

我们的愿景

在人工智能和数字经济高速发展的时代背景下，中国的产业在不断升级，管理人才已成为推动社会发展的核心力量。管理学院，顾名思义，是大学里培养管理人才的地方。与研究型大学的管理学院不同，我们培养的是应用型的管理人才即我们的学生毕业后将主要在各行各业从事实际管理工作。我们也培养创新型的管理人才，有别于学术理论上的创新，这种创新主要是对管理实践的创新。我们培养的管理人才还将是复合型的。他们除了能胜任自己的专业领域之外，还适合跨专业领域的工作，具备快速适应其他领域工作的能力。上述人才培养目标，充分体现在管理学院各专业的人才培养方案中。这些专业人才培养方案，经过多年的完善，为各行各业输送了众多“懂技术、善管理、能实战”的高素质人才，得到了业界的广泛认同。

为了培养复合型、创新型、应用型的管理人才，我们打造了一支兼备经济管理和相关行业领域知识与技能、具有创新意识和企业实践经验、能够与时俱进不断学习的双师型教师队伍。此外，我们还拥有一支实力雄厚的兼职教师队伍，包括来自校本部资深的教授博导担任我们各专业学科带头人，以及来自校外为我们开设专题讲座、专业课程乃至指导学生毕业的行政主管和企业高管。我们欣喜地看到，一支以学科带头人和专兼职教授为领军，以具有企业经历和复合知识结构的中青年教师为基础的生气勃勃的教学团队已成长为一支以高级职称为主富有创造性的团队。

我们的学生，是未来的管理者；我们的老师，是未来的管理者的导师。我们还拥有一支服务型的管理团队。我们的行政人员，包括办公室、教务组和学工组的同仁，始终坚持“以学生为中心”办学理念，牢固树立为师生服务的意识，用心服务并支持师生参与各类“第二课堂”、“双创”活动与社团活动，帮助学生实现自我管理、自我教育和自我成长。在这样的氛围中，我们的学生如同在肥沃土壤中破土而出的幼苗，得到了最适宜的阳光与滋养。

近年来，伴随人工智能和数字经济高速发展，中国产业不断升级，管理学院适时根

据“新技术、新思维、新模式”的新文科的学科专业建设思路和指导思想，以“技术赋能、交叉融合”为双核，开展管理学院学科专业建设工作，推动人工智能、大数据技术与传统商科深度融合，构建“管理+技术+产业”三维一体的学科生态体系，打造“新商务+新技术+双创融合”的新课程和学科交叉专业，取得了令人欣慰的成绩。这为我们实现培养适应数据化、人工智能时代需求应用型、复合型、创新型管理人才目标提供了坚实的保障。

同学们，管理的本质是“让梦想照进现实”。在这里，你可以成为智慧城市的建设者、乡村振兴的策划者、数字经济的开拓者！管理学院，愿为你提供绽放才华的舞台，与你一起“管理未来，成就非凡”！

——管理学院院长寄语

2025 年 7 月

目录

一、专业简介	1
二、本专业人才培养方案	1
(一) 培养目标	1
(二) 培养标准	2
(三) 专业特色	3
(四) 学制及学习年限	3
(五) 学分说明	3
(六) 授予学位	3
(七) 课程设置与学分分配表	3
三、本专业人才培养方案说明	6
(一) 人才培养的定位	6
(二) 知识和专业能力的要求	6
(三) 课程设置	6
(四) 课程教学改革	7
(五) 修读注意事项	7
四、专业核心课程信息	9
(一) 专业必修课	9
(二) 主要专业选修课	13

电子商务（专科起点本科）专业修读指南

一、专业简介

本专业是一门新兴的、具有多学科交叉性质和广泛应用发展前景的专业，主要培养有效运用信息技术进行商务活动，具备创新思维和解决复杂问题能力的复合型人才。

本世纪初我国首批十几所高等院校设置电子商务专业以来，电子商务教学便雨后春笋般地展开。虽然我们的电子商务专业的教育起步较晚，但发展迅速，取得了显著的成就。2018年初，教育部发布《电子商务类本科专业教学质量国家标准》，明确了培养目标、培养规格、课程体系、教学规范、师资队伍、教学条件、质量保障等要求，积极推动相关高校结合办学定位、服务面向市场的人才培养目标要求，修订专业人才培养方案。我国的电子商务专业分置在管理、计算机信息和经济学科这三个学科领域下，因此分别授予管理学、工学和经济学学位。随着技术的进步和市场需求的变化，电子商务领域出现了多种模式，都不断的推进了电子商务行业的创新和发展。商务部、中央网信办和发展改革委联合发布了《“十四五”电子商务发展规划》，旨在推动电子商务高质量发展，促进数字经济和数字中国的建设。规划明确了加快推进整个商贸服务业的数字化、网络化、智能化进程，使其成为数字生活的重要体现和数字中国的重要组成部分。电子商务专业在中国经历了从起步到规范，再到快速发展的过程。在政府的高度重视和行业需求的推动下，该专业不断进行教育创新和课程改革，以培养适应数字化时代需求的高素质复合型人才。在此背景下，电子商务专业正逐步实现从传统电子商务到数字商务的转变，以培养能够适应数字经济时代国家建设发展需要的人才为目标。

厦门大学嘉庚学院电子商务专业为省级一流专业建设点，依托优越的办学条件，根据市场和社会需求，以及教育部电子商务教学指导委员会的知识体系框架，制定了符合数字经济时代需求的人才培养方案和课程体系，专业课程融入互联网、人工智能、大数据等内容，培养学生数据分析思维、新兴技术应用能力。注重理论与实践相结合，培养学生的创新能力和解决实际问题的能力。

二、本专业人才培养方案

（一）培养目标

本专业培养数字经济时代下，掌握管理、经济、信息技术、大数据分析等领域知识；具

备电子商务策划与运营、网络营销、新媒体运营、商务智能工具运用等综合技能，能有效运营管理全渠道电子商务业务，运用人工智能等新兴技术分析与解决问题，具有良好团队协作和创新能力，担当民族复兴大任、具有社会责任感、具有创新精神、实践能力突出、德智体美劳全面发展的应用型、复合型、创新型高素质人才。能在各类企事业单位从事电子商务的策划、运营与管理、网络营销、新媒体运营等工作，也可以在经济、管理等学科领域继续深造。

本专业毕业后，通过五年以上的实践，预期可以达到以下目标：

1. 具有良好的职业道德素养、沟通协调和领导能力；
2. 具有较强的电子商务策划、营销推广、运营管理能力；
3. 具备较强的数据分析和决策能力，具备商业模式分析能力，能运用数据分析理论知识和信息技术解决电子商务活动中存在的问题；
4. 具有良好的自主学习意识和市场变化适应能力。

（二）培养标准

1. 素质要求

- 1.1 具有健康的体魄、健全的人格和高尚的品德
- 1.2 具有良好的公民意识和社会责任感
- 1.3 具有良好的心理素质和团队合作精神
- 1.4 具有良好的国际视野和人生、社会价值观
- 1.5 具备较高的网络文明素养、电子商务诚信与信用素养、信息安全与保密素养

2. 能力要求

- 2.1 具有良好的计算机运用能力
- 2.2 具有熟练使用一门外语的能力
- 2.3 具有电子商务业务实践的基本能力
- 2.4 具有系统的网络营销策划与实施能力
- 2.5 具备电子商务网站构建与运营管理能力
- 2.6 具有互联网创新、创业能力和市场开拓能力
- 2.7 具有运用AI工具开展实践的能力
- 2.8 具有良好的沟通交流与表达能力
- 2.9 具有良好的批判性、创新性思维能力
- 2.10 具有良好的团队协作与领导能力

3. 知识要求

- 3.1 兼备管理、经济等领域的综合知识
- 3.2 熟练掌握电子商务运营管理的基本理论和方法

- 3.3 掌握电子商务相关技术的基本理论和应用
- 3.4 了解电子商务理论前沿和实践发展动态
- 3.5 熟练掌握一门外语
- 3.6 掌握数据分析与决策的基本理论和基本知识

（三）专业特色

本专业聚焦于数字经济时代需求，融合管理、经济、信息技术与大数据分析等多学科内容。构建跨学科知识体系，培养学生具备电子商务全链条策划与运营、网络营销与新媒体运营等方面能力，同时掌握商务智能工具应用，更强调实践与创新能力的双重提升，成为应用型、复合型、创新型人才。

本专业特色体现在：一是跨界融合，构建跨学科知识体系，提升学生综合竞争力；二是实战导向，通过项目驱动、校企合作等模式，强化学生解决实际问题的能力；三是技术赋能，紧跟大数据、人工智能等前沿技术，强化学生技术创新能力，培养学生在数字经济中的核心竞争力；四是全面发展，注重学生德智体美劳综合素质的均衡提升，培养具有创新思维和社会责任感的人才。

（四）学制及学习年限

学制二年，学习年限二至三年。

（五）学分说明

不低于73个学分。

（六）授予学位

管理学学士学位。

（七）课程设置与学分分配表

类别		课程名称	课程学分数			课程学时数			修读学期、周学时及合计学分			
			合计	理论	实践	合计	理论	实践	一	二	三	四
技能教育模块	技能必修课	技能必修课	6	4	2	128	64	64	3	3		
		大学英语III	3	2	1	64	32	32	2+2			
		大学英语IV	3	2	1	64	32	32		2+2		
通识教育模块	通识必修课	通识必修课	8	6	2	160	104	56	3	3	1	1
		《形势与政策》每学期开设至少 8 学时，在综合考核合格的基础上，统一至毕业前最后一学期给定 1 学分。										
		中国近现代史纲要	3	2	1	48	32	16	2+1			
		马克思主义基本原理	3	3		48	40	8		3		
		思想政治理论课实践	1		1	32		32			2	
		形势与政策	1	1		32	32					2
专业教育模块	专业必修课	专业必修课	32	26	5	512	416	96	16	11	5	
		学科平台课	12	12	0	192	192	0	5	7	0	
		管理学原理	3	3		48	48		3			
		管理经济学	2	2		32	32		2			
		会计学原理	3	3		48	48			3		
		统计学原理	4	4		64	64			4		
		专业必修课	20	14	5	320	224	96	11	4	5	
		电子商务概论	3	2	1	48	32	16	2+1			
		新媒体电商概论	3	2	1	48	32	16	2+1			
		网络营销	3	2	1	48	32	16	2+1			
		Web 开发技术 I (客户端)	2	1	1	32	16	16	1+1			
		电子商务与物流管理	2	2		32	32			2		
		电子商务规划	2	2		32	32			2		
		Python 与数据分析	3	2	1	48	32	16			2+1	
		网站建设与模板应用	2	1	1	32	16	16			1+1	
	专业选修课	专业选修课	15	10	5	246	156	90	2	6	7	
		修读要求： 1. 专业选修课应至少取得 15 学分，分设课程组 A 和课程组 B； 2. 课程组 A 是本专业的核心选修课程，包括跨境电子商务、新媒体电商技术、新媒体内容营销与运营实务、电商大数据分析等领域课程，以进一步夯实学科专业基础、拓宽知识结构、提升学生创新思维和实践能力； 3. 课程组 B 为特色课程，在 1-3 学期灵活开设，建议选修不超过 2 门。										
		课程组 A										
		新媒体内容营销与运营实务	3	2	1	48	32	16			2+1	
		新媒体电商技术基础	3	2	1	48	32	16		2+1		

类别	课程名称	课程学分数			课程学时数			修读学期、周学时及合计学分			
		合计	理论	实践	合计	理论	实践	一	二	三	四
	电商大数据分析	2	1	1	32	16	16			1+1	
	SPSS 统计分析与应用	3	2	1	48	24	24			2+1	
	新商科大数据应用专题讲座	2	2		32	32		2			
	跨境电子商务	3	2	1	48	32	16		2+1		
	互联网创业与创新	2	1	1	32	16	16	1+1			
	电子商务法(管理类)	2	2		32	32				2	
	客户关系与客户智能	2	2		32	32			2		
	直播电商运营	2	1	1	32	12	20			1+1	
	课程组 B										
	商务礼仪	2	2		32	24	8				
	咖啡馆投创与管理	2	1	1	32	16	16				
	葡萄酒品鉴与管理	2	1	1	32	16	16				
实 习 与 实 践	实习与实践	12	0	12	14+ 22 周	2	12+ 22 周		1		11
	劳动教育	1		1	14	2	12				1
	教学实践:电子商务企业调研	1		1	2 周		2 周		2 周		
	毕业实习(电商)	4		4	8 周		8 周				8 周
	毕业论文/设计(电商)	6		6	12 周		12 周			12 周	
学分、学时总计及学分学期分布		73	46	26	1060	742	318	24	24	13	12

三、本专业人才培养方案说明

（一）人才培养的定位

根据培养目标和基本规格要求，本专业培养兼备管理、经济、信息技术、大数据分析等领域知识，具有良好团队协作和创新能力，担当民族复兴大任、具有社会责任感、具有创新精神、实践能力突出、德智体美劳全面发展的应用型、复合型、创新型高素质人才。

本专业学生的核心竞争力是强调管理、经济、信息技术和大数据分析的跨学科知识融合，具备电子商务策划与运营、网络营销、新媒体运营和商务智能工具运用等关键技能，以及团队协作、创新能力和领导力的培养，以适应数字经济时代的需求。

与计算机类专业相比，本专业学生应更深入地掌握电子商务网站构建与运营管理、大数据分析等新兴技术，以多角度解决问题。

与传统商科管理类专业相比，本专业学生应具备更全面的管理、数据智能、营销和运营知识，以系统化地进行商业策划和实施。

（二）知识和专业能力的要求

本专业具有多学科知识交叉的特点。学生必须兼备管理、经济、信息技术、大数据分析等领域的综合知识，具有独立获取知识、提出问题、分析问题和解决问题的能力的基本能力。

在专业能力上，学生需掌握经济、管理以及数理基础理论，熟练运用信息技术和大数据分析手段，实现传统商务的信息化转型，并擅长电子商务的策划、营销、运营与决策管理。同时，强调团队协作与创新精神，以应对数字经济时代的挑战。

（三）课程设置

根据学院“宽口径、厚基础、重能力、求个性”的人才培养原则，课程体系分为技能教育、通识教育和专业教育三大模块。

1. 技能教育模块

该模块定位于培养学生的外语基本技能，主要设置《大学英语Ⅲ》《大学英语Ⅳ》2门必修课程。

2. 通识教育模块

该模块设置统一规定的通识必修课程，旨在提高学生的思想政治素质，坚定爱国主义情怀，树立正确的世界观、人生观和价值观，增强社会责任感。主要设置形势与政策、中国近现代史纲要及实践、马克思主义基本原理及实践，其中《形势与政策》每学期开设至少8学时，在综合考核合格的基础上，统一至毕业前最后一学期给定1学分。

3. 专业教育模块

该模块为围绕专业培养目标和专业特色构建的专业课程体系，主要是培养学生的专业素

养。该模块体现“宽口径”的专业教育目标；由传统的重视学生学科专业知识学习的课程形态，转变为重视学生学科专业素养和专业能力的课程形态。分为专业必修课、专业选修课及实习与实践。

（1）专业必修课

该类课程包括本专业所属学科门类的主干课程及专业的主干课程。包括学科平台课程组和专业必修课程组。

其一：学科平台课程组。建设相近经济管理类学科的共同基础课程，夯实学生进入相关专业学习的知识基础，实现“宽口径、厚基础”的人才培养特点。课程设有《管理学原理》《管理经济学》《会计学原理》《统计学原理》。

其二：专业必修课程组。该类课程包含了教育部国标要求开设的该专业的基础课程，课程设置在使学生掌握专业理论、技能和方法的基础上，强调对学生专业基础能力的培养。比如：《电子商务概论》《新媒体电商概论》《网络营销》《电子商务规划》《电子商务与物流管理》五门商务类课程，以及《Web 开发技术 I（客户端）》《Python 与数据分析》《网站建设与模板应用》三门技术类课程。

（2）专业选修课

该模块课程为专业知识深度和广度延伸的补充。为了更好的培养学生的专业素养，同时也为了满足学生各种不同的需求，我们开设多个专业选修课程组供选择，分为课程组 A 和 B。课程组 A 是本专业的核心选修课程，包括《跨境电子商务》《新媒体电商技术》《新媒体内容营销与运营实务》《电商大数据分析》《互联网创业与创新》等领域课程，以进一步夯实学科专业基础、拓宽知识结构、提升学生创新思维和实践能力；课程组 B 为特色课程，将根据学生需求情况灵活开设。

（3）实习与实践

该模块课程要求学生将所学知识应用于实践，课程设置中包含《劳动教育》《教学实践：电子商务企业调研》《毕业论文/设计》《毕业实习》。其中《劳动教育》课程目的是帮助学生具备完成一定劳动任务所需要的设计、操作能力及团队合作能力。培育学生积极的劳动精神，重视生产劳动锻炼。教学实践安排在第一学年的暑假前（实践周），主要是了解行业动态与企业运营模式，加深理论知识理解。第二学年开展《毕业论文/设计》和《毕业实习》，实习需要选择与所学专业相关的单位或岗位进行实习，以确保实习内容与学习目标相符。上述安排循序渐进，促使学生理论联系实际，将所学知识做综合运用。

（四）课程教学改革

1. 加强课程教学改革。课程改革中，积极探索各种信息技术、线上学习平台与传统线下教学的结合方式，形成以学习通构建课程知识体系、大学生慕课补充精品内容、QQ平台在线答疑讨论、雨课堂辅助课堂教学等多工具的教学手段。实现信息技术与教学的深度融合，构建学生自主探索与个性化的学习环境。

2. 强化课程思政建设。课程改革中，通过理论与实践相结合、课内课外相结合的方式，在原有课程中有机融入党的基本理论、社会主义核心价值观、中国传统文化、社会主义

发展成果、党的先进理论成果等内容，帮助学生树立正确的人生观，价值观，世界观，提升学生理论自信、文化自信。

3. 推进跨学科交叉融合。课程改革中，注重学科重组交叉，将新技术融入商科课程，用新理念、新模式、新方法为学生提供综合性跨学科教育。通过打造校企合作基地，深度开展产教融合，推动教学内容、课程体系、教学方法的改革，培养出符合不断进步的社会需求的新型复合型人才。

（五）修读注意事项

针对必修类课程，学生应努力争取于教学计划开设的学期修读并通过，以免影响后续课程的修读。如果修读学期未能通过，在后续学期尽快完成学分重取。对专业选修课，学生应注意各课程的先修要求，学生应认真研读课程的相关性，根据自身情况由浅入深安排好课程的学习。

特别关注：

1. 必修课考核不合格必须学分重修，直至取得学分方可毕业。
2. 选修课必须取得规定的最低学分，否则不得毕业。选修课考核若不合格，可选修其他选修课程补足学分即可。
3. 每个学期的修课最低不得低于 18 学分，最高不得高于 26 学分。
4. 重复修读同一门课程或者修读相近课程，有效学分仅被计算 1 门（次）。
5. 《劳动教育》课程1学分，共计14学时（理论学时2+实践学时12），按学年组织开展，毕业前若未按课程要求完成相应学分、学时，则无法通过毕业审查。具体实践内容以本专业《劳动教育》实践环节教育计划为准。
6. 其他学业修读事项，参照教务部网站《厦门大学嘉庚学院本科学生学业管理办法（2023 年修订版）》及管理学院网站《厦门大学嘉庚学院管理学院学业管理实施细则（2024 年修订版）》。

四、专业核心课程信息（部分）

（一）专业必修课

课程名称	电子商务概论		
学分	3	学时	48
先修要求	无	相近课程	无
课程性质与目的	本课程是本科电子商务（专科起点本科）专业的专业必修课，工商管理（专科起点本科）专业的专业选修课。 课程目标：培养学生具备从事电子商务运营业务需要的基本素质，并初步具备应用电子商务的知识和应用技能，为后面的学习和研究打下良好的基础。 预期素质获得：勤勉、踏实的工作习惯和商业思维素质。 预期能力获得：商务分析能力、运营实践能力、演讲表达能力 预期知识获得：电子商务的概况，电子商务的商业模式、电子商务类型、盈利模式；电子商务的各种支撑体系。		
主要内容与知识点	本课程通过理论授课和实践学习，使学生对电子商务的概况有基本的了解，掌握电子商务的概念；掌握各种不同的电子商务的商业模式、电子商务类型、盈利模式；掌握电子商务的各种支撑体系；网络营销、电子商务运营等；了解电子商务系统的规划和建设手段、方式、方法。		

课程名称	新媒体电商概论		
学分	3	学时	48
先修要求	无	相近课程	无
课程性质与目的	本课程为电子商务（专科起点本科）专业学生的专业必修课。 预期素质获得：通过本课程的学习，预期学生将通过基本知识的学习获得互联网革命下的网络素养以及媒体变迁环境下的媒介素养以及新文科背景下学科知识融合素养。 预期能力获得：通过本课程的学习，学生将获取新媒体用户分析能力、新媒体电商平台内容分析与创作能力、新媒体电商平台内容传播能力、互联网创新能力、行业数据获取和分析应用能力。 预期知识获得：通过课程学习，学生将了解互联网技术发展媒体变迁知识、新媒体用户分析方法及模型、新媒体产业发展知识、不同类型的新媒体电商平台基本运营知识、平台环境治理知识等。		
主要内容与知识点	课程主要包括新媒体概念、技术与媒体变迁过程、新媒体平台用户分析、新媒体相关产业介绍、主流新媒体电商平台解析、网络环境建设、新媒体创新。本课程以理论教学为主，配合案例分析、学生上机学习等实践形式以加深对新媒体电商行业的基本了解，为后续专业课程开展奠定基础。		

课程名称	网络营销		
学分	3	学时	48
先修要求	无	相近课程	无
课程性质与目的	本课程为电子商务（专科起点本科）专业的专业必修课。 课程目标： 预期素质获得：1. 独特的、综合的工作能力。2. 营销文案编写能力。3. PPT 展示能力。4. 团队合作精神。 预期能力获得：熟练运用网络营销环境分析方法和工具进行企业的网络营销环境分析，运用网络营销调研方法和工具进行网络调研，熟练应用营销组合策略并进行实践，为将来的企业网络营销实践做好准备。 预期知识获得：通过本课程的学习，学生获得：1. 掌握网络营销的概念。2. 如何进行网络营销和推广。3. 网络营销管理和控制的能力。		
主要内容与知识点	网络营销概述、网络营销环境、网络消费者分析、网络营销调研、网络营销战略、网络产品策略、网络价格策略、网络渠道策略、网络促销策略和推广方法、网络营销管理和控制		

课程名称	电子商务规划		
学分	2	学时	32
先修要求	对电子商务领域有基本了解	相近课程	无
课程性质与目的	本课程是电子商务（专科起点本科）专业的专业必修课，它在整个专业教学计划中起综合应用作用，属于商务和技术相结合的规划课程。 课程目标：本课程的目的是让学生在学会相关基础知识的基础上，掌握相关工具的应用，学会对电子商务信息系统进行规划和分析。 预期素质获得：勤勉、踏实的工作习惯和需求调研沟通、表达方法。 预期能力获得：市场分析能力；调研、探索、总结电子商务需求的能力；项目设计和推广方案设计能力。 预期知识获得：电子商务规划中的需求分析、系统设计、系统实施、项目推广、财务分析等所有的知识。		
主要内容与知识点	本课程主要采用理论和实践相结合的教学方法，讲述电子商务系统的规划、分析、设计、实施与运行、推广、财务分析等各个流程中的相关知识、方法和原理。包括：电子商务项目规划概述、项目的可行性分析、需求分析、系统设计、实施与维护、营销推广、财务分析、风险管理。		

课程名称	Python 与数据分析		
学分	2	学时	48
先修要求	无	相近课程	无

课程性质与目的	本课程是电子商务（专科起点本科）专业的专业必修课程，是数据分析方向技术课程的综合应用课程。 课程目标： 预期素质获得：能够利用 python 编程知识解决相关实际问题，能够设计软件系统的解决方案，掌握 Python 编程能力。培养学生对数据分析与挖掘的基本认知，比较系统地掌握企业数据分析与挖掘的模式与方法，具备从事数据分析实践的基本思维和素质。 预期能力获得：掌握基本 python 编程的科学方法，能够采用 Python 编程思想对复杂问题进行研究，掌握在生产经营管理中进行决策分析、客户价值分析、商品关联分析、电商客户行为分析、电商评论分析等实际应用能力。 预期知识获得：Python 语言基础，数据结构，数据爬取及数据分析、建模等知识。数据分析解决商业管理问题的过程和相关技术。
主要内容与知识点	教学内容从 Python 语言基础入手，结合示例程序和上机实验，讲解 Python 基础语法知识及程序设计原理。结合大量数据挖掘工程案例，以真实案例为主线，深入浅出地介绍以 Python 进行数据挖掘建模过程中的有关任务：数据探索、数据预处理、分类与预测、聚类分析、时序预测、关联规则挖掘、智能推荐和偏差检测等。

课程名称	管理学原理		
学分	3	学时	48
先修要求	无	相近课程	无
课程性质与目的	本课程是电子商务（专科起点本科）、工商管理（专科起点本科）等专业的专业必修课程。 本课程是研究和探讨各种社会组织活动的基本规律和一般方法的科学，对于所有管理领域具有普遍适用性，是管理学科群中一门相当重要的入门核心课程，它涉及的范围广，影响面大，是理论性与应用性较强的专业基础课程。本课程是高等院校管理和经济类相关专业的专业必修课程，一般在第一学年第一学期或第二学期开设。 培养学生具有良好的思想政治素质和正确的人生观、价值观；对企业社会责任感有正确的认知；对管理环境有一定的敏锐性，具有国际视野，具备专业素养；把握管理的科学性与艺术性。 训练学生充分理解相关理论在实务的应用，训练学生对不同环境背景下各类型组织的实际管理问题的分析能力；训练学生具备管理者技术技能、人际技能、概念技能等。 掌握管理学的基本概念，管理思想的发展与演进，管理环境，管理四大管理职能的基本概念、原理以及一般方法等。		
主要内容与知识点	通过本课程的学习应使学生初步掌握管理学的基本概念、管理思想的发展与演进，围绕计划、组织、激励、领导、控制等四大管理职能，分别学习各职能的基本概念、基本原理以及一般方法等。本课程以理论教学为主，结合案例讨论及各种应用练习。		

课程名称	会计学原理		
学分	3	学时	48
先修要求	无	相近课程	无
课程性质与目的	本课程是工商管理（专科起点本科）、电子商务（专科起点本科）专业及其他相关专业的一门专业必修课程，以理论授课为主。 通过本课程的学习，使学生能够较扎实地掌握好会计学原理中的基本知识、基本方法和基本技能，为进一步学习其他专业的相关课程奠定必备的基础，也为阅读和理解会计报表奠定基础，以便能运用会计信息为经济管理服务。		
主要内容与知识点	在教学过程中要求学生掌握课程主要介绍会计的含义、对象、职能、会计核算基本前提、会计信息的质量要求等会计基本理论；掌握设置账户、复式记账、填制审核凭证、登记账簿、成本计算、财产清查、编制会计报表等会计基本方法和基本操作技能。		

课程名称	统计学原理		
学分	4	学时	64
先修要求	无	相近课程	无
课程性质与目的	本课程是电子商务（专科起点本科）、工商管理（专科起点本科）、市场营销（专科起点本科）专业的专业必修课。 本课程系统地介绍统计学的基本思想、基本方法及其在经济管理领域中的应用。授课以理论教学为主，并辅以案例讲解，通过教学，使学生具备基本的统计思想，培养对统计的兴趣，掌握基本的统计方法和应用这些方法去分析和解决经济管理中实际问题的能力。同时为今后进一步的学习和研究打下良好的基础。		
主要内容与知识点	本课程的授课内容既要包括具有通用方法论性质的一般统计理论与方法，如数据搜集、数据分析的理论与方法，也要包括经济管理领域所特有的统计方法，如核算的方法、指数理论与方法和综合评价的理论与方法等。同时还需根据授课对象的特点，兼顾与后续课程的衔接，授课内容应有所侧重。教学已普遍采用多媒体教学，同时，配合相应的统计软件，给出习题和案例，让学生上机完成作业，使学生既掌握理论知识，又提高动手能力。		

（二）主要专业选修课

课程名称		新媒体内容营销与运营实务		
学分		3	学时	48
先修要求		无	相近课程	无
课程性质与目的	本课程是电子商务（专科起点本科）专业的专业选修课。 通过本课程的学习，学生能熟练进行新媒体内容的策划、新媒体内容的制作、新媒体内容的包装和推广、新媒体内容营销实践，并能够进行新媒体的运营包括用户运营、产品运营、社群运营，同时能够采用相关的工具进行数据监测，为将来的企业新媒体营销实践做好准备。			
主要内容与知识点	认识新媒体、新媒体内容策划、新媒体内容的形式与思维、新媒体内容制作的流程和方法、新媒体内容的生产与创建、新媒体内容的包装与推广、新媒体内容策划实战、新媒体用户运营、新媒体活动运营、新媒体产品运营、新媒体社群运营、数据监测。			

课程名称		客户关系与客户智能		
学分		2	学时	32
先修要求		无	相近课程	无
课程性质与目的	本课程是电子商务（专科起点本科）专业的专业选修课。 通过本课程的学习： 预期素质获得：树立“客户资源已经成为最宝贵财富”的管理思想；理解客户关系管理是对企业的客户进行规划和控制的一项管理活动，是企业管理的一个重要组成部分；提升学生综合管理素质。 预期能力获得：与客户建立关系的能力；维护客户关系的能力；对客户关系的链条进行有效管理的能力；利用 CRM 系统做出市场营销策略和客户策略的能力；在实际生活和工作中面对客户关系时的分析问题和解决问题的能力。 预期知识获得：理解客户关系管理的理念；掌握客户关系建立的流程、客户关系维护的技巧与方法，以及客户关系管理系统的分析与实施；理解客户智能的含义，了解客户智能在各行各业的应用。			
主要内容与知识点	本课程主要包括客户关系管理理念和客户关系管理技术两大模块，模块一客户关系管理理念包含客户识别、客户开发和客户维护的客户关系管理全过程，其中客户关系的建立主要包括客户关系的建立的基本观念更新及基本流程的讲解（5A 流程）；客户关系的维护主要包括客户满意度、忠诚度、客户流失及客户服务技巧；同时介绍客户关系管理在前互联网时代、互联网时代和人工智能时代下的变化和特点，提出客户智能、客户智能体系框架。模块二客户关系管理技术主要包括客户关系管理系统与客户智能系统。			

课程名称		新媒体电商技术基础		
学分		3	学时	48
先修要求		无	相近课程	无
课程性质与目的	本课程为电子商务（专科起点本科）专业的专业选修课。 通过本课程的学习： 预期素质获得：学生将深入理解新媒体的概念、特点及其发展趋势，能够运用新媒体技术工具进行内容创作、编辑、发布和推广，有效提升信息传播效果和品牌影响力。 预期能力获得：通过本课程的学习，学生将获取新媒体图文处理能力、新媒体视频处理能力、新媒体动画处理能力以及新媒体其他技术能力。 预期知识获得：通过课程学习，学生将了解互联网技术的产生发展的基础知识。会使用新媒体相关技术进行新媒体电商环境的所有产品设计、产品宣传和电商运营等。			
主要内容与知识点	课程主要内容包括新媒体电商技术概述、图形设计技术、音频设计技术、视频编辑技术、动画制作技术、新媒体图文编辑技术、H5 技术、二维码技术、网页模板技术以及人工智能、大数据、云计算等内容。本课程以理论教学为主，配合案例实践教学、学生边上机边学习等方式，让学生对新媒体电商的所有技术进行基本了解，为后续专业课程开展奠定基础。			

课程名称		跨境电子商务		
学分		3	学时	48
先修要求		无	相近课程	无
课程性质与目的	本课程是电子商务专业（专科起点本科）的专业选修课程。本课程是一门研究通过电子商务中介开展国际商品交换的基本知识，基本规则和具体操作技术的学科，也是一门具有涉外经济活动特定的实践性，应用性，综合性学科。 通过本课程的学习： 预期素质获得：使学生对整个跨境电商的业务流程有清晰的认识，全面掌握跨境电商进出口操作业务专业知识和基本技能，学会运用跨境电商平台操作和国际物流专业知识，进行实际业务操作。加深学生对跨境电商以及国际贸易经济形势的了解，提高学生处理跨境电商及国际贸易业务的能力，同时能够自觉遵守国家对外贸易政策法规，形成良好的职业操守。 预期能力获得：使学生掌握外贸第三方电商平台的规则及平台基本操作、业务推广和客户服务能力；能够进行平台订单处理流程等业务操作能力；培养学生可持续发展的能力、职业迁移能力与创新能力。 预期知识获得：通过本课程的学习，使学生掌握跨境电子商务的基本理论、发展趋势及前景，认识跨境电子商务的特点、跨境电子商务的模式，了解目前国内外几种常用的跨境电子商务平台及相关知识；熟悉外贸第三方电商平台的规则及平台基本操作、业务推广和客户服务；掌握国际物流和国际支付知识；掌握外贸市场网络调研、选品、采购；掌握对外产品网上报价、发布及推广；掌握处理网上询盘、报盘、谈判业务和客户关系维护；掌握在跨境交易的整个过程中相关问题的正确处理等专业知识和业务操作。			

主要内容与知识点	课程理论讲授内容主要包括跨境电商基本概念、商业模式；跨境电商物流模式；跨境电商市场调研与数据分析，选品与价格核算；跨境平台店铺的营销；跨境电商支付与结算等；课程实践内容主要包括跨境电子商务平台的介绍与选择、跨境电子商务平台基本操作、国际物流与跨境支付、跨境网络营销推广与数据分析、客户服务与维护等方面。
-----------------	---

课程名称	互联网创业与创新		
学分	2	学时	32
先修要求	无	相近课程	无
课程性质与目的	本课程为电子商务（专科起点本科）专业的专业选修课，针对本专业学生开设的理论与实践相结合的课程，是本专业的重要补充课程。 通过本课程的学习： 预期素质获得：1.洞察商机的能力；2.团队合作精神；3.建立创新意识。 预期能力获得：能够开发一款初创产品并进行品牌建设和网络营销。 预期知识获得：创新创业和网络营销等基本理论知识、主流互联网营销渠道营销实操方法。		
主要内容与知识点	互联网思维与互联网创业环境、创新和创新技法、市场调研与用户画像、产品设计与产品策划、供应链优化、网络营销。		