

# 《跨境电商运营与管理》

## 教 案

专业类别：专业课程二组（教育与体育大类）

课程名称：跨境电商运营管理

# 说 明

《跨境电商运营与管理》课程是商务英语专业的专业拓展课，共 32 学时、2 学分。本课程主要培养具有扎实职业能力、专业知识和良好职业素质的跨境电商专员及运营人才。依据职业教育本科学校商务英语专业课程标准和 1+X 跨境电商数据运营职业技能等级标准，把企业典型企业项目为教学项目，工作任务转化为学习任务，课程内容与行业标准对接、教过程与工作过程对接，形成“两转换、两对接”课程内容重构思路。深入分析本校商务英语专业毕业生的工作岗位，结合学校行业特色，依据跨境 B2B、B2C 两种贸易模式中典型运营项目为载体，将课程划分为跨境电子商务平台注册概述、跨境电商物流操作、跨境电商海外市场调研、跨境商品成本核算与定价、跨境选品和产品信息化、跨境电商产品刊登与发布、跨境电子商务产品优化与推广、订单处理、发货、出境报检报关操作、跨境电子商务支付和跨境电商运营综合实训 9 个单一项目和 1 个综合实训项目，见图 1，“九单一综”的项目设置构成一个有机整体，体现了由易入难、由单一到综合的递进关系。

本份教案聚焦的“亚马逊平台运营”选自项目三、项目四、项目五和项目六，包括“产品标题优化”“Photoshop 产品图片优化”“产品卖点文案”“产品上传综合实训”4 个工作任务，共 16 学时，见图 2。通过真实任务驱动、双导师教学指导、小组协作完成任务，注重职业能力提升、劳模精神弘扬、工匠文化浸润、创新思维能力培养，达到“育智、育技、育人”的教学目标。

图1 《跨境电商运营与管理》课程“九单一综”整体设计



图2 “亚马逊平台运营” 教学内容结构图

# 目 录

## 项目三 海外市场调研

任务点 3 海外市场调研操作.....	1
---------------------	---

## 项目四 跨境商品核算与定价

任务点 4 成本核算与定价.....	8
--------------------	---

## 项目五 跨境选品和产品信息化

任务点 5.1 选品与产品标题优化(视频 1).....	15
------------------------------	----

任务点 5.2 Photoshop产品图片优化(视频 2).....	22
------------------------------------	----

## 项目六 跨境选品和产品信息化

任务点 6.1 产品卖点文案(视频3).....	30
--------------------------	----

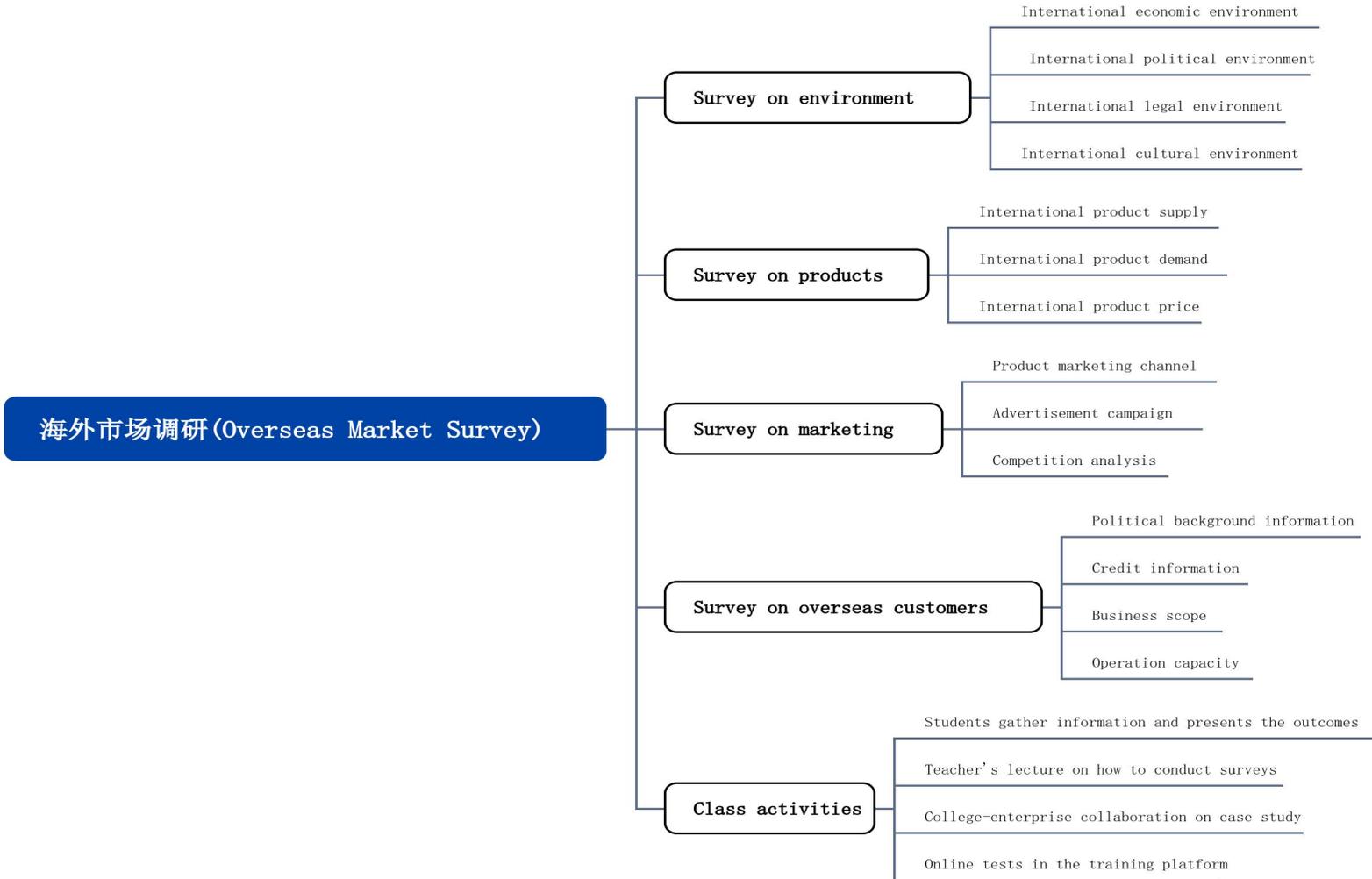
任务点 6.2 产品上传综合实训(视频 4).....	37
-----------------------------	----

### 任务点3 海外市场调研

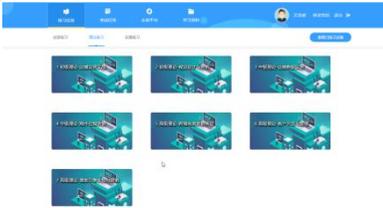
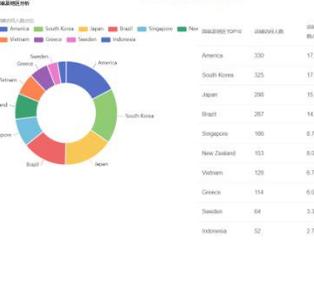
<b>任务名称</b>	任务点 3 海外市场调研		<b>授课学时</b>	2 学时
<b>所属项目</b>	项目三 海外市场调研		<b>所属课程</b>	跨境电商运营与管理
<b>授课班级</b>	20商务英语本科4-6班		<b>授课时间</b>	第4周
<b>授课地点</b>	跨境电商综合实训室		<b>教学模式</b>	线上线下混合式教学
<b>学情分析</b>	知识和技能基础	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 通过前几个项目的学习，已经初步认识了跨境电子商务平台注册、跨境电子商务物流操作。</li> <li>2. 学生学习了前导课程《国际商务概论》、《商务英语写作》，已掌握跨境平台注册的基本原理，掌握跨境电商平台注册操作、跨境店铺的开通与装修等操作技能。</li> <li>3. 根据前面的学习，学生对海外市场、海外消费者概貌仍缺乏了解。</li> </ol>		
	认知和实践能力	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 通过《跨境电商概论》《跨境电商客服》等专业课程的学习，具有遵纪守法、保护知识产权等意识，培育细心耐心的工匠精神。</li> <li>2. 熟悉跨境电商中平台规则的运用。</li> <li>3. 理解跨境电子商务物流的概念、特征。</li> <li>4. 掌握跨境电子商务物流的运输方式和物流模式，能选择合适的跨境电子商务平台物流方案。</li> </ol>		

	<b>学习特点</b>	1. 善于用互联网资源提升学习效率和效果 2. 注重实践应用，注重实践技能的提升 3.对新技术感兴趣，学习更具个性化		
<b>教学目标</b>	<b>知识目标</b>	1. 熟悉国际经济环境、国际市场环境、国际市场营销和客户调研方式 2. 掌握海外调研的主要方式 3. 掌握行业调研的主要方法		
	<b>能力目标</b>	1. 能够通过数据了解海外产品趋势 2. 能够通过数据了解海外客户信息 3. 能够通过数据、行业报告了解行业趋势		
	<b>素质目标</b>	1. 遵守跨境电商行业法规，具备良好的跨境电子商务基本素养 2. 养成耐心细心的习惯，注重工作效率和时间观念 3.形成良好的团队合作精神和沟通合作能力		
<b>教学重点</b>	掌握海外市场调研的基本工具	<b>教学难点</b>	海外市场调研数据分析	
<b>教法</b>	成果导向法、任务驱动法	<b>学法</b>	自主探究、小组合作	
<b>教学资源</b>	 <p>亚马逊销售排行榜工具</p>	 <p>奥派跨境电商综合实训软件</p>	 <p>典阅跨境电商案例实训系统</p>	 <p>阿里巴巴国际站实训平台</p>

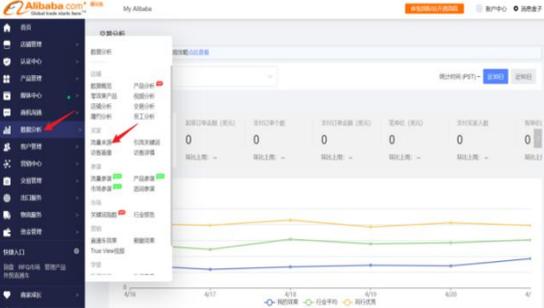
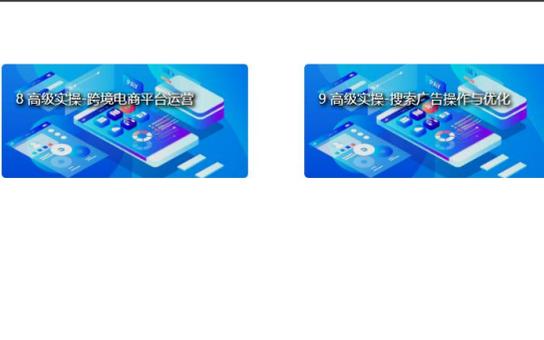
教学过程思维导图

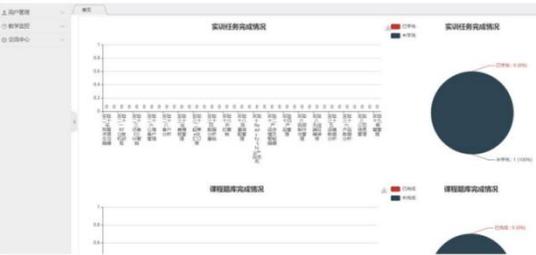


教学过程——课前“知任务”

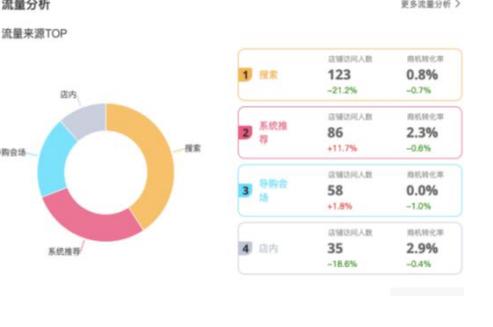
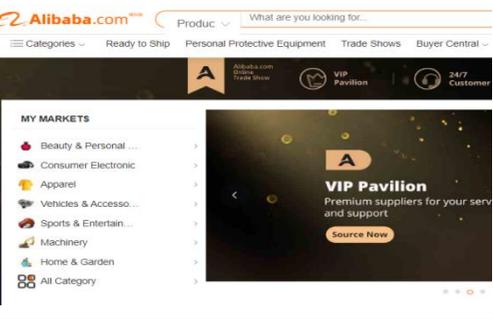
教学内容	教师活动	教学资源		
<p><b>知任务</b></p> <p>1. 通过案例分析，了解海外市场调研的重要性；</p> <p>2. 观看演示，了解国际市场的基本状况及其影响因素；</p> <p>3. 教师引入先导案例，引导学生学习国际经济环境、国际市场环境调研。</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 实训平台发布任务及微课；</li> <li>2. 登录后台收集数据，发布相应实训任务；</li> <li>3. 校企双师线上沟通教学过程，修改、确定教学素材和教学设计；</li> </ol>			
	<p><b>学生活动</b></p>	<p><b>实训平台发布微课</b></p>	<p><b>监控学生学习情况</b></p>	<p><b>企业导师线上沟通</b></p>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 登录跨境电商B2B模拟实训平台完成练习；</li> <li>2. 了解店铺行业环境、了解目标市场对该产品的市场需求；</li> <li>3. 根据市场容量及其发展趋势、预期价格变化；</li> <li>4. 参与小组讨论，积极总结和反思。</li> </ol>			
<p><b>设计意图</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 充分发挥学生的主观能动性，利用线上平台灵活发布任务，学生随时随地可进行学习；</li> <li>2. 根据学生反馈，灵活调整学生学习策略。</li> </ol>			

## 教学过程——课中“探原理—究方法”

教学内容	教师活动学生活动	教学资源	
<p><b>探原理</b></p> <p><b>(小组汇报)</b></p> <p><b>(15 分钟)</b></p> <p>1. 小组汇报海外目标市场环境、政治和法律环境和文化环境调研；</p> <p>2. 导入数据信息，突出教学重难点；</p> <p>3. 探究海外目的市场商品情况调研。</p>	<p>1. 操作实训软件，介绍国际市场环境调研的基本情况和主要影响因素；</p> <p>2. 听取学生汇报，进行答疑解惑；</p> <p>3. 引入企业导师讲解工作场景案例。</p> <hr/> <p><b>学生活动</b></p> <p>1. 小组汇报资料收集成果，包括海外市场商品供给情况、商品需求情况和海外商品价格情况调研；</p> <p>2. 班级小组学生进行互评；</p> <p>3. 教师点评学生调研思路。</p>	 <hr/> <p><b>企业导师视频讲解</b></p>  <hr/> <p><b>小组汇报</b></p>	 <hr/> <p><b>教师操作实操软件</b></p>  <hr/> <p><b>真实后台数据导出学习</b></p>
<p><b>设计意图</b></p>	<p>1. 学生小组探究，在合作学习中提升学习效率，培养团队协作能力；</p> <p>2. 学生通过互评，在点评中对知识进行复盘和总结。</p>		

教学内容	教师活动	教学资源																																																																																																			
<p><b>究方法</b></p> <p><b>(60 分钟)</b></p> <p>1. 介绍海外行业市场调研方法;</p> <p>2. 介绍海外客户情况调研方法;</p> <p>3. 介绍海外市场营销情况方法;</p>	<p>1. 教师讲解网上调研法、实地考察法和市场报告调研法;</p> <p>2. 小组讨论案例;</p> <p>3. 教师评价练习, 总结重点难点。</p>																																																																																																				
	<p><b>学生活动</b></p>	<p><b>教师点评小组</b></p>	<p><b>教师评价练习</b></p>																																																																																																		
	<p>1. 学生学习调研海外目的市场商品情况;</p> <p>2. 学生学习调研海外市场营销情况;</p> <p>3. 使用实训软件, 学生调研国外客户情况。</p>	<table border="1" data-bbox="958 743 1494 1129"> <thead> <tr> <th>国家及地区TOP10</th> <th>店铺访问人数</th> <th>店铺访问人数占比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>America</td><td>330</td><td>17.4%</td></tr> <tr><td>South Korea</td><td>325</td><td>17.13%</td></tr> <tr><td>Japan</td><td>298</td><td>15.71%</td></tr> <tr><td>Brazil</td><td>267</td><td>14.07%</td></tr> <tr><td>Singapore</td><td>166</td><td>8.75%</td></tr> <tr><td>New Zealand</td><td>153</td><td>8.07%</td></tr> <tr><td>Vietnam</td><td>128</td><td>6.75%</td></tr> <tr><td>Greece</td><td>114</td><td>6.01%</td></tr> <tr><td>Sweden</td><td>64</td><td>3.37%</td></tr> <tr><td>Indonesia</td><td>52</td><td>2.74%</td></tr> </tbody> </table>	国家及地区TOP10	店铺访问人数	店铺访问人数占比	America	330	17.4%	South Korea	325	17.13%	Japan	298	15.71%	Brazil	267	14.07%	Singapore	166	8.75%	New Zealand	153	8.07%	Vietnam	128	6.75%	Greece	114	6.01%	Sweden	64	3.37%	Indonesia	52	2.74%	<table border="1" data-bbox="1507 743 2069 1129"> <thead> <tr> <th>排序</th> <th>关键词</th> <th>类目搜索指数</th> <th>搜索涨幅</th> <th>点击率</th> <th>买家规模指数</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>1</td><td>undefin</td><td>1193</td><td>14%</td><td>12.6%</td><td>39.1%</td></tr> <tr><td>2</td><td>women dress</td><td>675</td><td>5.9%</td><td>49.3%</td><td>-1.6%</td></tr> <tr><td>3</td><td>dress</td><td>470</td><td>-3.6%</td><td>36.2%</td><td>-1.8%</td></tr> <tr><td>4</td><td>dress women</td><td>449</td><td>0.8%</td><td>41.8%</td><td>-2.4%</td></tr> <tr><td>5</td><td>plu size women dress</td><td>436</td><td>3.1%</td><td>29%</td><td>-2.2%</td></tr> <tr><td>6</td><td>cloth</td><td>434</td><td>-1.9%</td><td>31.2%</td><td>-1.3%</td></tr> <tr><td>7</td><td>even dress</td><td>332</td><td>0.5%</td><td>33.2%</td><td>-2.2%</td></tr> <tr><td>8</td><td>cloth women</td><td>250</td><td>5.6%</td><td>40.8%</td><td>-2.1%</td></tr> <tr><td>9</td><td>dress women ladi eleg</td><td>215</td><td>24.2%</td><td>42.2%</td><td>-1.9%</td></tr> <tr><td>10</td><td>shein</td><td>187</td><td>-6.4%</td><td>46.1%</td><td>-2.8%</td></tr> </tbody> </table>	排序	关键词	类目搜索指数	搜索涨幅	点击率	买家规模指数	1	undefin	1193	14%	12.6%	39.1%	2	women dress	675	5.9%	49.3%	-1.6%	3	dress	470	-3.6%	36.2%	-1.8%	4	dress women	449	0.8%	41.8%	-2.4%	5	plu size women dress	436	3.1%	29%	-2.2%	6	cloth	434	-1.9%	31.2%	-1.3%	7	even dress	332	0.5%	33.2%	-2.2%	8	cloth women	250	5.6%	40.8%	-2.1%	9	dress women ladi eleg	215	24.2%	42.2%	-1.9%	10	shein	187	-6.4%	46.1%
国家及地区TOP10	店铺访问人数	店铺访问人数占比																																																																																																			
America	330	17.4%																																																																																																			
South Korea	325	17.13%																																																																																																			
Japan	298	15.71%																																																																																																			
Brazil	267	14.07%																																																																																																			
Singapore	166	8.75%																																																																																																			
New Zealand	153	8.07%																																																																																																			
Vietnam	128	6.75%																																																																																																			
Greece	114	6.01%																																																																																																			
Sweden	64	3.37%																																																																																																			
Indonesia	52	2.74%																																																																																																			
排序	关键词	类目搜索指数	搜索涨幅	点击率	买家规模指数																																																																																																
1	undefin	1193	14%	12.6%	39.1%																																																																																																
2	women dress	675	5.9%	49.3%	-1.6%																																																																																																
3	dress	470	-3.6%	36.2%	-1.8%																																																																																																
4	dress women	449	0.8%	41.8%	-2.4%																																																																																																
5	plu size women dress	436	3.1%	29%	-2.2%																																																																																																
6	cloth	434	-1.9%	31.2%	-1.3%																																																																																																
7	even dress	332	0.5%	33.2%	-2.2%																																																																																																
8	cloth women	250	5.6%	40.8%	-2.1%																																																																																																
9	dress women ladi eleg	215	24.2%	42.2%	-1.9%																																																																																																
10	shein	187	-6.4%	46.1%	-2.8%																																																																																																
<p><b>设计意图</b></p>	<p>1. 讲解优秀案例, 加深学生对卖点描述方法的理解;</p> <p>2. 合作编辑卖点信息, 在实训中合作发现问题并解决问题。</p>	<p><b>学生分组调研</b></p>	<p><b>学生成果展示</b></p>																																																																																																		

## 教学过程——课后“固本领”

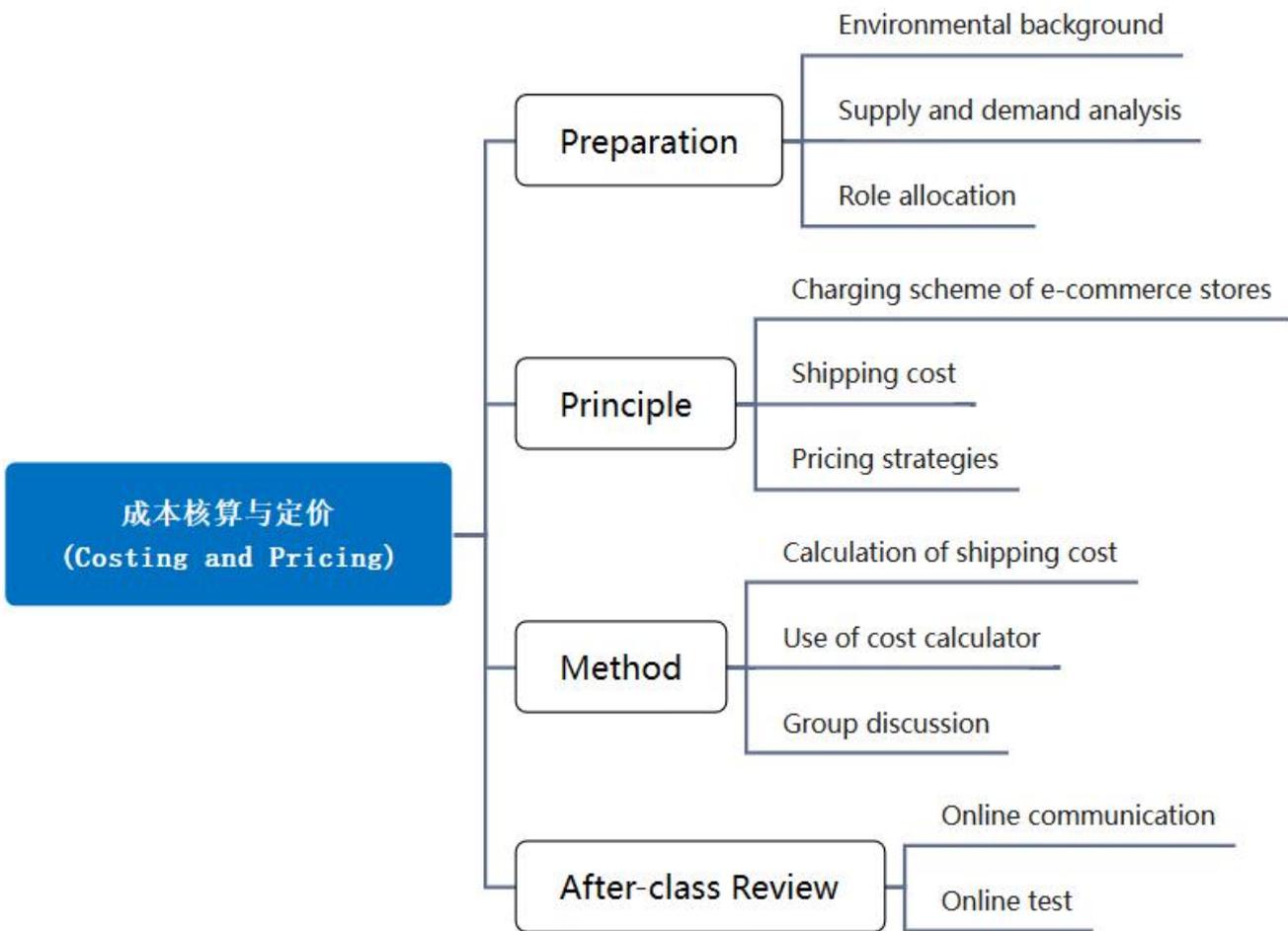
教学内容	教师活动	教学资源																					
<p><b>固本领</b></p> <p>1. 小组在校企合作教学资源库中抽取拓展案例；</p> <p>2. 对海外行业市场环境、海外市场营销调研进行总结；</p> <p>3. 课后在线测试，学生撰写实训报告。</p>	<p>1. 小组在校企合作资源库中抽取不同的产品补充相关技巧；</p> <p>2. 课后进行讨论并加以总结；</p> <p><b>学生活动</b></p> <p>1. 根据数据反馈，单独对掌握程度不足的小组进行指导；</p> <p>2. 设计课后线上拓展课程，供有余力的学生进一步学习，学生可自己编辑学习笔记；</p> <p>3. 完成线上测试，撰写实训报告。</p>	<p><b>流量分析</b></p> <p>流量来源TOP</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>排名</th> <th>流量来源</th> <th>店铺访问人数</th> <th>商机转化率</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>搜索</td> <td>123</td> <td>0.8%</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>系统推荐</td> <td>86</td> <td>2.3%</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>导购会场</td> <td>58</td> <td>0.0%</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>店内</td> <td>35</td> <td>2.9%</td> </tr> </tbody> </table>	排名	流量来源	店铺访问人数	商机转化率	1	搜索	123	0.8%	2	系统推荐	86	2.3%	3	导购会场	58	0.0%	4	店内	35	2.9%	<p><b>行业报告</b></p> <p>行业报告   行业简报</p> <p>阿里研究院   服饰服装   大工业   专题</p> <p>电器行业三月简报</p> <p>2022-03-08 09:56:36 alibaba.com/alibaba.com/阿里跨境电研所研究中心</p> <p>工业互联网行业分析，从阿里巴巴平台数据为行业商家进行详细趋势分析，包括国家数据、交易数据、行业数据等，行业数据趋势、行业数据趋势、行业数据趋势。</p> <p>工业互联网</p> <p>互联网时代的全球贸易新机遇——普惠贸易趋势</p> <p>2022-03-08 10:08:25 alibaba.com/alibaba.com/阿里跨境电研所研究中心</p> <p>6月11日，中国（杭州）跨境电子商务综合试验区、对外经济贸易大学、埃森哲（中国）有限公司、阿里跨境电研所研究中心联合主办的“中国跨境电商发展论坛”在线上，阿里跨境电研所研究中心与对外经济贸易大学联合发布互联网时代的全球贸易新机遇。</p> <p>阿里研究院宏观研究   跨境电商   全球贸易   普惠贸易</p> <p>火山商情</p>
排名	流量来源	店铺访问人数	商机转化率																				
1	搜索	123	0.8%																				
2	系统推荐	86	2.3%																				
3	导购会场	58	0.0%																				
4	店内	35	2.9%																				
<p><b>设计意图</b></p> <p>1. 选取校企合作阿里巴巴国际站教学资源库案例，以真实工作任务驱动教学；</p> <p>2. 针对不同品类总结卖点描述方法，反思、总结教学任务。</p>	<p>1. 基于思睿智训阿里巴巴国际站平台，保障线上线下混合式教学；</p> <p>2. 通过分组展示、小组互评等方式促进朋辈触类旁通，共同提高；</p> <p>3. 引入企业实际案例，还原产品数据调研直观训练；</p> <p>4. 充分利用课前、课后交流答疑，促进教学相长。</p>	<p><b>校企合作资源库</b></p> 	<p><b>课后线上拓展课程</b></p> <p>89.【单选题】(1分)</p> <p>跨境电商企业为了出海中东地区，除了许多产品标准之外，还必须保证自身产品符合伊斯兰教义和当地习俗，如网红主播着装要求，而这就需要企业进行（ ）的调研。</p> <p>答题区域：</p> <p><input type="radio"/> A. 国际经济环境</p> <p><input type="radio"/> B. 国际文化环境</p> <p><input type="radio"/> C. 国际政治环境</p> <p><input type="radio"/> D. 国际法律环境</p> <p>90.【单选题】(1分)</p> <p>经营机械类目的商家选择外贸直通车（ ），可以进行该行业主题引流推广，凸显商家优质的生产承接能力，高效获取行业买家。</p> <p>答题区域：</p> <p><input type="radio"/> A. 关键词推广</p> <p><input type="radio"/> B. 定向推广</p> <p><input type="radio"/> C. 主题营销</p> <p><input type="radio"/> D. 买家营销</p>																				

### 任务点 4 成本核算与定价

<b>任务名称</b>	任务点 4 成本核算与定价		<b>授课学时</b>	2 学时
<b>所属项目</b>	项目四 跨境商品核算与定价		<b>所属课程</b>	跨境电商运营与管理
<b>授课班级</b>	20商务英语本科4-6班		<b>授课时间</b>	第5周
<b>授课地点</b>	跨境电商综合实训室		<b>教学模式</b>	线上线下混合式教学
<b>学情分析</b>	知识和技能基础	<ol style="list-style-type: none"> <li>1 经前期小测及对学生线上学习情况的监控，了解大多数学生已经对于跨境电商的基本原理有了一定认识，也能对市场环境、经营背景等因素进行分析；</li> <li>2 课前数据反馈，学生的计算能力偏弱，对于跨境电商产品不能合理定价；</li> <li>3 学生反馈需要对跨境电商的各方面成本做进一步了解，需系统介绍物流运费、经营成本等影响定价的因素，帮助学生进行定价学习。</li> </ol>		
	认知和实践能力	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 通过前面三个项目的学习，具备亚马逊平台基本操作能力；</li> <li>2. 具备基本的数据分析与计算能力，但学生对于成本核算与定价概念较模糊。</li> </ol>		

	学习特点	1. 对于数字敏感程度不高，需要结合实际案例加以引导学习。 2. 喜欢借助微课、在线平台等信息化手段学习。	
教学目标	知识目标	1. 认识跨境电商成本核算的构成要素 2. 了解不同的定价法	
	能力目标	1. 掌握合理计算成本的方法 2. 掌握估算利润及利润率的方法	
	素质目标	1. 拥有良好的跨境电子商务基本素养 2. 具备创新意识和创新精神，形成系统全面的思辨意识 3. 形成良好的团队合作精神和沟通合作能力	
教学重点	跨境电商产品定价	教学难点	物流运输成本的核算
教法	成果导向法、任务驱动法	学 法	自主练习、案例分析
教学资源	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div data-bbox="483 1235 853 1394" style="text-align: center;">  <p>奥派跨境电商综合实训软件</p> </div> <div data-bbox="929 1235 1283 1394" style="text-align: center;">  <p>成本利润计算工具</p> </div> <div data-bbox="1350 1088 1568 1394" style="text-align: center;">  <p>微信学习交流群</p> </div> <div data-bbox="1666 1283 1980 1362" style="text-align: center;">  <p>数跨境BI</p> </div> </div>		

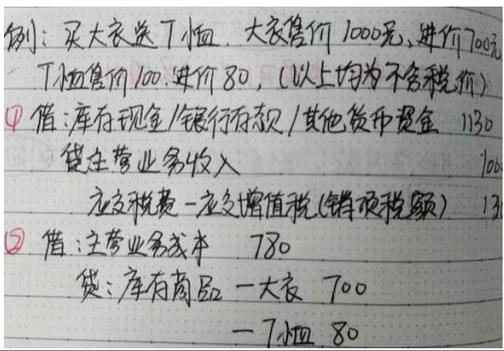
教学过程  
思维导图

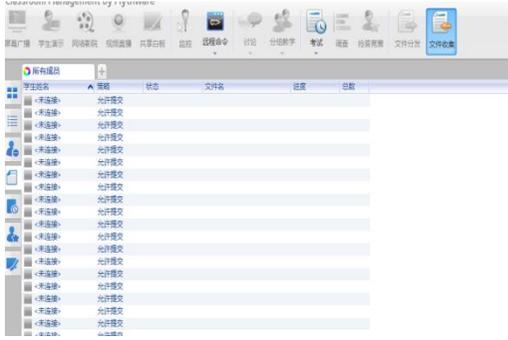
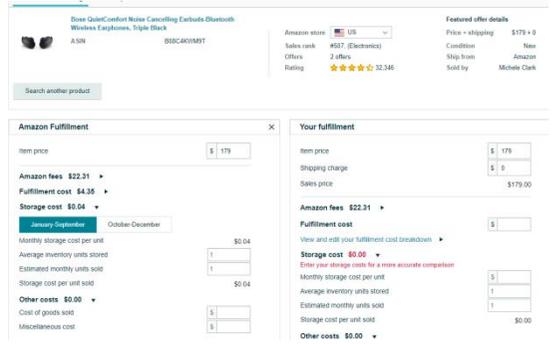


## 教学过程——课前“知任务”

教学内容	教师活动	教学资源																																				
<p><b>知任务</b></p> <p>1. 明确跨境电商产品成本核算与定价的意义；</p> <p>2. 结合仿真软件模拟市场环境及供需变化；</p> <p>3. 查阅跨境产品成本的基本构成；</p> <p>4. 小组讨论，初步制定定价策略。</p>	<p>1. 教师将课程所需学习资源上传学习平台，包括定价所依据的市场环境报告等，制定教学策略；</p> <p>2. 根据学生前期学习情况做好学情分析，了解其对基础知识的掌握情况；</p> <p>3. 发布学习任务，准备组织学生分组进行实训；</p>		<p><b>市场需求</b></p> <p>近几年市场数据呈现的趋势预估，运营第一期，各国家市场对商品的需求情况见下表：</p> <p>市场对商品的总需求组</p> <table border="1" data-bbox="1547 432 2002 703"> <thead> <tr> <th>行业及商品</th> <th>美国</th> <th>巴西</th> <th>俄罗斯</th> <th>马来西亚</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>T恤</td> <td>1320</td> <td>960</td> <td>720</td> <td>1200</td> </tr> <tr> <td>衬衫</td> <td>1440</td> <td>480</td> <td>720</td> <td>960</td> </tr> <tr> <td>大衣</td> <td>1680</td> <td>840</td> <td>1920</td> <td>120</td> </tr> <tr> <td>牛仔裤</td> <td>960</td> <td>840</td> <td>1200</td> <td>480</td> </tr> <tr> <td>卫衣</td> <td>1080</td> <td>720</td> <td>1440</td> <td>480</td> </tr> <tr> <td>运动服装</td> <td>1560</td> <td>1320</td> <td>960</td> <td>600</td> </tr> </tbody> </table> <p>市场上所有企业面对总的需求量，进行互相争夺。同一商品，经营企业越多，相对竞争越激烈，能获得的市场份额可能越少，所以选择正确的目标市场及商品很重要。</p>	行业及商品	美国	巴西	俄罗斯	马来西亚	T恤	1320	960	720	1200	衬衫	1440	480	720	960	大衣	1680	840	1920	120	牛仔裤	960	840	1200	480	卫衣	1080	720	1440	480	运动服装	1560	1320	960	600
	行业及商品	美国	巴西	俄罗斯	马来西亚																																	
	T恤	1320	960	720	1200																																	
衬衫	1440	480	720	960																																		
大衣	1680	840	1920	120																																		
牛仔裤	960	840	1200	480																																		
卫衣	1080	720	1440	480																																		
运动服装	1560	1320	960	600																																		
<p><b>学生活动</b></p>	<p><b>分析市场供需变化报告</b></p>	<p><b>模拟需求表</b></p>																																				
<p>1. 接收信息，登录课程平台按小组接收课程任务；</p> <p>2. 分配身份及角色，负责计算不同部分的经营成本；</p> <p>3. 小组独立完成课前知识测试。</p>																																						
<p><b>设计意图</b></p>	<p>1. 模拟公司架构进行分角色练习，充分发挥学生主观能动性</p> <p>2. 组员共同负责本组项目的定价工作，培养学生合作意识。</p>																																					

## 教学过程——课中“探原理—究方法”

教学内容	教师活动	教学资源																			
<p><b>探原理</b></p> <p>(30 分钟)</p> <p>1. 对成本的构成项进行分解, 包括产品成本、运输成本、运营成本等。</p>	<p>1. 讲解产品成本项的构成, 区分不同经营模式所带来的产品成本构成差异;</p> <p>2. 分析运输成本构成;</p> <p>3. 结合不同平台的收费标准, 分析经营成本;</p>	<table border="1" data-bbox="936 443 1433 683"> <thead> <tr> <th>账号类型</th> <th>个人销售计划 Individual</th> <th>专业销售计划 Professional</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>注册主体</td> <td>个人/公司</td> <td>个人/公司</td> </tr> <tr> <td>月租金</td> <td>免费</td> <td>39.99 美元/月</td> </tr> <tr> <td>按件收费</td> <td>0.99 美元/件</td> <td>免费</td> </tr> <tr> <td>销售佣金</td> <td colspan="2">根据不同品类亚马逊收取不同比例的佣金, 一般为 8%-15%</td> </tr> <tr> <td>功能区别</td> <td>单一上传, 无数据报告</td> <td>单一上传/批量上传, 可下载数据报告</td> </tr> </tbody> </table>	账号类型	个人销售计划 Individual	专业销售计划 Professional	注册主体	个人/公司	个人/公司	月租金	免费	39.99 美元/月	按件收费	0.99 美元/件	免费	销售佣金	根据不同品类亚马逊收取不同比例的佣金, 一般为 8%-15%		功能区别	单一上传, 无数据报告	单一上传/批量上传, 可下载数据报告	<p><b>成本构成</b></p> <p>某跨境店铺A自主生产一款台灯, 其生产成本为60元, 客户下单后, 由工厂运至码头12元, 再支付国际段运费78元, 售价为300元, 平台佣金收取5%, 开店费用为每年5000元、平均年成交500单, 另包括每单推广服务费17元, 求该商品的总成本构成。</p>
账号类型	个人销售计划 Individual	专业销售计划 Professional																			
注册主体	个人/公司	个人/公司																			
月租金	免费	39.99 美元/月																			
按件收费	0.99 美元/件	免费																			
销售佣金	根据不同品类亚马逊收取不同比例的佣金, 一般为 8%-15%																				
功能区别	单一上传, 无数据报告	单一上传/批量上传, 可下载数据报告																			
<p>2. 进行初步定价运算</p>	<p><b>学生活动</b></p> <p>1. 各小组轮流汇报所选产品, 分析产品的定价特点;</p> <p>2. 小组学习成本计算原理, 并使用模拟系统核算产品采购成本;</p> <p>3. 小组进一步优化定价策略</p>	<p><b>展示平台收费方案</b></p> 	<p><b>设计案例分析题</b></p> 																		
<p><b>设计意图</b></p>	<p>1. 学做合一, 通过发布总任务并由学生自主选品的方式, 培养学生课堂主人翁的意识;</p> <p>2. 线上线下一体化操作学习, 为原本枯燥的计算增添趣味, 提高学生学习兴趣。</p>	<p><b>采购成本模拟系统</b></p>	<p><b>学生计算作业</b></p>																		

教学内容	教师活动	教学资源																																															
<p><b>究方法</b></p> <p><b>(60 分钟)</b></p> <p>1. 使用成本核算计算器进行数据运算；</p> <p>2. 运用合作企业物流报价单辅助讲解；</p> <p>3. 提交成本核算结果及产品的最终定价。</p>	<p>1. 向学生展示准备好最新的物流报价表；</p> <p>2. 指引学生查询相关成本项；</p> <p>3. 巡查课堂学生的讨论情况；</p> <p>4. 进行总结</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>尺寸分段</th> <th>发货重量</th> <th>每件商品的配送费用<sup>1</sup></th> <th>尺寸分段</th> <th>发货重量</th> <th>每件商品的配送费用<sup>1</sup></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3">小件标准尺寸</td> <td>不超过 6 盎司</td> <td>\$3.00</td> <td rowspan="3">小件标准尺寸</td> <td>不超过 6 盎司</td> <td>\$3.27</td> </tr> <tr> <td>6 至 12 盎司 (不含 6 盎司)</td> <td>\$3.14</td> <td>6 至 12 盎司 (不含 6 盎司)</td> <td>\$3.43</td> </tr> <tr> <td>12 至 16 盎司 (不含 12 盎司)</td> <td>\$3.62</td> <td>12 至 16 盎司 (不含 12 盎司)</td> <td>\$3.95</td> </tr> <tr> <td rowspan="6">大件标准尺寸</td> <td>不超过 6 盎司</td> <td>\$3.87</td> <td rowspan="6">大件标准尺寸</td> <td>不超过 6 盎司</td> <td>\$4.22</td> </tr> <tr> <td>6 至 12 盎司 (不含 6 盎司)</td> <td>\$4.04</td> <td>6 至 12 盎司 (不含 6 盎司)</td> <td>\$4.40</td> </tr> <tr> <td>12 至 16 盎司 (不含 12 盎司)</td> <td>\$4.65</td> <td>12 至 16 盎司 (不含 12 盎司)</td> <td>\$5.07</td> </tr> <tr> <td>1 至 2 磅 (不含 1 磅)</td> <td>\$5.35</td> <td>1 至 2 磅 (不含 1 磅)</td> <td>\$5.81</td> </tr> <tr> <td>2 至 3 磅 (不含 2 磅)</td> <td>\$6.08</td> <td>2 至 3 磅 (不含 2 磅)</td> <td>\$6.50</td> </tr> <tr> <td>3 至 20 磅 (不含 3 磅)</td> <td>\$6.08 + \$0.30/磅 (超出首重 3 磅的部分)</td> <td>3 至 20 磅 (不含 3 磅)</td> <td>\$6.68 + \$0.30/磅 (超出首重 3 磅的部分)</td> </tr> </tbody> </table>	尺寸分段	发货重量	每件商品的配送费用 <sup>1</sup>	尺寸分段	发货重量	每件商品的配送费用 <sup>1</sup>	小件标准尺寸	不超过 6 盎司	\$3.00	小件标准尺寸	不超过 6 盎司	\$3.27	6 至 12 盎司 (不含 6 盎司)	\$3.14	6 至 12 盎司 (不含 6 盎司)	\$3.43	12 至 16 盎司 (不含 12 盎司)	\$3.62	12 至 16 盎司 (不含 12 盎司)	\$3.95	大件标准尺寸	不超过 6 盎司	\$3.87	大件标准尺寸	不超过 6 盎司	\$4.22	6 至 12 盎司 (不含 6 盎司)	\$4.04	6 至 12 盎司 (不含 6 盎司)	\$4.40	12 至 16 盎司 (不含 12 盎司)	\$4.65	12 至 16 盎司 (不含 12 盎司)	\$5.07	1 至 2 磅 (不含 1 磅)	\$5.35	1 至 2 磅 (不含 1 磅)	\$5.81	2 至 3 磅 (不含 2 磅)	\$6.08	2 至 3 磅 (不含 2 磅)	\$6.50	3 至 20 磅 (不含 3 磅)	\$6.08 + \$0.30/磅 (超出首重 3 磅的部分)	3 至 20 磅 (不含 3 磅)	\$6.68 + \$0.30/磅 (超出首重 3 磅的部分)	
	尺寸分段	发货重量	每件商品的配送费用 <sup>1</sup>	尺寸分段	发货重量	每件商品的配送费用 <sup>1</sup>																																											
	小件标准尺寸	不超过 6 盎司	\$3.00	小件标准尺寸	不超过 6 盎司	\$3.27																																											
6 至 12 盎司 (不含 6 盎司)		\$3.14	6 至 12 盎司 (不含 6 盎司)		\$3.43																																												
12 至 16 盎司 (不含 12 盎司)		\$3.62	12 至 16 盎司 (不含 12 盎司)		\$3.95																																												
大件标准尺寸	不超过 6 盎司	\$3.87	大件标准尺寸	不超过 6 盎司	\$4.22																																												
	6 至 12 盎司 (不含 6 盎司)	\$4.04		6 至 12 盎司 (不含 6 盎司)	\$4.40																																												
	12 至 16 盎司 (不含 12 盎司)	\$4.65		12 至 16 盎司 (不含 12 盎司)	\$5.07																																												
	1 至 2 磅 (不含 1 磅)	\$5.35		1 至 2 磅 (不含 1 磅)	\$5.81																																												
	2 至 3 磅 (不含 2 磅)	\$6.08		2 至 3 磅 (不含 2 磅)	\$6.50																																												
	3 至 20 磅 (不含 3 磅)	\$6.08 + \$0.30/磅 (超出首重 3 磅的部分)		3 至 20 磅 (不含 3 磅)	\$6.68 + \$0.30/磅 (超出首重 3 磅的部分)																																												
<p><b>学生活动</b></p>	<p><b>亚马逊物流报价表</b></p>	<p><b>巡查指导学生操作</b></p>																																															
<p>1. 小组分工并进行数据运算；</p> <p>2. 由小组代表进行报价</p>																																																	
<p><b>设计意图</b></p>	<p><b>学生线上提交报价结果</b></p>		<p><b>在线成本计算器</b></p>																																														
<p>1. 统一下发任务，分组收集学生数据，在保证教学目标一致的同时允许学生个性学习；</p> <p>2. 使用校企合作真实报价数据进行计算，提高课程的时效性。</p>																																																	

## 教学过程——课后“固本领”

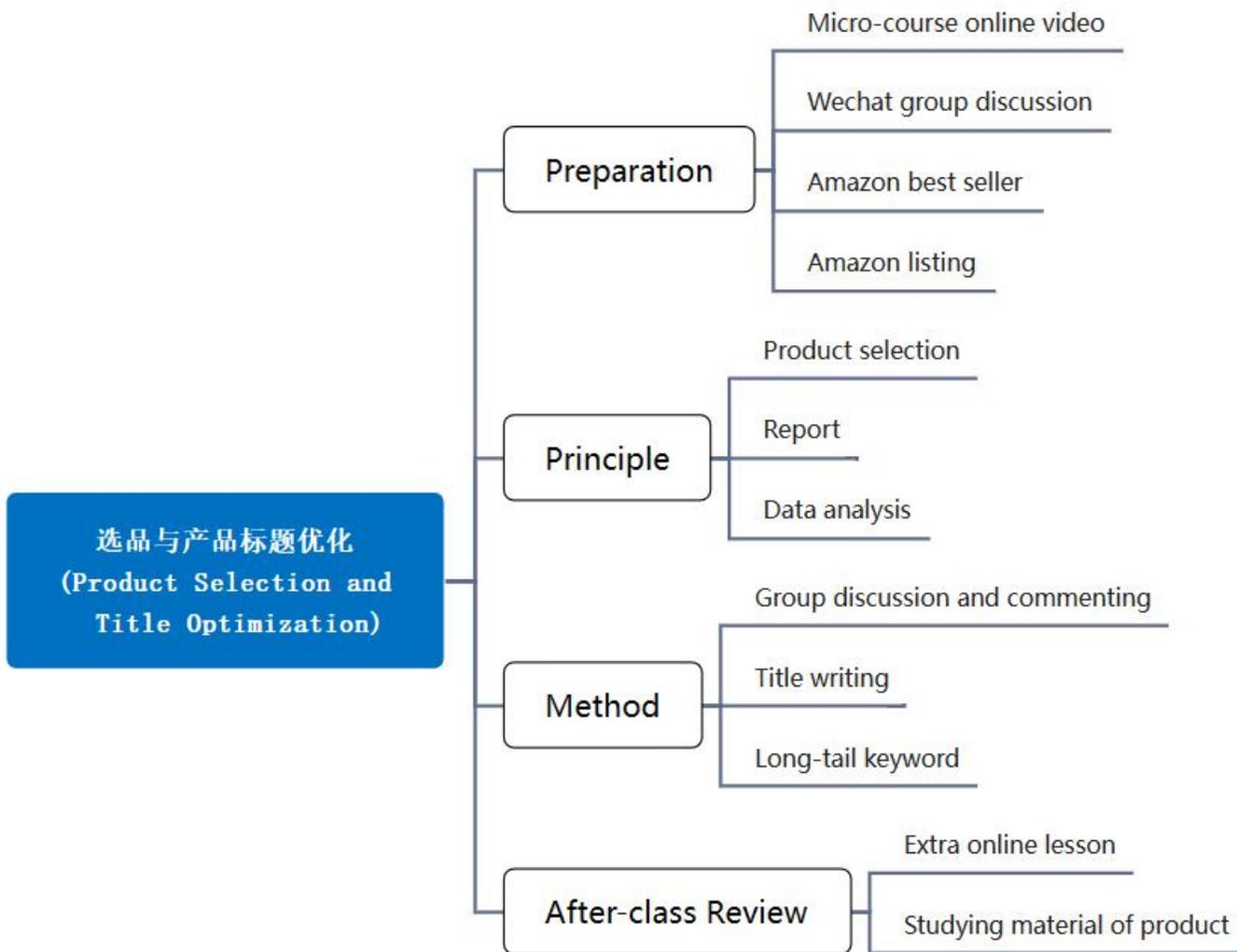
教学内容	教师活动	教学资源	
<p><b>固本领</b></p> <p>1. 布置课后作业，对营销、售后等成本进行补充</p> <p>2. 布置课后作业，邀请企业讲师进群辅导</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 教师邀请企业讲师开展线上交流，根据课堂学习情况，指出各小组存在的不足；</li> <li>2. 设计课后习题安排线上小测，通过反复练习以加深学生对技能的掌握程度。</li> <li>3. 及时对学生实操过程中的相关问题进行汇总</li> </ol>		
	<p><b>学生活动</b></p>	<p><b>企业讲师线上交流</b></p>	<p><b>学生问题收集汇总</b></p>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 以个人为单位重复练习成本核算及定价相关知识点，对知识进行全面梳理</li> <li>2. 完成课后习题；</li> <li>3. 在微信学习群进行互动交流。</li> </ol>		
<p><b>设计意图</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 安排扩展学习，通过自主学习和小组合作学习交替的形式，保证每个学生知识体系的完整；</li> <li>2. 合理规划课后练习时间，通过小测和拓展任务，突破学生计算能力不强的痛点难点。</li> </ol>		
<p><b>课后反思</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 基于亚马逊成本利润计算器、数跨境BI等实训软件，保障线上线下载混合式教学；</li> <li>2. 通过分组学习分组展示、课后独立学习相结合，切实提高学生计算能力及学以致用能力；</li> <li>3. 结合真实报价单等数据，体现课程实用性；</li> <li>4. 需加强对成本核算及定价策略教学的重视，使其贯穿于跨境电商运营的全流程。</li> </ol>		

## 任务点 5.1 选品与产品标题优化

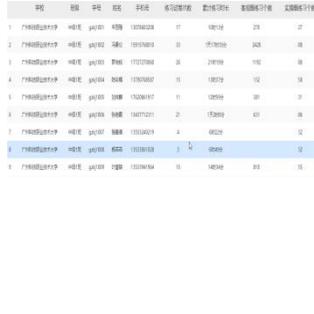
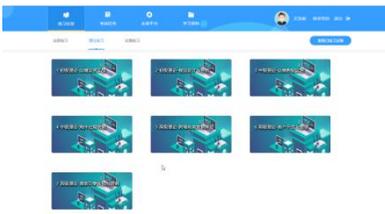
<b>任务名称</b>	任务点 5.1 选品与产品标题优化		<b>授课学时</b>	2 学时
<b>所属项目</b>	项目五 跨境选品和产品信息化		<b>所属课程</b>	跨境电商运营与管理
<b>授课班级</b>	20商务英语本科4-6班		<b>授课时间</b>	第6周
<b>授课地点</b>	跨境电商综合实训室		<b>教学模式</b>	线上线下混合式教学
<b>学情分析</b>	知识和技能基础	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 通过前几个项目的学习，已经初步认识了跨境电商平台注册和基础操作。</li> <li>2. 学生学习了前导课程《国际商务概论》《商务英语写作》，已经掌握了跨境贸易规则、文案写作等基本技能。</li> <li>3. 根据前面的学习，学生对于跨境电商选品的依据与规则不够了解，填写的产品标题也不够规范，需要对选品策略及标题进行优化。</li> </ol>		
	认知和实践能力	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 通过《跨境电商概论》、《跨境电商客服》等专业课程的学习，具有遵纪守法、保护知识产权、诚信经营等意识，理解国际贸易的基本流程。</li> <li>2. 理解平台各功能模块构成。</li> <li>3. 会进行基本的市场调研操作，并进行数据分析，为选品提供参考。</li> <li>4. 能区分基本的跨境电商营销用语、属性用语。</li> </ol>		

	学习特点	1. 喜欢借助实操软件、线上交互flash等信息化手段学习。 2. 渴望对接真实跨境电商工作岗位相关的操作，对跨境电商发展的最新趋势感兴趣。		
教学目标	知识目标	1. 认识选品的原则和技巧 2. 掌握跨境产品的特点 3. 理解产品类目的含义 4. 掌握产品标题、关键词的撰写规则		
	能力目标	1. 能运用基本数据工具进行行业选品。 2. 能根据产品特征选择恰当的类目、标题和关键词。		
	素质目标	1. 拥有良好的跨境电子商务基本素养。 2. 具备创新意识和创新精神，形成全面系统的思辨意识。 3. 形成良好的团队合作精神和沟通合作能力。		
教学重点	选品的原则与技巧	教学难点	产品标题的撰写及长尾关键词的撰写	
教法	成果导向法、任务驱动法	学法	自主探究、小组合作	
教学资源	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-end;"> <div style="text-align: center;">   <b>亚马逊销售排行榜工具</b> </div> <div style="text-align: center;">   <b>奥派跨境电商综合实训软件</b> </div> <div style="text-align: center;">   <b>欧鹭选品工具</b> </div> <div style="text-align: center;">   <b>谷歌趋势</b> </div> </div>			

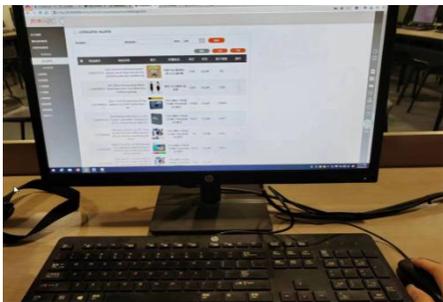
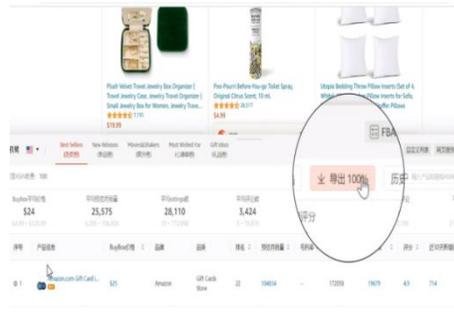
教学过程  
思维导图

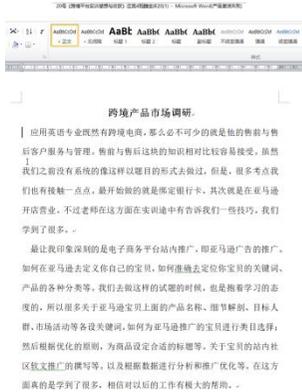


教学过程——课前“知任务”

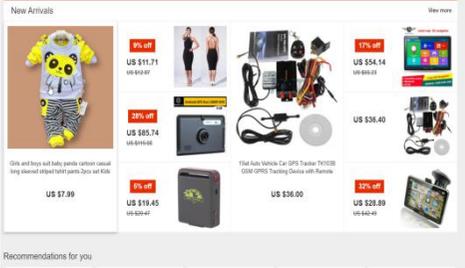
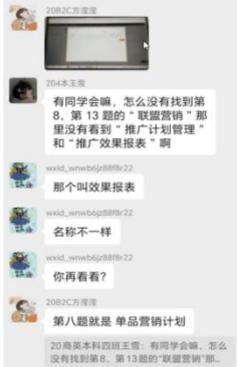
教学内容	教师活动	教学资源		
<p><b>知任务</b></p> <p>1. 通过案例分析，了解跨境选品的痛点和难点；</p> <p>2. 查阅相关资料，了解跨境产品的特点；</p> <p>3. 教师引入先导案例，引发学生关于标题撰写重要性的思考。</p>	<p>1. 实训平台发布任务及微课；</p> <p>2. 登录后台收集数据，提醒学生及时完成相应实训任务；</p> <p>3. 校企双师线上沟通教学过程，修改、确定教学素材和教学设计。</p>			
	<p><b>学生活动</b></p>	<p><b>实训平台发布微课</b></p>	<p><b>监控学生学习情况</b></p>	<p><b>企业导师线上沟通</b></p>
	<p>1. 接收信息，登陆模拟实训平台完成对应练习；</p> <p>2. 登陆亚马逊销售排行榜，查看热销品趋势；</p> <p>3. 登陆亚马逊平台，自主学习其他卖家产品的标题；</p> <p>4. 参与小组讨论，积极总结和反思遇到的问题。</p>			
<p><b>设计意图</b></p>	<p>1. 充分发挥学生的主观能动性，利用线上平台灵活发布任务，学生随时随地可进行学习；</p> <p>2. 根据学生反馈，灵活调整学生学习策略。</p>			

## 教学过程——课中“探原理—究方法”

教学内容	教师活动	教学资源	
<p><b>探原理</b></p> <p><b>(小组汇报)</b></p> <p><b>(30 分钟)</b></p> <p>1. 小组汇报选品及标题撰写课前作业</p> <p>2. 使用案例进行导入，突出教学重难点</p> <p>3. 探究选品及标题撰写规则</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 操作实训软件，介绍选品流程；</li> <li>2. 听取学生汇报，进行答疑解惑；</li> <li>3. 与学生一同观看合作企业解答视频。</li> </ol>	 <p>价廉 也进行了站内外推广 但仍然没有销量</p>	
	<p><b>学生活动</b></p>	<p><b>合作企业解答视频</b></p>	<p><b>教师操作实操软件</b></p>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 组长作为代表汇报并小组自学成果，包括所选商品及拟定标题；</li> <li>2. 其他小组学生进行互评；</li> <li>3. 教师导出真实后台数据与学生作品进行对照。</li> </ol>		
<p><b>设计意图</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 学生参与课堂活动，以小组合作的形式让学生进行自主学习，培养学生团队意识，课堂主人翁的意识；</li> <li>2. 学生通过互评，引发思考，促进学习效果提升。</li> </ol>		

教学内容	教师活动	教学资源	
<p><b>究方法</b></p> <p><b>(60 分钟)</b></p> <p>1. 介绍跨境电商产品选品的要求</p> <p>2. 学习标题撰写规则</p> <p>3. 学习长尾关键词与标题的结合</p> <p>4. 学习类目的选择</p> <p>5. 总结产品信息编辑规律</p>	<p>1. 组织学生开展小组讨论；</p> <p>2. 分组进行指导；</p> <p>3. 教师评价，总结难点，融合思政元素。</p>		
	<p><b>学生活动</b></p>	<p><b>教师分组点评</b></p>	<p><b>课堂分组讨论环节</b></p>
	<p>1. 学生当堂完成标题撰写小测；</p> <p>2. 学生结合市场调研报告，进行选品分析；</p> <p>3. 使用实训软件，分组尝试对本小组所选商品进行标题撰写。</p>		
<p><b>设计意图</b></p>	<p>1. 小组 PK 中加深思考，教师点评难点；</p> <p>2. 小组合作解决实际问题，强化团队意识。</p>	<p><b>学生前期市场调研报告</b></p>	<p><b>奥派跨境电子商务平台标题撰写页面</b></p>

## 教学过程——课后“固本领”

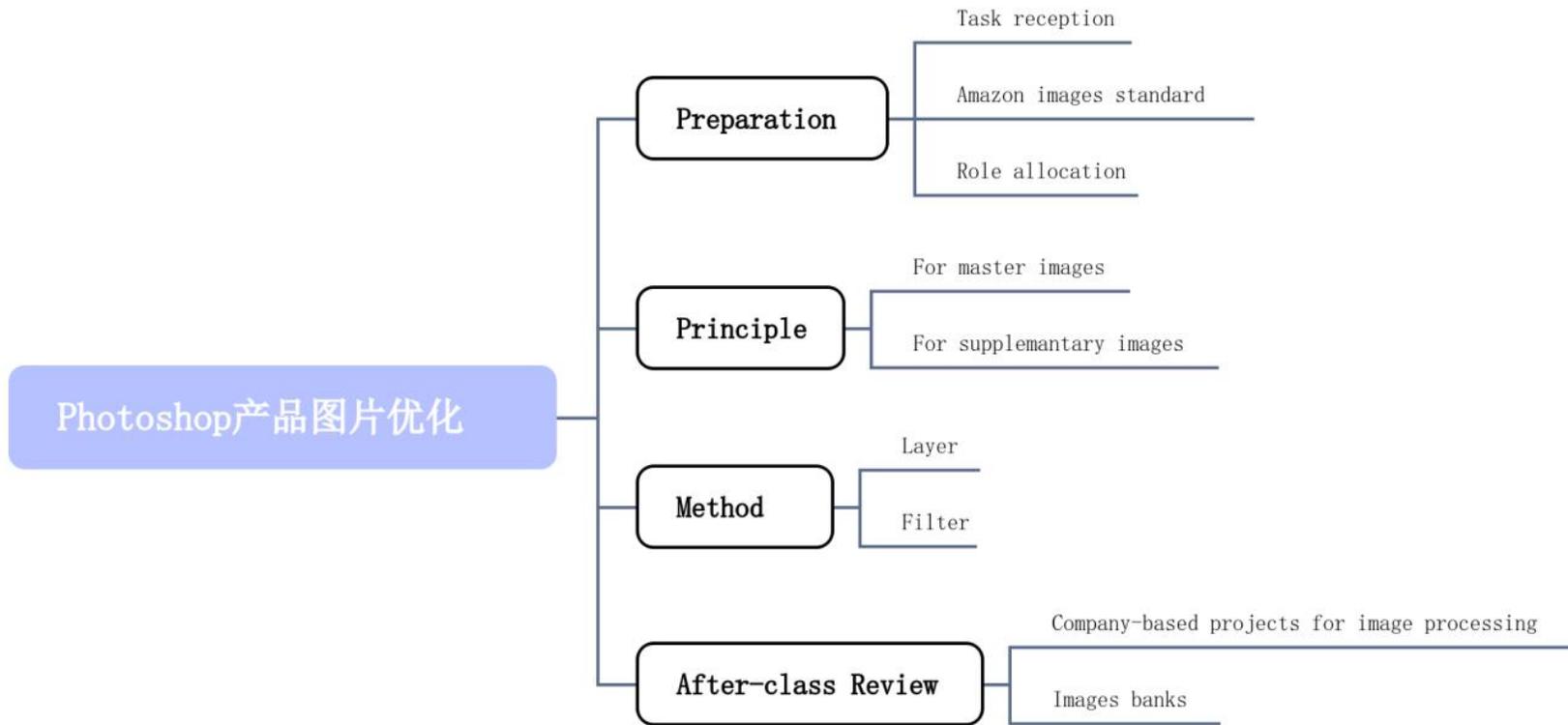
教学内容	教师活动	教学资源																			
<p><b>固本领</b></p> <p>1. 小组在校企合作教学资源库中抽取拓展案例</p> <p>2. 进行拓展不同类目标品的标题、关键词的设计技巧</p> <p>3. 课后在线测试</p>	<p>1. 根据数据反馈，单独对掌握程度不足的小组进行指导；</p> <p>2. 设计课后线上拓展课程，供有余力的学生进一步学习，学生可自己编辑学习笔记。</p>	 <table border="1"> <thead> <tr> <th>Viewed Topic Average</th> <th>Viewed Topic Highest Score</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>18</td><td>78</td></tr> <tr><td>75</td><td>97</td></tr> <tr><td>65</td><td>83</td></tr> <tr><td>19</td><td>54</td></tr> <tr><td>56</td><td>62</td></tr> <tr><td>54</td><td>61</td></tr> <tr><td>65</td><td>88</td></tr> <tr><td>57</td><td>62</td></tr> </tbody> </table>	Viewed Topic Average	Viewed Topic Highest Score	18	78	75	97	65	83	19	54	56	62	54	61	65	88	57	62	
	Viewed Topic Average	Viewed Topic Highest Score																			
	18	78																			
75	97																				
65	83																				
19	54																				
56	62																				
54	61																				
65	88																				
57	62																				
<b>学生活动</b>	<b>监控学生分数数据</b>	<b>课后线上拓展课程</b>																			
<p>1. 小组在校企合作资源库中抽取不同的产品补充相关技巧；</p> <p>2. 微信群进行讨论并加以总结；</p>																					
<b>设计意图</b>	<p>1. 分层指导，根据学生的接受程度进行分类教学，保证同步学习进度；</p> <p>2. 合理利用有效充裕的课后时间，设计拓展任务，实现学生综合素质的提高。</p>																				
<b>课后反思</b>	<p>1. 基于奥派跨境电子商务平台、欧鹭选品的实训软件，保障了线上线下混合式教学；</p> <p>2. 通过分组学习分组展示、小组互评等方式进行互相评比，既交还学习主体于学生，又深化学生思考；</p> <p>3. 结合企业实际案例及合作企业资源库，充分实现“校企合作育人”；</p> <p>4. 需进一步识别学生学习情况，细化课后教辅活动。</p>																				

## 任务点 5.2 Photoshop产品图片优化

<b>任务名称</b>	任务点 5.2 Photoshop产品图片优化		<b>授课学时</b>	2 学时
<b>所属项目</b>	项目五 跨境选品和产品信息化		<b>所属课程</b>	跨境电商运营与管理
<b>授课班级</b>	20商务英语本科4-6班		<b>授课时间</b>	第6周
<b>授课地点</b>	跨境电商综合实训室		<b>教学模式</b>	线上线下混合式教学
<b>学情分析</b>	知识和技能基础	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 经过调查问卷、访谈等方式，了解到大多数学生已经掌握了Photoshop的各种工具有了初步的了解，但是对如何利用Photoshop处理商业图片，以及与企业沟通、执行完整的企业真实项目认识不够、缺乏经验；</li> <li>2. 根据课前调研数据，学生亚马逊平台listing详情页面的标准不了解，还没掌握产品图片设计中的标准色、文字、布局的知识；</li> <li>3. 学生还没掌握1+X证书中的主图和辅图要求、全国职业技能大赛“互联网+国际贸易”中B2C模块的运营规则。</li> </ol>		
	认知和实践能力	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 通过前3个任务点的学习，具有亚马逊平台基本操作能力；</li> <li>2. 具备图片处理的初级能力，但基于企业真实项目的产品图片处理、项目实施能力较弱；</li> <li>3. 规范操作和创新意识有待提高。</li> </ol>		

	学习特点	1. 想象力不足、理论联系实际进行操作的能力不够；能够熟练使用计算机和Photoshop软件； 2. 喜欢借助微课、小组合作、游戏、视频、软件等信息化、多样化的方式学习。		
教学目标	知识目标	1. 掌握Photoshop优化或制作图片的方法和注意事项； 2. 掌握亚马逊Listing详情页面标准； 3. 掌握全国职业技能大赛“互联网+国际贸易”中B2C模块的运营规则。		
	能力目标	1. 能够运用Photoshop的各种工具，规范而合理而又有新意地对亚马逊平台产品的主图和辅图进行优化处理； 2. 能够运用混合图层，以及各种工具创作海报、优化符合跨境电商平台要求的图片； 3. 能够团体合作，共同完成基于企业真实的产品海报和平台图片处理商业项目。		
	素质目标	1. 培养精益求精、务实创新的职业素养。 2. 加强中国文字素养、民族品牌意识和工匠精神。 3. 形成良好的团队合作精神和沟通合作能力。		
教学重点	能规范地使用Photoshop完成亚马逊平台产品图片处理	教学难点	文字、套索、形状、图章、钢笔、移动等Photoshop工具的作业方法	
教法	成果导向法	学法	自主探究、小组协作	
教学资源	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  云班课                 </div> <div style="text-align: center;">  奥派跨境电商综合实训仿真软件                 </div> <div style="text-align: center;">  微信                 </div> <div style="text-align: center;">  Photoshop软件                 </div> <div style="text-align: center;">  腾讯会议                 </div> </div>			

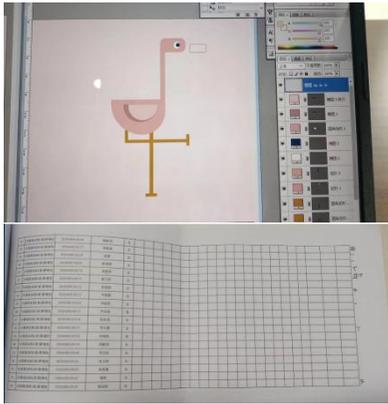
教学过程  
思维导图



教学过程——课前“知任务”

教学内容	教师活动	教学资源		
<p><b>知任务</b></p> <p>1. 通过云班课，学生接收任务单3：Photoshop产品图片优化，了解基于企业实际的4个产品图片、商品海报处理任务；</p> <p>2. 利用互联网，了解亚马逊平台listing网页页面标准，尤其是主题和辅图的标准。</p>	<p>1. 校企“二元”导师线上、线下沟通任务单的完成程序，修改、确定教学设计；</p> <p>2. 通过云班课平台发布任务及微课；</p> <p>3. 提醒学生及时完成相应实训任务。</p>			
	<p><b>学生活动</b></p>	<p><b>校企双师研讨任务设计</b></p>	<p><b>云班课发布任务</b></p>	<p><b>活页式任务单 2</b></p>
	<p>1. 接收任务，登录云班课领取活页式、项目式任务单；</p> <p>2. 了解项目实施程序，了解企业客户的具体要求；</p> <p>3. 搜索企业背景资料，了解企业的理念；</p> <p>4. 组成小组。</p>			
<p><b>设计意图</b></p>	<p>3. 基于企业真实项目设计教学，提升学生的专业水平和职业能力；</p> <p>4. 小组合作，培养学生主动学习的习惯。</p>			

## 教学过程——课中“探原理—究方法”

教学内容	教师活动	教学资源	
<p><b>探原理</b></p> <p><b>(45分钟)</b></p> <p>1. 2个小组探究综合运用Photoshop图层样式、混合模式、形状、文字等工具编辑产品海报，以达到亚马逊平台listing网页页面标准；</p> <p>2. 2个小组运用图章、钢笔、套索等工具，探究店铺产品海报的产品、文字和布局的处理，达到“瞬间阅读”的效果</p>	<p>1. 演示图层样式、混合模式、形状、文字、图章、钢笔、套索、移动等工具的应用方法和技巧；</p> <p>2. 引用博大精深的中华文字，突出本任务的重点；</p> <p>3. 听取学生汇报，答疑解惑。</p>		<p>Can you recognize these words?</p> <p>或 彤 昞 弄 图 鼻          产 夙 片 鬻 嬰 折          扎 处 琴 袞 豹 厨          灑 莖 先 理 屋 爰</p>
	<p><b>学生活动</b></p>		<p><b>教师讲解各工具应用方法并演示成果</b></p>
	<p>1. 根据老师的演示，团队协助，运用Photoshop软件，分别完成4个企业项目的草图；</p> <p>2. 组长汇报并小组学习初级成果，介绍作品的整体构思、使用的Photoshop工具及操作的流程；</p> <p>3. 同学互评：评价产品图片有待完善之处。</p>		
<p><b>设计意图</b></p>	<p>1. 让学生把Photoshop软件工具的理论知识应用到企业项目实践中；</p> <p>2. 培养学生互相协作、自主学习的精神。</p>		

教学内容	学生活动	教学资源																
<p><b>究方法</b></p> <p><b>(60分钟)</b></p> <p>1.混合模式： 使用要求：必须两个或两个以上的图层才能进行混合；混合模式分组；重要的混合模式选项；</p> <p>2. 企业VI的颜色、文字与布局；</p> <p>3.亚马逊平台图片的要求；</p> <p>4.1+X跨境电商数据运营职业技能等级标准；</p> <p>5.全国职业技能大赛“互联网+国际贸易”竞赛规程。</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 总结亚马逊listing产品详情页对主图和辅图的要求；</li> <li>2. 突出在1+X跨境电商数据运营职业技能等级标准以及全国职业技能大赛“互联网+国际贸易”竞赛规程中对产品图片的规范要求；</li> <li>3. 介绍并演示混合模式的种类与应用技巧；</li> <li>4. 监控任务完成情况，评价学生已优化的作品。</li> </ol>		 <table border="1" data-bbox="1617 414 1980 612"> <caption>考核内容及时间表</caption> <thead> <tr> <th>准考证号</th> <th>等级</th> <th>考核科目</th> <th>考核时间</th> <th>考场号</th> <th>考场地点</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>20010012214401900001</td> <td rowspan="2">蓝</td> <td>理论考核</td> <td>2020年 12月6日 14:00-15:00</td> <td rowspan="2">1</td> <td rowspan="2">广州科技职业技术大学 数字楼 4407</td> </tr> <tr> <td>200100122144019000010</td> <td>实操考核</td> <td>2020年 12月6日 15:00-16:00</td> </tr> </tbody> </table>	准考证号	等级	考核科目	考核时间	考场号	考场地点	20010012214401900001	蓝	理论考核	2020年 12月6日 14:00-15:00	1	广州科技职业技术大学 数字楼 4407	200100122144019000010	实操考核	2020年 12月6日 15:00-16:00
	准考证号	等级	考核科目	考核时间	考场号	考场地点												
	20010012214401900001	蓝	理论考核	2020年 12月6日 14:00-15:00	1	广州科技职业技术大学 数字楼 4407												
200100122144019000010	实操考核		2020年 12月6日 15:00-16:00															
<p><b>学生活动</b></p>	<p><b>演示：混合模式</b></p>	<p><b>对接1+X技能等级标准与职业技能大赛</b></p>																
<p><b>设计意图</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 根据教师对亚马逊平台图片的规范，4个小组结对讨论草稿作品的优化方法；</li> <li>2. 小组合作，对原始作品进行第二次修改，并把成果上传到云班课平台；</li> <li>3. 归纳总结，内化成职业技能。</li> </ol>	 <p><b>结对讨论</b></p>	 <p><b>分组协作</b></p>															

## 教学过程——课后“拓技能”

教学内容	教师活动	教学资源	
<p><b>强技能</b></p> <p><b>(75分钟)</b></p> <p>1.应用混合模式，完成教师发放的图片处理方案1、方案2、方案3；</p> <p>2.讨论并比较3个方案的优劣；</p> <p>3. 总结混合模式的应用规律。</p>	<p>1. 引导学生做出方案；</p> <p>2. 鼓励学生自主探索；</p> <p>3. 答疑。</p>		
	<b>学生活动</b>	<b>指导方案</b>	<b>自主探索</b>
	<p>1. 做出方案1、方案2、方案3；</p> <p>2. 汇报各自方案的构思；</p> <p>3. 总结混合模式的应用规律。</p>	 <p style="text-align: center;">方案1、2、3</p>	<p>3.重要的混合模式选项 (4个)</p> <p>①加深混合组: <b>正片叠底</b> (去白留黑)</p> <p>②减淡混合组: <b>滤色</b> (去黑留白)</p> <p>③比较混合组: <b>叠加</b>, 使你的颜色跟下方图层进行有机的的叠加, 同时修改下方图层的本身的亮度和明暗程度, 比较柔和的效果</p> <p style="text-align: center;"><b>柔光</b>, 效果更好, 画面更融合</p>
		<b>完成方案</b>	<b>总结规律</b>

教学内容	教师活动	教学资源	
<p><b>拓本领</b></p> <p>1. 综合运用本次任务知识，完成产品图片综合处理；</p> <p>2. 成果推广与应用；</p> <p>3. 成果应用效果反馈。</p>	<p>1. 鼓励学生选取并完成校企合作资源库的拓展任务；</p> <p>2. 根据学情数据，对学生作品评价、推优，把优秀成果动态补充进校企合作资源库；</p> <p>3. 查漏补缺，针对性地对基础薄弱学生进行分层辅导；</p> <p>4. 校企双师成果应用情况反馈。</p>	<p><input type="checkbox"/>  案例一 汇源果汁.doc</p> <p><input type="checkbox"/>  案例二 麦当劳.doc</p> <p><input type="checkbox"/>  案例四 斯航.doc</p> <p><input type="checkbox"/>  案例五 美国米勒公司.doc</p> <p><input type="checkbox"/>  案例三 奇瑞Q.doc</p>	 
	<p><b>学生活动</b></p>	<p><b>校企合作资源库</b></p>	<p><b>优秀成果入库</b></p>
	<p>1. 选取拓展任务并完成；</p> <p>2. 根据校企双师反馈进行阶段性反思与自驱式改进。</p>	<p>资源基础统计数据</p>  <p>94 视频总个数 总时长：9时15分</p> <p>0 音频总个数 audio</p> <p>169 文档总个数 document</p>	 <p><b>课后拓展：线上答疑</b></p>
<p><b>设计意图</b></p>	<p>1. 分层教学，为学生提供个性化指导；</p> <p>2. 培养学生自我管理的意识和习惯。</p>		
<p><b>课后反思</b></p>	<p>1. 课程知识从浅到深、从易到难，符合学生的学习习惯和认知规律；</p> <p>2. 互动良好，自主学习配对、小组、集体活动引导合理，课堂气氛活跃；文字导入部分效果较好，以后更要把中华优秀传统文化引进课堂；基于企业真实任务组织教学内容，极大地激发了学生的学习兴趣；</p> <p>3. 有待改善：企业“标志矢量图的制作”的拓展任务的过于复杂，应当先分解难度、逐步推进。</p>		

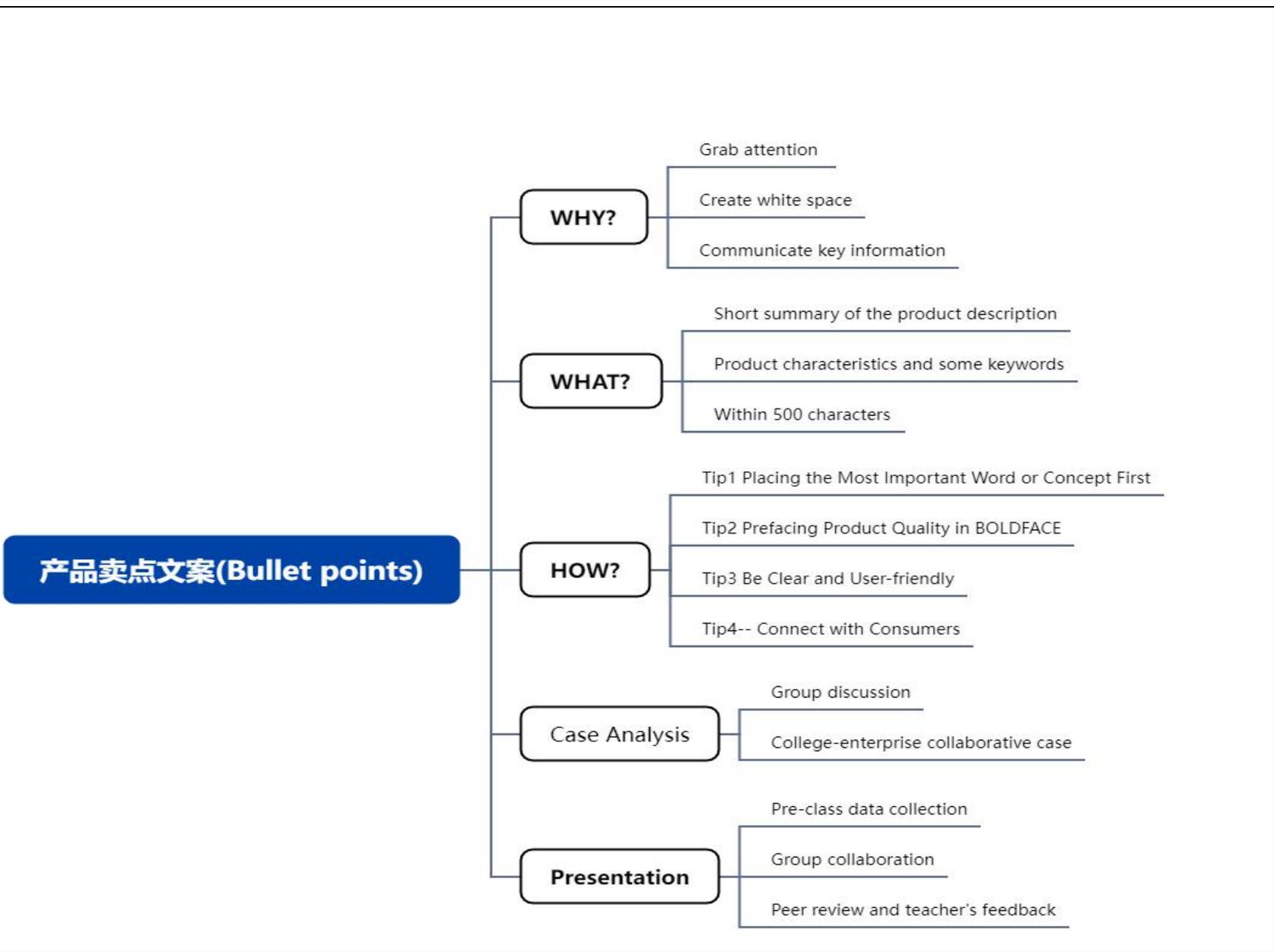
## 任务点 6.1 产品卖点文案

<b>任务名称</b>	任务点 6.1 产品卖点文案		<b>授课学时</b>	2 学时
<b>所属项目</b>	项目六 跨境选品和产品信息化		<b>所属课程</b>	跨境电商运营与管理
<b>授课班级</b>	20商务英语本科4-6班		<b>授课时间</b>	第9周
<b>授课地点</b>	跨境电商综合实训室		<b>教学模式</b>	线上线下混合式教学
<b>学情分析</b>	知识和技能基础	<p>1. 通过前几个项目的学习，已经初步认识了跨境电商海外市场调研操作、产品成本核算与定价、跨境选品与产品标题、产品图片优化。</p> <p>2. 学生学习了前导课程《国际商务概论》《商务英语写作》，已掌握跨境平台规则、跨境产品定价、跨境产品标题撰写、产品图片优化等技能。</p> <p>3. 根据前面的学习，学生未能根据标题以及产品特性提炼产品卖点并进行描述。</p>		
	认知和实践能力	<p>1. 通过《跨境电商概论》《跨境电商客服》等专业课程的学习，具有遵纪守法、保护知识产权等意识，培育细心耐心的工匠精神。</p> <p>2. 理解跨境电商交易的基本流程，提升跨境电商产品开发力。</p> <p>3. 了解跨境电商进出口国家的文化和风俗礼仪，熟悉海外客户的消费习惯。</p> <p>4. 掌握跨境电商选品的分类和方法，能为不同目标市场选择商品。</p>		

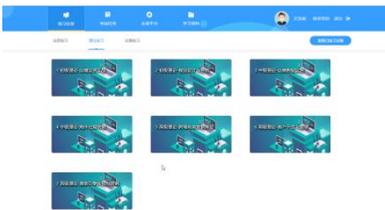
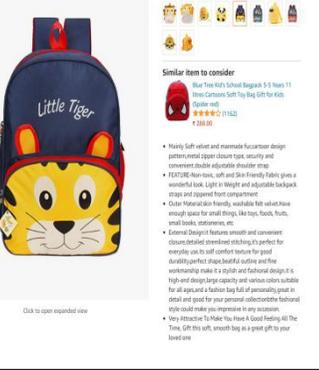
	<b>学习特点</b>	1. 善于用互联网资源提升学习效率和效果 2. 注重实践应用，注重实践技能的提升 3. 对新技术感兴趣，学习更具个性化	
<b>教学目标</b>	<b>知识目标</b>	1. 熟悉产品特征信息和定位 2. 掌握平台类目卖点挖掘方式 3. 掌握卖点信息编辑的方法 4. 掌握专业化描述卖点的方式	
	<b>能力目标</b>	1. 能够编辑产品卖点信息 2. 能够用准确的语言地描述卖点 3. 能够在卖点描述列举产品特征信息	
	<b>素质目标</b>	1. 具有跨境电商业务经营的职业道德，遵守行业法规 2. 养成耐心细心的习惯，注重工作效率和时间观念 3. 注重团队精神，善于沟通与合作	
<b>教学重点</b>	专业化描述卖点的方式	<b>教学难点</b>	进行产品卖点五点描述
<b>教法</b>	成果导向法、任务驱动法	<b>学法</b>	自主探究、小组合作
<b>教学资源</b>	 亚马逊销售排行榜工具	 奥派跨境电商综合实训软件	 典阅跨境电商案例实训系统

## 教学过程

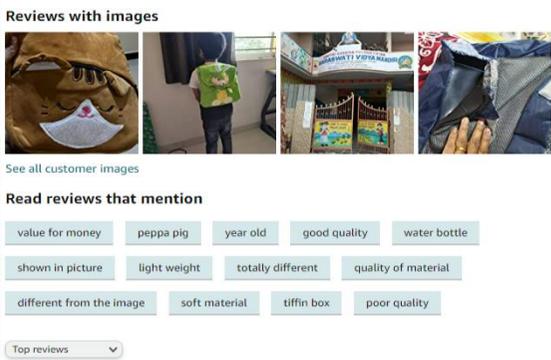
## 思维导图

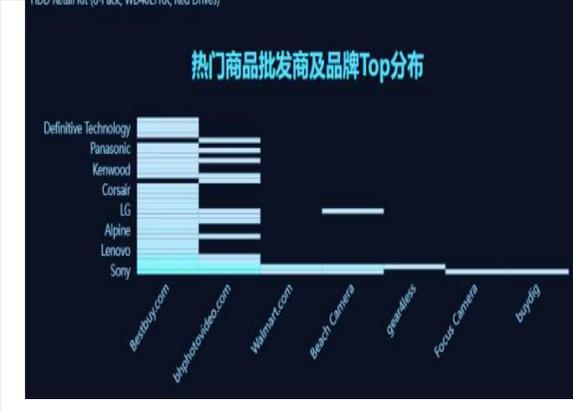


教学过程——课前“知任务”

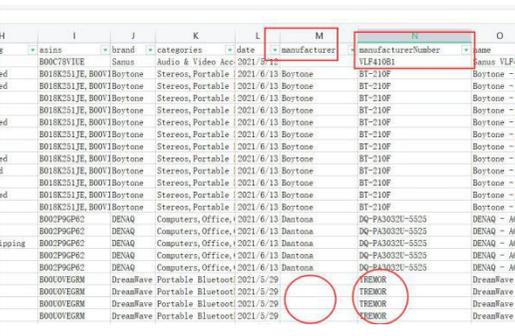
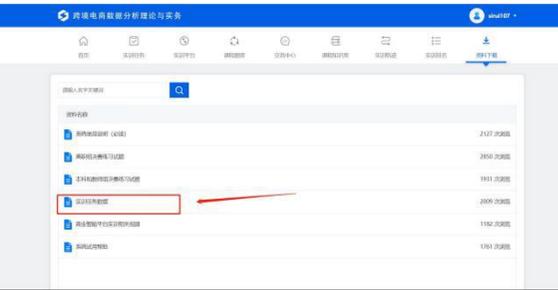
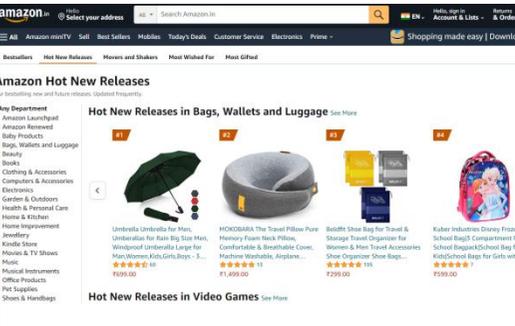
教学内容	教师活动	教学资源		
<p><b>知任务</b></p> <p>1. 通过案例分析，了解跨境产品特征信息和定位；</p> <p>2. 观看演示，掌握卖点信息编辑的方法；</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 实训平台发布任务及微课；</li> <li>2. 登录后台收集数据，发布相应实训任务；</li> <li>3. 校企双师线上沟通教学过程，修改、确定教学素材和教学设计；</li> </ol>			
<p>3. 教师引入先导案例，引导学生学习关于掌握专业化描述卖点的方式。</p>	<p><b>学生活动</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 登陆跨境电商B2C模拟实训平台完成练习；</li> <li>2. 查询竞品顾客评价，查看热销产品评论，并提炼关键词；</li> <li>3. 根据产品特征信息和适用人群撰写五点卖点；</li> <li>4. 参与小组讨论，积极总结和反思遇到的问题。</li> </ol>		<p>Reviews with images</p>  <p>See all customer images</p> <p>Read reviews that mention</p> <p>american tourist   light weight   water resistant</p> <p>rain cover   poor quality   waste of money</p> <p>good quality   worth for money   waterproof</p> <p>Top reviews</p>	
<p><b>设计意图</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 充分发挥学生的主观能动性，利用线上平台灵活发布任务，学生随时随地可进行学习；</li> <li>2. 根据学生反馈，灵活调整学生学习策略。</li> </ol>	<p>学生练习发布平台</p>	<p>查询竞品顾客评价</p>	<p>撰写五点卖点</p>

## 教学过程——课中“探原理—究方法”

教学内容	教师活动学生活动	教学资源	
<p><b>探原理</b></p> <p><b>(小组汇报)</b></p> <p><b>(15 分钟)</b></p> <p>1. 小组汇报产品信息简介和热销关键词提取任务；</p>	<p>1.操作实训软件，介绍热销产品关键词提取技巧；</p> <p>2. 听取学生汇报，进行答疑解惑；</p> <p>3. 引入企业导师讲解工作场景案例。</p>		<p>Reviews with images</p> 
<p>2. 导入热销商品卖点文案，突出教学重难点；</p> <p>3. 探究撰写卖点技巧。</p>	<p><b>学生活动</b></p> <p>1. 小组汇报资料收集成果，包括产品信息简介和热销关键词提取任务；</p> <p>2. 班级小组学生进行互评；</p> <p>3. 教师点评学生撰写的卖点，并展示优秀卖点文案。</p>	<p><b>企业导师课堂实训</b></p> 	<p><b>教师操作实操软件</b></p> 
<p><b>设计意图</b></p>	<p>1. 学生小组探究，在合作学习中提升学习效率，培养团队协作能力；</p> <p>2. 学生通过互评，在点评中对知识进行复盘和总结。</p>	<p><b>小组汇报</b></p>	<p><b>真实后台数据导出学习</b></p>

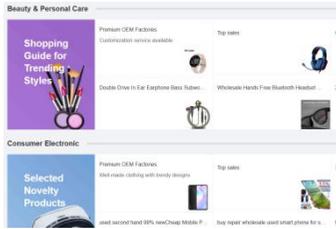
教学内容	教师活动	教学资源	
<p><b>究方法</b></p> <p><b>(60 分钟)</b></p> <p>1. 介绍五点卖点描述的重要性;</p> <p>2. 介绍五点卖点描述的要求;</p> <p>3. 讲解五点卖点词序;</p>	<p>1. 教师讲解撰写方法并演示;</p> <p>2. 小组讨论案例;</p> <p>3. 教师评价练习, 总结重点难点。</p>		
<p>3. 讲解五点卖点词序;</p>	<p><b>学生活动</b></p> <p>1. 在不同类目合作搜索优秀竞品关键词;</p> <p>2. 学生按照卖点描述方法撰写卖点文案;</p> <p>3. 使用实训软件, 分组尝试对本小组所选商品编辑卖点信息。</p>	<p><b>教师分组点评</b></p> 	<p><b>教师评价练习</b></p> 
	<p><b>学生分组编辑信息</b></p>	<p><b>分组编辑卖点信息</b></p>	
<p><b>设计意图</b></p>	<p>1. 讲解优秀案例, 加深学生对卖点描述方法的理解;</p> <p>2. 合作编辑卖点信息, 在实训中合作发现问题并解决问题。</p>		

# 教学过程——课后“固本领”

教学内容	教师活动	教学资源	
<p><b>固本领</b></p> <p>1. 小组在校企合作教学资源库中抽取拓展案例；</p> <p>2. 对不同类目选品的卖点描述案例进行总结；</p> <p>3. 课后在线测试，学生撰写实训报告。</p>	<p>1. 小组在校企合作资源库中抽取不同的产品补充相关技巧；</p> <p>2. 微信群进行讨论并加以总结；</p> <p><b>学生活动</b></p> <p>1. 根据数据反馈，单独对掌握程度不足的小组进行指导；</p> <p>2. 设计课后线上拓展课程，供有余力的学生进一步学习，学生可自己编辑学习笔记。</p>		
		<p><b>分析品类产品数据</b></p>	<p><b>课后线上拓展课程</b></p>
			
		<p><b>校企合作资源库</b></p>	<p><b>微信群讨论</b></p>
<p><b>设计意图</b></p>	<p>1. 选取校企合作教学资源库案例，还原真实工作场景，任务型驱动教学；</p> <p>2. 针对不同品类总结卖点描述方法，反思、总结教学任务。</p>		
<p><b>课后反思</b></p>	<p>1. 基于奥派跨境电商实训软件，保障线上线下混合式教学；</p> <p>2. 通过分组展示、小组互评等方式促进朋辈触类旁通，共同提高；</p> <p>3. 引入企业实际案例，还原实训教学真实场景；</p> <p>4. 充分利用课前、课后交流答疑，改进教学成效。</p>		

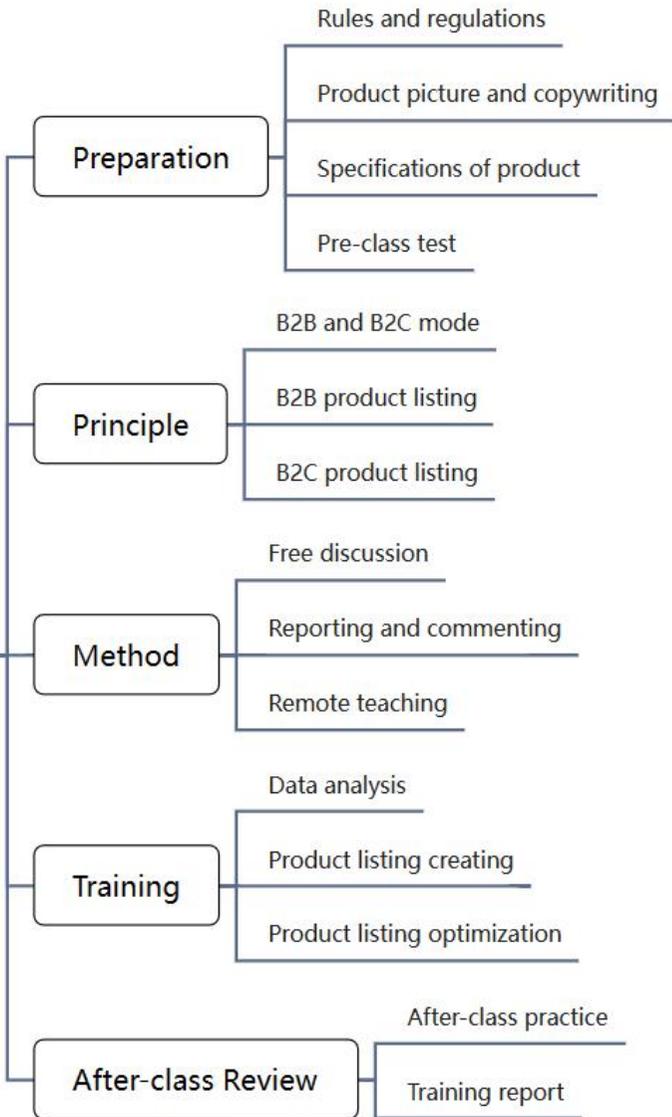
## 任务点 6.2 产品上传综合实训

<b>任务名称</b>	任务点 6.2 产品上传综合实训		<b>授课学时</b>	4 学时
<b>所属项目</b>	项目六 跨境电商产品刊登与发布		<b>所属课程</b>	跨境电商运营与管理
<b>授课班级</b>	20商务英语本科4-6班		<b>授课时间</b>	第10-11周
<b>授课地点</b>	跨境电商综合实训室		<b>教学模式</b>	线上线下混合式教学
<b>学情分析</b>	知识和技能基础	1. 学生已经学习了市场调研、选品、标题及关键词撰写、图片处理等技巧； 2. 学生已经对跨境电商运营与管理的基本规则较为熟悉； 3. 学生已初步掌握跨境电商运营与管理工作的框架，通过实操可进一步强化相关技能； 4. 学生具备国际贸易、商务英语写作等基本课程所包含的知识。		
	认知和实践能力	1. 通过前面项目的学习，具备打造详情页的基本能力； 2. 懂得使用基本产品分析工具进行产品处理； 3. 懂得撰写跨境电商营销文案； 4. 懂得处理跨境电商产品图片。		

	学习特点	1. 动手能力强，通过演示、小组合作等方式，学生在训练后可进行真实平台的实训操作； 2. 喜欢借助微课、在线平台等信息化手段学习； 3. 学生对课程实用性的期待较高。	
教学目标	知识目标	1. 学习产品卖点描述的方法 2. 了解B2B, B2C产品详情页的构成 3. 掌握刊登跨境电商产品的规则与限制	
	能力目标	1. 掌握跨境产品刊登的操作步骤及方法 2. 能在亚马逊、国际站、速卖通等平台发布产品 3. 能对商品页面进行优化	
	素质目标	1. 拥有良好的跨境电子商务基本素养 2. 具备创新意识和创新精神，形成系统全面的思辨意识 3. 形成良好的团队合作精神和沟通合作能力	
教学重点	跨境电商产品详情页的构成	教学难点	产品刊登与发布操作
教法	成果导向法、演示法、任务驱动法	学 法	小组合作法、仿真实训法
教学资源	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  <p>奥派跨境电商综合实训软件</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>亚马逊卖家中心</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>亚马逊运营工具</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>虚拟产品资源库</p> </div> </div>		

教学过程  
思维导图

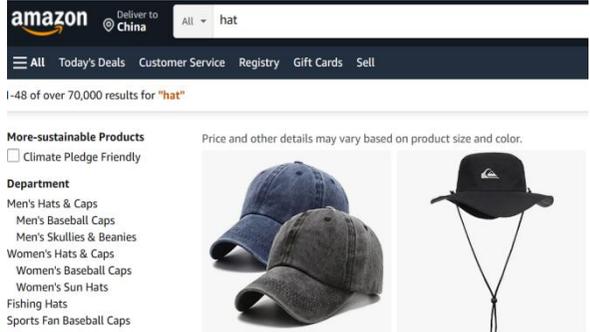
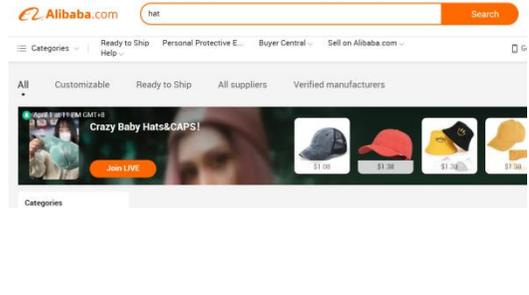
产品上传综合实训  
(Training: Creating  
a Product Listing)



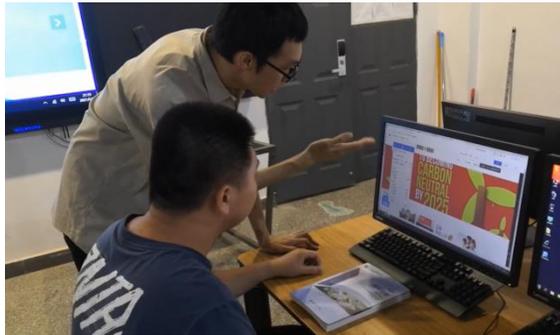
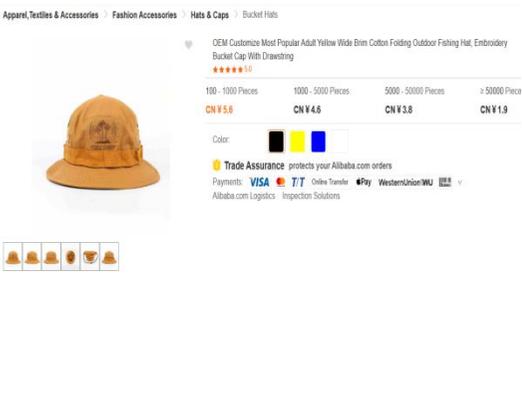
## 教学过程——课前“知任务”

教学内容	教师活动	教学资源	
<p><b>知任务</b></p> <p>1. 明确跨境电商平台上传的各个步骤；</p> <p>2. 结合仿真软件模拟真实平台的发货流程，使用真实产品进行练习；</p> <p>3. 按平台特点的不同打造差异化详情页；</p> <p>4. 小组讨论，突显产品卖点及特色。</p>	<p>1. 教师将课程所需学习资源上传学习平台，包括产品资料包、属性表等；</p> <p>2. 根据学生前期学习情况做好学情分析，了解其对产品刊登发布的基础知识掌握情况；</p> <p>3. 发布学习任务，确保学生提前知晓实训任务；</p> <p>4. 企业讲师解读平台产品刊登的禁限售规则。</p>		
	<b>学生活动</b>	<b>奥派实训任务发布</b>	<b>企业讲师解读禁限售规则</b>
	<p>1. 接收信息，登录课程平台接收课程任务，并将前几个项目的备用素材上传云端；</p> <p>2. 提前学习各平台产品刊登发布的限制与知识产权保护规则；</p> <p>3. 独立完成课前知识测试。</p>		
<b>设计意图</b>	<p>1. 优先学习相关政策法规及平台规则，融入课程思政元素。</p> <p>2. 企业讲师与校内专任教师配合，充分发挥双师授课的优势。</p>		

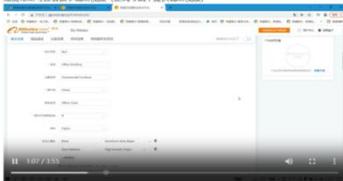
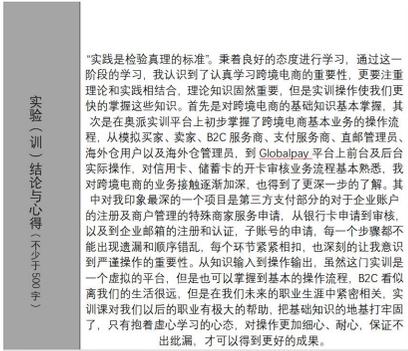
## 教学过程——课中“探原理—究方法—强技能”

教学内容	教师活动	教学资源	
<p><b>探原理</b></p> <p>(30 分钟)</p> <p>1. 介绍跨境电商B2B与B2C模式在平台运营、产品发布等方面的异同；</p> <p>2. 分析B2C模式下的产品发布技巧；</p> <p>3. 分析B2B模式下的产品发布技巧</p>	<p>1. 区分B2B与B2C经营模式所带来的“人”“货”“商”等方面存在的差异；</p> <p>2. 利用真实账号，结合多媒体工具，分析B2C情感导向的详情页打造理念；</p> <p>3. 利用真实账号，结合多媒体工具，分析B2B关系导向的详情页打造理念；</p>		
	<p><b>学生活动</b></p>	<p><b>多媒体教学</b></p>	<p><b>亚马逊平台</b></p>
	<p>1. 小组讨论并轮流进行接龙，举例说明B2B与B2C模式的产品详情页侧重点；</p> <p>2. 登录相关平台进行自主学习，参考其他卖家在打造详情页方面的特点及差异；</p>		
<p><b>设计意图</b></p>	<p>1. 对比分析教学，将原本分散的知识点融合起来进行学习，学生更容易理解接受；</p> <p>2. 接入互联网依托真实跨境电商平台进行学习，确保教学内容对接最新信息。</p>		

教学内容	教师活动	教学资源																															
<p><b>究方法</b></p> <p><b>(60 分钟)</b></p> <p>1. 分析商品详情页的构成要素；</p> <p>2. 讲解详情页打造的关键因素；</p> <p>3. 运用实训软件进行产品刊登操作的演示。</p>	<p>1. 教师演示产品发布操作，并讲解产品上传过程中的技巧与注意事项；</p> <p>2. 企业讲师于跨境电商企业进行第二课堂远程授课；</p> <p>3. 邀请小组上台进行点评</p>																																
	<p><b>学生活动</b></p> <p>1. 学生自由讨论，由组长收集问题汇报教师；</p> <p>2. 学生与企业讲师进行在线沟通；</p> <p>3. 登录实训平台进入产品刊登入口进行准备操作。</p>	<p><b>教师现场操作</b></p> 	<p><b>合作企业远程授课</b></p> <table border="1" data-bbox="1473 742 2078 1077"> <thead> <tr> <th>营销品名</th> <th>产品类型</th> <th>价格</th> <th>负责人</th> <th>更新时间</th> <th>产品分类</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2023 New Arrival Plastic Portable... 分组: drinking ware ID: 3472725</td> <td>Customization</td> <td>2.25-3.25/Piece</td> <td>姜连生</td> <td>2023-03-29 17:31:03</td> <td>爆品</td> </tr> <tr> <td>Cheap Ergonomic Office Desk Sta... 型号: EEC-6204A 分组: furniture ID: 3451985</td> <td>Customization</td> <td>56.99-59.99/Piece</td> <td>姜连生</td> <td>2023-03-28 10:04:35</td> <td>爆品</td> </tr> <tr> <td>Original Global ROM FOR Xiaomi ... 型号: RED 分组: redmi ID: 268111</td> <td>Ready to Ship</td> <td>101.23-91/Piece</td> <td></td> <td>2023-03-15 20:07:42</td> <td>爆品</td> </tr> <tr> <td>2020 New Note20+ Android AMO... 分组: Mobile Phone ID: 268114</td> <td>Ready to Ship</td> <td>75.26-84.65/Piece</td> <td>scyl</td> <td>2023-03-15 20:06:46</td> <td>潜力品</td> </tr> </tbody> </table>	营销品名	产品类型	价格	负责人	更新时间	产品分类	2023 New Arrival Plastic Portable... 分组: drinking ware ID: 3472725	Customization	2.25-3.25/Piece	姜连生	2023-03-29 17:31:03	爆品	Cheap Ergonomic Office Desk Sta... 型号: EEC-6204A 分组: furniture ID: 3451985	Customization	56.99-59.99/Piece	姜连生	2023-03-28 10:04:35	爆品	Original Global ROM FOR Xiaomi ... 型号: RED 分组: redmi ID: 268111	Ready to Ship	101.23-91/Piece		2023-03-15 20:07:42	爆品	2020 New Note20+ Android AMO... 分组: Mobile Phone ID: 268114	Ready to Ship	75.26-84.65/Piece	scyl	2023-03-15 20:06:46	潜力品
	营销品名	产品类型	价格	负责人	更新时间	产品分类																											
2023 New Arrival Plastic Portable... 分组: drinking ware ID: 3472725	Customization	2.25-3.25/Piece	姜连生	2023-03-29 17:31:03	爆品																												
Cheap Ergonomic Office Desk Sta... 型号: EEC-6204A 分组: furniture ID: 3451985	Customization	56.99-59.99/Piece	姜连生	2023-03-28 10:04:35	爆品																												
Original Global ROM FOR Xiaomi ... 型号: RED 分组: redmi ID: 268111	Ready to Ship	101.23-91/Piece		2023-03-15 20:07:42	爆品																												
2020 New Note20+ Android AMO... 分组: Mobile Phone ID: 268114	Ready to Ship	75.26-84.65/Piece	scyl	2023-03-15 20:06:46	潜力品																												
<p><b>学生模拟店铺页面</b></p>	<p><b>后台产品刊登与发布页面</b></p>																																
<p><b>设计意图</b></p>	<p>1. 采用演示法进行教学，并采用线下专任教师仿真演示+线上企业讲师真实操作的双师授课形式，强化教学效果；</p> <p>2. 多媒体一体化机房进行学习，学生可边听边操作，强化动手能力；</p> <p>3. 理论融入技能，以岗位要求为导向设计讲解内容。</p>																																

教学内容	教师活动	教学资源	
<p><b>做中学</b></p> <p><b>(90 分钟)</b></p> <p>1. 根据实训任务要求，学生独立进行产品发布操作；</p> <p>2. 根据模拟市场数据面板，分析产品详情页打造的质量；</p> <p>3. 产品详情页打造完成后，进行课堂自评、互评、教师点评。</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 监控学生实操情况，及时对不能很好地进行实操的同学进行指导与讲解；</li> <li>2. 组织各小组进行互评；</li> <li>3. 展示市场数据，分析学生所发布的产品详情页的不足；</li> <li>4. 教师进行项目总结评价。</li> </ol>		
	<p><b>学生活动</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 学生使用实训平台上传产品，完成后使用插件查看产品上传质量分；</li> <li>2. 小组成员间进行详情页互评，并由组长收集互评结果；</li> <li>3. 根据教师的点评意见，对产品详情页进行优化。</li> </ol>	<p><b>Tool4seller产品数据工具</b></p> 	<p><b>单独指导及分组指导</b></p> 
	<p><b>学生产品详情页作品</b></p>	<p><b>产品信息质量检测插件</b></p>	
<p><b>设计意图</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 由学生主导课堂，教师负责协助学生进行产品发布，并根据实际情况调整教学内容；</li> <li>2. 采用多元主体的评价机制，多角度优化学生作品，促进学生思考；</li> <li>3. 将前几个项目的技巧融入教学中，使学生融会贯通，形成较为完整的技能框架；</li> <li>4. 实操在1+X跨境电商数据运营技能等级证书考试平台展开，形成课证融通。</li> </ol>		

## 教学过程——课后“固本领”

教学内容	教师活动	教学资源	
<p><b>固本领</b></p> <p>1. 课后继续优化产品详情页，由企业讲师点评；</p> <p>2. 学习微课，拓展了解其他平台的产品发布操作；</p> <p>3. 撰写总结报告，教师进行评价</p>	<p>1. 设计并发布课后习题；</p> <p>2. 录制微课，要求学生模拟其他平台进行产品发布实操，举一反三；</p> <p>3. 及时对学生实操过程中的相关问题进行汇总，批改学生的实训报告。</p>	<p>教学资源：</p> <p>(1) 进入“发布产品”模块；</p> <p>(2) 按照要求与输出素材填写产品信息，并提交发布；</p> <p>(3) 参加多人实训平台进行实操，同时操作与商家后台进行登录，平台管理功能查看（学校教师管理账号未开通此功能）。</p> 	<p>1. 以下四个选项中，不属于跨境电商平台的是？</p> <p>A. Amazon    B. Ali Express    C. Facebook    D. Global Sources</p> <p>2. 以下哪种支付方式不是跨境 B2C 的常用工具？</p> <p>A. 信用卡    B. 西联汇款    C. 托收    D. PayPal</p> <p>3. 以下关于跨境电商平台店铺 B2C 的说法中，正确的是</p> <p>A. 大多数平台不需要缴纳平台会费</p> <p>B. B2B 平台以小额零售业务为主</p> <p>C. B2C 平台以大额批发业务为主</p> <p>D. 平台会对进驻商家进行身份审核</p> <p>4. 以下哪一项不是商品详情页描述的必要构成要素？</p> <p>A. 产品参数</p> <p>B. 营销渠道</p> <p>C. 产品图片</p> <p>D. 产品价格</p>
	<p><b>学生活动</b></p> <p>1. 学生根据教师反馈意见进一步优化产品详情页；</p> <p>2. 提交实训报告；</p> <p>3. 按微课提供的思路，进入实训系统完成产品发布其他练习及实操任务。</p>	<p><b>微课视频</b></p> 	<p><b>课后习题例题</b></p> 
		<p><b>实训报告</b></p>	<p><b>其他信息编辑</b></p>
<p><b>设计意图</b></p>	<p>1. 技能导向，补充课堂内未涉及的其他实操技能供学有余力的学生进行自主学习，增加学习深度；</p> <p>2. 总结产品发布项目学习成果，并为后续的履约及订单处理等项目做准备。</p>		
<p><b>课后反思</b></p>	<p>1. 产品上传作为跨境电商卖家核心技能，应安排足够时间进行理论讲解及技能实操；</p> <p>2. 通过组内互评、组间互评、教师互评等多种形式，集思广益，完善商品详情页；</p> <p>3. 结合真实市场产品指标等数据，体现课程实用性；</p> <p>4. 承上启下，在讲述新知识的同时也要不断回顾已学知识点，如标题撰写规则及图片处理等，以便顺利完成本节综合实训操作。</p>		