**《电子商务法教程》基础教案**

**一、课程定位**

本课程是法学、电子商务、经济管理等专业的核心课程，以《中华人民共和国电子商务法》及相关配套法规（《网络交易监督管理办法》《网络交易执法协查暂行办法》等）为核心，结合电子商务实务场景，系统讲解电子商务法律体系的基本原理、规则与实践应用。课程兼具理论性与实务性，既注重阐释电子商务法的立法精神与法理逻辑，又通过典型案例、实践模拟等方式培养学生运用法律知识解决电子商务领域实际问题的能力，为学生未来从事电子商务法律实务、企业合规管理、监管执法等工作奠定基础，同时助力学生理解数字经济背景下电子商务法治建设的前沿动态。

**二、课程目标**

**（一）知识目标**

1.掌握电子商务法的基本概念、调整对象、立法目的与基本原则，明晰《电子商务法》与《民法典》《消费者权益保护法》《反不正当竞争法》等相关法律的衔接关系。

2.理解电子商务经营者（平台经营者、平台内经营者、自建网站经营者等）的主体资格、权利义务与法律责任，能准确区分不同类型经营者的合规要求。

3.电子商务合同的订立（要约与承诺规则）、履行（标的交付、电子支付）流程及法律规制，掌握电子合同与传统合同的差异及特殊规则。

4.掌握电子商务交易保障体系，包括数据安全保护、市场公平竞争、消费者权益保护及争议解决机制的核心规则。

5.了解国家促进电子商务发展的基本原则与具体措施（基础设施建设、农村电商、跨境电商扶持等），以及电子商务监督管理体系与跨境电商监管的特殊要求。

**（二）能力目标**

1.能够运用电子商务法规则分析实务案例，准确判断电子商务交易中的法律关系（如平台与商家、消费者的权利义务纠纷），提出合规建议或纠纷解决方案。

2.具备电子商务合同全流程合规审查能力，能识别电子合同订立、履行中的法律风险（如格式条款无效情形、电子支付错误责任划分）。

3.能针对电子商务经营者（如平台、商家等）设计基础合规方案，涵盖数据收集使用、消费者权益保护、公平竞争等核心环节。

4.掌握电子商务争议解决的多元途径（协商、调解、行政投诉、仲裁、诉讼、在线争议解决），能模拟处理典型电子商务纠纷（如消费者维权、跨境电商备案争议等）。

**（三）素养目标**

1.树立数字经济背景下的法治思维，认识到电子商务合规对企业可持续发展、消费者权益保护及市场秩序维护的重要性。

2.培养严谨的法律逻辑与实务操作意识，在分析电子商务法律问题时做到“以法条为依据、以案例为支撑”。

3.增强对电子商务领域前沿法律问题（如大数据杀熟、跨境数据流动、直播电商合规等）的关注与研究兴趣，具备持续学习电子商务法治动态的能力。

**三、课程内容与课时安排**

本课程共8章内容，总课时64课时，每周2课时，共16周。具体安排如下：

| **周次** | **章节** | **核心内容** | **课时分配** | **教学形式** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 第1-2周 | 第1章 电子商务及电子商务法 | 1.电子商务的概念、分类（B2B/B2C/C2C等）与特征（跨区域性、便捷性等）  2.电子商务法的概念（广义与狭义）、立法进程（2018年《电子商务法》出台及配套规章）  3.《电子商务法》的调整对象（排除金融类产品、新闻服务等）与立法目的  4.《电子商务法》的基本原则（鼓励创新、自愿平等公平诚信、规范监管等）  5.案例分析：电子商务活动是否适用《电子商务法》的判定 | 4课时（理论讲授3课时+案例分析1课时） | 理论讲授（法条解读+短视频辅助）、案例讨论（如“微商是否属于电子商务经营者”） |
| 第3-4周 | 第2章 电子商务经营者 | 1.电子商务经营者的概念、特征（法定性、营利性、虚拟性）与分类（平台经营者、平台内经营者等）  2.电子商务经营者的市场准入（主体登记与豁免情形）与退出（主动退出30日公示义务）  3.电子商务经营者的一般义务（纳税、行政许可、信息公示、消费者权益保护等）  4.平台经营者的特殊权利（制定交易规则）与义务（核验登记、安全保障、知识产权保护等）  5.案例分析：平台“二选一”行为的法律责任判定 | 4课时（理论讲授3课时+实践模拟1课时） | 理论讲授、实践模拟（模拟平台核验商家资质流程） |
| 第5-6周 | 第3章 电子商务合同的订立及履行 | 1.电子商务合同的概念、特征（无纸化、功能等同化）与分类（点击合同、EDI合同等）  2.电子商务合同的订立：要约与承诺的认定（商品详情页是否构成要约）、合同成立时间（订单提交成功时）与地点  3.电子商务合同的履行：标的交付时间（快递签收、在线传输检索识别时）、电子支付的当事人权利义务与责任划分  4.案例分析：电子支付错误的责任承担、标的交付风险转移争议 | 4课时（理论讲授3课时+案例研讨1课时） | 理论讲授、案例研讨（如“消费者另行选择快递导致商品损坏的风险承担”） |
| 第7-8周 | 第4章 电子商务的交易保障 | 1.电子商务数据保护：数据与个人信息的区分、数据处理者的安全保障义务（分类分级保护、风险补救）  2.电子商务市场秩序：不正当竞争行为（虚假宣传、流量劫持、滥用相对优势地位）与反垄断规制  3.消费者权益保护：消费者核心权利（知情权、反悔权）与经营者义务（真实信息披露、售后保障）  4.电子商务争议解决：传统途径（协商、诉讼）与在线争议解决（ODR）机制  5.案例分析：直播带货虚假宣传的责任划分、数据泄露的赔偿纠纷 | 4课时（理论讲授3课时+实践模拟1课时） | 理论讲授、实践模拟（模拟消费者直播购物维权流程） |
| 第9-10周 | 第5章 电子商务的促进与发展 | 1.国家促进电子商务发展的基本原则（创新发展、绿色发展、融合发展）  2.具体促进措施：基础设施建设（物流网络、统计制度）、数据应用与共享、信用评价体系建设  3.农村电子商务发展（物流优化、品牌建设、精准扶贫）  4.跨境电子商务发展：海关监管、税收优惠、海外仓支持  5.案例分析：某县域农村电商促进方案设计、跨境电商综合试验区政策应用 | 4课时（理论讲授2课时+方案设计2课时） | 理论讲授、小组任务（设计农村电商促进方案） |
| 第11-12周 | 第6章 电子商务的监督管理 | 1.电子商务监督管理的基本原则（鼓励创新、包容审慎、严守底线、线上线下一体化）  2.监督管理体系：横向（市场监管、海关、税务等部门协作）与纵向（国家-省-市-县四级监管）体系  3.具体监管措施：行政检查、信息公示、行政处罚、信用监管  4.电子商务经营者的法律责任：民事责任（违约、侵权）、行政责任（罚款、吊销许可）、刑事责任（非法获取个人信息罪等）  5.案例分析：平台未履行商家审核义务的行政处罚 | 4课时（理论讲授3课时+案例分析1课时） | 理论讲授、案例分析（如“平台因未核验食品经营许可证被处罚”） |
| 第13-14周 | 第7章 跨境电子商务的发展与监管 | 1.跨境电子商务的概念、特征（跨境性、复杂性）与业态（B2B跨境电商、跨境直播等）  2.跨境电商的特殊管理制度：海关监管（清单申报、保税仓储）、税收政策（免税额度、综合税）、检验检疫  3.跨境电商的国际合作：“一带一路”电商合作、跨境争议解决（国际调解、司法协助）  4.跨境电商的风险与应对：合规风险（进口国质量标准）、物流风险（清关受阻）的化解策略  5.案例分析：跨境电商未办理备案被海关查处的合规整改 | 4课时（理论讲授3课时+合规规划1课时） | 理论讲授、小组任务（设计跨境电商欧盟市场合规方案） |
| 第15-16周 | 第8章 电子商务经营者的法律责任 | 1.电子商务经营者法律责任概述：责任类型（民事/行政/刑事）与归责原则（过错责任、无过错责任）  2.平台经营者的特殊责任：连带责任（明知商家侵权未采取措施）、补充责任（未尽安全保障义务）、先行赔付责任  3.平台内经营者与自建网站经营者的责任差异：商品质量责任、虚假宣传责任  4.责任免责情形：不可抗力、用户过错的举证要求  5.综合案例分析：平台多违规行为（数据泄露+删除差评）的责任认定与整改 | 4课时（理论讲授2课时+综合案例研讨2课时） | 理论讲授、综合案例研讨（结合全章知识解决复杂纠纷） |

**四、考核内容**

**（一）知识考核**

1.基础概念与原理：电子商务法的调整范围、基本原则、经营者分类、电子合同订立规则等核心知识点的掌握程度。

2.法条应用能力：能准确引用《电子商务法》及配套规章的条款，分析实务问题（如“平台‘二选一’违反《电子商务法》第三十五条”）。

3.体系化理解：能梳理电子商务法与相关法律的衔接逻辑（如电子合同与《民法典》合同编的适用关系），把握电子商务法治体系的整体框架。

**（二）能力考核**

1.案例分析能力：能从案例中识别法律关系、明确争议焦点、依据法条提出责任划分与解决方案（如“电子支付错误的责任归属”）。

2.合规方案设计能力：能针对特定场景（如跨境电商入驻亚马逊欧洲站、平台商家资质审核）设计合规流程，覆盖主体资格、数据保护、消费者权益等环节。

3.争议解决能力：能选择恰当的争议解决途径（如在线调解、互联网法院诉讼），模拟处理电子商务纠纷（如“消费者因商品与直播宣传不符维权”）。

**五、考核方式**

本课程采用“平时成绩+期末考核”综合考核方式，总分100分，具体占比与要求如下：

| **考核类型** | **占比** | **具体要求** |
| --- | --- | --- |
| 平时成绩 | 50% | 1.课堂表现（15%）：出勤情况（5%）：无无故缺勤，请假需提供有效证明；课堂参与（10%）：主动参与案例讨论、法条解读，能结合教材内容发表观点（如分析“数据收集的‘合法、正当、必要’原则”）  2.实践作业（20%）：共3次实践任务：“电子商务平台入驻流程设计”“农村电商促进方案”“跨境电商合规方案”；评分标准：合规性（贴合教材法条，40%）、完整性（覆盖教材要求的核心环节，30%）、可行性（参考教材案例设计落地步骤，30%）  3.案例分析报告（15%）：提交1份实务案例分析报告（选题范围：数据泄露纠纷、跨境电商备案争议、电子合同效力争议等）；报告需包含：案情介绍（20%）、教材法条依据（30%）、责任认定（结合教材责任规则，30%）、解决方案（参考教材应对策略，20%） |
| 期末考核 | 50% | 1.考核形式：闭卷笔试（案例分析题为主，共45题）  2.考核内容：覆盖教材8章核心知识，素材源于教材典型案例或延伸场景（如“平台未公示配送费规则的行政处罚”“跨境电商商品未贴中文标签的合规整改”）  3.评分标准：教材条款引用准确性（40%）：能精准引用对应法条（如《电子商务法》第五十一条“标的交付时间”）；分析深度（30%）：结合教材中经营者义务、责任划分等内容，逻辑清晰推导结论；方案可行性（30%）：参考教材实践要求，提出具体可操作的合规或整改建议 |