

《高级跨境电子商务 I》课程实验教学大纲

一、课程基本信息

课程代码：17014502

课程名称：高级跨境电子商务 I

英文名称：Advanced cross border E-commerce I

实验总学时：16

适用专业：电子商务专业

课程类别：专业课

先修课程：电子商务概论

二、实验教学的总体目的和要求

本实验的教学目的旨在通过亚马逊仿真平台的实验，使学生对 B2C 跨境电子商务有深入的理解和认识，能够根据国际市场需求以及亚马逊平台规则，完成亚马逊账户开通、店铺设置、选品采购、产品发布、产品运营与推广，产品物流管理等基本业务操作。在实验的过程中严格遵守亚马逊规则，做到守法经营，同时坚守商的本质，以和为贵，充分尊重各国的文化风俗，达到多赢的效果，最后要在实验中反复锤炼运营技能，以工匠精神打磨产品，创新产品，达到质量取胜。

1、对学生的要求

要求学生转换思维，充分发挥学习的积极性和能动性，在教师的指导下以团队协作为基础，认真完成每一项布置的任务。在实验过程中不断研习新方法、探索新技能，积累新经验，同时也要在守法的同时懂得规避经营风险的基本之道。

2、对教师的要求

要求教师起到主导作用，合理把握整体实验进度，讲解清楚实验操作要领并在必要时予以示范，对学生操作不当的情况及时纠正并对共性问题及时总结，要求教师认真负责并且有足够的耐心针对每一位同学的操作问题提出改进和完善的建议。

3、对实验条件的要求

实验场地：跨境电子商务实验室。

仪器设备：安装雨课堂、谷歌浏览器，开通互联网。

三、实验教学内容

实验项目一 亚马逊卖家账户开通与设置

实验名称：亚马逊卖家账户开通与设置

实验内容：1、注册卖家账户

2、签署销售协议与完善业务信息

3、绑定收付款方式

4、纳税审核

5、提供产品预售信息

6、卖家身份验证

7、认识卖家后台

8、卖家账户信息修改

9、通知首选项设置

10、配送设置

11、卖家信息与政策设置

实验性质：设计性

实验学时：2

实验目的与要求：熟悉如何注册亚马逊卖家，学习演练卖家账户注册过程；学习如何设置卖家资料、假期设置、付款信息、业务信息等。要求学生细心认真，理解设置账户信息的原理。

实验条件：亚马逊仿真平台

研究与思考：此次实验，要让学生初步树立职业意识，在注册账户的过程中耐心细心填写相关信息，以免注册不通过，或者将来造成注册账号关联等问题。

实验项目二 亚马逊选品

实验名称：亚马逊选品

实验内容：通过观察亚马逊平台产品特征，在 1688 等采购网站以两人为一组开展选品训练，并能与供应商达成初步的采购协议，完成虚拟采购任务。

实验性质：演示实验

实验学时：创新性

实验目的与要求：要求学生掌握选品的基本原则，理解亚马逊平台产品特征，挖掘出既符合自己兴趣爱好又能给店铺带来客观利润的产品，并根据选定的产品与供应商洽谈合作。

实验条件：1688 网站、OFFICE 软件

研究与思考：亚马逊平台“七分靠选品，三分靠运营”。该实验既可以培养学生的团队合作意识，同时也能让学生对亚马逊的产品特征更加熟悉，并且让选品的技巧得到大幅度提升。

实验项目三 产品发布

实验名称：产品发布

实验内容：1、UPC 码和商品采购
2、刊登产品 Listing
3、商品跟卖
4、商品编辑
5、产品下架

实验性质：设计性和创新性

实验学时：4

实验目的与要求：了解哪些类目需要通过分类审核才能在亚马逊平台销售；分类审核的要求和资料；体验如何跟卖和刊登产品 Listing。

实验条件：亚马逊仿真平台。

研究与思考：刊登产品 listing 是产品运营当中重要的一环，要求学生能换位思考，站在消费者的角度考虑问题，把 listing 尽量优化，每一个细节的操作都

有可能会影响到转换率。并且在跟卖的过程中一定要有守法意识，不做侵权违法之事，树立高尚的职业道德情操。

实验项目四 库存管理

实验名称：设计实验

实验内容：1、转换为 FBA 配送
2、创建移除订单
3、创建多渠道订单配送任务

实验性质：设计性

实验学时：2

实验目的与要求：掌握如何将自发货转成 FBA 发货方式；掌握 FBA 发货计划设置步骤；掌握 FBA 库存移除订单的设置步骤；了解亚马逊多渠道配送功能。

实验条件：亚马逊仿真平台。

研究与思考：在跨境电子商务中，物流配送是影响一个产品能否盈利的一个重要因素，因此要全面掌握 FBA 和 FBM 各自的优劣势，根据自身店铺和产品的实际情况，选择合适的物流配送模式。要求学生以辩证的思维模式看待问题，凡事必有利弊，要根据自身情况懂得取舍。

实验项目五 营销管理

实验名称：营销管理

实验内容：1、创建站内广告
2、创建促销活动
3、参加秒杀活动

实验性质：创新性

实验学时：2

实验目的与要求：了解亚马逊付费点击广告（Sponsored Ads）；掌握如何创建 CPC 点击付费广告，了解付款广告数据；掌握 Promotion 的三种营销活动：Freeshipping 免邮、Percentage off 打折、Buy one get one 买一送一；了解平台秒杀活动的申报条件和步骤。

实验条件：亚马逊仿真平台。

研究与思考：亚马逊平台的营销推广虽不如国内电商其他平台的营销推广那么重要，但是其排名权重还是会受到营销推广的影响，自然也会影响产品的转化。因此要高度重视。学生通过实验，领会商业的精髓，不断提高专业的素养。

实验项目六 综合运营能力的提升

实验名称：综合运营能力的提升

实验内容：1、综合运营能力评估与分析
2、店铺优化和调整

实验性质：综合性

实验学时：2

实验目的与要求：根据实训报告反馈的店铺经营状况，结合数据分析工具，进行自我诊断，调整、改进和优化产品和店铺，不断提升综合运营技能。

实验条件：亚马逊仿真平台，OFFICE 软件。

研究与思考：通过该实验，学生可以自行对实验成果进行分析和总结，增强了学生的职业意识，深化了对实验任务的理解。

四、考核方式与标准

本课程实验部分采用实验报告的方式进行考核。

最终期末考核以百分制计分，由平时成绩（50%）和期末成绩（50%）组成。

实验成绩为平时成绩，占平时成绩的 40%。

五、推荐实验教材和教学参考书

仅推荐教学参考书：《跨境电子商务实践》，杨雪雁编著，电子工业出版社，2018 年 12 月

六、其他需说明的

大纲修订人：刘瑞荣

修订日期：2021年12月

大纲审定者：罗任飞

审定日期：2021年12月