



《跨境电商实务》

课程标准

2023年6月

目录

一、课程说明	1
二、课程性质与任务	1
（一）课程性质和作用	1
（二）课程设计理念	1
（三） 课程设计思路	1
三、课程目标	2
（一）知识目标	2
（二）技能目标	2
（三）素养目标	2
四、课程结构与内容	3
（一）教学内容的选取依据	3
（二）教学内容的组织与安排	3
五、课程实施与保障	8
（一）任课教师条件	8
（二） 教学场所	8
（三）教材选用建议	9
1.教材选取原则	9
2.推荐教材	9
3. 参考书籍	9
4.信息化资源	9
（四）教学模式、方法与手段	9
1. 教学模式	9
2. 教学方法	9
3. 教学手段	10
（五）教学考核与评价	10
六、其他说明	10

一、课程说明

课程名称：跨境电商实务

课程类别：专业核心课、物流服务与管理专业群中层分立课程

适用专业：跨境电子商务

适用阶段：中职

建议课时：72

建议学分：4

二、课程性质与任务

（一）课程性质和作用

《跨境电商实务》课程是中等职业院校电子商务类专业的专业核心课。本课程主要培养具有互联网思维、大数据思维等新创新思维、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、了解基本政策，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过程，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《国际贸易基础》、《跨境电商基础》等课程为基础，同时结合1+X 网店运营与推广（跨境电商-初级）关于网店基础操作和网店客户服务的职业技能要求进行课证融通，帮助学生考证通过。

（二）课程设计理念

根据工学结合课程的设计理念，本课程以能力为导向的，所选择的知识是与完成工作任务密切相关的“工作过程知识”，根据工作过程知识之间的内在联系及能力进阶，每一个内容单元都是一个完整的工作过程。跨境电子商务为管理服务类专业，因此以问题、案例、实务、流程、任务等选取和序化课程内容。从工作过程、工作任务、职业能力分析，到学习领域课程设置和学习情景开发，为教师、企业人员和课程专家共同多主体共同开发课程，在教学中进行“专业教育与行业教育并行，双导师协同育人”的教学模式改革。

（三）课程设计思路

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；然后依据岗位职业标准，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、课程目标

通过在校内理实一体化实训室的全真操作（跨境电商企业的全真操作），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、海外消费者习惯调研操作、数据化选品和视觉设计操作、跨境产品刊登和发布操作、跨境店铺运营与推广操作、订单处理操作、客户服务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。

（一）知识目标

1. 熟悉职业素质要求、职业能力要求、专业知识要求和工作任务
2. 掌握跨境电商的基本含义、政策和常见的跨境第三方平台特点
3. 了解跨境电商各类物流的含义、特点、包装尺寸、价格、优劣势
4. 了解欧盟、美国、日本、东南亚、金砖五国等国家和地区国电子商务发展现状及特点
5. 掌握跨境电商产品的特点和选择标准
6. 熟悉成本、费用、利润等基本概念
7. 熟悉速卖通店铺后台使用规则
8. 熟悉常见英文函电交流词汇、短语和词汇

（二）技能目标

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. 能使用 Google 系列工具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、完成产品刊登和发布工作
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、提升客户体验感和满意度
8. 能及时处理争议订单，维护老客户、开发新客户

（三）素养目标

1. 能够培养良好的表达沟通能力，具有团队协作精神
2. 在理论联系实际过程中，能够提升学习积极性
3. 在平台操作过程中，培养学生遵纪守法的职业道德

4. 在对外交往中，提升学生的文化自信、民族自豪，自觉提升企业形象
5. 培养学生的创新能力和创业意识

四、课程结构与内容

（一）教学内容的选取依据

本课程按照网店运营，美工设计、推广等岗位需要的行业调研和职业能力分析，以及 1+X 网店运营与推广（跨境电商-初级）关于跨境电商店铺基础设计的职业技能要求，进行项目划分，选取典型工作任务进行教学情境设计，最终完成课证融通内容整合。

（二）教学内容的组织与安排

1. 课程教学项目、要求及课时分配如表 1 所示。
2. 实训内容及课时分配如表 2 所示。

表 1 课程项目、要求及课时分配

教学项目	具体任务	知识要求	技能要求	素质与思政要求	教学时数
跨境电商专员 岗位职责		1. 了解跨境电商专员的含义 2. 熟悉职业素质要求、职业能力要求、专业知识和工作任务		提升系统意识	2
跨境店铺注册 操作（1+X 课证 融通）	任务 1: 模拟完成速卖通平台店铺注册 任务拓展: 模拟完成 WISH 平台店铺注册	1. 掌握跨境电商的基本含义、政策和常见的跨境第三方平台特点 2. 了解跨境电商与传统外贸的区别和联系 3. 熟悉 B2B、B2B2C、B2C、M2C、C2C、o2o 等的含义和区别 4. 熟悉速卖通店铺注册流程及实名认证操作 5. 熟悉 WISH 平台店铺注册流程及认证操作 6. 了解其他跨境电商平台店铺注册流程及认证操作	1. 能熟悉速卖通、WISH 等跨境第三方平台店铺注册的规定和要求 2. 能为跨境店铺注册准备相应材料和基本信息 3. 能分组或独立完成跨境店铺注册并获得平台认可通过	提升法治意识	6
跨境物流与海外仓操作	任务 1: 调研速卖通平台 10 个品类产品的跨境物流运费及物流选择 任务 2: 计算跨境小包物流运费 任务 3: 计算四大国际商业快递物流运费 任务 4: 计算跨境专线物流运费 任务 5: 计算国际海空运头程物流费用 任务 6: 计算海外仓及海外本地物流相关费用	1. 掌握中国邮政小包的含义、特点、包装尺寸、价格、优劣势、操作流程等 2. 了解中国邮政大包的含义、特点、包装尺寸、价格、优劣势等 3. 熟悉 e 邮宝等的含义、特点、包装尺寸、价格、优劣势、操作流程等 4. 熟悉四大国际商业快递（FedEx、DHL、TNT、US）特点、包装、价格、优劣势等 5. 熟悉跨境专线物流（美国专线、欧洲专线、澳洲专线、俄罗斯专线、中东专线、南美专线）特点、包装、价格、优劣势 6. 掌握海外仓的含义、特点、优劣势、操作流程、 7. 熟悉海外仓本地物流（美国、英国、德国、澳大利亚）特点、费用、优劣势、操作流程 8. 了解其他综合物流（如亚马逊物流等）特点、价格、优劣势	1. 能选择中国邮政小包（China Post Air Mail）作为跨境物流方式 2. 能选择 e 邮宝作为跨境物流方式 3. 能选择四大国际商业快递（FedEx、DHL、TNT、UPS）作为跨境物流方式 4. 能选择跨境专线物流作为跨境物流方式 5. 能选择海外仓及海外本地物流作为跨境物流方式 6. 能选择其他综合物流作为跨境物流方式（如亚马逊物流） 7. 能计算跨境物流费用 8. 能设计跨境电商物流方案	1. 提升国际视野 2. 提升诚信意识	10

	任务拓展 1: 调研 Wish 邮 跨境物流方案 任务任务拓展 2: 调研其他 跨境第三方平台物流运费 及物流选择	9. 熟悉国际海空运头程物流含义、特点、运费 计算及操作流程			
海外消费者习 惯调研操作	任务 1: 调研我国与海外某 国跨境电商发展情况 任务 2: 调研海外市场消费 者电商产品消费习惯、形 成研究报告	1. 了解欧盟、美国、日本、东南亚、金砖五国 等国家和地区国电子商务发展现状及特点 2. 掌握海外市场调研的一般方法 3. 熟悉海外消费者行为和习惯分析的一般方法 4. 熟悉不同国家的假日、商业习惯和消费习惯	1. 能对海外市场（欧盟、美国、日本、东南 亚、金砖五国）的电商发展情况进行调研， 并形成调研报告	提升国际视野	6
数据化选品和 视觉设计操作	任务 1: 调研速卖通平台产 品品类、产品标题描述和 详细描述，形成报告 任务 2: 运用速卖通店铺后 台数据对某类产品进行行 业分析，形成分析报告 任务 3: 从 1688、淘宝、 义乌购等平台选择产品， 处理产品图片 任务 4: 从工厂自选产品， 并对产品进行信息化处理 任务 5: 在店铺对产品分类 属性进行设置 任务 6: 对产品标题进行描 述，对产品其他情况进行 详细描述 任务拓展: 调研 WISH 平台 产品品类、产品标题描述、	1. 掌握跨境电商产品的特点和选择标准 2. 熟悉速卖通选品规则 3. 了解其他第三方平台选品规则 4. 熟悉供应商选择标准、产品采购流程； 5. 熟悉跨境电商大类产品生产、包装、质量检 验标准、验货等知识 6. 熟悉常用的平台数据分析工具和调研报告的 写作方法 7. 掌握速卖通产品分类属性、标题描述和详细 描述的方法 8. 掌握图片拍摄等处理技术 9. 掌握视频拍摄、制作技术	1. 能对产品进行正确的定位 2. 能分析竞争者和行业产品 3. 能选择合适的供应商 4. 能对产品进行品牌化管理和营运 5. 能根据市场对产品做出合理调整 6. 能分析平台数据，撰写调研报告，发现新 的市场机会	1. 提升规范意识 2. 提升审美意识	10

	标签和详细描述，形成报告				
跨境产品刊登和发布操作 (1+X 课证融通)	任务 1: 核算产品成本、费用和利润，设置产品上架价格 任务 2: 审核产品标题描述和详细描述，在速卖通平台模拟发布产品 任务 3: 在速卖通平台后台模拟设置跨境物流解决方案 任务拓展 1: 审核产品标题描述和详细描述，在 Wish 平台模拟上传产品 任务拓展 2: 在 Wish 平台模拟设置跨境物流解决方案	1. 熟悉成本、费用、利润等基本概念 2. 熟悉速卖通、Wish 平台佣金扣点和银行卡等的手续费扣款 3. 掌握上架价格 (LP: List Price)、销售价格 (DP: Discount Price) 和订单价格 (OP: Order Price) 三个术语的基本含义 4. 熟悉速卖通平台产品定价规则 5. 熟悉 WISH 平台定价规则 6. 了解其他第三方跨境电商平台定价规则 7. 熟悉速卖通平台产品刊登规则 8. 了解其他第三方跨境电商平台产品刊登规则	1. 能对跨境电商产品进行对外报价 2. 能在跨境平台后台设置跨境物流方案 3. 能在速卖通平台发布产品信息 4. 能在 WISH 平台上传产品信息	1. 提升竞争意识 2. 提升规范意识 3. 提升创业意识	10
跨境店铺运营与推广操作 (1+X 课证融通)	任务 1: 对产品标题描述进行优化 任务 2: 对产品详细描述进行优化 任务 3: 对产品价格进行优化 任务 4: 对产品店铺进行优化 任务 5: 制定营销方案，对产品和店铺进行推广 任务拓展: 对 WISH 平台产	1. 熟悉速卖通店铺后台使用规则 (产品管理、店铺中心、营销中心、数据纵横等) 2. 熟悉曝光量、浏览量、访客数、询盘数、订单数、成交转化率等含义 3. 熟悉速卖通产品标题优化、图片优化、详细信息优化等的一般做法 4. 熟悉速卖通价格优化的常规做法 5. 熟悉速卖通店铺优化、营销推广的一般手段 6. 熟悉第三方跨境平台以外的营销推广的一般手段和方法 (SEO、SNS 以及 DT 等)	1. 能在速卖通平台对产品标题、详细信息、店铺等进行优化 2. 能制定营销方案进行推广 3. 能根据店铺和产品的流量表现情况调整营销策略	1. 提升创新意识 2. 提升规范意识 3. 提升竞争意识	12

	品进行优化、制定营销推广方案				
订单处理操作 (1+X 课证融通)	任务 1: 处理客户询盘函 任务 2: 接受订单, 拟写感谢函 任务 3: 选择跨境物流、对产品进行包装 任务 4: 填写跨境物流单据及报关凭证 任务 5: 上传发货凭证, 及时与买家沟通	1. 熟悉常见英文函电交流词汇、短语和词汇(咨询、还价、产品描述、物流选择、货到时间等) 2. 掌握电商物流选择、产品包装及发货操作流程 3. 熟悉速卖通平台发货规则 4. 了解世界各国对进口产品征收关税的标准 5. 了解商检和海关对跨境电商产品的法规、政策和单据要求 6. 了解其他第三方跨境电商平台发货规则	1. 能及时处理国外客户的订单(询盘、还价、物流选择等) 2. 能正确选择跨境物流方式及时发货 3. 能合理处理产品跨境报检和报关	1. 提升大局意识 2. 提升法治意识	8
客户服务操作 (1+X 课证融通)	任务 1: 及时办理速卖通、Wish 平台货款 任务 2: 及时办理其他跨境电商平台的货款 任务 3: 处理好售后服务、退换货及争议相关事宜 任务 4: 做好维护老客户、开发新客户的工作	1. 熟悉常规电商收款途径(国际支付宝收款、Paypal 收款、Payoneer 收款、手机支付收款等) 2. 熟悉速卖通平台收款规则、售后评价规则、售后纠纷处理规则 3. 了解速卖通平台评价三大指标及平台处罚方式 4. 了解其他跨境第三方电商平台收款、售后评价及纠纷处理规则 5. 了解客户服务的重要性、要求、知识和素质 6. 熟悉客户维护、开发的方法和路径	1. 能及时回收货款 2. 能及时处理退换货及跨境争议 3. 能做好对境外客户的服务工作 4. 能维护和开发新的客户	提升服务意识	8
合计					72

表 2 实训内容及课时分配

项目	实训内容与要求	课时
实训 1	跨境店铺注册操作	4
实训 2	跨境物流与海外仓操作	8
实训 3	海外消费者习惯调研操作	4
实训 4	数据化选品和视觉设计操作	8
实训 5	跨境产品刊登和发布操作	8
实训 6	跨境店铺运营与推广操作	10
实训 7	订单处理操作	6
实训 8	客户服务操作	6
合计		54

五、课程实施与保障

（一）任课教师条件

本课程建议采用校内专任教师和行业兼职教师共同组建“双师结构”课程教学团队，行业兼职教师与校内专任教师比例达到 1: 1；建议校内专任教师到跨境电商企业相关部门开展挂职锻炼，提升业务操作能力，培养双师素质教师；建议行业兼职教师来源应包括跨境电商企业、知名跨境物流公司、商检局、海关、外贸企业等部门；建议“双导师结构”课程教学团队共同开发课程、共同编写教材、共同备课、共同授课、共同命题，全程参与课程建设。

具体要求如下：

1. 校内专任教师

校内授课教师要求为本专业任教超过一年的专任教师，根据《职业教育“双师型”教师基本标准》要求，该门课任教校内导师，须获得相关的国家职业技能等级证书或职业资格证书，或具有本专业或相近专业非教师系列初级及以上职务（职称），或具有相应的能力水平。

2. 行业兼职教师

行业兼职教师至少 3 年以上跨境电商运营经验，为跨境电商综合实训课程组建了最强大的师资团队力量，以讲师团队的丰富运营经验手把手的教学方式，能够带领完成店铺上新、运营推广、订单发货等日常店铺运营的技巧，熟练掌握 ERP 系统在店铺运营管理中的应用。帮助同学们形成店铺运营的基础逻辑，快速从学院理论型人才成长为企业需要的实战型人才。

（二）教学场所

本课程建议全部都放在校内实训室和校外实习基地上课和考试，实现教学场所与职业场所的一体化，使其非常容易找到强烈的职业归属感，以提高学习效率。建议本课程应配套至少 1 个实训室和多个校外实习基地，采用与跨境电商企业合作的方式，引进真实的跨境电商产品开展实训，确保有较多数量的产品能满足实

施开店和学生实习的需要。

（三）教材选用建议

1. 教材选取原则

本课程教材编写人员应由学校专任教师和跨境电商行业企业一线业务专家共同组成，教材编写模式建议打破以知识体系为线索的传统编写模式，采用以跨境电商专员工作过程为线索，体现工学结合、任务驱动、项目教学的项目教材编写模式：教材编写内容建议依据本课程标准，包括跨境店铺注册操作、跨境物流与海外仓操作、海外消费者习惯调研操作、数据化选品和视觉设计操作、跨境产品刊登和发布操作、跨境店铺运营与推广操作、订单处理操作、客户服务操作 8 个工作项目，强调各环节对跨境电商操作能力的训练，紧紧围绕工作任务的需要来选取理论知识。

2. 推荐教材

高等教育出版社出版，刘福英、张海芸等编著的《跨境电商实务》

3. 参考书籍

高等教育出版社出版，北京鸿科经纬科技有限公司编著的《网店运营基础实训》

4. 信息化资源

（1）积极利用跨境电商第三方平台的教学资源，拓展学习的渠道，使教学内容呈现多元性、多样性，使学生的知识和能力得到进一步拓展。

（2）智慧职教 MOOC 平台发布，邓斯涛、常文芳、刘卫、王薇制作的《跨境电商实务》在线课程资源（包含电子教材、项目活动载体、教学单元设计、学习指导、多媒体课件、实训实习项目库、习题集、案例集、试题库等教学资源）。

（四）教学模式、方法与手段

1. 教学模式

本课程采用“专业教育与行业教育并行，双导师协同育人”的教学模式，将专业知识点与技能点的传授与行业趋势和所处地位相结合，教学的目标始终坚持以知识点所涉及岗位的要求为宗旨，着力培养学生的在该行业中的岗位职业能力、工作的方法能力和从事职业活动的社会能力。在具体教学中，以企业导师所带领的真实企业实践项目任务为引领，把知识和技能融合在一起，积极引入企业导师，形成“双导师”协同育人模式。在教学过程中，始终坚持“以能力为本位”。在实施教学过程中，通过工作过程培养学生的岗位能力，在教学设计中“以项目为载体”设计教学方案。

2. 教学方法

本课程建议采用以学生为主体，职业能力培养为本位，以工作过程和工作任务为主线，任务驱动，融“教、学、做、创业”为一体的项目教学法。教学通过项目导入、学生操作、教师示范、归纳总结、能力实训等五个环节循序渐进，让

学生以职业人身份进行业务操作，突出学生主体地位，实现课堂与实习地点一体化教学模式，实习与创业相结合，让学生在学中做，让教师在做中教，融“教、学、做、创业”为一体。

以职业素养教育作为主要的思政元素，包括职业规范、职业形象、职业技能、职业心态、职业道德等方面，把企业管理规范融入整个教学过程。课前强调操作规程；课中以法律法规、岗位规范实施技能训练，让学生遵守职业规范成为习惯；课后以工匠精神、家国情怀、文化自信等大思政元素，提升学生整体素养。

3. 教学手段

采用实物、多媒体等辅助教学，加强理解，专业技能课程充分利用现有的实训设备，积极开展理实一体化教学。专业所有课程的理论教学都使用多媒体教学，积极强调要做到传统与现代结合，板书与电子课件结合，实现两者的优势互补。

做到线上线下结合，组织方式灵活便利。专业课程整个教学指导过程通过线上课程与线下指导相结合的方式进行。专业理论学习和全流程练习以线上授课为主，提高组织效率；企业真实项目以线下指导为主，侧重实效，提高互动效率。

（五）教学考核与评价

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
平时成绩	10%
项目实战	60%
期末考核成绩	30%
合计	100%

六、其他说明

本课程标准所规定的是《跨境电商业务综合实训》课程的基本教学内容和学时数量，在教学过程中可根据实际情况适当调整。