

# 《跨境电商产品开发》实训课程教学大纲

## 一、课程简介

课程中文名	跨境电商产品开发				
课程英文名	Cross border e-commerce product development			双语授课	<input type="checkbox"/> 是 <input checked="" type="checkbox"/> 否
课程代码	05114129	课程学分	1	周(学时)	1.2周(24学时)
课程类别	<input type="checkbox"/> 专业认知实习 <input type="checkbox"/> 专业见习 <input type="checkbox"/> 工程实训 <input type="checkbox"/> 毕业实习 <input checked="" type="checkbox"/> 其他_____	课程性质	<input checked="" type="checkbox"/> 必修 <input type="checkbox"/> 选修 <input type="checkbox"/> 其他	课程形态	<input type="checkbox"/> 线上 <input checked="" type="checkbox"/> 线下 <input type="checkbox"/> 线上线下混合式 <input type="checkbox"/> 社会实践 <input type="checkbox"/> 虚拟仿真实验教学
考核方式	<input type="checkbox"/> 闭卷 <input type="checkbox"/> 开卷 <input type="checkbox"/> 课程论文 <input type="checkbox"/> 课程作品 <input checked="" type="checkbox"/> 汇报展示 <input type="checkbox"/> 报告 <input checked="" type="checkbox"/> 课堂表现 <input type="checkbox"/> 阶段性测试 <input checked="" type="checkbox"/> 平时作业 <input checked="" type="checkbox"/> 其他(可多选)				
开课学院	财经学院		开课系(教研室)	国际经济与贸易	
面向专业	国际经济与贸易		开课学期	第4学期	
课程负责人	肖祥飞		审核人	陈婷婷	
先修课程	国际贸易实务、跨境电子商务				
后续课程	跨境营销实务、电子商务数据分析				
选用教材	王玉. 跨境电商:理论、系统与方法[M]. 北京: 清华大学大学出版社, 2023				
参考书目	丁晖. 跨境电商多平台运营实战基础(第三版)[M]. 北京: 电子工业出版社, 2020.				
课程资源	速卖通、阿里巴巴等软件资源(在学校机房安装的软件)				
课程简介	本课程旨在帮助学生了解跨境电商产品开发的基本概念、策略和方法, 掌握产品开发的技巧和工具, 以及熟悉产品开发过程中的风险和挑战。通过本课程的学习, 学生将能够独立进行跨境电商产品开发, 为跨境电商业务的发展提供支持。				

## 二、课程目标

表 1 课程目标

序号	具体课程目标
课程目标 1	掌握跨境电商产品开发的基本概念、原则和策略。
课程目标 2	熟悉跨境电商产品开发的流程和方法，懂得团结和协作。
课程目标 3	掌握产品开发的技巧和工具；能够独立进行跨境电商产品开发。
课程目标 4	熟悉产品开发过程中的风险和挑战，具备良好的职业素养。

表 2-1 课程目标与毕业要求对应关系（适用于专业教育课程）

毕业要求	指标点	课程目标
毕业要求 1: 思想道德【M】	1.1 需具有良好的职业道德修养,在从事跨境电商产品开发过程中遵守国际惯例和相关法律的基本准则。	课程目标 4
毕业要求 3: 专业知识【H】	3.1 掌握跨境电商产品开发的基本概念、原则和策略。	课程目标 1
	3.2 熟悉跨境电商产品开发流程中细节知识。	课程目标 1
毕业要求 4: 专业能力【H】	4.1 能够熟练运用各种产品开发的技巧和工具,	课程目标 3
	4.2 在产品开发过程中,能够根据自身实际情况进行产品开发。	课程目标 3
毕业要求 5: 团队合作【M】	5.1 理解跨境电商产品开发的作用,具有团队协作精神,善于倾听,与同行、贸易合作方及领导积极合作交流,能够在团队中承担个体、团队成员和负责人的角色。	课程目标 2

### 三、教学内容及要求

#### (一) 学习内容

序号	项目	具体教学内容
1	项目 1: 跨境电商市场分析	1. 了解国内以及目标国的国际惯例与法律, 掌握跨境电商产品开发的基本概念、原则和策略。
		2. 目标市场的选择和分析
		3. 消费者需求和购买行为的分析
2	项目 2: 跨境电商产品策略	1. 产品定位策略
		2. 产品差异化策略
		3. 产品定价策略
3	项目 3: 跨境电商产品开发技巧	1. 市场需求预测技巧
		2. 竞争对手分析技巧
		3. 产品品质鉴别技巧
		4. 跨境电商产品开发工具
4	项目 4: 跨境电商产品开发工具	1. 市场调研工具
		2. 数据分析工具
		3. 营销推广工具
5	项目 5: 跨境电商产品开发风险防范	1. 知识产权风险防范
		2. 产品质量风险防范
		3. 市场竞争风险防范
6	项目 6: 跨境电商产品开发实践	1. 成功产品开发案例解析
		2. 失败产品开发案例解析

#### (二) 时间安排

序号	项目	具体时间安排 (课时数)
1	项目 1: 跨境电商市场分析	2
2	项目 2: 跨境电商产品策略	4
3	项目 3: 跨境电商产品开发技巧	4
4	项目 4: 跨境电商产品开发工具	4

5	项目 5: 跨境电商产品开发风险防范	2
6	项目 6: 跨境电商产品开发实践	8

### **(三) 工作流程**

1. 对学生进行分组，每组一人，一人一台电脑，安装有速卖通、阿里巴巴等实训软件；
2. 根据实训项目一步一步完成所有实训项目；
3. 对实训结果进行检查。

### **(四) 业务指导**

校内老师 1 名, 由授课教师对学生的实训过程进行指导。

## 四、课程考核

### (一) 考核内容与考核方式

表4 课程目标、考核内容与考核方式对应关系

课程目标	考核内容	所属学习项目	考核占比	考核方式
课程目标1	1. 了解国内以及目标国的国际惯例与法律,掌握跨境电商产品开发的基本概念、原则和策略。	项目1	×30%	项目操作
	2. 目标市场的选择和分析	项目1		
	3. 消费者需求和购买行为的分析	项目1		
课程目标2	1. 产品定位策略	项目2	×20%	项目操作
	2. 产品差异化策略	项目2		
	3. 产品定价策略	项目2		
课程目标3	1. 市场调研工具	项目4	×40%	项目操作
	2. 数据分析工具	项目4		
	3. 营销推广工具	项目4		
	4. 市场需求预测技巧	项目3		
	5. 竞争对手分析技巧	项目3		
	6. 产品品质鉴别技巧	项目3		
	7. 跨境电商产品开发工具	项目3		
	8. 成功产品开发案例解析	项目6		
	9. 失败产品开发案例解析	项目6		
课程目标4	1. 知识产权风险防范	项目5	×10%	项目操作
	2. 产品质量风险防范	项目5		
	3. 市场竞争风险防范	项目5		

表4-2 课程目标与考核方式矩阵关系

课程目标	考核方式				考核占比
	期末考试成绩比例60%	课堂表现比例10%	平时实训操作完成情况成绩比例10%	汇报展示成绩比例20%	
课程目标1	30%	30%	30%	30%	30%
课程目标2	20%	20%	20%	20%	20%
课程目标3	40%	40%	40%	40%	40%

课程目标4	10%	10%	10%	10%	10%
-------	-----	-----	-----	-----	-----

## (二) 成绩评定

### 1.平时成绩评定

(1) **课堂表现 (20%)**：根据学生在课堂上的纪律遵守情况、任务完成情况及团结协作情况综合评定课堂表现成绩。

(2) **平时实训操作完成情况 (40%)**：根据学生的实训正确率以及完成情况综合进行评定。

(3) **汇报展示 (40%)**：结合课程内容学习的需求，布置学习任务，进行课堂汇报展示，以培养学生的表达能力和沟通能力，激发学生的创造力和批判思维，增强学生综合应用能力。

### 2.期末成绩评定

着重对学生操作能力的考核，期末考试采用对学生跨境电商产品开发的操作能力予以测试，考核方式采用在软件上进行实训操作的方式。

### 3.总成绩评定

总成绩应由平时考核成绩和期末考核成绩构成。

总成绩 (100%) = 平时成绩 (40%) + 期末成绩 (60%)

## (二) 评分标准

### 1.平时成绩评定：

考核项目	评分标准				
	优秀 (100>x≥90)	良好 (90>x≥80)	中等 (80>x≥70)	及格 (70>x≥60)	不及格 (x<60)
课堂表现	(1) 课堂主动回答问题、回答正确，且能进行解释 (50%) (2) 提问、讨论发言观点正确，问题有深度、有创新 (50%)	(1) 课堂主动回答问题，回答正确，但解释欠清楚 (50%) (2) 提问、讨论发言观点正确，但问题无深度或无创新 (50%)	(1) 课堂回答问题大部分正确，且不能解释 (50%) (2) 提问、讨论发言观点基本正确，但问题无深度、无创新 (50%)	(1) 课堂测验、回答问题错误率在30~50%之间，且不能解释 (50%) (2) 提问、讨论发言观点有部分错误 (50%)	(1) 课堂测验、回答问题错误率超过50%，且不能解 (50%) (2) 提问、讨论发言观点错误，思路不清晰，逻辑不严密 (50%)
平时实训	(1) 按时全部完成很好	(1) 按时完成较好 (40%)	(1) 按时全部完成一般 (40%)	(1) 按时完成大部分作业差 (40%)	(1) 不能按时完成 (40%)

操作完成情况	(40%) (2) 操作工整规范 (20%) (3) 答案正确 (40%)	(2) 操作工整规范 (20%) (3) 答案大部分正确 (40%)	(2) 操作规范一般 (20%) (3) 答案基本正确 (40%)	(2) 操作规范一般 (20%) (3) 答案基本正确 (40%)	(2) 操作规范潦草 (20%) (3) 错误较多 (40%)
汇报展示	(1) 汇报学生亲切大方,语言有感染力,语言简洁易懂,无口头禅;抑扬顿挫,富有节奏;肢体语言运用适当。(20%) (2) 课件制作精美,汇报逻辑性强,过渡自然,注重语言运用能力的培养。所呈现的容量和难度恰当。讲授的知识观点正确,无知识性错误,份量适中。(50%) (3) 学生参与度高,活动积极,思维活跃,情绪饱满,注意力集中。按时完成汇报任务 (30%)	(1) 汇报学生亲切大方,语言较有感染力,语言较简洁易懂,语言节奏感较强;肢体语言运用较适当。(20%) (2) 课件制作较好,汇报逻辑性较强,语言运用能力较强。所呈现的容量和难度适当。讲授的知识观点正确,无知识性错误,份量适中。(50%) (3) 学生参与度高,情绪较饱满,注意力比较集中。按时完成汇报任务 (30%)	(1) 汇报语言感染力及语言简洁度一般,语言节奏一般;肢体语言运用一般。(20%) (2) 课件制作一般,汇报逻辑性不强,所呈现的容量和难度恰当。讲授的知识观点基本正确,全面掌握知识能力不够,份量适中。(50%) (3) 学生参与度一般,思维较活跃,注意力集中度一般。按时完成汇报任务 (30%)	(1) 汇报学生语言有感染力较差,语言不够简洁,肢体语言运用不够适当。(20%) (2) 课件制作粗糙,汇报逻辑性较差,所呈现的容量和难度不够恰当。讲授的知识观点不完全正确,部分有知识性错误。(50%) (3) 学生参与度较差,活跃度差,情绪不够饱满,注意力不够集中。基本能完成汇报任务 (30%)	(1) 汇报学生没有语言有感染力,语言不简洁易懂,肢体语言运用不适当。(20%) (2) 课件制作差,汇报逻辑性差,所呈现的容量和难度不恰当。讲授的知识观点不正确,有知识性错误,(50%) (3) 学生参与度差,未按时完成汇报任务 (30%)

## 2.期末成绩评定:

(1) 本课程结合实训软件以及人工评分的方式综合进行评分。实训操作软件系统会根据学生的操作熟练度、准确度等多维度指标自动给出评分,总分为100分。期末成

绩=系统评分成绩（50%）+人工评分成绩（50%）

**(2) 人工评分的基本参考指标**

评分标准				
优秀 (100>x≥90)	良好 (90>x≥80)	中等 (80>x≥70)	及格 (70>x≥60)	不及格 (x<60)
(1) 按时全部完成很好 (30%) (2) 操作工整规范, 产品开发效果较好, 符合国际惯例、国内法要求 (30%) (3) 特别适销目标国市场 (40%)	(1) 按时完成较好 (30%) (2) 操作工整规范, 产品开发效果较好, 符合国际惯例、国内法要求 (30%) (3) 比较适销目标国市场 (40%)	(1) 按时全部完成一般 (30%) (2) 操作工整规范, 产品开发效果一般, 符合国际惯例、国内法要求 (30%) (3) 目标国市场适销效果一般 (40%)	(1) 按时完成大部分作业 (30%) (2) 操作工整规范, 产品开发效果一般, 少量不符合国际惯例、国内法要求 (30%) (3) 目标国市场适销效果比较一般 (40%)	(1) 不能按时完成 (30%) (2) 操作不规范, 产品开发效果较差, 较多不符合国际惯例、国内法要求 (30%) (3) 目标国市场适销效果比较差 (40%)

**五、其他说明**

本课程大纲依据2023版国际经济与贸易专业人才培养方案, 由财经学院院(部)国际经济与贸易教学系(教研室)讨论制定, 财经学院(部)教学工作委员会审定, 教务处审核批准, 自2023级开始执行。