**《电子商务法教程》教学大纲**

**一、课程基本信息**

| 课程名称 | 电子商务法 |
| --- | --- |
| 适用对象 | 高等院校电子商务、法学、经济管理等相关专业本科、专科学生 |
| 课程时长 | 32课时（理论24课时 + 实践8课时） |
| 课程目标 | 1.系统掌握《电子商务法》及配套法规（《网络交易监督管理办法》《数据安全法》等）的核心条款与立法精神，构建完整的电子商务法律知识框架，明晰电子商务各主体的权利义务边界。  2.提升在电子商务实践场景（如平台运营、跨境交易、数据保护、消费者维权）中的法律风险识别、合规分析与纠纷解决能力，能运用法律条款解决实际问题。  3.培养电子商务法治思维，树立“合规是发展前提”的职业理念，为从事电商法律实务、平台合规管理、跨境电商监管等工作奠定专业基础。 |
| 课程重点 | 1.电子商务经营者分类及义务（平台经营者、平台内经营者、自建网站经营者的权责划分）。  2.电子商务合同的订立与履行（电子要约承诺认定、交付时间界定、电子支付安全责任）。  3.电子商务交易保障（数据安全保护、消费者权益保护、公平竞争规制）。  4.电子商务的促进与监管（农村电商、跨境电商支持政策，监督管理体系与执法协查机制）。 |
| 课程难点 | 1. 电子商务平台经营者“准公共管理职能”的界定（审核义务、安全保障义务、知识产权保护义务的实践边界）。 2. 数据安全保护中“合法、正当、必要”原则的应用（用户信息收集范围、数据跨境流动合规）。 3. 跨境电子商务多部门协同监管（海关、税务、外汇、检验检疫的规则衔接）。   4.在线争议解决机制（ODR）与传统诉讼、仲裁的衔接适用。 |

**二、课程教学大纲（16周，每周2课时，共32课时；对应教材8章内容，每章 4课时）**

**第1章 电子商务及电子商务法（第1-2周，共4课时）**

**1.电子商务概述（第1周，2课时）**

（1）理论讲授（1.5课时）

电子商务的概念与法律界定：依据《电子商务法》第二条，明确“通过互联网等信息网络销售商品或提供服务的经营活动”定义，强调“经营属性”（持续性、营利性），区分“偶发闲置转让”与“经营性销售”的法律边界，结合法条注释说明信息网络范围（互联网、移动互联网等）、商品与服务范畴（有形产品、无形产品、在线服务）。

电子商务的主要特征：结合教材中跨区域性、便捷性、低成本性、安全性、数据驱动性五大特征，逐一拆解实例（如跨境电商体现跨区域性、移动支付体现便捷性、无实体店铺降低成本），引用教材中“电子商务平台数据驱动精准营销”案例，说明特征对商业模式的影响。

电子商务的分类：按交易主体（B2B/B2C/C2C/B2G/C2B）、交易模式（传统电商 / 社交电商 / 直播电商 / 跨境电商）、业务模式（自营模式 / 平台模式 / 订阅电商 / 团购电商）展开，结合教材中阿里巴巴（B2B）、京东自营（B2C）、闲鱼（C2C）、拼多多（社交 + 团购）等案例，分析不同分类的商业逻辑与法律适用差异。

（2）课堂讨论与案例分析（0.5课时）

讨论主题：自然人通过微信朋友圈销售自制糕点，是否属于《电子商务法》调整的电子商务活动？

引导方向：结合教材中“经营活动”的定义（以营利为目的的持续性业务），区分“偶尔销售”与“定期售卖”，引用《网络交易监督管理办法》中“零星小额交易（年交易额≤10 万元）豁免登记”的规定，让学生分组发表观点并说明法律依据，教师总结判断标准。

**2.电子商务法概述与基本原则（第2周，2课时）**

（1）理论讲授（1.2课时）

电子商务法的概念与调整范围：区分广义（所有涉及电商的法律规范集合，如《数据安全法》《个人信息保护法》）与狭义（《电子商务法》）定义，依据教材中第二条第三款，明确排除范围（金融类产品、新闻信息服务、音视频节目服务等），结合 2021 年《网络交易监督管理办法》、2024 年《网络交易执法协查暂行办法》，说明配套法规对《电子商务法》的细化补充（如平台协查义务、新业态监管）。

电子商务法的立法进程与立法目的：梳理教材中立法时间线（2004 年《电子签名法》→2013 年启动电商立法→2018 年《电子商务法》通过→2019 年施行），结合第一条“保障各方权益、规范行为、维护秩序、促进发展”的立法目的，分析法律出台对解决“平台责任模糊”“消费者维权难”等问题的意义。

电子商务法的基本原则：依据教材内容，重点讲解鼓励创新原则（支持社交电商、直播电商新业态，不预设具体业态限制）、自愿平等公平诚信原则（禁止“二选一”“大数据杀熟”，第五条）、线上线下平等原则（禁止歧视性监管，第四条）、数据信息开发利用和保护均衡原则（平衡数据价值与隐私保护，第二十三条）、社会共治原则（政府、平台、行业组织、消费者协同治理），结合教材中典型案例（如平台“二选一”违反公平原则）辅助理解。

（2）案例分析与实践应用（0.8课时）

案例：某电商平台对新老用户实行差异化定价（老用户价格更高），消费者投诉平台“大数据杀熟”。

分析任务：引导学生结合教材中平等、公平原则及《消费者权益保护法实施条例》第九条，判断平台行为是否违法；从“提供非个性化定价选项”“公示定价规则”“允许用户查询定价依据”三个角度，提出合规整改建议，教师结合教材中“消费者公平交易权”内容点评方案合理性。

**第2章 电子商务经营者（第3-4周，共4课时）**

**1.电子商务经营者的概念、分类与市场准入（第3周，2课时）**

（1）理论讲授（1课时）

电子商务经营者的概念与特征：依据教材中第九条，明确“通过互联网等信息网络从事经营活动的自然人、法人、非法人组织”定义，提炼法定性（商事主体法定）、营利性（持续经营获利）、虚拟性（依托网络媒介）三大特征，结合教材中“自然人不能成为平台经营者”（需法人或非法人组织）的规定，说明主体资格限制。

电子商务经营者的分类：详细拆解教材中三类主体 —— 电子商务平台经营者（如淘宝、抖音电商，提供经营场所、撮合交易，需法人或非法人组织）、平台内经营者（入驻商家，依赖平台开展经营）、通过自建网站 / 其他网络服务经营者（如品牌官网、微商），对比三者法律地位差异（如平台经营者需承担核验登记义务，平台内经营者需遵守平台规则），引用教材中“京东自营既是平台经营者也是平台内经营者”的案例说明主体重合情形。

电子商务经营者的市场准入：讲解教材中第十条“市场主体登记义务”，明确登记豁免情形（个人销售自产农副产品、便民劳务活动、零星小额交易），结合《网络交易监督管理办法》细化“便民劳务活动”范围（保洁、洗涤、家电维修等）、“零星小额交易”标准（年交易额≤10 万元），说明“线下已登记经营者线上经营无需重复登记”的线上线下一致原则，引用教材中“个人微商登记豁免”案例辅助理解。

（2）实践操作与小组任务（1课时）

任务：分组模拟“个体工商户入驻电商平台”流程

具体要求：每组需列出经营者需提交的材料（身份信息、营业执照、行政许可证明，如食品经营者需食品经营许可证），并依据教材第二十七条“平台核验登记义务”，说明平台需审核的内容（材料真实性、资质有效性）、登记档案建立要求、定期核验义务；各组展示流程后，教师结合教材中“平台未履行核验义务的法律责任”（如先行赔付）点评材料完整性与合规性。

**2.电子商务经营者的义务与权利（第4周，2课时）**

（1）理论讲授（1课时）

电子商务经营者的一般义务：依据教材内容，梳理核心义务 —— 依法纳税（第十一条，未登记经营者首次纳税需办税务登记）、行政许可（第十二条，特殊行业如食品、药品需许可）、安全保障与环境保护（第十三条，商品符合人身财产安全，符合环保要求）、出具购货凭证（第十四条，电子发票与纸质发票同等效力）、信息公示（第十五条，首页显著位置公示营业执照、行政许可，变更需及时更新）、终止经营公示（第十六条，提前 30 日公示）、保护消费者权益（第十七条，禁止虚构交易、编造评价）、用户信息管理（第二十三条，合法收集使用个人信息，第二十四条，保障用户查询、更正、删除、注销权）。

电子商务平台经营者的特殊义务与权利：重点讲解平台专属义务 —— 核验登记与信息报送（第二十七条，向市场监管、税务部门报送商家信息）、安全保障义务（第三十条，保障网络安全，第三十八条，对关系消费者生命健康的商品严格审核，未尽义务需承担连带责任或相应责任）、信用评价制度（第三十九条，建立信用评价机制，不得删除消费者真实评价）、搜索结果与竞价排名提示（第四十条，按价格、销量、信用展示结果，竞价排名需标“广告”）、知识产权保护（第四十一条，建立保护规则，适用“避风港规则”）；结合教材中“平台制定服务协议的权利”（第三十二条，公开公平公正原则）、“采取处置措施的权利”（如下架违规商品），说明权利与义务的对等性。

非平台电子商务经营者的义务与权利：讲解平台内经营者（遵守平台规则、配合核验登记、保障商品质量）、自建网站经营者（遵守电信管理规定、备案义务，如食品经营者需向监管部门备案）的义务，结合教材中“平台内经营者退出平台的权利”（第三十四条，不接受规则修改可退出，平台不得阻拦），说明非平台经营者的核心权利（经营自主权、对平台侵权的追责权）。

（2）小组讨论与案例分析（1课时）

讨论主题：电子商务平台能否自行删除消费者发布的负面评价？

讨论依据：结合教材第三十九条“平台应保障消费者评价权，不得删除真实评价”及“某平台因删除差评被罚 30 万元”案例。

讨论任务：分组从“评价真实性判断标准”“平台可删除的评价类型（如违法违规内容）”“消费者对删除评价的申诉途径”三个维度展开讨论，形成《平台评价管理合规细则》（包含 5-6 条核心条款），教师结合教材中“信用评价制度”内容点评细则合法性与可操作性。

**第3章 电子商务合同的订立及履行（第5-6周，共4课时）**

**1.电子商务合同的概念、特征与订立（第5周，2课时）**

（1）理论讲授（1课时）

电子商务合同的概念与特征：依据教材内容，明确“通过数据电文形式设立、变更、终止民事法律关系的协议”定义，对比传统合同，提炼订立方式网络化（依托网络 / 自动系统）、表现形式无纸化（电子数据存储，无原件复印件区分）、与书面合同功能等同化（满足“可调取查用”即等效，《电子签名法》第七条）三大特征，结合教材中“电子合同不适用传统书面签名要求”的内容，说明法律对电子合同效力的特殊认可。

电子商务合同的分类：按订立方式（点击合同、EDI 合同、电子邮件合同）、交易直接性（服务合同如平台用户协议、交易合同如网购合同）分类，结合教材中案例（如点击“同意”即成立的用户协议、EDI 系统自动生成的订单），分析不同类型合同的成立逻辑（如点击合同需提示格式条款）。

电子商务合同的订立：依据教材中要约与承诺规则，区分“商品信息要约”（价格、数量、规格明确，符合要约要件）与“要约邀请”（模糊宣传，如“限时优惠”未明确价格）；结合第四十九条，明确“用户选择商品 + 提交订单成功 = 合同成立”，禁止格式条款约定“支付后合同不成立”（该条款无效）；讲解自动信息系统订立合同的效力（第四十八条，系统行为对使用者具有法律效力，如自动接单）、数据电文生效时间（《电子签名法》第十一条，指定系统则进入时生效，未指定则知道或应当知道进入时生效），引用教材中“自动下单系统误下单”案例说明责任归属。

（2）实战演练与流程设计（1课时）

任务：分组为“虚拟图书电商平台”设计线上购书合同订立流程。

具体要求：流程需包含“商品详情页（明确要约内容：书名、价格、库存、配送时间）→用户选品→提交订单（承诺）→支付→合同成立通知”环节，标注每个环节对应的法律依据（如商品详情页符合要约要件、提交订单即承诺）；需避免“格式条款无效”情形（如不约定“平台可单方面取消订单”），教师结合教材中“电子合同订立规则”点评流程合规性，指出需优化的细节（如订单提交前提示用户核对信息）。

**2.电子商务合同的履行与电子支付（第6周，2课时）**

（1）理论讲授（1课时）

电子商务合同的履行：重点讲解标的交付时间，依据教材第五十一条，区分三类情形 —— 快递物流交付（收货人签收时间为交付时间，风险转移）、服务交付（电子 / 实物凭证载明时间，无载明或不一致则以实际服务时间为准）、在线传输交付（标的进入指定系统且可检索识别的时间，如电子书下载完成）；结合教材中“消费者另行选择快递服务商则自行承担风险”（第二十条）的规定，说明风险转移的例外情形；补充教材中“交付争议解决”（如商品损坏需举证、及时通知经营者）的实务要点。

电子支付的概念、特征与法律制度：依据教材中“电子支付是通过电子终端发出支付指令实现资金转移的行为”定义，提炼数字化（无实体货币流转）、设施依赖性（依赖网络 / 支付系统）、便捷高效（短时间完成支付）三大特征；梳理教材中电子支付法律体系（《电子商务法》第五十三条至五十七条、《电子支付指引（第一号）》、《非银行支付机构监督管理条例》），说明各法规的核心调整内容（如支付安全、用户权利、机构资质）。

电子支付当事人的权利与义务：依据教材，拆解付款人（用户）权利（知情权、交易记录获取权、违约索赔权）与义务（核对支付指令、保管安全工具、及时通知安全事件）、支付服务提供者（银行 / 第三方支付机构）权利（接受 / 拒绝指令、收取费用、无过错免责）与义务（审查指令、保障安全、公开信息、保存交易记录、确认支付信息）、电子认证机构义务（审查申请者资料、保密用户信息、发放 / 撤销证书），结合教材中“错误支付责任划分”（第五十五条，平台过错需赔偿，用户过错免责）案例辅助理解。

（2）案例分析与责任判定（1课时）

案例：消费者在某电商平台购买手机，支付后商家委托快递公司配送，快递途中因暴雨导致手机损坏，消费者要求商家重新发货，商家以“风险已转移给快递”为由拒绝。

分析任务：引导学生结合教材第二十条（经营者承担运输风险）、第五十一条（快递交付以签收为准），判断商家是否需承担责任（需重新发货或退款）；进一步分析快递服务商的责任（如快递公司存在保管不当，商家可追偿）；从“选择合规快递公司”“购买运输保险”“及时告知消费者物流状态”三个角度，提出商家风险防范建议，教师结合教材中“合同履行风险”内容点评方案可行性。

**第4章 电子商务的交易保障（第 7-8 周，共4课时）**

**1.电子商务数据保护与市场秩序（第7周，2课时）**

（1）理论讲授（1课时）

电子商务数据保护：依据教材中“数据是电子记录的信息，个人信息是可识别自然人的信息”定义，区分数据与个人信息的关系；结合《数据安全法》《个人信息保护法》及教材第二十三条，讲解数据处理者（电商经营者）的安全保护义务 —— 分类分级保护（重要数据严格管理）、技术与必要措施（加密、备份、访问控制）、风险监测与补救（发现漏洞及时处理，发生安全事件告知用户并报告主管部门）；重点说明教材中用户数据权利（查询、更正、删除、注销，第二十四条），禁止平台对用户权利设置不合理条件（如注销需提交过多材料），结合教材中“数据泄露赔偿案例”说明义务违反后果。

电子商务市场秩序与公平竞争：依据教材，梳理公平竞争制度的核心内容 —— 维护市场竞争机制（反对排除限制竞争）、鼓励创新（平衡创新与规范）、保护各方权益（经营者、消费者、线下主体）；结合《反不正当竞争法》《反垄断法》，分析教材中电子商务领域典型不正当竞争行为：虚假或引人误解的商业宣传（虚构交易、编造评价，第十七条）、流量劫持（强制跳转、关键词联想误导）、不当干扰（误导用户卸载其他软件）、恶意不兼容（排斥竞争对手产品）、滥用相对优势地位（平台对商家“二选一”“收取不合理费用”，第三十五条），引用教材中“平台‘二选一’被罚”案例说明法律规制逻辑。

（2）案例分析与合规建议（1课时）

案例：某电商平台要求入驻商家不得在其他平台开店，否则下架其商品并扣除保证金，商家投诉平台滥用优势地位。

分析任务：引导学生结合教材第三十五条（禁止平台不合理限制商家交易）、《反垄断法》“滥用市场支配地位”条款，判断平台行为是否违法；从“取消排他性要求”“透明化收费标准”“建立商家申诉机制”三个角度，提出平台合规整改方案，教师结合教材中“平台相对优势地位规制”内容点评方案，强调“平台需兼顾自身利益与商家权益”。

**2.电子商务消费者权益保护与争议解决（第8周，2课时）**

（1）理论讲授（1课时）

电子商务消费者权益保护：依据教材，明确消费者核心权利 —— 知情权（商品 / 服务信息全面真实披露，第十五条、第十七条）、安全保障权（商品符合人身财产安全，第十三条；平台安全保障义务，第三十八条）、选择权（自主选择商品 / 服务，拒绝搭售，第十九条；搜索结果提供非个性化选项，第十八条）、公平交易权（禁止强制交易、大数据杀熟，第五条）、反悔权（七日无理由退货，第二十五条，除外情形：定作、鲜活易腐、数字化商品等）、获得赔偿权（侵权或违约可索赔）；对应讲解电商经营者义务（提供真实信息、保障安全、尊重选择、公平交易、协助退货、赔偿损失），结合教材中“直播带货虚假宣传”案例说明权利救济路径。

电子商务争议解决：依据教材第六十条，梳理传统争议解决途径 —— 协商和解（双方自愿协商）、调解（消费者组织、行业协会、其他调解组织）、行政投诉（向市场监管部门投诉，七日内处理）、仲裁（需仲裁协议，一裁终局）、诉讼（互联网法院管辖，如杭州、北京、广州互联网法院）；重点讲解教材中在线争议解决机制（ODR，第六十三条）—— 平台可建立在线规则（自愿、公平），如淘宝“大众评审机制”，对比传统诉讼的效率优势（低成本、快处理），说明 ODR 与其他途径的衔接（如 ODR 失败可转向诉讼）。

（2）实践模拟与流程设计（1课时）

任务：分组模拟“消费者因‘直播带货商品与宣传不符（宣称‘纯天然无添加’实际含防腐剂）’维权”流程。

具体要求：各组需设计三环节 ——①消费者举证（直播回放截图、订单信息、商品检测报告）；②平台协助义务（依据第六十一条，提供商家真实信息、组织调解）；③维权结果（退货退款、赔偿，如假一赔三），需标注每个环节对应的教材法条（如第十七条“禁止虚假宣传”），教师结合教材中“消费者维权规则”“平台协助义务”点评流程合法性，指出需补充的细节（如消费者需在七日无理由退货期内申请）。

**第5章 电子商务的促进与发展（第9-10周，共4课时）**

**1.国家促进电子商务发展的基本原则与措施（第9周，2课时）**

（1）理论讲授（1课时）

国家促进电子商务发展的基本原则：依据教材，讲解创新发展原则（将电商纳入国民经济规划，第六十四条；支持数字贸易、跨境电商 + 产业带模式）、绿色发展原则（推动绿色包装、仓储、物流，第六十五条；减少电商对环境的负面影响）、融合发展原则（促进电商与农业、制造业、服务业融合，第六十七条；如“数商兴农”助力农产品上行）、协同发展原则（跨部门、跨区域协作，第六十六条；如物流与电商协同），结合教材中“农村电商促进精准扶贫”案例说明原则落地效果。

国家促进电子商务发展的具体措施：依据教材第五十五条至六十八条，拆解基础设施建设（完善物流网络，县乡村三级配送；推动公共数据开放，第六十九条；建设信用体系，第七十条）、政策支持（财政资金扶持、税收优惠、金融服务创新）、农村电商与数字贸易扶持（培育农村电商主体、建设产地仓；支持跨境电商综合试验区、海外仓建设）、技术创新与人才培养（鼓励电商技术研发、推广；开展电商培训），结合教材中“某县域通过农村电商提升农产品销量”案例，分析措施的实际作用。

电子商务促进的法治保障：讲解教材中“完善法律法规体系”（细化电商标准、规范执法）、“优化营商环境”（简化市场准入、降低合规成本）、“加强国际合作”（推动跨境电商规则对接、争议解决协作）的内容，说明法治保障对电商持续发展的支撑作用。

（2）实践任务与方案设计（1课时）

任务：分组为“某山区县（盛产茶叶，但销售渠道单一）”设计农村电商促进方案。

具体要求：方案需包含①物流优化（建立乡村配送站、与快递公司合作降低成本）；②品牌与溯源（打造“山区绿茶”区域品牌、建立农产品溯源系统）；③政策对接（申请农村电商扶持资金、对接电商平台“助农专区”）；④人才培养（开展电商运营培训），需引用教材中“农村电商促进措施”（第六十八条）作为方案依据，教师点评方案可行性，重点关注与当地资源的适配性（如结合茶叶采摘季节设计促销活动）。

**2.跨境电子商务的发展与监管（第10周，2课时）**

（1）理论讲授（1课时）

跨境电子商务的概念、特征与发展现状：依据教材，明确“分属不同关境的交易主体通过信息网络开展商品 / 服务交易的活动”定义，提炼跨境性（跨越国界）、复杂性（涉及多部门监管）、业态多样性（B2B 跨境电商、B2C 跨境电商、跨境直播）三大特征；结合教材中“跨境电商规模增长”“‘一带一路’电商合作”等内容，分析发展现状（如海外仓覆盖扩大、跨境支付便利化）及趋势（数字化、本地化）。

跨境电子商务的特殊管理制度：依据教材第七十一条，拆解海关监管（清单申报、保税仓储、无票免税）、税收政策（免税额度、退税便利、跨境电商综合税）、检验检疫（跨境商品质量抽检、风险预警）、支付结算（跨境支付机构资质、外汇管理），结合教材中“某企业通过亚马逊全球购销售商品的备案流程”案例，说明制度落地细节（如备案凭证、产品检验报告）。

跨境电子商务的国际合作与争议解决：讲解教材中第七十三条内容，包括推动与“一带一路”国家的电商合作（基础设施互联、规则对接）、建立跨境争议解决机制（国际调解、司法协助）、参与全球电商治理（推动多边规则制定），结合教材中“杭州互联网法院跨境贸易法庭”案例，说明我国在跨境电商争议解决中的实践（在线审理、跨境证据认定）。

（2）案例分析与合规梳理（1课时）

案例：某国内企业通过亚马逊全球购销售国产化妆品，因未办理跨境电商备案、产品未贴中文标签，被海关查处并扣押商品。

分析任务：引导学生结合教材第七十一条，梳理企业需补充的合规材料（跨境电商经营主体备案凭证、产品检验检疫报告、中文标签）；从“备案流程优化”（提前向海关提交材料）、“产品合规”（符合进口国质量标准、贴中文标签）、“物流与申报”（选择合规报关企业、如实申报商品信息）三个角度，优化企业跨境运营流程，教师结合教材中“跨境电商监管要求”点评方案，强调“合规是跨境电商可持续发展的前提”。

**第 6 章 电子商务的监督管理（第 11-12 周，共4课时）**

**1.电子商务监督管理的原则、体系与措施（第1周，2课时）**

（1）理论讲授（1课时）

电子商务监督管理的基本原则：依据教材第五十八条至五十九条，讲解依法监管原则（有法可依、执法规范）、公平监管原则（线上线下一致、无差别对待）、包容审慎原则（对新业态不简单禁止，动态调整监管）、协同治理原则（政府、平台、行业组织、消费者协同），结合教材中“直播电商初期包容监管，后期细化规则”的案例说明原则应用。

电子商务监督管理体系：依据教材，拆解横向体系（市场监管、海关、税务、网信、工信等部门分工协作，如市场监管管交易行为、海关管跨境商品）、纵向体系（国家 - 省 - 市 - 县四级监管，分级负责）、社会监督体系（行业组织自律、消费者举报、媒体监督），结合教材中“网络交易执法协查机制”（平台配合提供数据），说明体系运行效率的保障措施。

电子商务监督管理的具体措施：依据教材，梳理行政检查（实地检查、网络监测）、信息公示（违法企业名单公示）、行政指导（对新业态提供合规指引）、行政处罚（罚款、责令整改、吊销许可，如第八十一条未公示信息罚 2-10 万元）、信用监管（建立电商信用评价体系，失信联合惩戒），结合教材中“某平台因未履行商家审核义务被罚款”案例，说明措施的适用场景与力度。

（2）小组讨论与监管方案设计（1课时）

讨论主题：某社交平台出现“微商”销售未备案进口保健品，监管部门如何开展联合执法？

讨论要求：各组需梳理执法流程（市场监管部门牵头，网信部门协助获取交易数据、海关部门核查商品进口资质）、明确各部门职责（如市场监管部门调查商家资质、查处违法销售）、设计后续监管措施（如公示违法商家、对平台开展合规培训），需引用教材中“协同治理原则”“执法协查机制”作为依据，教师点评方案的可操作性，补充“建立跨部门信息共享平台”“定期开展联合巡查”等优化建议。

**2.电子商务经营者的法律责任（2课时）**

（1）理论讲授（1课时）

电子商务经营者法律责任概述：依据教材，明确责任类型（民事责任、行政责任、刑事责任），说明责任追究的基本原则（过错责任为主、无过错责任为辅，如平台安全保障义务的过错推定），结合教材中“责任竞合”（如经营者侵权同时违反行政规定，需同时承担民事赔偿与行政处罚）案例辅助理解。

电子商务经营者的民事责任：依据教材，拆解违约责任（如未按约定交付商品、支付延迟）、侵权责任（如泄露用户数据、销售假冒商品侵犯知识产权、虚假宣传侵犯消费者知情权），重点讲解平台经营者的特殊民事责任 —— 连带责任（明知 / 应知商家侵权未采取措施，第三十八条第一款）、补充责任（对生命健康商品未尽审核义务，第三十八条第二款）、先行赔付责任（无法提供商家信息时赔付，第五十八条第三款），结合教材中“平台因商家售假承担连带责任”案例说明责任适用。

电子商务经营者的行政责任与刑事责任：依据教材，梳理行政责任（警告、罚款、没收违法所得、责令停业整顿、吊销营业执照，如第八十二条平台滥用优势地位罚 5-200 万元）、刑事责任（如非法获取用户数据构成侵犯公民个人信息罪、销售伪劣商品构成生产销售伪劣产品罪），结合教材中“某经营者销售假冒品牌商品被追究刑事责任”案例，说明刑事责任的适用标准（如违法所得数额、社会危害程度）。

（2）案例分析与责任判定（1课时）

案例：某电商平台入驻商家销售过期食品，消费者食用后就医，经查平台未核验商家食品经营许可证，也未对食品保质期开展抽查。

分析任务：引导学生结合教材第三十八条（平台安全保障义务）、第五十八条（先行赔付）、第八十一条（行政处罚），判断平台需承担的责任 —— 民事补充责任（赔偿消费者医疗费、误工费）、行政责任（罚款、责令整改）；商家需承担的责任 —— 民事违约责任（退款、赔偿）、行政责任（罚款）、若情节严重可能承担刑事责任（销售不符合安全标准的食品罪）；从“完善商家资质审核”“建立商品质量抽查机制”“设立消费者赔付基金”三个角度，提出平台合规整改方案，教师结合教材中“平台责任条款”点评方案的全面性。

**第 7 章 跨境电子商务的发展与监管（第 13-14 周，共4课时）**

**1.跨境电子商务的业态、模式与国际合作（第13周，2课时）**

（1）理论讲授（1课时）

跨境电子商务的主要业态与模式：依据教材，分类讲解 B2B 跨境电商（企业间批发，如阿里巴巴国际站，涉及海关报关、外汇结算）、B2C 跨境电商（企业对个人零售，如亚马逊全球购、天猫国际，涉及保税发货、直邮）、C2C 跨境电商（个人对个人，如 eBay 海外个人卖家）、跨境直播电商（如 TikTok Shop 跨境直播，涉及多语言直播、跨境物流），结合教材中“不同模式的交易流程对比”案例，分析各业态的合规重点（如 B2B 需完整报关、B2C 需符合个人物品监管）。

跨境电子商务的国际环境与政策支持：依据教材，梳理全球跨境电商发展趋势（数字化、区域化）、主要国家 / 地区监管政策（如欧盟 GDPR 对跨境数据的要求、美国 FDA 对进口食品的监管）；讲解我国支持政策（跨境电商综合试验区扩容、海外仓建设补贴、税收优惠、人民币跨境支付便利化），结合教材中“某跨境电商企业通过综合试验区享受退税优惠”案例，说明政策对企业成本的降低作用。

跨境电子商务的国际交流与合作：依据教材第七十三条，重点讲解与“一带一路”国家的合作（基础设施互联、通关便利化、标准对接）、多边合作（参与 WTO 电商规则谈判、加入 APEC 跨境电商便利化框架）、争议解决合作（国际调解、司法协助、仲裁协作），结合教材中“中国 - 东盟跨境电商争议解决中心”案例，说明国际合作对解决“跨境维权难”的意义。

（2）实践任务与合规规划（1课时）

任务：分组为“某国产服装企业（计划通过亚马逊欧洲站销售产品）”设计跨境电商合规方案。

具体要求：方案需包含①主体合规（办理跨境电商经营备案、亚马逊平台入驻资质）；②产品合规（符合欧盟 CE 认证、标注多语言标签）；③数据合规（遵守 GDPR，收集用户信息需同意）；④税务合规（注册欧盟 VAT 税号、如实申报纳税）；⑤物流合规（选择有资质的跨境物流商、申报清关），需引用教材中“跨境电商监管要求”（第七十一条）作为依据，教师点评方案的完整性，指出需补充的细节（如购买产品责任保险、关注欧盟环保法规）。

**2.跨境电子商务的风险与应对（第14周，2课时）**

（1）理论讲授（1课时）

跨境电子商务的主要风险：依据教材，拆解合规风险（违反进口国质量标准、数据跨境违规、税务申报不实）、物流风险（运输延迟、商品损坏、清关受阻）、支付风险（汇率波动、跨境支付限制、支付安全）、市场风险（文化差异、竞争激烈、政策变动），结合教材中“某企业因未注册欧盟 VAT 被罚款”案例，说明合规风险的高发性与严重性。

跨境电子商务风险的应对策略：依据教材，从企业、政府、行业组织三个层面提出应对措施 —— 企业层面（建立合规团队、开展市场调研、选择合规服务商、购买风险保险）、政府层面（完善风险预警机制、提供合规培训、推动国际互认）、行业组织层面（制定行业标准、开展交流合作、协助企业维权），结合教材中“某跨境电商协会为企业提供欧盟法规培训”案例，说明行业组织的辅助作用。

跨境电子商务的未来发展趋势：依据教材，分析技术驱动（AI 选品、区块链溯源、AR 试穿）、模式创新（社交电商 + 跨境、直播电商 + 跨境）、监管完善（全球规则协同、数字化监管）三大趋势，结合教材中“区块链技术在跨境电商溯源中的应用”案例，说明技术对风险防控的提升作用。

（2）案例分析与风险应对（1课时）

案例：某跨境电商企业（销售电子产品至美国），因产品未通过美国 FCC 认证，被海关扣押，同时因未向用户告知数据收集用途，违反加州 CCPA 法规被消费者起诉”。

分析任务：引导学生结合教材中“跨境电商合规风险”内容，梳理企业面临的双重风险（产品合规、数据合规）；从“产品认证（提前申请 FCC 认证）、数据合规（优化隐私政策、获取用户同意）、风险预警（关注美国法规变动）、纠纷应对（委托当地律师处理诉讼）”四个角度，提出风险化解方案，教师结合教材中“风险应对策略”点评方案的有效性，强调“事前合规比事后应对更重要”。

**第 8 章 电子商务经营者的法律责任（第 15-16 周，共4课时）**

**1.电子商务经营者法律责任的细化与典型案例分析（第15周，2课时）**

（1）理论讲授（1课时）

不同类型电子商务经营者的法律责任差异：依据教材，对比平台经营者（责任更重，如审核、安全保障、知识产权保护义务）、平台内经营者（主要承担商品 / 服务质量责任、诚信经营责任）、自建网站经营者（承担独立合规责任，如资质备案、数据保护）的责任边界，结合教材中“平台内经营者售假，平台与商家责任划分”案例，说明责任承担的具体情形（如平台未尽审核义务需连带）。

电子商务经营者民事责任的承担方式：依据教材，详细讲解继续履行（如重新发货、完成服务）、赔偿损失（直接损失 + 间接损失，如医疗费、误工费、预期利润）、采取补救措施（如维修、更换、退货）、支付违约金（按约定或法定），结合教材中“违约金过高的调整”案例，说明赔偿金额的合理性判断标准。

电子商务经营者行政责任的适用情形与幅度：依据教材，梳理常见违法情形（未公示信息、虚假宣传、滥用优势地位、数据泄露）对应的行政处罚（罚款金额、整改要求），如第八十一条“未公示平台服务协议”罚 2-10 万元，情节严重罚 10-50 万元；第八十二条“平台滥用优势地位”罚 5-50 万元，情节严重罚 50-200 万元，结合教材中“行政处罚幅度考量因素”（违法情节、社会危害、整改态度）案例辅助理解。

（2）案例分析与责任细化（1课时）

案例：某直播电商主播在直播中宣称“其销售的保健品可治疗糖尿病”，消费者购买后无效，主播所属 MCN 机构、直播平台均未对宣传内容审核。

分析任务：引导学生结合教材第十七条（虚假宣传）、第三十八条（平台审核义务）、第五十八条（先行赔付），细化三方责任 —— 主播（民事赔偿、行政罚款，若情节严重可能承担刑事责任）、MCN 机构（连带民事责任，未履行管理义务）、平台（补充民事责任、行政罚款，未审核宣传内容）；从“主播培训、内容预审、违规处罚”三个角度，提出平台合规整改方案，教师结合教材中“多方责任划分”内容点评方案，强调“各主体需各司其职，避免责任推诿”。

**2.电子商务法律责任的免责情形与课程综合应用（第1周，2课时）**

（1）理论讲授（1课时）

电子商务经营者的免责情形：依据教材，梳理法定免责（不可抗力，如地震导致物流中断；用户过错，如泄露密码导致账户被盗）、约定免责（合同中明确的合理免责条款，如“因用户提供信息错误导致订单错误，平台免责”，需不违反法律强制性规定），结合教材中“平台因不可抗力免责”案例，说明免责的举证要求（如提供地震灾害证明）。

电子商务法律责任的追究程序：依据教材，讲解民事责任追究（协商→调解→仲裁→诉讼）、行政责任追究（调查→告知→听证→处罚→复议 / 诉讼）、刑事责任追究（立案→侦查→起诉→审判→执行）的流程，重点说明诉讼中的证据要求（电子合同、交易记录、聊天记录、检测报告），结合教材中“电子证据的效力认定”案例，强调证据留存的重要性（如公证、备份）。

课程知识综合应用：串联“主体义务→行为规范→责任承担”逻辑，以“某跨境电商平台全流程合规”为例，从商家入驻审核（第二章）→合同订立（第三章）→商品交付（第三章）→数据保护（第四章）→消费者维权（第四章）→监管应对（第六章）→责任承担（第八章），引导学生运用各章核心知识分析合规要点，培养系统思维。

（2）综合案例分析与知识应用（1课时）

案例：某跨境电商平台（A 平台）存在以下问题：①未核验部分入驻商家的食品经营许可证；②向用户收集与服务无关的人脸信息；③对消费者的负面评价进行删除；④因系统漏洞导致用户支付信息泄露，消费者投诉后平台拒绝赔偿。

分析任务：要求学生结合教材各章内容，①指出 A 平台违反的法条（如第二十七条审核义务、第二十三条数据收集、第三十九条评价管理、第五十四条支付安全）；②判断平台需承担的责任（民事赔偿、行政罚款、整改义务）；③从“资质审核、数据收集、评价管理、安全保障”四个角度，制定完整的合规整改方案，教师结合教材中“全流程合规要求”点评方案，确保学生能综合运用各章知识解决复杂问题。

**三、教学方法与手段**

1.理论讲授：采用“教材法条 + 教材案例 + 短视频”结合模式，PPT 展示教材中法条原文（如《电子商务法》条款截图）、教材典型案例（如平台“二选一”案例）、行业实务短视频（如直播带货违规片段），将抽象条款与教材内容具象化，例如讲解“数据收集”时，结合教材中“APP 过度索取权限”案例及短视频，强化对“合法、正当、必要”原则的理解。

2.案例分析：选取教材中最高人民法院、国家市场监管总局发布的典型案例（如“大数据杀熟”“平台删除差评”“跨境电商备案违规”案例），引导学生从“行为认定→教材法条依据→责任划分→解决方案”四层拆解，严格依据教材内容分析，培养基于教材知识的合规分析能力。

3.实践操作：模拟教材中电商实务场景（如商家入驻平台、跨境电商备案、消费者维权），让学生分组扮演“商家”“平台”“消费者”“监管部门”，在角色扮演中落实教材要求（如依据教材第二十七条模拟平台核验商家资质流程），确保实践操作与教材内容紧密衔接。

4.小组讨论：针对教材中争议性问题（如“平台能否屏蔽竞争对手链接”“跨境数据流动边界”）组织辩论，要求学生结合教材法条与案例发表观点，例如讨论“微商是否需登记”时，引用教材中第十条及豁免情形，深化对教材法律原则的理解。

**四、课程考核方式**

| **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%）、课堂发言与讨论参与度（10%），如是否主动结合教材分析案例、引用教材法条提出合规建议。 2. 实践作业（20%）：包括“平台入驻流程设计”“农村电商促进方案”“跨境电商合规方案”3 次实践任务，严格依据教材内容完成，按“合规性（贴合教材法条）、完整性（覆盖教材要求）、可行性（参考教材案例）”评分。   3.案例分析报告（15%）：提交 1 份“电子商务纠纷案例分析报告”（如“数据泄露纠纷”“跨境电商备案纠纷”），要求包含案情介绍、教材法条依据、责任认定（结合教材责任划分规则）、解决方案（参考教材应对策略）。 |
| 期末考核 | 50% | 以教材相关案例分析题形式考查，重点评估学生对教材核心条款的应用能力、基于教材知识的纠纷解决思路逻辑性，题目素材源于教材案例或教材知识延伸场景，按“教材条款引用准确性（40%）、分析深度（结合教材责任/义务内容，30%）、方案可行性（参考教材实践要求，30%）”评分 |