速发展，已成为国际贸易新方式，这也对我国外贸人才提出了更高的要求。在这样的大背景下，我校抓住时机在 2018 年有的放矢地对商务英语专业调整方向。《跨境电商平台运营》实训课根据社会与市场需求、以培养掌握外语基本技能、国际商务知识与电子商务知识的复合型涉外商务人才为目标。它不仅是一门专业技能课程，而且已成为商务英语（现代学徒制）专业的一门专业核心课程。同时开设的课程还有《跨境电商物流》和《网页设计》。

2. 课程作用

通过本课程的学习，使学生掌握跨境电商的基本理论、发展趋势及前景，认识跨境电商的特点、跨境电商的模式，了解目前国内外几种常用的跨境电商平台及相关知识；熟悉外贸第三方电商平台的规则及平台基本操作、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；掌握对外产品网上报价、发布及推广；掌握处理网上询盘、报盘、谈判业务和客户关系维护；掌握在跨境交易的整个过程中相关问题的正确处理等专业知识和业务操作。通过本课程的学习，学生能够根据国际市场需求和不同的跨境电商平台，进行跨境网络调研、独立寻求货源并进行采购，能够在外贸第三方电商平台建立店铺、运营店铺、维护和管理店铺，能够进行平台基本操作和订单处理流程等业务操作能力和从事跨境电商运营与策划工作的基础技能。

二、 课程设计

1. 课程设计理念

本课程设计遵循以职业能力培养为重点，基于工作过程进行课程开发与设计的理念，体现了课程职业性、实践性和开放性的要求。切实深化职业教育教学改革，提高课程建设水平和人才培养质量。外贸电子商务知识涉及面广，相关知识多，为了科学合理选取教学内容和开展教学设计，

教学团队总结以往教学经验和教学效果，开展大量课程建设调研，课程设计参照了人力资源与社会保障部颁布的《电子商务师国家职业标准》。教学团队多次召开企业代表及技术骨干参加的商务英语专业和电子商务专业建设研讨会，采纳专家们提出的建议和意见，与企业共同开发课程。根据工作任务分解完成所具备的工作能力，根据职业能力设计跨境电子商务课程的教学内容，保障了课程内容选取的科学合理，并且具有针对性和适用性。课程设计充分考虑学生的认知水平和认知能力，把握学生的认知规律，合理地组织教学内容，按照由简单到复杂、由局部到整体、由易到难循序渐进地学习知识，训练技能。

2. 课程设计思路

在理实一体的课程建设思路的指导下，在校内外实训基地开展以学生为主体、融“教、学、做、考”为一体、以工作任务驱动的项目教学。并最终将课程划分为八个模块项目来完成。

三、 课程目标

（一）职业能力目标：

1. 能顺利开通跨境电商店铺账号；
2. 能熟练设计跨境物流方案、合理选择跨境物流方式；
3. 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；
4. 能独立完成跨境电商选品及产品的信息化工作；
5. 能合理设置跨境电商产品价格、完成产品发布；
6. 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；
7. 能及时处理订单，维护老客户、开发新客户。

（二）知识巩固目标：

1. 掌握跨境电商的基本理论、发展趋势及前景；
2. 认识跨境电商的特点、跨境电商的模式；
3. 了解目前国内外几种常用的跨境电商平台及相关知识；
4. 熟悉外贸第三方电商平台的规则及平台基本操作、业务推广和客户服务；
5. 掌握国际物流和国际支付知识；
6. 掌握外贸市场网络调研、选品、采购；
7. 掌握对外产品网上报价、发布及推广；
8. 掌握处理网上询盘、报盘、谈判业务和客户关系维护；
9. 掌握在跨境交易的整个过程中相关问题的正确处理等专业知识和业务操作。

（三）职业素质及思政目标：

1. 具备良好的职业素养
2. 具备自我学习和自我发展的能力；
3. 具备良好的人际交往能力；
4. 具备跨文化交流的素质和礼仪；

-
5. 具备良好的心理素质和克服困难的能力;
 6. 具备较强的社会协调能力和合作意识;
 7. 具备灵活应对实际问题的能力。

四、 课程内容及实践环节设置

(一)课程内容:

第一章-跨境电商概述

第一讲-跨境电商的发展现状及趋势

第二讲-跨境电商平台介绍

第三讲-跨境电商人才

第四讲-阿里巴巴国际站平台规则

第二章-市场调研与品牌定位

第一讲-国际市场调研

第二讲-行业调研分析

第三讲-竞争优势分析

第三章-店铺开通与运营

第一讲-国际站基础设置

第二讲-产品发布

第三讲-营销推广

第四讲-数据优化

第四章-视觉营销与设计

第一讲-图片的视觉营销

第二讲-摄影理论基础

第三讲-动手打造爆款主图

第四讲-产品详情页打造思路

第五讲-手动“炮制”爆款内页

第五章-商机管理与交易管理

第一讲-外贸邮

第二讲-询盘处理

第三讲-客户管理&营销

第四讲-交易履约

第六章-跨境电商履约流程

第一讲-买家卖家操作流程

第二讲-国际贸易术语

第三讲-外贸单证

第三讲-外贸单证

第四讲-国际贸易支付

第七章-跨境新媒体营销

第一讲-社交媒体基础认识

第二讲-常用国际聊天工具

第三讲-搜索引擎基础认识

第四讲-领英应用与操作

(二) 实训环节:

1. 项目设计

项目一：基础操作

- 1) 开通商铺：注册账号、实名认证
- 2) 管理产品：产品发布、产品管理、搜索诊断、模块管理、管理订单通知
- 3) 交易管理：管理订单、成交不卖规则、资金账户管理、交易评价

项目二：平台规则

- 1) 注册规则
- 2) 发布规则：禁售、限售规则、知识产权规则、搜索排序规则、搜索作弊及行业规则
- 3) 交易规则：成交不卖与虚假发货、货不对板与违背承诺、不正当竞争与不法获利、信用炒作与销售炒作、促销规则、物流与纠纷规则
- 4) 放款规则
- 5) 评价规则：评价计分规则、评价修改和评价申诉

项目三：市场选品

- 1) 站内选品：行业选品、类目选品、产品选品
- 2) 站外选品

项目四：跨境物流

- 1) 邮政物流介绍：EMS、E 邮宝、中国邮政大、小包
- 2) 商业快递介绍：TNT、UPS、Fedex、DHL
- 3) 专线物流：航空燕文、俄速通、Aramex

项目五：市场营销

- 1) 国际站营销：店铺自主营销、联盟营销、橱窗推荐、关联营销、平台活动
- 2) 国际站直通：直通车基础概况、利用直通车获取流量、提高直通车转化率、直通车推广策略
- 3) 国际站大促：大促的意义、大促中的卖家、大促王牌活动、卖家的大促计划

项目六：视觉美工

- 1) 视觉营销的重要性
- 2) 视觉规范化的实施和应用：图片尺寸、品质、命名
- 3) 文案策划：店招文案、海报文案、详情文案
- 4) 点爆广告图：主图设计和海报的设计
- 5) 国际站旺铺装修：店招板块、图片轮播板块、商品推荐板块、自定义内容区

项目七：客户服务

- 1) 海外客户的国际站初体验：销售对象、解决买家可能遇到的问题
- 2) 信用评价：信用评价的规则、出现中差评的原因、完善服务、如何解决差评
- 3) 店铺好评：如何客户催评，如何和客户沟通修改评价。

(三) 学时安排

序号	授课主要内容 (含课程实验、实训、 实习等)	教学 时数	作 业	教学 形式
1	跨境电商概论+平台入门	2	平台认识、注册	讲授+实训
2	平台规则	2	认识、熟悉平台规则	讲授+实训
3	平台站内选品	2	开通、设计	讲授+实训
4	跨境物流	2	有针对性选择物流	讲授+实训
5	市场营销	2	方案+活动策划	讲授+实训
6	视觉美工	2	设计比赛	讲授+实训
7	客服	2	模拟客服	讲授+实训
8	总复习	2	自选平台全程实操	实训
9	信用保障订单最新操作	2	最新信用保障订单操作流程常见问题，信用保障学习咨询渠道	讲授+实训
10	橱窗的高效利用及数据分析	2	店铺橱窗展示，数据分析	讲授+实训
11	商家星等级提升攻略	2	星等级 3.0，升星攻略	讲授+实训
12	粉丝通-B 端内容营销	2	B 类内容营销	讲授+实训

13	发布高质量产品	2	产品关键词与文本信息 新版“商品评估及分层体系”	讲授+实训
14	全球速卖通基础操作与选品技巧	2	认识速卖通，用高品质商品顺利打开销量	讲授+实训
15	全球速卖通店铺装修与商品发布	2	做好视觉营销，创建精致LISTING 提升商品转化率	讲授+实训
16	全球速卖通站内外营销	2	运用站内流量实现营销落地，借助站外流量挖掘商机	讲授+实训
17	全球速卖通物流配送与跨境收款	2	实现商品的高效配送和资金高效周转	讲授+实训
18	全球速卖通客户服务技巧与运营分析	2	提升客服质量，运用大数据思维优化店铺运营	讲授+实训

五、 实施建议

1. 教材及相关资源

主教材：

《从 0 开始跨境电商实训》教程，阿里巴巴（中国）网络技术有限公司编著，电子工业出版社，ISBN：978-7-121-28729-9。

辅助教材：

《跨境电商多平台运营》，易传识网络科技主编，电子工业出版社，ISBN：978-7-121-26475-7。

《跨境电商：速卖通运营与管理》，李洁 崔怡文 王涛，人民邮电出版社，ISBN：9787115506467。

实训平台：<https://www.alibaba.com/>

相关网站：

阿里学院	商盟学院	速卖通大学	Ebay	阿里巴巴国际站
敦煌网	亚马逊 Amazon	速卖通	EMS 特快专递	顺丰速运
融易通	兰亭集势	WISH	小红书	什么值得买·海淘
上海跨境通	重庆 e 点即成	杭州跨境一步达	宁波跨境购	郑州 e 贸易
天猫国际	网易考拉海淘	京东全球购	亚马逊海外购	

2. 教学基本条件

校内外实训基地

六、 考核方式

总成绩：平时考核+中期考核+终期考核（总评=平时考核成绩×40%+期末考核成绩×60%）

平时考核成绩（100%）：出勤情况（20%）、课堂表现（20%）、完成各个实训项目成绩（60%）

期终考核成绩：期终考核成绩（100%）

评分类别		评分项目	分值	评分指标	
平时成绩（40）		考勤	10	迟到一次扣1分，早退一次扣1分，旷课一节扣2分	
		纪律	10	违反纪律一次扣一分，比如玩游戏等	
		学习态度	10	根据学习态度是否认真评分	
		作业完成情况	10	根据具体完成情况给分	
项目终期检查（60）	职业功能	工作内容	技能要求	相关知识	
	一：基础操作（20）	1.开通商铺	1.能顺利开通跨境电商店铺账号，对店铺进行实名认证	5	1.注册要求 2.实名认证要求
		2.管理产品	1.能发布产品、管理产品，诊断搜索、管理模块、管理订单通知	10	1.产品发布的步骤、规则和注意事项 2.对搜索结果的分析 and 产品模块的分类和管理
		3.交易管理	1.能管理订单、成交不卖规则，管理资金账户、交易评价	5	1.订单管理要点，成交不卖规则内容 2.资金账户管理注意事项，交易评价管理技巧
	二：平台规则（30）	1.注册规则	1.能清楚了解平台注册规则	5	1.平台注册规则
		2.发布规则	1.了解禁售、限售规则、知识产权规则 2.了解搜索排序规则、搜索作弊及行业规则	10	1.禁售限售规则 2.搜索排序、搜索作弊及行业规则
		3.交易规则	1.了解成交不卖与虚假发货、货不对板与违背承诺、不正当竞争与不法获利 2.了解信用炒作与销售炒作、促销规则、物流与纠纷规则	5	1.成交不卖与虚假发货规则，货不对板与违背承诺规则，不正当竞争与不法获利规则 2.信用炒作与销售炒作规则，促销规则、物流与纠纷规则
		4.放款规则	1.了解平台放款规则	5	1.平台放款规则
		5.评价规则	1.了解评价计分规则、评价修改和评价申诉规则	5	1.评价计分规则、评价修改和评价申诉规则

	三：市场选品 (10)	1.站内选品	1.能够进行行业选品、类目选品、产品选品	5	1.行业选品、类目选品、产品选品规则与技巧
		2.站外选品	1.能够进行站外选品	5	1.站外选品规则与技巧
		总分		100	

七、 其他说明

根据高职高专对实践教学的要求，本课程在课堂完成必要的实训外，学生必须在业余时间完成实训项目。建议每月组织学生开展一次实践活动，教师与兼职教师参与实践指导，开展丰富多彩的第二课堂活动。建议与同期开设的《跨境电商物流》和《网页设计》课程学习内容相结合，丰富理论知识，强化实操技能。