

# 跨境电商日语课程教学改革报告

## ——基于模拟公司模式的共同评价体系

### 一、课程背景与改革目标

课程名称：跨境电商日语

适用对象：日语专业大三学生（具备 N2 及以上日语能力）

改革背景：传统跨境电商课程以理论讲授为主，学生缺乏实战能力，且评价方式单一。为适应企业对“日语+跨境电商+跨文化沟通”复合型人才的需求，本课程通过模拟公司模式，重构教学内容，引入校企共同评价机制。

### 二、教学目标

#### 1. 能力目标：

- 掌握日本主流电商平台（如 Amazon 日本站、乐天、雅虎购物）运营流程。
- 运用日语完成商品上架、营销文案撰写、跨境客服沟通。
- 通过数据分析优化选品、定价及推广策略。

#### 2. 素养目标：

- 培养团队协作、跨文化商务谈判能力。
- 强化风险意识（如物流纠纷、知识产权问题）。

### 三、教学模式设计——模拟公司项目驱动

#### 1. 公司组建与角色分工

- 分组：4-5 人/组，成立虚拟跨境电商公司，专注日本市场。
- 角色分配：
  - 社长（统筹决策，对接企业导师）
  - 运营专员（商品选品、数据分析）
  - 营销专员（日语文案、社交媒体推广）
  - 客服专员（处理日语客户咨询与售后）
  - 财务专员（成本核算、利润分析）

#### 2. 教学流程（16 周）

阶段	任务内容	日语能力应用场景
1-2 周	企业调研：分析日本市场消费趋势，完成《日本某品类跨境电商竞品报告》（日语撰写）	日文数据检索、报告写作
3-4 周	商品开发：选定产品线，设计符合日本文化的详情页（含日语文案、视觉设计）	日语本地化翻译、跨文化适配
5-8 周	平台运营：模拟上架商品，制定日语促销方案（如邮件营销、SNS 内容策划）	商务日语写作、社交媒体运营
9-12 周	风险应对：模拟处理物流延迟、差评纠纷（日语客服话术演练）	日语危机沟通、商务礼仪
13-16 周	结项答辩：公司业绩汇报（日语 PPT 展示）+ 企业导师质询	日语演讲、商务问答

### 四、共同评价体系设计

#### 1. 评价主体多元化

- 教师评价（40%）：侧重流程规范性与日语专业性。
- 企业导师评价（30%）：基于市场实战性（合作企业提供真实案例库）。
- 小组互评（20%）：考核团队贡献度。
- 个人自评（10%）：反思学习成长点。

## 2.评价指标示例

维度	评价标准
日语应用	文案无语法错误，符合日本商务习惯（如敬语使用）
运营逻辑	选品数据支撑充分，推广 ROI 计算合理
创新能力	提出差异化策略（如结合日本节庆设计限定包装）
团队协作	角色任务完成度，组内日语沟通流畅性

## 五、创新点与实施保障

### 1. 跨学科融合：

- 日语能力与电商技能深度融合（如要求学生用日语撰写亚马逊 A+ 页面）。
- 引入 IT 工具（如 Mercari 模拟器、Google Analytics 日语版）。

### 2. 校企协同：

- 企业提供真实账号权限（沙盒环境）、日本消费者行为数据。
- 定期举办“企业开放日”，优秀小组可获实习内推机会。

### 3. 动态反馈机制：

- 每周发布“公司经营红黑榜”，公示关键指标（如转化率、客诉响应速度）。

## 六、案例总结

本模式通过“模拟公司+共同评价”，破解传统教学“重知识轻实践”痛点，以企业真实需求反向设计课程，使学生在“做中学、学中评、评中改”，实现从“日语学习者”到“跨境电商操盘手”的角色进阶。