

《跨境电商平台操作》课程标准

一、课程基本信息

课程名称：跨境电商平台操作

学 分：8

课程代码：

学 时：128

先修课程：国际贸易实务、电商理论与实务

后续课程：跨境电商综合实训、进出口业务操作、跨境电商运营管理、SNS 网络优化、客户管理

适用专业：国际经济与贸易、国际报关与货运代理

编制人：朱桥艳

审核人：周银新

编制时间：2018 年 8 月 15 日

二、课程性质

《跨境电商平台操作》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，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，使学生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，了解目前国内外几种常用的跨境电子商务平台及相关知识；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 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。该课程要以《外贸基础》、《国际贸易实务》、《电子商务理论与实务》为基础。

三、教学目标

总体目标：

从“教、学、做”一体化入手，从培养高端技能型人才的总体目标出发，根据国际经济与贸易专业的要求，结合学生毕业后的实际工作需要，向学生提供其工作岗位所需要的跨境电子商务平台操作的基本知识和实际技能，即跨境店铺注册操作、平台规则解读、跨境选品、跨境产品定价、跨境产品刊登与发布操作、跨境物流与国际支付、淘代销、跨境店铺优化与推广操作、跨境电商数据分析、跨境营销推广与客户管理、接订单、发货、出境报检报关、收款、售后服务等业务操作，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新创业打下坚实的基础。

（一）职业能力目标：

- 能掌握跨境电商平台规则，解读最新平台政策
- 能顺利开通跨境电商店铺账号，完成注册并进行运营
- 能够熟练跨境电商买家、卖家操作流程，熟悉买卖双方业务流程
- 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，并形成数据进行分析、推广
- 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，并进行产品管理
- 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
- 能够装修店铺、优化店铺，并参与平台活动、店铺自主营销、橱窗推荐、P4P、

联盟看板等促销活动

- 能够运用软件处理产品图片，编辑详情页面
- 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
- 能对订单进行管理，使用合适的国际支付工具 Visa、Mastercard 等完成支付
- 能运用淘代销工具发布产品，简化产品发布流程，促进产品曝光
- 能运用社交网络平台 Facebook 等寻找目标客户，进行客户管理
- 能撰写外贸开发信，能运用 Google 相关工具挖掘潜在顾客并进行营销

(二) 知识目标:

- 掌握跨境电商概念，熟悉 B2B/B2C/C2C 定义及跨境电商发展趋势
- 熟悉跨境电商 B2B/B2C/C2C 操作平台
- 熟悉出口跨境电商基础内容
- 掌握 C2C 敦煌网平台产品发布规则，产品标题、图片、关键词、熟悉、详情面等设置，优化产品，完成产品定价、物流模板、尺寸模块等设置，完成产品刊登和发布
- 掌握 B2C 亚马逊平台产品发布运营操作，产品标题、图片、关键词、产品描述、五要素、QA 等设置，完成产品刊登和发布，处理客户订单与评价，提升客户体验感和满意度

- 掌握 B2C 速卖通平台产品发布规则，产品标题、图片、关键词、详情页面编辑等设置，优化产品，完成产品定价、物流模板、尺寸模块等设置，完成产品刊登和发布，处理客户订单与评价，提升客户体验感和满意度
- 掌握 B2C 速卖通平台站内站外选品，熟悉运用数据纵横分析产品销售类目、销售国、热销产品、热搜产品等
- 掌握 B2C 速卖通平台淘代销工具，知晓淘代销工具自动转化平台产品发布原理及操作流程
- 掌握 B2C 速卖通平台店铺装修操作，旺铺首页设置、轮播海报、店招、产品推荐、海报设置、商品推荐、广告墙、第三方板块等
- 掌握 B2C 速卖通平台详情页面编辑，图片处理
- 掌握 B2CWISH 平台产品发布运营操作，关键词词库构建、产品描述、标签、产品描述等设置，完成产品刊登和发布，处理客户订单与评价，提升客户体验感和满意度
- 掌握 B2B 阿里巴巴国际站平台产品发布运营操作、推广、优化等，完成一笔 CIF、CER、FOB 单据履约
- 掌握五大跨境物：邮政（EMS/E 邮宝/邮政大小包）、四大快递（DHL/UPS/TNT/FEDEX）、物流专线、海外仓、保兑仓。掌握国际物流模板设置，熟悉跨境物流选择及处理物流纠纷
- 掌握国际支付方式及注意事项：VISA 信用卡、T/T、信用证、Escrow、西联汇款等
- 掌握能跨境产品和店铺优化方案，通过 Facebook、E-mail 等社交网络平台对店

铺产品营销推广，熟悉外贸信函开发客户

- 掌握 Google 搜索目标客户方法，熟悉 YouTube、Twiteer 等方式开发客户
- 熟悉亚马逊国际进口跨境电商操作基础内容

(三) 素质目标：

- 1) 养成良好的学习习惯和形成有效的学习策略，发展自主学习的能力和合作精神；
- 2) 尊重他人，与他人有效沟通；
- 3) 培养创新创业能力，塑造国际视野思维

四、教学内容

(一) 内容模块（一般指一级项目编号及名称、内容）

序号	项目（模块）名称	项目（子模块）名称	学时
1	跨境电商概述	跨境电商概况	4
2	跨境电商平台的介绍与选择	第三方电子商务平台概述	4
3	B2C 跨境电商平台基本操作	B2C 亚马逊平台 FBA 产品选品	4
		B2C 亚马逊平台 Listing 设置	4
		B2C 速卖通平台概述与新规	4
		B2C 速卖通平台卖家操作	12
		市场调研及 B2C 速卖通平台选品	8
		B2C 速卖通平台详情页面编辑	4
		B2C 速卖通平台基本产品管理	4
		B2C 速卖通平台淘代销	2
		B2C 速卖通平台交易管理	4
		B2C 速卖通平台店铺装修	8
	B2CWish 平台概述与卖家操作	6	
4	C2C 跨境电商平台基本操作	C2C 敦煌网跨境电商平台基础操作与真实运营操作	8
5	国际物流与跨境支付	国际物流	6

		跨境支付	2
6	营销推广与数据分析	跨境网络营销推广	6
		外贸开发信	4
		Google、facebook 搜索目标客户与客户服务	4
7	客户服务与维护	客户服务与维护	6
8	B2B 跨境电商平台基本操作	B2B 阿里巴巴平台基本概况与产品发布操作	4
		B2B 阿里巴巴平台卖家买家签约与履约（单据填报）	12
		B2B 阿里巴巴平台营销推广	4
9	进口跨境电商基本操作	进口跨境电商操作概述与操作	4
合计			128

(二) 教学项目

项目名称	工作任务	学时安排		能力目标	知识目标	教学方法建议	项目成果(可展示)
1. 跨境电商概述	1.1 跨境电商概念与成因	4	2	具备“互联网+”思维	掌握跨境电商概念熟悉 B2B/B2C/C2C 定义	讲授, 分组讨论, 总结	B2B/B2C/C2C 概念测试
	1.2 跨境电商重塑出口格局与发展趋势		2	B2B/B2C/C2C 跨境电商趋势格局	掌握跨境电商发展趋势	讲授, 分组模拟, 讨论, 总结	学生做的 PPT
2. 跨境电商平台介绍与选择	2.1 第三方电子商务平台介绍	4	4	熟悉国内外主要外贸第三方电商平台概述、特点、第三方平台的选择及其规则,	认识 B2B/B2C/C2C 平台	讲授, 分组模拟, 讨论, 总结	平台对比分析报告

				通过平台比较，选择合适的产品输出平台		
3. B2C 跨境电商平台基本操作	3.1B2C 亚马逊平台 FBA 产品选品	60		能依据 FBA 产品与 1688 产品找寻差价、计算利润、销量等	熟悉 FBA 产品 bestseller 特点、利润、销量、排名、质量等	讲授，分组练习，汇报，评价 亚马逊选品报告(实训报告)
	3.2B2C 亚马逊平台 Listing 设置			能依据亚马逊 FBA 产品设计标准的 Listing 列表	熟悉亚马逊主图、图片、标题、五要素、定价、FA、产品描述等基本内容	讲授，分组练习，汇报，评价 亚马逊 Listing 报告(实训报告)
	3.3 B2C 速卖通电商平台概述与新规	4	熟练外贸第三方电商平台的基本概况;系统了解第三方平台新规及注意事项	1.熟悉跨境电商平台背景、历程、定位，与国际站、淘宝的区别；平台收费来源、会员类型； 2. 了解速卖通平台规则	讲授，分组模拟，讨论，总结	跨境流程测试结果；平台规则测试结果
	3.4B2C 速卖通电商平台卖家操作	1 2	能注册第三方电商平台并顺利开通店铺、发布产品、产品管理	掌握开通商铺的步骤和要点,掌握爆款、点击率、竞争指数等基础概念	讲授，分组模拟、实操，讨论，总结	1.开通的商铺截图 2.10 个产品发布(实训报告)
	3.5 市场调研及 B2C	8	能通过海外市场调研和市场选品，进行消	能撰写调研报告，并对数据及市场进行分	讲授，分组模拟、实操，讨论，	市场调研报告(实训报告)

速卖通电商平台选品		消费者行为和习惯进行有效分析、竞争对手分析、产品分析定位、平台数据分析	析	总结	
3.6 B2C 速卖通电商平台详情页面编辑	4	能够寻找货源、产品采购、店铺注册、商品发布（产品定价、发布）、订单处理流程；详情页面编辑	掌握上传产品的步骤和注意事项，掌握产品定价、转化率等基础知识；掌握详情页面编辑技巧	讲授，分组模拟、实操，讨论，总结	产品详情页面编辑（实训报告）
3.7B2C 速卖通电商平台产品管理	4	能把选择的产品顺利上架，并对产品进行管理，设置关联模板、促销模板、运费设置、图片银行、产品分组	掌握橱窗推荐、图片银行、产品分组、模块管理、搜索诊断；管理订单通知技巧	讲授，分组模拟、实操，讨论，总结	关联模板、产品分组等产品管理设置截图（实训报告）
3.8B2C 速卖通电商平台淘代销	4	能够运用淘代销工具进行产品发布；选择代销产品、编辑代销产品、代销产品库存同步、管理代销产品	掌握淘代销操作流程	讲授，分组模拟、实操，讨论，总结	淘代销操作流程截图
3.9B2C 速卖通电商	4	能够进行交易管理（管理订单、资金账户	熟悉订单处理过程；掌握发货流程及货物	讲授，分组模拟、实操，讨论，	订单管理及纠纷处理信函（实

	平台交易管理			管理、交易评价、成交不卖规则、交易规则)	出库流程；改支付宝收款账户的流程；	总结	训报告)
	3.10B2C 速卖通电商平台店铺装修		8	能够进行网店总体设计风格和布局、商品展示陈列页面、宝贝详情页面	掌握店铺装修技巧及注意事项	讲授，分组模拟、实操，讨论，总结	店招、轮播海报(实训报告)
	3.11 B2C Wish 电商平台概述与运营		6	1. 能注册 B2CWish 第三方平台并顺利开通店铺 2. 能把选择的产品顺利上架	1.掌握开通商铺的步骤和要点,掌握爆款、点击率、竞争指数等基础概念 2. 掌握上传产品的步骤和注意事项,掌握产品定价、转化率等基础知识	讲授，分组模拟、实操，讨论，总结	Wish 平台产品关键词构建词库(实训报告)
4. C2C 跨境电商平台基本操作	C2C 敦煌网跨境电商平台基础操作与真实运营操作	8	8	1.能注册 C2C 敦煌网第三方平台并顺利开通店铺 2. 能把选择的产品顺利上架	1.掌握开通商铺的步骤和要点,掌握爆款、点击率、竞争指数等基础概念 2. 掌握上传产品的步骤和注意事项,掌握产品定价、转化率等基础	讲授，分组模拟、实操，讨论，总结	1.开通的商铺截图 2. 10 个以上产品上传模板 3.出单成绩

					知识		
5.国际物流与跨境支付	5.1 国际物流	8	6	1.能对各大物流了解，分析其特点与对应市场的优势 2. 能设置不同平台不同产品的物流模板	1.掌握五大国际物流特点及优缺点 2. 掌握物流设置模板的注意事项	讲授，分组模拟、实操，讨论，总结	1.五大国际物流对比分析报告、物流计算 2. 物流设置模板(实训报告)
	5.2 跨境支付		2	能够进行网上支付方式的选择、发货操作；能够进行跨境支付	掌握支付方式的知识并能进行跨境支付选择	讲授，分组模拟、实操，讨论，总结	国际支付工具注册、
6.营销推广与数据分析	6.1 自主营销推广与平台数据分析	8	6	能在平台设置参与平台活动、设置自主营销工具，并对店铺数据进行分析	掌握平台活动、四大店铺营销工具、P4P、联盟看板等	讲授，分组模拟、实操，讨论，总结	店铺自主营销工具设置(实训报告)
	6.2 外贸开发信		4	能撰写外贸开发信	掌握 1.0/2.0/3.0/4.0 外贸开发信撰写规则	讲授，分组模拟、实操，讨论，总结	外贸开发信(实训报告)
	6.3 Google、facebook 搜索目标客户与营销推广		4	能运用 google、facebook 搜索客户并进行营销	掌握 google、facebook 搜索技巧与推广文案撰写	讲授，分组模拟、实操，讨论，总结	Google 搜索邮箱、广告发布(实训报告)
7.客户服务与维护	客户服务与维护	8	8	能够在跨境电商平台刊登产品信息、对产品报价、处理	能够进行客户沟通、购物引导、询盘回复、纠纷处理	讲授，分组模拟、实操，讨论，总结	客户服务处理信函(实训报告)

				客户的询盘、经营销售洽谈记录、网店经营业绩、顾客评价等			
8. B2B 跨境电商平台基本操作	8.1 B2B 阿里巴巴平台基本概况与产品发布操作	20	4	系统了解第三方平台阿里国际站现状、趋势及发展	掌握阿里产品发布规则	讲授, 分组讨论, 总结	阿里市场分析 PPT
	8.2 B2B 阿里巴巴平台卖家买家签约与履约(单据填报)		1 2	掌握阿里国际站产品发布、产品标题和关键词、详情页的设置、不同贸易术语下的履约单据填报	熟悉阿里国际站运营管理方式, 掌握阿里国际站产品发布、履约	讲授, 分组模拟、实操, 讨论, 总结	模拟平台产品发布截图
	8.3B2B 阿里巴巴平台产品优化与营销推广		4	能运用 P4P 等优化工具、推广工具推广产品	熟悉阿狸国际站营销推广	讲授, 分组模拟、实操, 讨论, 总结	模拟平台产品发布截图
9. 进口跨境电商操作概述	进口跨境电商基础操作	4	4	能在亚马逊国际、海淘网、代购网等购买商品	熟悉进口跨境电商平台及掌握进口跨境电商平台购买注意事项	讲授, 分组模拟、实操, 讨论, 总结	亚马逊产品购买截图(实训报告)

五、教学组织形式

1. 理论教授：教师教授跨境电子商务平台操作基本知识，策略技巧，并通过双语教学方法使学生更好熟悉英文环境下电商平台操作和基本的对外贸易知识；

2. 策略技巧模拟：任课教师负责设计《实训指导书》指导和组织学生实施分组演练；对学生演示进行点评、打分，最后得出考核成绩；

3. 真实演练：最后组织学生小组进行选择商品销售，依据出单率进行评分。

六、课程考核方式和考核标准

考核项目		考核标准	考核内容	考核方法	评分比例%
过程考核 (40%)	学习态度	认真听讲,积极参加活动	课堂纪律;参与度	教师登记	10%
	上课考勤	全勤	到课次数	学生和教师分别登记	10%
	课后作业	作业认真程度	作业	教师登记	10%
	分项实训	课堂实训完成实训指标	岗位任务	实训演示	10%
结果考核 I (60%)	实操	产品发布	真实平台软件平台得分检测	教师登记	30%
		期末考试	闭卷考试得分	教师登记	30%
结果考核 II (60%)	实操	产品发布	模拟软件平台得分检测	教师登记	30%
		产品运营与出单	店铺经营情况(访客量等)、出单量	教师登记	30%
合 计					100

注：①本结果考核分两学期考核，第一学期以考证+闭卷形式为主，采取与考证模式一致方式考核，第二学期以出单考核为主。②关于第二学期出单：跨境电商平台出单一笔可获取产品运营与出单考核分数的全部分；若没出单，可依据店铺的访客量、曝光量等给分，总分不超过产品运营与出单考核分数的 60%。③跨境电商竞赛可兑换成总成绩，省级三等奖以上 95 分；校级比赛二等奖以上 90 分，校级三等奖 85 分。

七、教材的选用

(一) 推荐教材

肖旭主编《跨境电商多实务》，中国人民大学出版社，ISBN:9787300214931; 2015年9月

张云勤主编《跨境电子商务操作实务》，大连理工大学出版社，2017.6

(二) 教学参考资料

(1) 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，2014年12月

(2) 跨境电商秘籍—如何日出千单之亚马逊

(3) 再战跨境电商，翁晋阳、MARK 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>

(14) 易传识网络科技主编 丁晖等编著的《跨境电商多平台运营》校企合作项目指定用书，中国工信出版集团，电子工业出版社出版

(15) www.amz123.com

八、主要教学资源要求

(一) 教师要求

高等学校教师资格证、助教或相当于助教以上职称、英语口语流利、最好有进出口跨境电商工作经验。

(二) 学习场地、设施要求

跨境电商实训中心，有电脑、投影大屏幕和广播设备

(三) 课程资源的开发与利用

- 1.由校企合作组成的教学专业指导委员会成员审核专业人才培养方案、实训指导书。
2. 新闻媒体中下载跨境电商的案例，作为跨境电商操作平台的案例教学素材。
3. 由校企合作提供跨境电商相关账号和产品，针对部分课程由兼职教师代上课。
4. 在逐步积累的基础上，建立跨境电平台操作实践教学资源库。