

课程教学进度计划表

一、基本信息

课程名称	跨境电商客户管理				
课程代码	2060830	课程序号	5023	课程学分/学时	32/2
授课教师	张江	教师工号	17017	专/兼职	专职
上课班级	电子商务 B22-1、2	班级人数	42	上课教室	8223
答疑安排	周一 5-8 地点:8416 电话：15921995669				
课程号/课程网站	云班课/1711130				
选用教材	自编教材				
参考教材与资料	【跨境电商：平台规则+采购物流+通关合规全案，农家庆，清华大学出版社第一版】 【跨境电子商务客户服务，隋东旭、邹益民，清华大学出版社第一版】 【跨境电商客服——阿里巴巴速卖通宝典，速卖通培训中心，电子工业出版社 第一版】 【在线客户价值管理，井然哲著，清华大学出版社 第一版】				

二、课程教学进度安排

课次	课时	教学内容	教学方式	作业
1	2	电商发展的新特征/客户管理的理念	教师指导+ 学生实践	
2	2	客户管理的技术/跨境客户管理认知	教师指导+ 学生实践	案例应用
3	2	客户类型和客户特点	教师指导+ 学生实践	
4	2	客户特点量表设计与实践	教师指导+ 学生实践	案例应用
5	2	客户细分	教师指导+	

			学生实践	
6	2	客户管理模型-RFM	教师指导+ 学生实践	案例应用
7	2	Spssau 基础讲解	教师指导+ 学生实践	网站实操 练习
8	2	Spssau 中 RFM 应用	教师指导+ 学生实践	案例应用
9	2	客户信息收集与分级	教师指导+ 学生实践	
10	2	客户满意度	教师指导+ 学生实践	
11	2	客户满意度分析	教师指导+ 学生实践	案例应用
12	2	客户忠诚度与客户忠诚度分析	教师指导+ 学生实践	案例应用
13	2	跨境品牌客户管理	教师指导+ 学生实践	
14	2	客户沟通	教师指导+ 学生实践	项目实践
15	2	跨境客户的纠纷处理	教师指导+ 学生实践	项目实践
16	2	跨境客户报告撰写	教师指导+ 学生实践	项目实践

三、考核方式

总评构成	占比	考核方式
X1	15%	课堂表现（出勤率及课堂互动）
X2	20%	客户关系案例分析
X3	25%	RFM 模型分析实验报告
X4	40%	跨境电商客户管理报告

任课教师:

系主任审核:

日期:

2025. 2. 21