

《跨境电子商务基础》

课程标准



2022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) 课程设计思路	1
三、课程目标	1
(一) 知识目标	1
(二) 技能目标	2
(三) 素养目标	2
四、课程结构与内容	2
(一) 教学内容的选取依据	2
(二) 教学内容的组织与安排	2
五、课程实施与保障	6
(一) 任课教师条件	6
(二) 教材选用建议	6
1. 教材选取原则	6
2. 推荐教材	6
3. 参考书籍	6
4. 信息化资源	7
(三) 教学方法与手段	7
1. 教学方法	7
2. 教学手段	7
(四) 教学考核与评价	7
1. 过程性考核说明	7
2. 期末理论考核方式说明	8
3. 课程成绩形成	8
六、其他说明	8

一、课程说明

课程名称：跨境电子商务基础

课程类别：专业基础课、物流服务与管理专业群基础共享课程

适用专业：跨境电子商务、物流服务与管理专业群内专业

适用阶段：中职

建议课时：36

建议学分：2

二、课程性质与任务

（一）课程性质和作用

跨境电子商务基础是跨境电子商务专业的一门专业基础课程，同时也是深圳市龙岗职业技术学校物流服务与管理专业群基础共享课程，主要介绍跨境电商的基本知识、基本理论和实操技能，为后续学习跨境电商营销、跨境电商运营、跨境电商物流、跨境电商数据分析等课程奠定理论基础和知识前提。作为一门专业群基础共享课程，对各专业的授课要求不同，对于跨境电子商务专业，要求全面深入讲授该门课程全部知识内容；对于物流服务与管理专业，要求在掌握跨境电商的基本知识和理论的基础上，着重讲授跨境电商物流与海外仓服务项目；对于会计事务专业，要求在掌握跨境电商的基本知识和理论的基础上，着重讲授跨境电商金融服务项目。各专业根据实际情况，安排授课课时。

（二）课程设计思路

本课程基于跨境电商的实践以及1+X跨境电商B2B数据运营职业技能等级证书职业技能标准，充分考虑满足学习相关后续专业课程和1+X证书考证的需要，围绕跨境电商全产业链运营等系列职业岗位对人才的知识技能需求，组织和构建课程内容。

三、课程目标

通过本课程的学习，使学生具备基本的跨境电商基础知识，行业发展历程，掌握跨境电商涉及到经济和管理理论基础、掌握跨境电商服务选择、跨境电商网店实操，培养跨境电商运营能力，提升学生的创业创新能力和国际宏观视野等。

（一）知识目标

1. 了解跨境电商的发展历程、趋势、主要参与主体；
2. 掌握跨境电商的基本知识和涉及的理论；
3. 基于1+X跨境电商B2B数据运营职业技能等级证书职业技能标准，掌握跨

境电商平台基础运营和跨境交易跟单理论知识。

（二）技能目标

1. 能够运用经济学和管理学的理论认识、解释跨境电商实务界的新旧现象；
2. 能够基于 1+X 跨境电商 B2B 数据运营职业技能等级证书职业技能标准，掌握在跨境电商 B2B 阿里巴巴国际站平台，进行店铺、网站基础建设、产品发布与管理和店铺日常运营管理操作。

（三）素养目标

1. 培养学生的创新能力和创业意识；
2. 拓展学生的国际化视野。
3. 更好地理解跨境电商作为国家战略的意义。

四、课程结构与内容

（一）教学内容的选取依据

本课程按照围绕跨境电商全产业链运营等系列职业岗位对人才的知识技能需求，同时考虑 1+X 跨境电商 B2B 数据运营职业技能等级证书职业技能标准等要求选取教学内容。

（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 课程内容、要求及课时分配

教学项目	具体内容	知识要求	技能要求	素质与思政要求	教学时数
跨境电商概述 (1+X 证书融通)	1. 跨境电商的概念 2. 跨境电商与国内电商的区别 3. 跨境电商与传统贸易的区别 4. 跨境电商的参与主体 5. 我国跨境电商行业的发展历程、特征与趋势	1. 熟悉跨境电商的概论 2. 了解跨境电商参与主体 3. 了解跨境电商的发展历程和未来发展趋势 4. 了解跨境电商与国内电商的区别 5. 掌握阿里国际站规则		了解国家发展跨境电商的宏观和微观意义	2
跨境电商的理论基础与模式	1. 跨境电商的贸易理论基础 2. 跨境电商的管理理论基础 3. 跨境电商的主要模式分类	1. 主要的新古典国际贸易理论 2. 交易成本理论 3. 双边市场理论 4. 供应链管理理论 5. 出口跨境电商的主要模式 6. 进口跨境电商的主要模式		1. 提升系统意识 2. 提升创新意识	3
跨境电商境外市场分析	1. 跨境电商境外传统市场分析 2. 跨境电商境外新兴市场分析	1. 跨境电商美国市场分析 2. 跨境电商欧洲市场分析 3. 东南亚市场分析 4. 中东市场分析		1. 提升国际视野	3
跨境电商选品与定价	1. 跨境电商选品维度 2. 跨境电商选品方法 3. 跨境电商产品定价	1. 跨境电商选品维度，市场维度、产品维度、货源维度 2. 市场化选品 3. 数据化选品 4. 产品定价方法 5. 产品定价公式 6. 产品价格设置技巧	1. 子类目进行开店，在确定子类目的基础上每个同学选择 5 个具体的产品。 2. B2B 平台产品定价公式的应用	1. 提升诚信意识	5
跨境电商网店实操(1+X 证书融通)	1. 店铺、网站基础建设 2. 产品发布与管理 3. 店铺日常运营管理	1. 店铺注册与管理 2. 产品发布与管理 3. 商机获取与管理	1. 账号管理、店铺开通，图片、产品归类整理、图片优化处理，店铺首页装修，详情页制作	1. 提升规范意识 2. 提升诚信意识	7

		<ul style="list-style-type: none"> 4. 客户管理 5. 交易与订单管理 6. 一达通出口服务 	<ul style="list-style-type: none"> 2. 填写关键词、标题，完善产品信息，发布产品、设置橱窗，产品信息更新、维护 3. 申请、启用新报服务，客户归类及分类管理 		
跨境电商网络营销	<ul style="list-style-type: none"> 1. 跨境电商网络营销概述 2. 跨境电商网络营销概述 3. 跨境电商站内网络营销方法 4. 跨境电商站外网络营销方法 	<ul style="list-style-type: none"> 1. 跨境电商网络营销概念及发展趋势 2. 跨境电商网络营销的渠道和方法 3. 站内促销方式 4. 站内搜索引擎优化 5. 站内付费广告 6. 站内 Deals 营销 7. SNS 营销 8. 搜索引擎营销 9. 站外 Deals 营销 	<ul style="list-style-type: none"> 1. 能够了解跨境电商站内网络营销方法 2. 能够了解跨境电商站外网络营销方法 	<ul style="list-style-type: none"> 1. 提升竞争意识 2. 提升创新意识 	4
跨境电商物流与海外仓服务 (1+X 证书融通)	<ul style="list-style-type: none"> 1. 跨境电商物流概述与直邮物流服务 2. 跨境电商海外仓服务与跨境电商货物通关监管 3. 阿里巴巴国际站物流服务 	<ul style="list-style-type: none"> 1. 跨境电商物流的定义 2. 跨境电商物流环节 3. 跨境电商主要的物流方式 4. 跨境电商物流方式的选择 5. 跨境电商物流信息的查询 6. 海外仓的运作模式 7. 海外仓的选择 8. 我国海关对跨境电商货物通关的监管模式 9. 中国国际贸易“单一窗口” 10. 外国海关对进口货物的规定 	<ul style="list-style-type: none"> 1. 跨境电商物流信息的查询和报价 2. 跨境电商物流方式的选择 3. 在线发货 4. 填写信保订单、发票、装箱单、托运委托书、报关单、投保单、物流作业单， 	<ul style="list-style-type: none"> 1. 提升社会责任意识 	5
跨境电商产业园规划与运作	<ul style="list-style-type: none"> 1. 跨境电商产业园概述 2. 跨境电商产业园建设规划 3. 跨境电商产业园的运作管理 4. 卖家选择产业园涉及的 	<ul style="list-style-type: none"> 1. 跨境电商产业园的概念 2. 跨境电商产业园的特征 3. 跨境电商产业园的作用 4. 跨境电商产业园的分类 5. 跨境电商产业园建设规划的内容 6. 地方政府在跨境电商产业园建设规划中的作 	<ul style="list-style-type: none"> 1. 学会跨境电商园区规划步骤 2. 作为卖家团队选择产业园 	<ul style="list-style-type: none"> 1. 提升大局意识 	2

	事项	用 7. 跨境电商产业园的招商 8. 跨境电商产业园的运营			
跨境电商代运营服务	1. 跨境电商代运营导论 2. 跨境电商代运营的服务内容与服务商类别 3. 企业与跨境电商代运营服务商的合作	1. 跨境电商代运营的概念 2. 跨境电商代运营的作用 3. 导致跨境电商待运营失败的潜在风险 4. 代运营服务内容 5. 代运营服务商类别 6. 服务商的选择标准 7. 企业和服务商的合作模式 8. 企业与服务商的合作流程以及注意事项		1. 提升创业意识	2
跨境电商金融服务（1+X 证书融通）	1. 跨境电商金融概述 2. 跨境电商支付服务 3. 跨境电商融资服务	1. 跨境电商金融的概念 2. 跨境电商金融的基本功能 3. 跨境电商金融相关的机构 4. 传统跨境支付方式 5. 第三方跨境支付方式 6. 在线交易收款 7. 结汇与提现 8. 企业融资概述 9. 常见的跨境电商融资服务		1. 提升风险防范意识	3
合计					36

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	1. 通过官网搜索, 认知跨境电商进口平台和出口平台	1
实训 2	1. 选取某个国家或地区对境外跨境电商市场进行分析	0.5
实训 3	1. 数据化选品方法应用 2. 市场化选品方法应用	1
实训 4	阿里巴巴国际站平台产品定价公式的应用	0.5
实训 5	1. 账号注册与认证、后台基础设置	1
实训 6	1. 产品发布与推广	1
实训 7	1. 订单处理、客服与跨境收款	1
实训 8	1. 跨境电商站内网络营销方法应用 2. 跨境电商站外网络营销方法应用	0.5
实训 9	1. 跨境电商物流信息的查询 2. 跨境电商物流方式的选择	1
实训 10	1. 海外仓的选择	0.5
实训 11	跨境电商产业园的选择	0.5
实训 12	1. 代运营服务商的选择	0.5
合计		9

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。

(二) 教材选用建议

1. 教材选取原则

跨境电子商务专业教师应依据本课程标准、深圳市龙岗职业技术学校跨境电子商务专业人才培养方案要求, 以跨境电商全产业链运营等系列职业岗位对人才的知识技能需求和 1+X 跨境电商 B2B 数据运营职业技能等级证书职业技能标准为中心, 合理安排教学内容。教材在内容上应既实用又开放, 注重理论联系实际, 在形式上应适合本专业学生的认知特点, 文字表述要深入浅出, 内容展现宜图文并茂。

2. 推荐教材

人民邮电出版社出版, 郑秀田、甘红云等编著的跨境电子商务概论(微课版全国跨境电商十三五规划教材)

3. 参考书籍

重庆大学出版社出版, 王冰等编著的《跨境电子商务基础》

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》

4. 信息化资源

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。

(三) 教学方法与手段

1. 教学方法

根据教学内容与学生的具体特点，课程以讲授法和案例法为基本方法，并灵活运用讲授法、讨论法、案例法、练习法等多种教学方法。侧重引导学生积极思考、乐于实践，以提高课堂教学质量。

2. 教学手段

以跨境电商发展的实际和事件为背景采集案例。运用多媒体教学技术、网络信息技术等优化教学过程，提高教学效果。

(四) 教学考核与评价

本课程的学习考评分为过程性考核和结果性考核。

1. 过程性考核说明

本课程过程性考核主要包括学习态度（出勤情况、课堂纪律等）、学习质量（课堂提问回答情况、实训等）和协作能力（小组活动参与程度及贡献）等，主要考核学生在课程教学和训练过程中对知识和技能的掌握程度。具体考核标准和成绩分配见表 3、表 4。

表 3 过程性考核标准

序号	考核项目	考核内容	成绩比例(%)
1	学习态度	考勤、课堂纪律	20
2	协作能力	小组活动活跃程度及贡献	10
3	学习质量	课堂提问、实训（详见表 4）等	70
合计			100

表 4 过程性考核项目表

序号	考核项目	考核内容及要求	成绩比例(%)
1	跨境电商概述	跨境电商概念；跨境电商与国内电商的区别；跨境电商与传统贸易的区别；我国跨境电商行业的发展趋势	10
2	跨境电商的理论基础与模式	跨境电商的贸易理论基础；跨境电商管理理论基础；跨境电商出口模式分类、跨境电商进口模式分类；	10
3	跨境电商境外市场分析	传统和新兴市场的特点 判断市场的发展趋势	5
4	跨境电商选品与定价	跨境电商的选品三大维度；重市场化选品方法；数据化选品方法；产品定价方法；产品定价公式	15
5	跨境电商网店实操	阿里巴巴国际站平台账号注册的条件；后台基础设置的主要内容；产品标题的撰写方法；掌握详情页的制作方法；掌握产品发布的方法	15
6	跨境电商网络营销	掌握跨境电商网络营销的概念和目标；解跨境电商网络营销的发展趋势；掌握跨境电商网络营销的渠道与方法；掌握跨境电商站内网络营销的方法；掌握跨境电商站外网络营销的	10

		方法。	
7	跨境电商物流与海外仓服务	跨境电商物流方式的选择；跨境电商物流信息的查询；海外仓的运作模式及选择；我国海关对跨境电商货物的几种监管方式	15
8	跨境电商产业园规划与运作	跨境电商产业园的作用、特征和分类；解跨境电商产业园建设规划的内容；熟悉跨境电商产业园的盈利模式和招商方式；了解跨境电商产业园能为卖家提供的服务类别；	10
9	跨境电商代运营服务	跨境电商代运营的概念和作用；导致跨境电商代运营失败的潜在风险；跨境电商代运营服务商的服务内容；跨境电商代运营服务商的分类；掌握跨境电商代运营服务商的选择标准；了解企业与跨境电商代运营服务商合作中应该注意的问题	5
10	跨境电商金融服务	了解跨境电商金融相关的金融机构；了解常见的跨境电商融资服务；掌握各种跨境电商支付方式	5
合计			100

2. 期末理论考核方式说明

期末考核采用卷面考试，具体分值分布标准见表 5。

表 5 期末理论考核分值分布标准

序号	考核内容	成绩比例 (%)
1	跨境电商概述	11
2	跨境电商的理论基础与模式	20
3	跨境电商境外市场分析	5
4	跨境电商选品与定价	15
5	跨境电商网店实操	12
6	跨境电商网络营销	10
7	跨境电商物流与海外仓服务	10
8	跨境电商产业园规划与运作	5
9	跨境电商代运营服务	7
10	跨境电商金融服务	5
合计		100

3. 课程成绩形成

本课程成绩形成包括过程性考核成绩和期末理论考核成绩。具体分配比例见表 6。

表 6 课程成绩形成标准及比例

序号	考核项目	考核内容	成绩比例(%)
1	学习过程考核	根据学生的学习态度、学习质量及协作能力进行评分，详见表 3 及表 4	30
2	期末理论考核	综合测试学生对本门课程理论知识掌握程度，详见表 5	70
合计			100

六、其他说明

本课程标准所规定的是《跨境电子商务基础》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。

《跨境电商业务综合实训》

课程标准



2022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：跨境电商业务综合实训

课程类别：专业核心课

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

《跨境电商业务综合实训》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		<ol style="list-style-type: none"> 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	<ol style="list-style-type: none"> 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 	<ol style="list-style-type: none"> 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	<ol style="list-style-type: none"> 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 	<ol style="list-style-type: none"> 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 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 提升国际视野 2. 提升诚信意识 	10

	<p>任务拓展 1: 调研 Wish 邮跨境物流方案</p> <p>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</p>	<p>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</p>			
海外消费者习惯调研操作	<p>任务 1: 调研我国与海外某国跨境电商发展情况</p> <p>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</p>	<p>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</p> <p>2. 掌握海外市场调研的一般方法</p> <p>3. 熟悉海外消费者行为和习惯分析的一般方法</p> <p>4. 熟悉不同国家的假日、商业习惯和消费习惯</p>	<p>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</p>	提升国际视野	6
数据化选品和视觉设计操作	<p>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</p> <p>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</p> <p>任务 3: 从 1688、淘宝、义乌购等平台选择产品，处理产品图片</p> <p>任务 4: 从工厂自选产品，并对产品进行信息化处理</p> <p>任务 5: 在店铺对产品分类属性进行设置</p> <p>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</p> <p>任务拓展: 调研 WISH 平台产品品类、产品标题描述、</p>	<p>1. 掌握跨境电商产品的特点和选择标准</p> <p>2. 熟悉速卖通选品规则</p> <p>3. 了解其他第三方平台选品规则</p> <p>4. 熟悉供应商选择标准、产品采购流程;</p> <p>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</p> <p>6. 熟悉常用的平台数据分析工具和调研报告的写作方法</p> <p>7. 掌握速卖通产品分类属性、标题描述和详细描述的方法</p> <p>8. 掌握图片拍摄等处理技术</p> <p>9. 掌握视频拍摄、制作技术</p>	<p>1. 能对产品进行正确的定位</p> <p>2. 能分析竞争者和行业产品</p> <p>3. 能选择合适的供应商</p> <p>4. 能对产品进行品牌化管理和营运</p> <p>5. 能根据市场对产品做出合理调整</p> <p>6. 能分析平台数据，撰写调研报告，发现新的市场机会</p>	<p>1. 提升规范意识</p> <p>2. 提升审美意识</p>	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)	<p>任务 1: 核算产品成本、费用和利润，设置产品上架价格</p> <p>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</p> <p>任务 3: 在速卖通平台后台模拟设置跨境物流解决方案</p> <p>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</p> <p>任务拓展 2: 在 Wish 平台模拟设置跨境物流解决方案</p>	<ol style="list-style-type: none"> 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 	<ol style="list-style-type: none"> 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 	<ol style="list-style-type: none"> 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)	<p>任务 1: 对产品标题描述进行优化</p> <p>任务 2: 对产品详细描述进行优化</p> <p>任务 3: 对产品价格进行优化</p> <p>任务 4: 对产品店铺进行优化</p> <p>任务 5: 制定营销方案，对产品和店铺进行推广</p> <p>任务拓展: 对 WISH 平台产</p>	<ol style="list-style-type: none"> 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) 	<ol style="list-style-type: none"> 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 	<ol style="list-style-type: none"> 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)	<p>任务 1: 处理客户询盘函</p> <p>任务 2: 接受订单, 拟写感谢函</p> <p>任务 3: 选择跨境物流、对产品进行包装</p> <p>任务 4: 填写跨境物流单据及报关凭证</p> <p>任务 5: 上传发货凭证, 及时与买家沟通</p>	<p>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)</p> <p>2. 掌握电商物流选择、产品包装及发货操作流程</p> <p>3. 熟悉速卖通平台发货规则</p> <p>4. 了解世界各国对进口产品征收关税的标准</p> <p>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</p> <p>6. 了解其他第三方跨境电商平台发货规则</p>	<p>1. 能及时处理国外客户的订单(询盘、还价、物流选择等)</p> <p>2. 能正确选择跨境物流方式及时发货</p> <p>3. 能合理处理产品跨境报检和报关</p>	<p>1. 提升大局意识</p> <p>2. 提升法治意识</p>	8
客户服务操作 (1+X 课证融通)	<p>任务 1: 及时办理速卖通、Wish 平台货款</p> <p>任务 2: 及时办理其他跨境电商平台的货款</p> <p>任务 3: 处理好售后服务、退换货及争议相关事宜</p> <p>任务 4: 做好维护老客户、开发新客户的工作</p>	<p>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)</p> <p>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</p> <p>3. 了解速卖通平台评价三大指标及平台处罚方式</p> <p>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</p> <p>5. 了解客户服务的重要性、要求、知识和素质</p> <p>6. 熟悉客户维护、开发的方法和路径</p>	<p>1. 能及时回收货款</p> <p>2. 能及时处理退换货及跨境争议</p> <p>3. 能做好对境外客户的服务工作</p> <p>4. 能维护和开发新的客户</p>	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“做中学”，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。

《视觉营销》

课程标准



2022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	3
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	6
(一) 任课教师条件	6
(二) 校内外实践教学条件要求	6
(三) 教材选用建议	6
1.教材选取原则	6
2.推荐教材	6
3.参考书籍	6
4.信息化资源	7
(四) 教学模式、方法与手段	7
1. 教学模式	7
2. 教学方法	7
3. 教学手段	7
(五) 教学考核与评价	8
六、其他说明	9

一、课程说明

课程名称：视觉营销

课程类别：专业核心课

适用专业：跨境电子商务

适用阶段：中职

建议课时：54

建议学分：3

二、课程性质与任务

（一）课程性质和作用

《视觉营销》是电子商务、跨境电子商务专业的专业核心课，也是物流管理、会计事务等经济管理类专业的专业必修或选修课程。本课程主要采用项目化的教学方法，培养学生运用网络资源，深入理解网店视觉营销基础知识，掌握产品拍摄、图片和视频后期处理、网店布局、文案视觉、商品主图设计、直通车推广图设计、钻石广告设计和视觉营销数据化等职业能力，吸引顾客关注从而提升网店的流量，并且刺激其购物欲望从而使目标流量转变为有效流量，高效率、低成本完成商业贸易活动。

《视觉营销》课程具有一定的综合性和实践性，是培养网店运营人员的门综合技能训练课程，同时结合 1+X 跨境电商 B2B 数据运营（初级）关于跨境电商店铺基础设计的职业技能要求进行课证融通，帮助学生考证通过。课前先导课：《电子商务实务》、《Photoshop》等基础课程。

（二）课程设计理念

本课程遵循过程导向的课程观，目的是掌握电商视觉营销的基础知识，解决怎样的店铺设计才是符合营销的设计，什么样的视觉设计才能为店铺带来收益的问题。立足这目的，本课程结合典型工作任务，依据对应职业能力要求和 1+X 跨境电商 B2B 数据运营（初级）关于跨境电商店铺基础设计的职业技能要求制定了课程目标，分别涉及的是产品拍摄、图片和视频后期处理、店铺整体视觉布局设计店铺装修风格设计，商品主图设计、宝贝详情设计，流量引入图设计，刺激冲动与购买等活动的策划与实施的技能，以及网店运营、网店美工等位的工作规范及职业道德，教材编写，教师授课，教学评价都应依据这一目标定位进行。同时，使学生能够做到理论联系实际，学以致用，掌握电商视觉营销的基本技术和技能，并通过 1+X 考证。

（三）课程设计思路

本课程的设计思路是通过网店运营，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 跨境电商 B2B 数据运营（初级）关于跨境电商店铺基础设计的职业技能要求为依据，以确定课程目标，进行课证融通内容设计。按学生的认知特点设计学习过程，通过学习任务构建掌握相关的知识和技能，培养学生胜任网店美工，网店运营，个体从业人员等位的职业能力。

本课程是一个以培养学生对网店的视觉营销策划与实施能力为核心内容的课程，其教学要以任务驱动为主要教学方法，实行理实一体化教学。教学可在模拟工作情境中进行。在学习情境中，建议将学习项目进行任务分解。可设计的项目包括产品拍摄、图片和视频后期处理、商品主图设计、直通车推广图设计、钻石广告设计等。每一个项目的学习都以企业产品为载体，以培养学生职业能力为中心，整合所需相关知识和技能，实现实践性，可读性、趣味性的结合，给学生提供更多的动手机会，提高跨境电商网店视觉营销策划和实践的操作技能。

三、课程目标

根据本课程面对的工作任务和职业能力要求，通过本课程的学习，学生获得跨境电商视觉营销的相关知识，通过相关的实践和课内训练，使学生学会产品拍摄、图片和视频后期处理、网店布局、文案视觉、商品主图设计、直通车推广图设计、钻石广告设计等，也能够完成 1+X 跨境电商 B2B 数据运营（初级）关于跨境电商店铺基础设计考点学习。

（一）知识目标

1. 通过产品拍摄、图片和视频后期处理学习，对跨境电商网店的图片拍摄要求有基本认知，以及知道适合海外社媒的视频特性和拍摄方法。
2. 通过店铺页面设计学习，知道视觉设计元素和构图技巧。
3. 基于 1+X 跨境电商 B2B 数据运营职业技能等级证书职业技能标准，掌握店铺基础设计理论知识。

（二）技能目标

1. 通过产品拍摄、图片和视频后期处理学习，能够完成跨境电商店铺要求的图片拍摄，能够进行首页图片和产品图片处理、修复、合成和美化处理，具备创新能力和符合海外社媒规范要求的简单视频拍摄与制作。
2. 能够分析视觉设计元素、视觉色彩搭配、视觉设计中字体的应用、视觉构图、视觉定位、店铺结构，商品陈列。
3. 会设计商品主图、直通车推广图片、钻石广告、店铺首页、详情页等，能进行产品的文案编辑、优化文案完美视觉。
4. 通过视觉营销数据化学习过程，能够具备收集分析网上信息的方法能力。
5. 通过店铺页面学习过程，具备主动建构新知识的学习迁移能力，具备分析问题、组织策划方案的分析能力。

3. 能够完成 1+X 跨境电商 B2B 数据运营（初级）职业技能等级证书考证平台的店铺基础设计操作。

（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. 提升基本审美意识和审美观，在理论联系实际过程中，能够提升学习积极性。
3. 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 跨境电商 B2B 数据运营（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 课程内容、要求及课时分配

教学情境	具体内容	知识要求	技能要求	素质与思政要求	教学时数
认识网店视觉营销 (1+X)	1. 认识视觉营销 2. 网店视觉信息设计的内容	1. 视觉营销的概念 2. 视觉营销对网店的意义 3. 网店视觉设计的内容及要求	1. 能够定位店铺 2. 能够自主选择品牌 3. 学会精准定位人群	提升基本审美	2
图片拍摄与处理 (1+X)	1. 了解拍摄器材 2. 明确拍摄任务 3. 拍摄前准备 4. 拍摄图片 5. 图片的美化与精修 6. 图像切片处理	1. 摄影专业术语 2. 商品图片的特点 3. 商品图片的适用范围	1. 能根据店铺装修方案和产品类别, 理解拍摄任务 2. 能根据拍摄任务选择合适的图片拍摄器材 3. 能根据产品类别和客户需求, 从产品整体和细节呈现等方面拍摄产品, 准确呈现产品 4. 能根据需要, 对照片进行初选 5. 能使用图形处理工具, 对图片色彩、构图、光暗等方面进行处理 6. 能根据公司管理流程, 对合格的照片进行编辑、命名和分类, 创建店铺的图片库	1. 提升团队意识 2. 提升创新意识 3. 提升沟通意识 4. 提升诚信意识	4
短视频拍摄与编辑 (1+X)	1. 了解视频拍摄器材与道具 2. 理解视频拍摄任务 3. 拍摄脚本创作 4. 视频拍摄 5. 主图视频制作 6. 详情视频制作 7. FEEDS 短视频制作	1. 视频种类 2. 视频剪辑软件种类 3. 视频脚本框架	1. 能根据拍摄任务选择合适的视频拍摄器材 2. 能进行拍摄场景的设计和布置, 充分展示产品特点和公司优势 3. 能使用视频处理工具, 对视频进行剪辑、字幕、配音等加工处理 4. 能根据公司管理流程, 对合格的视频进行编辑、命名和分类, 创建店铺的视频库	1. 提升团队意识 2. 提升创新意识 3. 提升沟通意识 4. 提升诚信意识	4
网店视觉的构成要素	1. 视觉营销的色彩 2. 视觉中的文字 3. 视觉构图 4. 视觉中的点、线、面、图案	1. 色彩的基本知识 2. 色彩搭配 3. 文字字体与风格的搭配	1. 学生能够分析店铺中色彩 2. 学生能够运用色彩搭配进行设计 3. 能够进行视觉中的点、线、面、图案的构图	1. 提升基本审美 2. 提升工匠精神	6

网店视觉的整体规划与布局	1. 网店视觉营销的用户体验规划 2. 店铺整体视觉布局	1. 网店用户体验的要素 2. 产品定位 3. 店铺定位	1. 学生能够适配网店定位与用户人群 2. 学生能视觉布局网店 3. 学生能够结合宝贝信息与促销信息	1. 提升规范意识 2. 提升基本审美 3. 提升工匠精神	9
网店视觉营销设计(1+X证书融通)	1. 网店首页设计 2. 宝贝主图设计 3. 宝贝详情页设计	1. 店标设计技巧 2. 店招设计技巧 3. 海报设计技巧 4. 宝贝主图设计技巧 5. 宝贝详情页设计技巧	1. 学生能够设计创意店标与店招; 2. 学生能够设计创意海报。(结合宝贝与促销信息) 3. 学生能够设计宝贝详情页。(结合包装、环境、材质、热点等)	1. 提升规范意识 2. 提升基本审美 3. 提升工匠精神	9
网店文案视觉设计	1. 文案构思设计 2. 视觉化文案设计 3. 文案视觉化特点	1. 文案传统观念的转变 2. 不同角度构思文案 3. 标题、主图、详情页、促销活动、品牌故事的文案设计	1. 学生能够表达信息为创意语言 2. 学生能够从不同角度构思文案 3. 学生能够设计标题、主图、详情页、促销活动、品牌故事的文案	1. 提升规范意识 2. 提升基本审美 3. 提升工匠精神	6
网店商品活动推广的视觉设计(1+X证书融通)	1 设计直通车推广图 2. 设计钻石展位推广图 3. 店铺内促销活动视觉化设计	1. 淘宝直通车的基本知识 2. 直通车与其他推广方式的区别 3. 钻石展位基本知识	1. 学生能够优化直通车推广图 2. 学生能够设计钻石展位推广图 3. 能够设计促销活动区域及布局	1. 提升团队意识 2. 提升创新意识 3. 提升沟通意识 4. 提升规范意识	9
手机端店铺视觉营销(1+X证书融通)	1. 设计手机店铺首页 2. 设计手机端详情页	1. 手机店铺特点和营销设计原则 2. 手机店铺首页构成 3. 手机端详情页与PC端不同	1. 学生能够设计出创意手机端店铺首页 2. 能设计出游戏盈利手机端店铺宝贝详情页	1. 提升创业意识 2. 提升团队意识 3. 提升创新意识	5
合计					54

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	图片拍摄与编辑	3
实训 2	视频拍摄与剪辑	3
实训 3	网店视觉的整体规划与布局	3
实训 4	网店首页设计	4
实训 5	宝贝主图设计	4
实训 6	宝贝详情页设计	4
实训 7	文案设计与撰写	3
实训 8	推广图设计	3
实训 9	促销活动视觉设计	4
实训 10	手机端店铺首页设计	3
实训 11	手机端详情页设计	3
合计		37

五、课程实施与保障

（一）任课教师条件

专任教师和兼职教师组成的具有“双师”结构特点的教学团队要求

专任教师：要求平面设计专业或相关专业毕业，有教师资格证，在本行业或企业工作 2 年以上，具有专业职业资格或相关能力。

兼职教师：要求在行业企业相应工作岗位工作 2 年以上，具有丰富的设计经验和店铺运营知识，在设计上能独当一面。

（二）校内外实践教学条件要求

课程对校内实训基地生产性或实物模拟仿真、混合仿真和计算机虚拟仿真实训环境和设施设备条件的要求。积极进行校企合作，满足学生工学结合和顶岗实习的需要。

（三）教材选用建议

1. 教材选取原则

考虑到职业院校主要以提高学生的实际动手能力为主，在教材的选择上，应尽量选择带有大量丰富实例且最好有实际项目的参考书为最佳。同时，根据 1+X 跨境电商 B2B 数据运营（初级）考证需要，教师选取补充和参考教学辅助资料，进行 1+X 证书课证内容融通。

2. 推荐教材

人民邮电出版社出版，段建主编，《网店美工（第 2 版 全彩微课版）》

3. 参考书籍

（1）电子工业出版社出版，“跨境电商 B2B 数据运营”1+X 职业技能等级证书配套教材编委会组编的《跨境电商视觉设计与营销》。

（2）机械工业出版社出版，王岩主编的《美工设计与视觉营销》。

（3）人民邮电出版社出版，张国文主编的《电商文案策划与视觉营销》。

4. 信息化资源

智慧职教 MOOC 平台发布，刘卫、常文芳、王薇制作的《跨境电商视觉营销》在线课程资源。

（四）教学模式、方法与手段

1. 教学模式

形成以项目教学、任务教学为主体的课程模式，以工作任务负载知识，通过技能操作、创设情境、发现学习、案例分析、实地参观、市场调查、小组合作等多种教学模式，在工作情境中开展学习过程。充分体现教师的主导和引领作用，突出强化学生的主体和自主作用，强调师生之间、学生之间的合作探究、互动交流，用发现学习取代接受学习、理解学习取代机械学习、自调节学习取代他调节学习。通过项目课程的实施提高学生的方法能力、学习能力、交流能力，促进学生专业能力、社会能力、个性能力的形成。

2. 教学方法

课堂中运用的教授法是教师通过口头语言向学生传授知识的方法，包括基本知识的讲授、课后练习的讲解。本课程需要大量的案例讲解，案例教学法是一种以案例为基础的教学法，教师通过真实的案例向学生讲授知识点，是学生自己去思考、去创造，使得枯燥乏味变得生动活泼，案例教学法可以引导学生变注重知识为注重能力。

本课程需要一些实训作业的方法，课堂上，根据教师讲授完成相应的自主设计任务，让学生在实训作业过程中构筑完整知识体系，得到实战经验。

3. 教学手段

使用多媒体教学，可以有效的增加教学的直观性，从丰富的音频、视频信息中认识事物，掌握理论知识，使教学内容更加形象化与真实感，会更容易激发起学生的学习的兴趣。同时，利用计算机实验室，可以通过网络和设计软件，使学生近距离的感受网络广告，提高教学效率。（详见表 3）

表 3 教学方法与手段举例

教学情境	教学方法与手段	具体操作方式
认识网店视觉营销	课堂讲授 课堂讨论	1. 教师讲授网店视觉营销的基础知识 2. 课堂讨论：视觉营销对网店的意义

网店视觉的构成要素	课堂讲授 案例分析	1. 教师讲授网店视觉的构成要素 2. 案例分析：茵曼旗舰店色彩分析
网店视觉的整体规划与布局	课堂讲授 案例分析	1. 教师讲网店视觉的整体规划与布局相关知识 2. 案例分析：茵曼旗舰店结构布局
网店视觉营销设计	课堂讲授 案例分析 引导互动式 实训作业	1. 教师讲授网店视觉营销设计的基本内容 2. 案例分析：茵曼的首页设计、宝贝主图设计、宝贝详情页设计。 3. 引导互动：茵曼旗舰店设计思路引导 4. 实训作业：完成一个童装店铺视觉设计
网店文案设计	课堂讲授 案例分析 课堂练习	1. 教师讲授网店文案设计相关知识 2. 案例分析：茵曼旗舰店文案设计案例 3. 课堂练习：任选一款商品完成营销文案设计。
网店商品活动推广的视觉设计	课堂讲授 课堂讨论 实训作业	1. 教师讲授网店商品活动推广的视觉设计内容 2. 课堂讨论：直通车与其他推广方式的区别 3. 实训作业：设计一个童装店铺钻石展位推广图
手机端店铺视觉营销	课堂讲授 案例分析 实训作业	1. 教师讲授手机端店铺视觉营销的基本内容 2. 案例分析：茵曼的手机端首页设计、宝贝详情页设计。 3. 实训作业：完成一个童装店铺手机端视觉设计

（五）教学考核与评价

本课程的学习考评分为过程性考核和结果性考核。

结合学生的课堂听课情况、学生作业、实验实训项目情况，综合评定学生成绩，平时占 40%，实训占 60%。本课程采取过程考核的方式进行考核。教学考核与评价的内容应包括学生知识掌握情况，以基本概念、基本原理和基本方法为主，考核学生掌握理论知识并应用其分析和解决实际问题的水平和能力。具体考核标准和成绩分配见表 4、表 5。

表 4 过程性考核标准

考核阶段	考核内容	考核形式	成绩比例
平时成绩	学习态度	课堂出勤、课堂提问、课下作业	40%
项目考核	专业理论技能、专业理论知识解决实际问题的能力	设计网店首页、设计主图、设计商品详情页、设计钻石展位图	60%

表 5 考核的主要内容与考核目标分配

	考核阶段	考核项目	考核内容	成绩比例(%)
	平时成绩考核	学习态度	职业素质、实训态度、效率观念、协作精神	10%
		考勤	到课情况良好，无迟到早退、旷课	10%

课程 成绩 (100%)		平时作业	按时完成作业任务	20%
	实训项目考核	网店首页设计	根据提供信息完成一个童装店铺首页视觉设计	60%
		设计主图	根据提供信息完成一个童装主图视觉设计	
		设计商品详情页	根据提供信息完成一个童装商品详情页视觉设计	
		设计钻石展位图	根据提供信息完成一个童装钻石展位图视觉设计	

六、其他说明

本课程标准所规定的是《视觉营销》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。

《跨境电商英语》

课程标准



2021年6月

《跨境电商英语》课程标准

课程名称：跨境电商英语

课程编号：KS 2005、KS 2006

课程性质：专业基础课

学时学分：两学期共 162 学时 9 学分

先修课程：基础英语、跨境电商基础

适用专业对象：中职跨境电子商务专业

一、课程定位

跨境电商英语中职跨境电子商务专业人才培养方案中了解跨境电商专业知识、培养专业文献阅读能力、发展岗位工作中专业英语应用技能的主要支撑课程之一，是相关专业的专业基础课或专业群内专业的共享课。通过基础英语、国际贸易基础、跨境电商基础等先导课程的学习，使学生获得一定的词汇基础、语法能力和英语学习能力，了解跨境电商基础知识及跨境电商平台基本操作，是本课程学习的前提和基础。本课程又为以后的跨境电商专业实践类课程提供专业知识与语言技能基础。

二、课程目标

本课程旨在“以专业为背景培养英语应用能力，以英语为载体传授专业知识”。通过本课程的学习，学生应该获得初步的专业英语应用能力，进一步了解跨境电商专业基本知识。学生应当了解一定数量的跨境电商专业英语术语，应当能够在工具书的帮助下进行简单的文献资料阅读和简单的文献翻译，应当获得跨境电商岗位工作必需的基本的英语写作能力。同时，学生应当在专业能力、方法能力和社会能力等方面得到进一步的培养与训练。课程目标具体分解为：

（一）知识目标

掌握一定数量的跨境电商专业英语术语，了解跨境电商专业文献的词汇特点、语言特点、文体特点，为专业文献的阅读与翻译奠定基础；掌握必要的应用文体的写作方法，满足岗位工作中沟通、营销、磋商、客服等相关工作的需要；通过课文的学习，获得进一步的跨境电商专业知识。

（二）能力目标

具备初步的专业文献阅读与翻译能力，具备岗位工作所必需的英语写作能力，初步形成英汉对比意识和英语思维能力。

（三）素养目标

获得收集、处理、加工信息的能力及发现、分析和解决问题的一般能力；初

步养成一定的知识应用能力和创新思维能力；提高自主学习能力和自我发展能力；进一步增强人际交往、社会活动和团队协作能力。

三、课程重难点

重点： Main Cross-border E-commerce Platforms
Pre-sale Services of Cross-border E-commerce
On-sale Services of Cross-border E-commerce
After-sale Services of Cross-border E-commerce

难点： Product Releasing
Product Marketing
Cross-border E-commerce Logistics
Customer Service of Cross-border E-commerce

课程思政融合点：结合课程内容有机开展社会主义核心价值观教育。

四、教学内容

课次	学习内容
Unit 1	Chapter 1 Concept and Characteristics of Cross - border E-commerce Chapter 2 The Significance of Cross-border E-commerce Chapter 3 Cross - border E-commerce Development in China Chapter 4 Customer Service of Cross - border E-commerce
Unit 2	Chapter 1 Alibaba.com Chapter 2 AliExpress Chapter 3 Amazon Platform (B2B) Chapter 4 Amazon Platform (B2C) Chapter 5 DHgate Chapter 6 E-commerce Platforms in Different Countries
Unit 3	Chapter 1 Store Description Chapter 2 Title Description Chapter 3 Product Description Chapter 4 Platform-inside Marketing Chapter 5 SNS Marketing Chapter 6 SEO/SEM Marketing
Unit 4	Chapter 1 Product Information Inquiry

	Chapter 2 Payment Chapter 3 Price Negotiation Chapter 4 Product packaging Chapter 5 Shipment and Delivery
Unit 5	Chapter 1 Disputes and Complaints Chapter 2 Comments on Product/Service Chapter 3 Customer Maintenance Chapter 4 Consumer Habits and Characteristics of Major Countries (I) Chapter 5 Consumer Habits and Characteristics of Major Countries (II)
Appendix I	Products Catalogues
Appendix II	The Introduction to the Countries that the Belt and Road Initiative Involves

五、学时分配

教学内容	讲课学时	实践学时
Unit 1	18	6
Unit 2	21	6
Unit 3	24	9
Unit 4	18	9
Unit 5	18	9
Appendices	12	12
合计	111	51

六、建议教材与教学参考书

(一) 推荐教材

教材名称	主编（著）姓名	出版社名称	出版日期
跨境电子商务英语	冯媛媛	人民邮电出版社	2018-04

(二) 推荐参考书

参考书名称	主编（著）姓名	出版社名称	出版日期
跨境电商实务 (第2版)	肖旭	中国人民大学出版社	2018.01

七、课程评价

鉴于本课程目的和特点，建议本课程采用考查方式进行考核。

期末考核由两部分组成：平时成绩（占 40%）+期末考核（占 60%）。

平时成绩主要考查课前作业完成情况、团队学习活动参与情况；课中成果汇报、讨论、质疑、答辩等过程参与情况；课后学习成果情况。平时成绩以开放性作业形式为主、以团队考核为主，评价不以对错为标准，而以好与更好为依据，鼓励发散性思维和批判性思维发展。

期末考查内容为专业术语及专业词汇的掌握情况、专业文献的阅读和翻译能力及专业英语写作技能，兼顾学生问题解决能力的考查。

《新媒体运营》

课程标准



2021年6月

一、课程性质与任务

新媒体运营项目训练是电子商务专业教学所开设的一门综合实践课程，主要是引导学生将所学的新媒体基础知识与企业岗位技能进行整合，以项目驱动的方式组织教学来提高学生的新媒体实际运营能力。本课程使学生进一步了解新媒体运营的本质，在项目的实践过程中激发学生的创新意识，提高学生在新媒体实际运营过程中分析问题和解决问题的能力，以便使学生实现从学校到社会的平滑过渡。

本课程主要以项目驱动的方式帮助学生将本专业所学的零星知识点与技能进行整合。根据新媒体运营市场调研，从学生的现状出发，选取贴近所学技能的企业项目，激发并保持学生的学习兴趣。通过反复的实战练习，提高学生的技能，培养学生探索知识的乐趣、良好的思维习惯和实践能力，最终提高学生运用电商与新媒体知识解决实际问题的能力。

二、课程教学目标

总体描述：本课程主要学习新媒体运营的基本知识、文案策划、自媒体运营、活动运营以及推广、短视频自媒体与音频自媒体运营、用户运营、运营人的通用方法等。通过学习本课程使学生具备创建并运营管理各自媒体平台的能力，成为一名合格的自媒体人，为学生的就业成才多提供一条途径。

1. 知识目标：

- (1) 了解新媒体运营的基础；
- (2) 理解新媒体运营的基本要素；
- (3) 深入理解新媒体运营的具体操作；
- (4) 理解微信运营的操作流程；
- (5) 深入理解文案策划的具体实施步骤；
- (6) 深入理解活动运营以及推广的操作流程；
- (7) 了解自媒体平台的操作流程以及方法
- (8) 深入理解音频自媒体以及短视频自媒体的运营要点

2. 能力目标：

- (1) 掌握微信运营的操作流程
- (2) 掌握文案写作的技巧
- (3) 掌握主流自媒体平台的平台规则以及特点
- (4) 熟练掌握短视频自媒体和音频自媒体的内容生产和传播规则
- (5) 掌握活动运营和推广的操作方法
- (6) 掌握用户运营的操作流程

3. 素质目标：

- (1) 培养学生实践动手操作能力；
- (2) 树立科学的设计创新意识；
- (3) 形成“以人为本”的设计观念；
- (4) 锻炼语言表达能力；
- (5) 培养学生的沟通能力和协作精神；
- (6) 培养学生爱岗敬业的工作作风；
- (7) 培养学生具有良好的职业道德和较强的工作责任心。

三、参考学时

108 学时

四、课程学分

6 学分

五、教学内容和要求

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计建议	参考课时
1	第一章 新媒体运营解读	如何成长为优秀运营人 解读什么是运营 运营的分工以及发展 如何成为月入 2 万的公众号运营	课堂案例教学、多媒体、计算机室	6
2	第二章 新媒体运营之微信运营	个人企业公众号如何定位 公众号最主流的 4 种变现方式 详解公众号 12 大注意事项	课堂案例教学、多媒体、计算机室	6
3	第二章 新媒体运营之微信运营	如何注册公众号 订阅号 服务号小程序 如何注册公众账号 如何起一个引爆传播的公众号名字 最全公众号后台操作方法 如何快速拿到原创赞赏评论功能	课堂案例教学、多媒体、计算机室	6
4	第二章 新媒体运营之微信运营	如何起一个 100000+ 的标题 高转化文案有什么创作套路 如何定制公众号的视觉风格	课堂案例教学、多媒体、计算机室	6
5	第二章 新媒体运营之微信运营	如何通过内容积累第一批种子用户 快速涨粉的有效办法 史上最全微信公众号数据分析	课堂案例教学、多媒体、计算机室	6

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计建议	参考课时
6	第三章 内容运营之四大核心与文案策划	内容运营的基本策略 爆款文章的策划和生产 如何搭建可持续的内容生态 如何0成本做好内容对外传播	课堂案例教学、多媒体、计算机室	6
7	第三章 内容运营之四大核心与文案策划	如何让文案从无感到有感 如何找准产品卖点 如何设计文案的转化策略 如何做好文案内容的组织和表达	课堂案例教学、多媒体、计算机室	6
8	第四章 新媒体之自媒体运营解析	自媒体运营入门 自媒体之头条号实操	课堂案例教学、多媒体、计算机室	6
9	第五章 新媒体运营之活动运营	活动运营的基本流程 线上与线下活动运营方式解析	课堂案例教学、多媒体、计算机室	6
10	第五章 新媒体运营之活动运营	新媒体活动工具大全：准备阶段工具、策划阶段工具、执行阶段工具、复盘阶段工具	课堂案例教学、多媒体、计算机室	6
11	第六章 新媒体运营之推广运营	认识推广与营销 常见营销方式以及操作方法	课堂案例教学、多媒体、计算机室	6
12	第六章 新媒体运营之推广运营	提高推广效果方法与流程 推广中的数据运营	课堂案例教学、多媒体、计算机室	6
13	第七章 短视频自媒体与音频自媒体运营	从事短视频的公司以及人群有哪些 短视频定位方向 短视频七大赚钱秘籍 7大短视频案例分析	课堂案例教学、多媒体、计算机室	6
14	第七章 短视频自媒体与音频自媒体运营	10w+短视频封面图选取的4个方法 短视频怎么拍才能更高大上 教你0成本打造一个爆款短视频形象 短视频运营必须了解的11项数据指标	课堂案例教学、多媒体、计算机室	6
15	第七章 短视频自媒体与音频自媒体运营	12个短视频渠道分成收益全解析 如何快速度过头条新手期，早日获得变现 最全运营大法，教你玩转企鹅媒体平台 360度全面解析美拍，你离达人就差这一步	课堂案例教学、多媒体、计算机室	6

序号	教学项目	教学内容与教学要求	活动设计建议	参考课时
16	第七章 短视频自媒体与音频自媒体运营	音频自媒体平台的选择 音频栏目开通步骤 音频节目的制作 音频节目的发布 音频节目的变现	课堂案例教学、多媒体、计算机室	6
17	第八章 新媒体运营之用户运营	运营分工和目标 如何实现 0-1 冷启动 用户增长的套路 提升用户活跃度 客户运营之社群运营实操	课堂案例教学、多媒体、计算机室	6
18	第九章 运营人的通用工作方法	sop 建立与运用 拆解指标 精益运营 运营思考框架提升	课堂案例教学、多媒体、计算机室	6

六、教学建议

（一）教学方法

1、本课程先基本原理、基本理论的讲述，再设计知识和技能的讲授，由浅入深，循序渐进。

2、在教学中采用“复习回顾——案例教学（教师演示）——自主学习（学生演练）——学生上机实践（针对学生碰到的具体问题教师再进行讲解）——课堂小结——提示下次预习的内容”的教学方法，同时将课堂搬进计算机基础实验室，即学即用，以取得较好的教学效果。

（二）考核方法

平时考查分数（30分）+项目实训分数（70分）=学期总评分数（100分）

平时考查分数占期末总体考核分数 30%，主要包括如下几个方面：平时考勤、课堂互动、课后学习自主性等方面，任课教师可根据实际情况对表现特别优秀或基础弱进步快的学生进行酌情加分，以资鼓励。

实训项目考核分数占期末总体考核分数 70%，将《新媒体运营》课程中有关实训项目和基础技术部分的考核改革为作品展览展示的形式，搭建一个平台，由行业专家和专业教师指导，用集体的眼光对每位同学的基础技术与创意技能逐一进行定性和定量的综合评定，主要考核项目实际设计中能力和素质，如主题是否符合要求、制作中存在的问题、视觉效果等。

（三）教学条件

1. 场所要求

包含所需计算机的实训室；

2. 硬件方面

①网络环境良好的计算机

②投影仪（该部分用于讲解、点评及整理数据时使用）。

3. 建立或开放电子阅览室，配备与本课程教学相关的电子图书资料、电子杂志等，利用文档、图表、动画、视频等各种形式展示各类图书资源，使教学内容多元化，以此拓展学生的知识和能力。

（四）教材编写

（一）推荐教材

使用企业研发教材，该课程应注重该课程教材建设，结合职业教育特点，逐步整合教学内容，按照“必需、够用、实用”的原则，采用适合高等职业技术教育要求的教材。并在计划编写以工作过程为导线的项目化教材。

全课程使用多媒体电子教案教学，教案的编写要体现项目课程的特色与设计思想，教材内容体现先进性、实用性，典型产品的选取要科学，体现地区产业特点，具有可操作性。其呈现方式要图文并茂，文字表述要规范、正确、科学。

（二）数字化教学资源开发

课程资源开发与利用：包括相关教辅材料、实训指导手册、信息技术应用、工学结合、网络资源、仿真软件等。

（1）开发适合教师与学生使用的多媒体教学素材和多媒体教学课件。

（2）充分利用行业资源，为学生提供阶段实训，让学生在真实的环境中磨练自己，提升其职业综合素质。

（3）充分利用网络资源，搭建网络课程平台，实现优质教学资源共享。

《跨境电商法律法规》

课程标准



2021年6月

课程类别：专业基础课

适用专业：电子商务、跨境电子专业

学时：18 学时

1. 课程定位与课程设计

1.1 课程性质与作用

1.1.1 课程性质

《跨境电商法律法规》是跨境电子商务专业的一门专业基础课，为建设电子商务法教材“理论+实践”模式，培养应用型人才进行有益的探索。本课程包括电子商务法概述、电子商务主体认定的法律制度、电子签名法律制度、电子支付法律制度、电子商务安全保障与争议解决法律制度，以及其他相关电子商务法律制度。每章都配有引导性案例、学习目标、自测题、实训题与小组任务。教学过程中力求达到理论与实践相结合，教与学互动，引导学生主动思考，强化学生对电子商务法知识的掌握与运用。

1.1.2 课程作用

在本门课程的教学过程中，学生学习掌握电子商务法的基本原理、电子商务立法概况、数据电文法律制度、电子签名法律制度、电子认证法律制度、电子合同法律制度、电子信息交易法律制度、电子商务安全问题、电子商务纠纷等必备知识，培养学生运用电子商务法律分析并解决电子商务实践中遇到的相关法律问题的能力。学生在学习过程中，学会独立思考，积累解决实际问题的经验并学习深入的专业理论知识，主动构建自己的经验和知识，促进学生职业素养的养成，为后续课程《网上交易操作》、《商务谈判》、《客户关系管理》等奠定良好的基础。

1.2 课程设计理念

遵循就业导向的现代职业教育指导思想，根据电子商务职业岗位（群）的任职要求，结合课程培养目标开发本课程。教育学生树立终身学习理念，提高学习能力，学会交流沟通和团队协作，提高实践能力、创造能力、就业能力和创业能力。

课程内容共9个模块，电子商务法的基本原理、电子商务立法概况、数据电文法律制度、电子签名法律制度、电子认证法律制度、电子合同法律制度、电子信息交易法律制度、电子商务安全问题、电子商务纠纷的解决。

课程结构设计依据学生认知特点，职业发展规律。教学过程采用案例导入，教师讲授、学生讨论、分析案例、学生训练、总结评价的模式。

2. 课程目标

通过本课程的学习，使学生了解电子商务法律相关知识，为以后从事电子商务活动

提供法律保障。

2.1 知识目标

- (1) 能掌握电子商务法的基本原理；
- (2) 能了解电子商务立法概况；
- (3) 具有运用电子商务法律分析并解决电子商务实践中相关法律问题的能力：
 - 数据电文法律问题的解决
 - 电子签名法律问题的解决
 - 电子认证法律问题的解决
 - 电子合同的签订及法律问题的解决
 - 电子信息交易法律问题的解决
 - 电子商务安全问题的解决
 - 电子商务纠纷的解决

2.2 技能目标

- (1) 具有分辨法律问题归属的能力；
- (2) 具有依据法律问题的性质寻找相关工具书及案例的能力；
- (3) 具有独立分析和解决电子商务法律问题的能力；
- (4) 具有自主学习和终身学习的能力。

2.3 素养目标

- (1) 具有诚实守信的职业道德和敬业精神；
- (2) 具有一定的创新能力和勇于实践的能力；
- (3) 具有组织协调能力；
- (4) 具有沟通与交流能力；
- (5) 具有团队意识和妥善处理人际关系的能力；
- (6) 具有良好的心理承受能力；
- (7) 具有适应环境变化的能力。

3. 课程内容与要点

学习模块		单元编号	参考学时 18
模块名称	模块要点		
模块1 认知电子商务法	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握电子商务法的概念及特征 2. 掌握电子商务法的特征 3. 了解电子商务法德性质和地位 4. 掌握电子商务法的调整对象和体系 	单元1 电子商务法的概念及特征 单元2 电子商务法的性质和地位 单元3 电子商务法的调整对象及体系	2
模块2 电子商务立法概况	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握电子商务对传统立法有哪些方面的挑战 2. 了解电子商务法产生的必然性 3. 了解国际组织关于电子商务法的立法概况 4. 了解世界主要国家电子商务立法概况 5. 掌握我国电子商务立法的现状 6. 掌握我国电子商务立法的指导原则和基本问题 	单元1 电子商务法的产生 单元2 国际关于电子商务法的立法概况 单元3 我国电子商务立法	1
模块3 数据电文法律制度	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解数据电文形式问题的解决方案 2. 了解数据电文的确认收讫规则 3. 掌握数据电文的基本含义 4. 掌握数据电文的法律效力 5. 掌握数据电文发送与接收的时间和地点 	单元1 数据电文概述 单元2 数据电文形式问题的解决方案	2
模块4 电子签名法律制度	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握电子签名的概念和特征 2. 了解电子签名与传统签名的异同 3. 了解电子签名立法模式 4. 熟悉数字签名的含义 5. 掌握电子签名的法律效力的确定 	单元1 电子签名及数字签名的概念和特征 单元2 电子签名立法模式 单元3 电子签名的法律效力	2
模块5 电子认证法律制度	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握电子认证的意义和功能 2. 了解电子认证机构的法律地位 3. 了解认证机构的设立条件和管理措施 4. 掌握认证机构的义务与责任的法律规定 5. 了解电子证书的法律意义 6. 掌握认证机构与证书持有人和证书信赖人之间的法律关系及基本行为规范 	单元1 电子认证概述 单元2 认证机构 单元3 电子证书	3
模块6 电子合同法律制度	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解合同电子化相关法律问题 2. 熟悉电子合同的概念、形式、特征和效力 3. 了解电子合同与合同法的关系 	单元1 合同与电子合同 单元2 电子合同的订立、成立、生效	2

	<ol style="list-style-type: none"> 4. 熟悉电子合同的订立过程 5. 掌握电子合同的成立和生效的法律规定 		
模块7 电子信息交易法律制度	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握电子信息交易的概念和特征 2. 了解信息产品的范围 3. 掌握电子信息交易的基本类型和基本原则 4. 熟悉电子信息交易履行的方式和地点 5. 了解电子信息交易中的电子控制问题 	单元1 信息产品与电子信息交易 单元2 电子信息交易中涉及到的法律问题及电子控制	2
模块8 电子商务安全问题	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解电子商务的风险与安全问题 2. 了解安全电子商务的要求 3. 了解电子商务安全保障体系 	单元1 电子商务的风险与安全问题 单元2 电子商务安全保障体系	2
模块9 电子商务纠纷的解决	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解电子商务纠纷管辖的国际协作内容 2. 了解电子商务纠纷的法律适用的立法规范和司法实践 3. 掌握我国对网络管辖权的法律规定 	单元1 电子商务纠纷管辖的国际协作 单元2 电子商务纠纷的法律适用的立法规范和司法实践 单元3 我国对网络管辖权的法律规定	2

4. 课程实施

4.1 教学条件

4.1.1 实训条件

本课程应具备的基本教学条件是：多媒体教室及设备良好的电子商务实训室，学生可以上网查阅资料。

4.1.2 师资要求

根据课程性质和课程目标，本课程的主讲教师必须具备扎实的理论知识，过硬的操作技能，最好为“双师”素质教师，具有丰富的实践经验。能与企业合作共同开发和建设课程，为企业提供服务，到企业去锻炼，积累工作经验。有很强的执教能力，快速反应能力，能及时、准确地解决学生遇到的各种问题。要有责任心和使命感，不仅能传授学生知识，更应该教会学生如何做人。

4.2 教学方法建议

(1) 案例教学：教师讲授以课程标准为指南，结合案例和电子素材，通过讲解、答疑等方式培养学生独立思考、解决问题的能力。

(2) 习题教学：习题教学是检验、巩固、应用所学知识的重要手段。在教学过程中，教师结合教学进度、教学重点和难点，安排适当的习题训练，并对习题中的问题进

行指导。

(3) 实践教学：通过课堂讨论、案例分析、课程论文设计、社会调研等方式进行。在每个模块的教学过程中都给学生进行案例分析和现实问题课堂讨论，学习可事先上网查寻有关题目和参考资料。

4.3 教材选用建议

《电子商务法律基础》课程教材选用依据本课程标准，注重学生基本能力的培养，教材选用应突出以下特色：突出能力本位；实践性、应用性；高层次性、职业性、可衔接性等。

5. 教学评价考核要求

本课程期末考试形式为闭卷笔试。期末课程结束，统一出题，统一考试。

评分标准：满分 100 分，其中平时成绩占 40%；实训成绩占 20%；期末成绩占 40%。

(1) 平时成绩的记载内容包括出勤、课堂表现、作业三项，各占总成绩的 20%、20%、20%；

(2) 实训成绩：成绩评定自评与他评相结合、过程与结果相结合。

(3) 期末成绩：期末知识、能力考核，占总成绩 40%。

6. 课程资源开发与利用建议

本课程网上资源比较丰富，学生充分利用网络以及一些院校的精品课程资源，以及淘宝大学平台和阿里学院等工学结合资源。