



廈門大學嘉庚學院

Xiamen University Tan Kah Kee College



国际商务专业

专业修读指南（专升本）

绪 言

亲爱的 2026 级新同学：

欢迎你加入厦门大学嘉庚学院国际商务学院！

当你翻开这本指南，你与国际商务学院的故事，也从这一页正式开始。未来四年，你将在这里理解国际贸易如何连接世界，发现市场营销如何洞察需求、创造价值，探索人工智能与数字技术如何重塑企业经营与国际商务。你会在课堂中积累知识，在项目中锻炼能力，在一次次尝试中发现自己的兴趣与优势。我们期待，四年后的你，不仅拥有面向未来的专业本领，也更加清楚自己热爱什么、擅长什么，想要走向怎样的远方。

国际商务学院（School of International Business，简称 SIB）前身为 2003 年设立的国际经贸系，与厦门大学经济学院同根同源，赓续厦大商科教育传统。2016 年，学院与厦门大学经济学院联合开展国际商务硕士培养；2017 年，国际商务学院正式挂牌成立。历经二十余年的积淀与发展，学院现已形成国际经济与贸易、市场营销、国际商务三个专业协同发展的本科人才培养体系。

面对全球化、数字化、智能化加速融合的时代趋势，学院全面实施 2026 版人才培养方案，将全球变革、人工智能、大数据分析、数字商务与创新实践贯穿专业学习全过程，着力培养兼具全球视野、数智思维、专业能力与创新精神的复合型商科人才。

进入大学，你将拥有更广阔的学习空间和更多元的发展选择；面对不同的课程、方向与成长机会，或许会有期待，也难免经历迷茫、尝试与调整。为此，学院特别编制了这本《专业修读指南》。它不仅告诉你“要学什么”，更希望你理解“为什么学、怎样学、未来可以走向哪里”。请认真读懂人才培养方案，了解课程之间的衔接关系、模块要求与成长路径，让每一次选择都更接近你期待的未来。

为了陪伴你更好地成长，学院将为每个班级新生配备专业导师。导师会结合你的兴趣特长、学习基础与发展目标，为你提供学业规划和成长建议。希望你主动走近导师，坦诚表达困惑，积极讨论未来。方向不一定在入学时就已确定，它

往往会在交流、尝试与实践逐渐清晰。在国际商务学院，三个专业将带你从不同角度走近真实的商业世界：

国际经济与贸易专业：读懂全球规则，连接中国与世界

你将系统学习国际经济学、国际贸易理论与政策、国际经贸条约与规则，深入理解全球产业链、供应链和价值链的运行逻辑；同时融入数字经济、数字贸易、大数据分析 with 人工智能应用，提升全球经贸形势研判、国际市场分析、跨境业务运营与数据决策能力，成长为既通晓国际规则、又掌握数字工具，能够服务企业国际化与高水平对外开放的复合型经贸人才。

市场营销专业：洞察市场需求，用数据与创意创造价值

作为福建省一流本科专业建设点，市场营销专业面向智能商业与消费变革，推动营销科学、数据技术与创意实践交叉融合。你将围绕市场研究、新媒体营销、大数据营销、品牌战略与营销管理等领域，形成从用户洞察、数据研判到策略设计、新媒体运营和增长管理的完整能力链，成长为能够以数据洞察市场、以创意塑造品牌、以战略驱动增长的复合型营销人才。

国际商务专业：立足数字平台，开展跨境经营

作为福建省高校应用型学科建设点，国际商务专业面向全球商业网络与数字平台生态，推动跨国企业运营管理、跨文化商务协同与数智技术深度融合。你将围绕跨国企业管理、商务英语、跨境电子商务与数字平台运营等领域，形成从全球市场研判、跨境资源整合到国际运营决策的完整能力体系，成长为能够驾驭数字平台、协同全球资源、服务企业跨国发展的复合型商务人才。

专业提供坐标，成长不设边界。专业将赋予你认识商业世界的第一种视角，而面向未来的竞争力，往往生长于学科交汇之处。学院设置跨专业拓展模块，支持你根据兴趣与发展方向自由组合知识与能力：让全球贸易规则与市场洞察彼此赋能，让跨境商务运营与数据智能深度融合，在跨界学习中塑造独特优势，构建属于自己的能力坐标。

请记住，修满学分只是完成大学学业的基本要求，真正让你走得更远的，是

主动学习的能力、持续行动的勇气和解决真实问题的本领。希望你不仅在课堂中汲取知识，也能走进学科竞赛、企业创新创业项目、科研训练、社会实践与海外交流，在真实任务中检验所学，在一次次尝试中发现热爱、提升能力。

大学四年很长，足以让你完成探索、积累与蜕变；大学四年也很短，需要从第一天起认真对待。愿你始终保持好奇，敢于选择，勇于行动，在国际商务学院读懂世界、理解商业、认识自己，成长为更有能力、更有担当、更有方向的自己。

期待与你相遇，共赴一场充满无限可能的大学之旅！

国际商务学院

2026 年 7 月



目录

一、专业简介.....	1
二、人才培养方案.....	3
（一）培养目标.....	3
（二）培养规格.....	3
（三）学制及学习年限.....	5
（四）学分说明.....	5
（五）授予学位.....	5
（六）就业领航.....	5
（七）课程设置与学分分配表.....	7
（八） 教学安排分类统计表.....	9
三、人才培养方案说明.....	10
（一） 人才培养的定位.....	10
（二） 知识框架的要求.....	10
（三） 课程设置.....	10
（四） 注意事项.....	10
四、专业课信息.....	11
（一）专业必修课.....	11
（二）专业选修课.....	16

一、专业简介

厦门大学嘉庚学院国际商务专业于 2010 年开始招生，2016 年与厦门大学联合培养硕士，2018 年入选省级应用型学科建设点，2019 年成立省级跨境电商虚拟仿真教学中心，2019 年荣获校级“双一流”专业立项，2021 年《跨境电子商务实务》获校级一流课程，2025 年《商业数据挖掘与分析》获校一流“课程+AI”。国际商务专业根据“面向人才就业市场，培养具有全球化视野和国际化素质的复合型应用人才”的办学方略，以《普通高等学校本科专业类教学质量国家标准》的要求以及市场需求情况为导向，融合“管理+技术+人文”，注重数字能力、智能工具与商业实践的深度融合，聚焦跨境电商与国际商贸实务，致力于培养具备“全球化战略+跨境商务智能+AI 数字平台运营”三重能力结构的应用型、复合型、创新型国际数字商务人才。

本专业建设立足福建省、面向全国，依托开放式国际化办学模式，培养能够胜任国际商务运营与管理工作的专业高级人才，契合跨国企业、三资企业及政府部门对外向型商务人才的市场需求。本专业拥有一支国际化、多元化的教师团队，所有教师均毕业于国内“双一流”名校及海外知名院校，且均具备副高级及以上职称。与此同时，本专业针对教师团队开展 AI 教育提升专项培训，推动“智能商科”教师能力升级，致力于完成复合型教学团队的重塑。

专业特色表现为：一是国际化视野塑造，打造跨文化竞争力。立足全球化商务发展趋势，以国际化办学理念为核心抓手，构建“理念引领+平台支撑+项目赋能”的全链条培养体系。一方面，依托专业十余年的国际化办学积淀，通过国际交流项目、跨文化场景实训、多元文化课程浸润等方式，系统提升学生的商务沟通能力、跨文化协作素养与全球商业胜任力，让学生熟悉不同文化语境下的商务规则与沟通逻辑；另一方面，积极推进与欧美、亚太地区优质高校的教育合作，搭建国际班、师生互访、联合培养等多元平台，为学生提供“走出去”的国际视野拓展通道，同步引入优质教学资源，实现“引进来”与“走出去”双向赋能，助力学生成长为兼具国际视野、跨文化适应力与全球竞争力的复合型商务人才，从容应对跨国商务场景中的各类挑战。

二是涉外实操能力深耕，构建跨境商务实战优势。以产教深度融合为核心路径，依托本专业的省级跨境电商虚拟仿真实验教学中心，打造“理论筑基+实战淬炼+项目驱动”的三维实践育人体系。聚焦企业国际化经营的真实业务场景，通过深化实践教学改革，开设全流程商务实训、跨境电商实训、外贸业务实战等课程模块，让学生在真实业务流程中掌握跨境运营、跨境贸易、国际商务谈判等核心实务技能；同时创新“以赛促学、以赛强能”的育人机制，打造“大手拉小手”科研赛事模式，引导学生参与跨境电商、国际商务谈判等高水平赛事，以真实项目、行业标准锤炼实操能力，打通理论学习与产业应用的壁垒，实现从课堂认知到岗位能力的无缝衔接，全面提升学生的产业适配度与职场竞争力，为对接跨境电商、外贸企业等领域的岗位需求筑牢根基。

三是数智化素养赋能，培育多元发展核心能力。顺应新商科与数字经济发展浪潮，以个性化人才培养体系为支撑，构建“数智赋能+交叉融合+多元发展”的能力培养框架。一方面，依托高比例选修课程、丰富课程库与学业导师辅导，为学生提供弹性化的成长路径，支持学生结合个人兴趣、市场需求打造“一专多能”的知识体系，通过几大专业核心特色选修模块系统深化，满足数字经济时代国际商务多元业务场景的人才需求；另一方面，深度融合大数据、人工智能技术与商务场景，通过“商务数据分析与应用”微专业建设，整合管理学、统计学、计算机科学等多学科知识，系统培养学生的数据处理、数字商务运营与数据驱动决策能力，让学生掌握适配数字化商业环境的核心技能。

四是国际化办学理念促进国际交流与合作。立足全球化发展趋势，依托专业国际化积淀，通过国际班、选派师生“走出去”与优质教学资源“引进来”，推进与欧美、亚太地区优秀高校的教育合作，拓宽高质量的国际化办学实践。与外国多所著名大学建立 2+2、3+1、4+X 等合作项目，每年选派优秀的学生前往合作院校进行交流。培养的学生具有较强的外语沟通和跨文化交际能力，以及全球化视野和国际化素质。

五是育人成果丰硕，就业升学优质。本专业学生多次在“中国大学生创新大赛”和“挑战杯”、“世界大学生人工智能 + 国际商务谈判大赛”、商业精英挑战赛、全国跨境电商竞赛等各类赛事中斩获国家级和省级奖项超百项，专业认可度持续提升。历年来就业率稳定在 95% 左右，稳居全校前列。毕业生发展多元优质，研究生及留学深造、考取公务员、入职国内各类企业、数字科技公司及跨国企业等。今年 2026 届国际商业专业的应届毕业生，总体就业率稳居前列，研究生入学及留学录取喜报连连，包括悉尼大学、广东外语外贸大学、杭州师范大学等知名院校，毕业生专业素养扎实、实践能力突出，社会认可度高。

经过不断培育与积累，国际商务专业的创新创业教育生态体系发展成熟，国际化办学优势凸显，服务外向型经济发展需要的能力持续增强，形成“办学层次高+实践能力强+国际化特征鲜明”的专业特色。

二、人才培养方案

（一）培养目标

本专业旨在培养具有全球化视野和国际化素质，熟练掌握现代经济学和管理学的基本理论，通晓国际商务惯例和国际商务文化，能紧贴新型跨国商务场景与数字平台生态开展跨境商务智能化运营，具备“全球化战略+跨境商务智能+AI 数字平台运营”三重能力结构的应用型、复合型、创新型国际数字商务人才。同时，本专业依托学院海外交流合作网络，不断拓展国际课程模块与海外学习机会，提升学生的跨文化沟通能力与全球协同力。毕业生将具备数字平台策划、跨境交易运营、内容创意与用户增长等综合素质，广泛适配跨境商务智能、海外市场拓

展、国际平台管理等岗位需求。

（二）培养规格

1. 素质要求

1.1 思想道德素质：努力学习掌握马克思列宁主义、毛泽东思想、邓小平理论和习近平新时代中国特色社会主义思想；树立辩证唯物主义和历史唯物主义世界观；拥护党的领导和社会主义制度，坚定正确的政治方向，具有良好的道德修养和社会责任感、积极向上的人生理想、符合社会进步要求的价值观念和爱国主义的崇高情感；遵纪守法，诚信为人，富于进取，具有团队意识。

1.2 科学文化素质：掌握自然科学常识，跟踪科技发展动态，对中外优秀文化与思想有一定的了解；具有较高的审美情趣、文化品位、人文素养及文字、语言表达能力；具有时代精神和较强的人际交往能力；积极乐观地生活，充满责任感地工作。

1.3 专业素质：具有国际视野，系统掌握国际商务专业基础知识；具备发现组织管理问题的敏锐性和判断力，掌握创新创业技能；熟练运用一门以上外语从事跨国贸易、投资、经营和管理的专业化素质。

1.4 职业素质：注重职业道德修养，具有创新意识、创业意识、诚信意识和团队合作精神；关心国家大事，培养国际视野，具有国际合作交流的能力和素养。

1.5 身心素质：具有良好的生活习惯、健康的体魄和良好的心理素质，具备稳定、向上、坚强、恒久的情感力、意志力和人格魅力，具有较强的环境适应能力，具有良好的人际沟通能力，具有终身学习意识和自我管理、自主学习能力，通过不断学习，适应社会和个人可持续发展。崇尚劳动、尊重劳动，能够辛勤劳动、诚实劳动、创造性劳动。

1.6 智能技术素养：掌握人工智能在国际商务中的基础应用，熟悉主流 AI 工具与平台，具备利用 AI 技术提升商务效率的能力，恪守数字伦理与商业道德，了解 AI 技术在国际商务中的法律边界（如数据隐私、算法公平性、跨境数据合规），能够应对智能时代的伦理挑战。

2. 能力要求

2.1 获取知识的能力：养成良好的自学习惯，学会利用现代科技与信息等高效的渠道和途径获取新知识，具备自我学习知识、自我消化知识、自我更新知识的能力。

2.2 运用知识的能力：具备洞察问题、提炼问题、综合运用本专业的基础知识和专业知识研究与解决问题的能力。

2.3 数字技术与人工智能应用的能力：具备较强的数字化适应力、胜任力、创造力，能够利用数字技术获取、加工、使用、管理和评价数字信息和资源，熟练掌握人工智能基础理论与技术应用，具备与 AI 系统协同工作的能力。

2.4 批判思维的能力：了解本专业和本学科的发展动态，养成独立思考的习惯，掌握基本的专业信息分析和综合实践能力，形成个人判断和见解。能够基于所学知识开展评价、改善性思考与实践，具备辩证的发展观。

2.5 跨文化交流的能力：培养跨文化交流的兴趣，养成尊重世界不同国家和地区文化及风俗等的良好素养，在读、说、听、写、译等各方面熟练掌握一门外语。

2.6 创新创业的能力：具有较强的组织沟通能力，具备进取意识和探索精神，拥有良好的创新能力、创业能力和科学研究能力，不断尝试理论或实践创新。

2.7 社会交往的能力：熟练运用经济、法律、伦理工具，围绕国际商务活动开展有效业务社交。

3. 知识要求

3.1 基础性知识：接受经济学和管理学的系统训练，扎实掌握经济学、管理学、组织行为学、会计学、财务管理、市场营销学的基础理论、基本知识和基本技能。

3.2 专业性知识：具备扎实的国际商务理论基础，掌握从事国际商务活动的知识和技能，通晓国际商务惯例和国际商务文化，熟悉电子商务运作，具备跨国经营、管理、策划等专业知识。

3.3 工具性知识：从事本专业研究和实务操作所必需的数学、外语、计算机、互联网、人工智能与大数据等相关知识。

3.4 通识性知识：具备一定的文学、历史、哲学、艺术、管理、法律等方面的知识，了解人类文明发展和世界优秀思想文化，掌握科学常识和现代科技发展趋势。

（三）学制及学习年限

学制二年，学习年限二至三年。

（四）学分说明

不低于 68 学分。

（五）授予学位

管理学学士。

（六）就业领航

1. 就业率

近三年国际商务专业就业率稳定在 95%左右，就业率稳居学校前列。

2. 就业方向

①企业：跨国公司的国际业务经理，海外市场拓展，采购与供应链管理等；外贸公司的进出口业务员、单证操作、跨境电商运营等；国内外各类企业运营管理岗；咨询公司或金融公司的国际投资顾问，跨境并购分析师等。

②政府与国际组织：商务部、海关、贸促会等机构的国际经贸岗位，世界银行、WTO、联合国开发计划署等国际组织。

③自主创业：跨境电商、国际贸易之类的服务公司。

④深造：国际商务、国际贸易、世界经济等方向的硕士、MBA 等。

3. 毕业去向（往届部分毕业生）

就业主要去向：跨国企业、面向国际的公司以及咨询机构等；或者在涉外的经济贸易部门和政府机构从事跨区域、跨文化的经营管理和政策法规的制定与执行；还包括国际化商务活动的咨询策划与实际操作等。



（本专业部分毕业生就业情况）

国内研究生主要去向：中国人民大学、厦门大学、湖南大学、福州大学、西南大学、云南大学、上海外国语大学、江西财经大学、中国计量大学、宁波大学、南京财经大学、华侨大学等国内高校。

留学主要去向：包括 2025QS 排名前列的英国伦敦大学学院及英国的纽卡斯尔大学、诺丁汉大学、南安普顿大学等，澳大利亚的悉尼大学、新南威尔士大学等，新加坡管理大学，港澳地区的香港浸会大学、澳门科技大学等。



（本专业部分毕业生升学情况）

(七) 课程设置与学分分配表

国际商务专业（专科起点本科）人才培养方案第二部分

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			建议修读学期 (周学时)			
		合计	理论	实践	合计	理论	实践	一上	一下	二上	二下
通识教育模块	通识必修课	12	9	3	224	160	64	5	5	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。										
	通用英语 I	2	1	1	32	16	16	1+1			
	通用英语 II	2	1	1	32	16	16		1+1		
	中国近现代史纲要	3	3		48	48		3			
	马克思主义基本原理	3	3		48	48			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	28	26	2	448	416	32	19	6	3	
	学科基础课	16	15	1	256	240	16	13	3		
	经济学原理	3	3		48	48		3			
	管理学原理	3	3		48	48		3			
	会计学原理	3	3		48	48		3			
	商业数据挖掘与分析	3	2	1	48	32	16		2+1		
	统计学原理	4	4		64	64		4			
	专业基础课	12	11	1	192	176	16	6	3	3	
	国际贸易实务	3	3		48	48		3			
	国际管理	3	3		48	48		3			
	国际商务	3	3		48	48			3		
	国际市场营销	3	2	1	48	32	16			2+1	
	专业选修课	16	13	3	256	208	48		8	8	

专业选修课	修读要求: 1. 专业选修课应至少取得 16 学分, 分为课程组 A、B。其中, 《社会科学研究方法》统一于大一下学期集中开设, 学生均须修读。 2. 课程组 A 是本专业的核心选修课程, 包括专业核心基础课程组(跨境电商概论、企业战略管理、跨境电子商务实务、国际商法(经济类)、外贸函电与写作、国际商务谈判、外贸单证制作、国际结算)和其他核心选修课程组(数字新媒体营销、跨国公司运营管理等), 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 and 实践能力。其中, 专业核心基础课程组的课程为培养本专业核心能力的基础性课程, 专科阶段未修读过的学生需选择修读, 建议学生从中至少选修 9 学分。 3. 课程组 B 为专业深化选修课程组(数字化全球领导力与组织行为管理、数字时代的国际人力资源管理), 主要为考研、出国或有加厚、加深基础理论部分学习需求的学生开设, 将根据学生需求情况灵活开设。 4. 选修课的选修学期为起始修读学期, 后续学期也可修读。									
	课程组 A-专业核心基础课程组									
	跨境电商概论	3	2	1	48	32	16		2+1	
	企业战略管理	2	2		32	32			2	
	国际商务谈判	2	2		32	32			2	
	跨境电子商务实务	3	2	1	48	32	16		2+1	
	国际商法(经济类)	3	3		48	48			3	
	外贸函电与写作	2	1	1	32	16	16		1+1	
	外贸单证制作	3	2	1	48	32	16		2+1	
	国际结算	3	3		48	48				3
	课程组 A-其他核心选修课程组									
	跨国公司运营管理	2	2		32	32			2	
	数字新媒体营销	2	1	1	32	16	16		1+1	
	跨文化沟通与管理	2	2		32	32			2	
	国际会展策划实务	2	1	1	32	16	16		1+1	
	课程组 B-专业深化选修课程组									
	社会科学研究方法	2	1	1	32	16	16		1+1	
	数字化全球领导力与组织行为	3	3		48	48				3
	数字时代的国际人力资源管理	3	3		48	48				3
实习与实践	实习与实践	12		12	14+22周	2	12+22周		1	11
	劳动教育	1		1	14	2	12			1
	创新实践:企业实习	1		1	2周		2周		2周	
	毕业实习(国商)	4		4	8周		8周			8周
	毕业论文/设计(国商)	6		6	12周		12周			12周
学分、学时总计及学分学期分布		68	48	20	942	786	156	24	20	12 12

（八）教学安排分类统计表

1. 学期教学活动安排情况

项目周数 学年学期		课程 教学 周	实 践 教 学 周	复 习 考 试 周	毕 业 实 习	毕业论文 (设计)及 答辩	教 研 活 动 周	合 计
一	1	16		2			1	19
	2	16	2	2			1	21
二	3	16		2		(12)	1	19
	4	16		2	(8)		1	19
合计		64	2	8	(8)	(12)	4	78

备注：教研活动周于期末考试后进行，学生不需参与。

2. 分类统计表

课程类别		学分数	学分比例	学时数	学时比例
通识教育模块	必修	12	18%	224	24%
	理论	9	13%	160	17%
	实践	3	4%	64	7%
专业教育模块	必修	40	59%	462	49%
	选修	16	24%	256	27%
	理论	39	57%	626	66%
	实践	17	25%	92	10%
分类统计	必修课	52	76%	686	73%
	选修课	16	24%	256	27%
	理论环节	48	71%	786	83%
	实践环节	20	29%	156	17%
合计		68	100%	942	100%

三、人才培养方案说明

（一）人才培养的定位

本专业顺应新一轮科技革命与产业变革趋势，契合全球化与数字技术深度融合发展大势，立足服务国家高水平对外开放与数字经济发展战略，着力培育高层次国际商务人才。专业紧跟人工智能与数字经济发展浪潮，推动传统商科向数智商科转型升级，对标“新文科+新商科”建设标准，深耕价值引领，践行社会主义核心价值观，培养适配国家对外开放战略发展需求的专业人才。学生在校系统研习现代经济学、管理学基础理论及多学科交叉知识，接受标准化国际商务理论、实操方法与专业技能训练，深度融合 AI 数字化跨境商务应用场景，搭建全球化战略+跨境商务智能+AI 数字平台运营三重核心能力结构，重点强化大数据、智能运营等数字工具实操能力与跨文化沟通协作素养，熟练掌握全流程国际贸易实操技能，成长为适配数智化跨境商务场景的应用型、复合型、创新型国际数字商务人才。

（二）知识框架的要求

根据社会对国际商务人才的要求，国际商务学生应从素质、专业知识、技能三方面进行培养。通过系统地学习，掌握现代经济学、管理学的基本理论以及其他相关学科的基础知识，接受现代国际贸易理论、方法与技能的基本训练，熟悉国际通行的商务规则，认识与把握国内外商务的运行机制和发展规律，熟练使用一门外语，熟练运用现代信息技术，具备国际贸易业务全流程实践操作能力，具有国际视野、本土情怀、创新意识、团队精神和沟通技能，达到基础扎实、知识面宽、分析解决问题的能力强的要求。

1. 素质方面：具有国际视野，系统掌握国际商务专业基础知识，具备发现组织管理问题的敏锐性和判断力；掌握创新创业技能，并能够运用经济学、管理学的理论和方法，系统分析、解决组织的管理问题；熟练运用一门以上外语从事跨国贸易、投资、经营和管理的专业化素质。

2. 专业知识方面：以经济学、管理学、会计学、统计学等基础知识和经济分析工具为知识结构的基础，系统掌握国际商务、商业数据挖掘与分析、跨境电子商务、企业战略管理、国际投资学、财务管理、国际市场营销、全球领导力与组织行为管理、国际商法、创业学等国际商务专业理论知识、方法和技能，通晓国际商务惯例和国际商务文化，熟悉商业数据挖掘与分析、电子商务运作，具备跨国经营、管理、策划等专业知识，熟悉本学科的理论前沿及发展动态，同时根据学生个性发展的需要，可延伸至跨国投资与运用管理、贸易实务等方向。

3. 技能方面：具有出色的外语应用水平和跨文化交流管理的能力，能够熟练使用英语及其他外语进行商务沟通，并深刻理解不同文化背景下的商业惯例和行为规范，具备跨国企业运营能力，掌握了先进的现代信息技术应用技能，包括 AI 使用、大数据分析、云计算等数字化工具的应用。

（三）课程设置

在大数据与人工智能时代，中国企业国际化需要具备新思维、掌握新工具、拥有新能力、信息技术与经济管理复合知识背景兼备的国际商务人才。国际商务专业的课程设置一方面满足差异化和多样化的人才培养需求，以跨境电商作为专业核心，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。同时根据学生个性发展的需要，可延伸至跨国投资与运营管理、贸易实务等方向，以及面向拟出国、考研需求的专业深化。另一方面通过实践课程、实践周和跨境电商虚拟仿真省级实践教学中心的投入应用，以及成熟完善的双创教育体系支撑，构建专业课程和实践教学相互融通的人才培养课程体系。

国际商务课程分成两大模块：通识教育模块、专业教育模块。每个模块又分成必修和选修两个小模块。专业教育的必修模块包括专业基础课程和学科基础课程，共 9 门课程，28 学分。

本专业的核心课程包括：经济学原理、管理学原理、会计学原理、统计学原理、国际贸易实务、国际管理、国际商务、国际市场营销、商业数据挖掘与分析、跨境电商概论、企业战略管理、跨境电子商务实务、国际商法（经济类）、外贸函电与写作、国际商务谈判、外贸单证制作、国际结算等。

（四）注意事项

1. 学生必须取得所有必修课的学分，必修课考核不合格必须重修，若有一门必修课未取得学分，不准毕业。

2. 学生必须取得培养计划中规定的各类选修课学分，选修课考核若不合格，可以重修或重选。若未达到规定的学分，不准毕业。学生如果认为必要，可以增加修读学分。

3. 各模块所要求的学分，为最低修读学分。不同模块所修的学分，不能相互转换或抵扣。

4. 专业选修课应至少取得 16 学分，分为课程组 A、B。其中，《社会科学研究方法》统一于大一下学期集中开设，学生均须修读。

5. 课程组 A 是本专业的核心选修课程，包括专业核心基础课程组（跨境电商概论、企业战略管理、跨境电子商务实务、国际商法（经济类）、外贸函电与写作、国际商务谈判、外贸单证制作、国际结算）和其他核心选修课程组（数字新媒体营销、跨国公司运营管理），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。其中，专业核心基础课程组的课程为培养本专业核心能力的基础性课程，专科阶段未修读过的学生需选择修读，建议学生从中至少选修 9 学分。

6. 课程组 B 为专业深化选修课程组（社会科学研究方法、数字化全球领导力与组织行为管理、数字时代的国际人力资源管理），主要为考研、出国或有加厚、加深基础理论部分学习需求的学生开设，将根据学生需求情况灵活开设。

四、专业课信息

（一）专业必修课

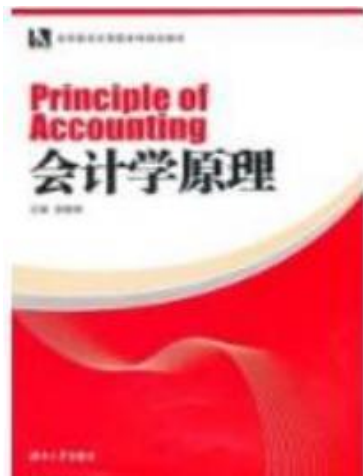
课程名称:	经济学原理	
学分:	3	
总课时:	48	
先修要求:	无	
相近课程:	无	
课程性质与目的	微观经济学原理是现代经济学的入门课程。通过课程学习,使学生在了解、认识和掌握经济学的基本理论和基本分析方法的基础上,提高抽象思维能力和逻辑思维能力,培养学生运用经济学的分析方法分析问题和解决问题的能力,能够结合中国实际来批判地、科学地学习和运用西方经济学理论,从而增强中国特色社会主义道路自信、制度自信、文化自信和理论自信。并为后续的经济课程和其他专业课程打下良好的基础。	
主要内容与知识点	本课程包括两个部分:一是微观经济学部分,二是宏观经济学部分。微观经济学重点研究家庭、企业等个体经济单位的经济行为,旨在阐明各个微观经济主体如何在市场机制调节下做出各种理性选择,以谋求效用或利润最大化。包括:市场机制、企业的生产与成本、完全竞争市场、不完全竞争市场、市场失灵及对策等。宏观经济学研究整个社会的总体经济活动,着眼于国民经济的总量分析,包括总产量(总收入)、总就业、物价水平、总供给和总需求及其均衡,着重研究影响国民收入和就业水平的因素,探索增加国民收入、提高就业水平、保持物价稳定的方式和途径,政府如何运用宏观经济政策进行宏观调控,从而实现宏观经济的稳定运行。	
获得技能	能运用经济学的基本概念、基本理论和基本方法,对现实经济现象与问题进行分析和研究。	



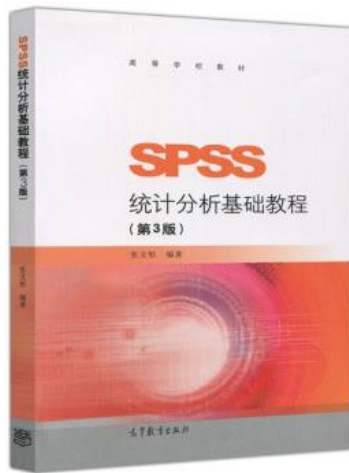
课程名称:	管理学原理	
学分:	3	
总课时:	48	
先修要求:	无	
相近课程:	无	
课程性质与目的	本课程为国际商学院各专业的必修课程。对于商学院的所有学生言,管理学原理都是一门相当重要的基础核心课程。迈入 21 世纪,我们所生活的世界已发生了很大变化,管理是一门动态的学科,所有的知识点都必须紧紧扣住时代的脉动,并且要有充分的实用性及应用广度。	

主要内容与知识点	学生除了应该了解基本的管理四大功能的内容，细项和特征外。更要能掌握在每一个问题点上，运用该单元所提供的概念和技术；在各类型的组织，不同的组织层级，不同的组织规模，不同的背景下，透过鲜活案例的探讨以及每一单元完结之[管理技能练习]，学习去解决任何问题。管理绝不是一门呆板枯燥的、纯理论论述的学科。而是可以完全灵活运用的学问！
获得技能	培养有效的时间管理技能练习，培养人际关系和沟通技能练习，培养概念技能练习，培养有效的决策技能，培养有效的技术能力，培养有效的诊断技能。



课程名称:	会计学原理	
学分:	3	
总课时:	48	
课程性质与目的	本课程为国际商学院所有专业的必修课，目的在于通过教与学，使学生正确理解会计的概念以及其基本原理；掌握会计处理的基本流程和基本技能，编制相关凭证以及登记账簿；能运用借贷记账的方法处理基本会计业务、阅读会计报表。通过此门课程的学习，获得解决一般会计问题以及运用会计分析实际问题的能力，对学习其他专业课程以及日后的工作能够起到辅助作用。	
主要内容与知识点	本课程主要阐述了会计及会计核算的基本知识，包括会计基础理论、基本方法和基本技能、会计基础程序和方法以及会计报表编制。	
获得技能	掌握会计的基本知识，进行简单的企业会计核算，阅读简单的会计报表。	



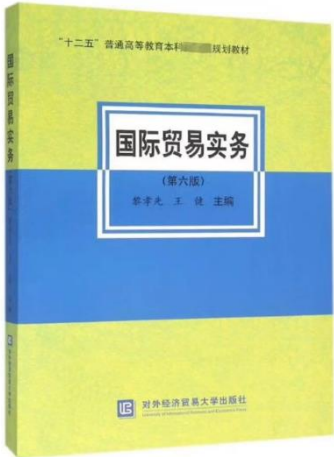
课程名称:	商业数据挖掘与分析	
学分:	3	
总课时:	48	
先修要求:	具备一定的数据分析兴趣与思维	
相近课程:	无	
课程性质与目的	商业数据挖掘与处理是国际商务的专业课程之一，也是一门实践性较强的课程。课程教学的主要内容是商业数据挖掘的基础理论以及数据处理的主要技术，结合实际案例探讨如何运用数据挖掘与处理手段来解决现实国际商务活动调研和经营中存在的问题。	
主要内容与知识点	数据挖掘的介绍；数据仓库的定义与特征、数据组织、数据模型、总体结构和设计，数据预处理；数据挖掘的关联、分类和数据处理的基本概念和分析操作方法；数据挖掘的关联、聚类和回归等常见方法；具体行业的应用案例。	
获得技能	培养学生利用数据挖掘这种工具去分析和解决商业应用的能力。	



课程名称:		统计学原理	
学分:		4	
总课时:		64	
先修要求:		无	
相近课程:		无	
课程性质与目的		本课程为国际商学院各专业的必修课。通过本课程的学习，掌握统计数据的收集、整理、数据分布特征指标的计算、推断统计以及经济管理中常用的数据分析方法，掌握定性和定量分析有机结合的技能，为进一步学习专业统计和计量经济课程奠定理论和方法基础，也为后继课程和进行社会经济问题研究提供数量分析方法。	
主要内容与知识点		统计学的基本概念、统计调查与整理、综合指标、参数估计和假设检验、相关与回归、非参数检验、时间数列、统计指数。	

获得技能	收集、整理统计数据，计算数据分布特征指标，应用统计数据对社会经济问题进行数量分析。
------	---



课程名称:		国际贸易实务	
学分:		3	
总课时:		48	
先修要求:		无	
相近课程:		国际贸易理论与实务	
课程性质与目的	本课程是国际商务专业的选修课程。通过本课程的学习，学生能掌握进出口业务工作的基本环节，掌握外贸合同的各项交易条件，并能比较熟练地进行合同条款的谈判及外贸合同的签订与履行工作，同时对违反合同的现象能预先防范并能妥善处理好索赔、理赔工作，掌握国际上一些通行的惯例和普遍实行的原则，并能灵活应用。		
主要内容与知识点	贸易术语、商品的描述、国际货物运输与保险、价格的确定、货款的支付、商品检验、索赔、不可抗力和仲裁、国际货物买卖合同的商订与履行		
获得技能	具备从事进出口贸易的基本能力。		



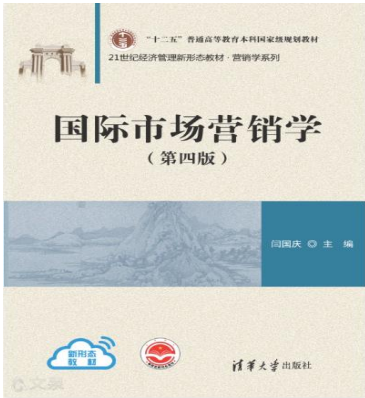
课程名称:		国际管理	
学分:		3	
总课时:		48	
课程性质与目的		本课程是国际商务学院各专业的选修课，旨在从不同角度讨论国际管理问题，深刻理解所面对的不同挑战，以及国际管理者必须面对的环境现实，内容涉及跨国运作面对的经济、法律、政治和文化方面的问题，从而帮助学生获得在跨地域和跨文化复杂管理中的洞察力。	
主要内容与知识点		全球管理环境，包括经济、政治、法律环境，社会责任与伦理，文化对企业的影响，跨文化沟通，跨文化谈判与决策，全球化战略，全球联盟与战略实施，组织结构与控制系统，全球化人力资源管理，培养全球管理精英，激励与领导。	

获得技能	从事国际商务管理的基本能力。
------	----------------



课程名称:	国际商务	
学分:	3	
总课时:	48	
先修要求:	管理学原理	
相近课程:	无	
课程性质与目的	本课程为国际商务专业的必修课,探讨当前国际竞争环境特点、企业的国际化战略等内容,拓宽学生的知识面,提高其综合素质。通过本课程的学习,要求学生掌握企业全球化相关理论,从经营企业的战略的高度,系统分析和解决企业所面临的国际商务问题,以应对全球化背景下我国企业所面临的国际化运作的挑战。	
主要内容与知识点	主要内容有国际竞争的主要类型及竞争优势来源、目标市场选择、国际市场进入战略、国际商务中的文化因素及其管理、国际商务中的法律因素及其管理、国际商务中的汇率因素及其管理、国际收支与金融危机、国际服务贸易管理,以及国际物流和供应链管理等。	
获得技能	培养学生全球化的思维方式。	

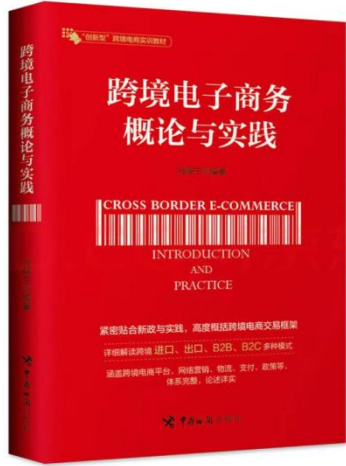


课程名称:		国际市场营销	
学分:		3	
总课时:		48	
课程性质与目的	《国际市场营销》是市场营销的专业必修课，国际经济与贸易专业的专业选修课，是一门研究企业全球市场活动及其规律性的应用性学科。本课程设置目的是培养学生全面系统地掌握国际市场营销学的基本理论、基本方法和基本技巧，以更宏观的角度与更宽广的全球视野来面对国际营销的事务。		
主要内容与知识点	主要内容包括国际市场营销管理哲学、国际市场营销环境分析、国际市场营销调研、国际目标市场营销战略、国际市场营销竞争战略、国际市场营销组合策略、跨境电子商务等。		

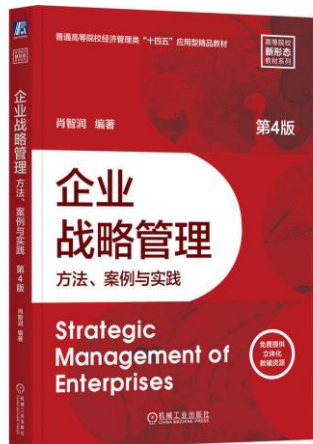
获得技能	拥有制定有效的国际市场营销组合战略的能力，拥有基本概念计划，组织和控制国际市场营销活动的过程和方法。
------	--

（二）专业选修课



课程名称:	跨境电商概论	
学分:	3	
总课时:	48	
先修要求:	学生掌握基本的经济管理常识，具备一定的语言能力，充分理解国际贸易及电子商务在当代社会中的角色和范围，并了解相关理论在真实世界中的应用。	
相近课程:	跨境电子商务数据分析	
课程性质与目的	课程是国际商务学院以及经管类各专业的一门专业选修课，适合对二、三年级学生开设，是为培养适合我国现代化经济发展需要的跨境电商人才服务的实践性较强的经贸类专业选修课程。	
主要内容与知识点	通过本课程的学习，使学生掌握跨境电商的基本理论、发展趋势及前景，认识跨境电商的特点、跨境电商的模式，了解目前国内外几种常用的跨境电商平台及相关知识；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。	
获得技能	预期能力获得：获取知识、运用知识、创新思维和跨文化交流的能力。	
考核方式	课程考核最终成绩采用百分制，具体包括三个部分： 出勤成绩： 占总成绩 10%； 平时成绩： 以学生课堂表现、作业完成情况、到课率为评分内容，占总成绩 40%； 期末考试： 论文占 50%。	



课程名称:		企业战略管理（B）	
学分:		2	
总课时:		32	
先修要求:		宏/微观经济学原理、管理学原理	
相近课程:		无	
课程性质与目的	战略管理是一个完整的系统活动过程，它把企业的各项活动有机地联系为一个整体。本课程按照战略管理的实践过程，从战略分析、战略制定以及战略实施、评价和控制三个部分展开论述，讲述了企业战略管理的基本理论、制定和选择企业战略的基本原则、模型和实施战略管理的具体方法，并注重利用典型案例提高学生分析问题和解决问题的能力。		
主要内容与知识点	战略基本概念、内涵及外延、战略的不同流派及相互关系、战略管理的基本框架和流程、外部环境分析、产业环境分析、运营环境分析、内部能力分析、业务组合、PIMS 分析、战略地位和 SPACE 分析及 SWOT 分析模型及运用、远景和使命、企业目标、企业治理、公司战略及选择、业务战略及管理、战略实施与战略变革。		
获得技能	应用基本理论和模型分析和解决实际问题的能力；为企业发展选择和实施战略管理的能力。		



课程名称:		国际商务谈判
学分:		2
总课时:		32
先修要求:		无
相近课程:		商务谈判、谈判技巧
课程性质与目的	本课程是国际商务和国际经济与贸易专业的专业选修课程，授课对象为商学院国贸系。商务谈判是商务活动的重要内容。本课程旨在提高学生谈判沟通能力，为其以后从商打下基础。通过本课程的学习，使学生掌握国际商务谈判的相关理论，了解国际商务谈判的全过程及不同类型商务谈判的具体内容，掌握各种谈判策略和技巧，并能灵活应用。	



主要内容与知识点	国际商务谈判的基本概念与原则、国际商务谈判特征、“先入为主”的概念、商务谈判的三个阶段、谈判中的沟通方法、团队谈判、谈判的准备阶段、谈判的磋商阶段、让步的基本原则、谈判的终局阶段、谈判策略、国际销售谈判、国际商务合同谈判、国际投资谈判、跨文化与商务谈判。
获得技能	从事各类商务谈判的能力，提高沟通能力和人际关系处理能力。



课程名称:	跨境电子商务实务
学分:	3
总课时:	48
先修要求:	学生掌握基本的经济管理常识、基本的理论知识点、充分理解国际贸易及电子商务在当代社会中的角色和范围,并了解相关理论在真实世界中的应用。
相近课程:	跨境电子商务数据分析
课程性质与目的	本课程是国际商务学院各专业的一门学科专业选修课,是为培养适合我国现代化经济发展需要的跨境电商人才服务的实践性较强的经贸类专业课程。
主要内容与知识点	本课程主要学习跨境电子商务实务操作理解和认识,根据国际市场需求和不同跨境电商平台,完成网络市场调研、独立寻找货源并进行采购、产品信息编辑上架、客户询盘回复、订单处理等业务,完成跨境B2C店铺的开店、运营、维护和管理的工作,平台基本操作和订单处理流程等业务操作。
获得技能	预期能力获得: 获取跨境电商实务操作知识、运用知识、创新思维和跨文化交流的能力。

Kuajing Dianshang Zonghe
Shixun Pingtai Shiyang Jiaocheng

跨境电商综合实训平台
实验教程

邹益民 黄海滨 高丁莉 / 主编

浙江大學出版社

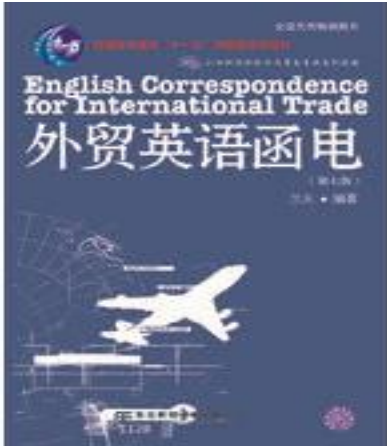
课程名称:	国际商法 (经济类)
-------	------------



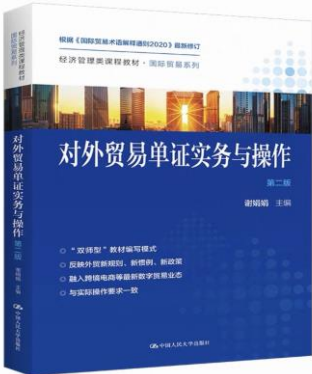
学分:		3	
总课时:		48	
先修要求:		无	
相近课程:		民商法	
课程性质与目的	本课程为国际经济与贸易专业的必修课，介绍国际商法的基本理论和知识，旨在培养从事国际商事活动法律实务的操作能力。通过本课程的学习，使学生掌握国际商法的基础理论、知识和国际商事活动的法律规定，培养学生熟练运用国际商法理论、知识处理有关国际商事活动及国际商事活动中发生的问题和纠纷的能力。		
主要内容与知识点	国际商法概念、历史发展和渊源、两大法系的结构和渊源、合同法、国际货物买卖法、国际货物运输法、国际产品质量法、商事组织法、票据法、代理法、产品责任法、关于产品责任的法律适用公约、国际贸易仲裁、世界贸易组织公平贸易规则和主要协议等。		
获得技能	具备应用国际商法知识来处理国际贸易上的法律问题。		



课程名称:		外贸函电与写作
学分:		2
总课时:		32
先修要求:		学生具有一定英语基础, 有一定英语听说能力。
相近课程:		无
课程性质与目的	本课程是国际商务专业的专业选修课程。本课程的目的是强化学生运用英语从事国际商务活动的能力和技巧, 以全球化的眼光关注世界经济贸易活动, 特别强调培养学生将英语作为工作语言的能力。	
主要内容与知识点	涉及外贸实务各环节的信函的写作格式及写作大纲, 其中包括询盘、还盘、发盘、合同、包装、装运、保险等, 通过真实的外贸公函的讲解, 让学生掌握外贸术语, 全面提高学生的外贸英语的基本功。与此同时, 本课程还可以让学生了解和学习商务英语应用的社会环境, 掌握有效沟通技巧, 全面提高写作能力, 为毕业后能较好地开展工作, 理论联系实际奠定基础。	
获得技能	撰写商务书信和文件。	





课程名称:		外贸单证制作	
学分:		3	
总课时:		48	
先修要求:		了解常用贸易术语, 知道信用证的基本特点。	
相近课程:		无	
课程性质与目的	本课程是国际商务学院的一门专业选修课, 是为培养适合我国现代化经济发展需要的国际商务人才服务的实践性较强的经贸类专业课程。		
主要内容与知识点	本课程以国际贸易合同为基础, 以国际贸易结算中的托收和信用证结算为主, 讲授国际贸易业务中所涉及的各种单证。		
获得技能	外贸单证的制作		
考核方式	课程考核最终成绩采用百分制, 具体包括三个部分: 出勤成绩: 占总成绩 10%; 平时成绩: 以作业完成情况为评分内容, 占总成绩 30%; 期末考试: 闭卷考试, 占总成绩占 60%。		



课程名称:		国际结算
学分:		3
总课时:		48
先修要求:		无
相近课程:		无
课程性质与目的	国际结算是以国际贸易中各种结算工具和结算方式为研究对象的一门实用性很强的应用类课程, 是国际经济与贸易专业和金融专业的专业选修课。通过对国际结算的学习, 使学生掌握国际结算的基本原理、基本知识以及这些理论、知识在实际业务中的运用方法, 同时培养学生解决国际贸易实务问题的能力。	
主要内容与知识点	国际结算的概念和发展历程; 国际结算中的国际管理; 国际结算中的票据——汇票、本票和支票; 国际结算中的单据——商业单据、保险单据、运输单据; 汇款和托收; 跟单信用证; 银行保函和保付代理; 国际结算中的融资; 非贸易结算的种类和方式。	
获得技能	在国际贸易中进行国际结算的能力。	



考核方式	课程考核最终成绩采用百分制，具体包括三个部分： 出勤成绩： 占总成绩 10%； 平时成绩： 以作业完成情况为评分内容，占总成绩 30%； 期末考试： 闭卷考试，占总成绩占 60%。。
------	--



课程名称：		跨国公司运营管理
学分：		2
总课时：		32
先修要求：		无
相近课程：		无
课程性质与目的	本课程是国际商务专业的专业选修课，以理论教学为主，也可作为经管类其他专业的选修课，一般在大二或者大三学年开设。本课程教学目的是使学生掌握国际运营管理的基本知识、拓宽和深化学生在先修管理类课程中学到的知识和技能，培养学生在该领域的实际业务能力。本课程要求学生掌握全球化和运营管理知识。	
主要内容与知识点	管理人员与全球化、企业战略改变与运营战略的改变、新产品、服务开发与流程选择、项目管理、供应链管理、全球运营管理和全球运营管理中的人力资源问题。	
获得技能	获得跨国经营与管理的基本能力。	





课程名称：		数字新媒体营销
学分：		2
总课时：		32
先修要求：		无
相近课程：		无
课程性质与目的	数字新媒体营销是一门面向数字经济时代的应用型与实战型课程，是市场营销类专业的重要延伸课程，同时也是商科类学生理解和应用数字技术的重要基础课程。本课程通过融入人工智能、大数据、内容算法、用户行为分析等核心数字能力，旨在培养学生在数字营销环境下进行内容创造、数据分析、平台运营与品牌传播的综合实践能力。课程可作为市场营销专业的核心专业选修课程，以及国际商务、国际经济与贸易、工商管理、电子商务等商科专业	



	的专业选修课。	
主要内容与 知识点	课程以AI赋能的新媒体环境为背景，系统讲授新媒体发展规律、新媒体营销的基础知识、主流平台运营方法与营销技巧，引导学生理解抖音、小红书、视频号等平台的算法逻辑与用户行为特征。课程重点训练学生利用AI工具构建新媒体矩阵、进行内容规划与文案生成，并掌握数据监测、用户洞察与智能营销决策的方法。通过学习，使学生具备在数字化环境中开展新媒体内容运营与品牌推广的核心能力。	
获得技能	具备依据特定的数字营销技能。	
考核方式	课程考核最终成绩采用百分制，具体包括三个部分： 出勤成绩： 占总成绩 10%； 平时成绩： 以学生课堂表现、作业完成情况为评分内容， 占总成绩 40%； 期末考试： 课程报告占 50%。	



课程名称：		跨文化沟通与管理	
学分：		2	
总课时：		32	
先修要求：		无	
相近课程：		无	
课程性质与目的	随着全球经济一体化和跨国公司向全球的发展，跨文化管理日益显得重要，跨文化沟通作为跨文化管理的重要组成部分也日益成为决定成功的跨文化管理的重要因素。《跨文化沟通与管理(B)》作为市场营销专业、国际经济与贸易专业和国际商务专业的专业选修课程，同时也是经管类其他专业的专业选修课，一般在大学二年级始开设。		
主要内容与知识点	本课程以跨国公司的真实案例以及各种文化价值观、文化偏好在有效的跨文化商务沟通中的具体应用为基础，主要包括了文化与沟通的联系、语言在跨文化商务沟通中的作用、跨文化非语言沟通、跨文化书面沟通、国际礼仪、跨文化冲突与谈判、跨文化交友、大中华地区间的跨文化沟通、以及跨文化沟通中的法律因素。		
获得技能	提升跨文化沟通能力的基本技巧，掌握主要的商务沟通技巧以及组织内外部的核心沟通技能。		
考核方式	课程考核最终成绩采用百分制，具体包括三个部分： 出勤成绩： 占总成绩 10%； 平时成绩： 以平时表现和专题案例讲解情况为评分内容， 占总成绩 40%； 期末考试： 课程报告占 50%。		



课程名称:		国际会展策划实务	
学分:		2	
总课时:		32	
先修要求:		会展概论	
相近课程:		无	
课程性质与目的	《国际会展策划实务》是校企合作为基础，融合会展积累的经验，将行业的理念与技术融合为一体，具有较好的实用性，可操作性，完整性和前瞻性的一门课程。展览会除了本身是一种高效率的营销方式外，还为参展企业提供集中运用多种营销手段的可能，进而将营销和销售结合在一起，因而从理论上讲，参展比一系列的单独销售手段更有效。本课程是国际经济与贸易专业的专业选修课，是学生掌握会展策划与营销方式的重要课程。		
主要内容与知识点	通过本课程的学习，能够使学生获得更广泛的会展、旅游方面的知识，掌握对主题展会或主题活动进行策划的能力，能够在实际中对会展策划与组织的知识体系与操作技能进行阐述与分析，具有全局性、前瞻性的专业理念，培养学生的策划能力和组织能力。本课程主要培养学生对会展活动的策划和组织能力，主要内容包括：会展策划基本知识、会展市场即项目可行性分析、会展目标、题材与主题策划、展览会项目策划、会议策划、会展相关活动策划、会展评估等学习情形。		
获得技能	具备主动的职业规划意识和生涯管理技能。		
考核方式	课程考核最终成绩采用百分制，具体包括三个部分： 出勤成绩： 占总成绩 10%； 平时成绩： 以小组汇报、案例分析、活动策划情况为评分内容，占总成绩 40%； 期末考试： 会展项目策划书占 50%。		

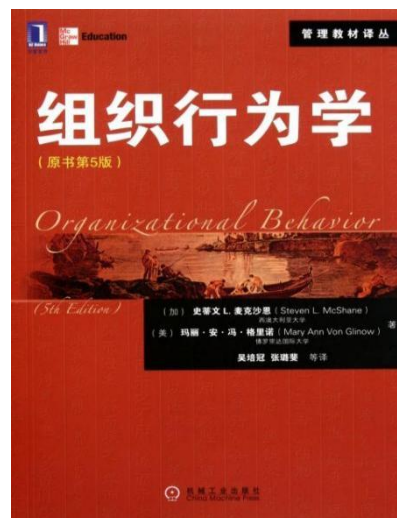


课程名称:		社会科学研究方法	
学分:		2	
总课时:		32	
先修要求:		无	
相近课程:		无	
课程性质与目的	本课程是一门介绍社会科学研究方法的专业选修类课程。课程旨在系统讲授社会科学研究的基础理论、基本流程与常用方法，同时强调人工智能技术在文献检索、数据收集、文本分析与统计建模中的应用，为学生的毕业论文写作、学术深造和未来职场中的研究型任务奠定方法论基础。本课程的授课对象为国贸专业、国商专业、市场营销专业以及其		

	他经济学类专业的学生。一般在本科三年级开设。
主要内容与 知识点	本课程是通过讲解文献检索、数据收集整理、定性分析方法、定量资料分析方法以及论文写作等基础知识等内容，帮助学生正确认识社会科学研究方法的重要性和必要性，同时培养学生具备基本的信息检索能力、数据收集和整理能力、定性分析和定量资料分析能力以及论文写作能力。在原有方法论体系基础上，本课程全面融入人工智能工具的辅助能力，帮助学生在信息时代具备更高效的研究素养与分析能力。
获得技能	数据收集和整理能力，定性分析和定量资料分析能力
考核方式	课程考核最终成绩采用百分制，具体包括三个部分： 出勤成绩： 占总成绩 10%； 平时成绩： 评分内容以作业为主，占总成绩 40%； 期末考试： 课程报告占 50%。



课程名称：	数字化全球领导力与组织行为
学分：	3
总课时：	48
先修要求：	管理学原理
相近课程：	无
课程性质与目的	是管理类学科基础课程之一，是采用系统分析的方法，综合运用心理学、社会学、人类学、生理学、生物学、经济学和政治学等知识，研究一定组织中人的心理和行为的规律性，从而提高各级领导者和管理者对人的行为的预测和引导能力，以便更有效地实现组织预定的目标。本课程通过引入案例分析、团队训练和课外调研等环节，可提高学生的分析问题、解决问题的能力，力图使理论与实践达到完美地结合。
主要内容与 知识点	组织行为学基本概念、知觉与管理、个性差异与管理、价值观态度与管理、面向新世纪的组织行为学、激励与组织行为、需要层次理论、ERG理论、双因素理论、期望理论、激励理论的应用、群体、沟通理论、人际关系、工作群体与团队的管理、领导理论、五种类型的权力。
获得技能	运用组织行为学的原理从事管理的能力。



考核方式	课程考核最终成绩采用百分制，具体包括三个部分： 出勤成绩： 占总成绩 10%； 平时成绩： 以作业完成情况为评分内容， 占总成绩 40%； 期末考试： 课程报告， 占总成绩占 50%。
------	---



课程名称：		数字时代的国际人力资源管理	
学分：		3	
总课时：		48	
先修要求：		管理学原理	
相近课程：		无	
课程性质与目的		通过本课程的教学，使学生比较全面、系统地把握人力资源的获取、保留、发展及协调四大功能，掌握人力资源的基本理论，学会如何用所学到的理论分析工具，解释和分析现实中的协调管理、激励管理、跨文化管理和员工职业生涯管理等人力资源问题。	
主要内容与知识 点		人力资源管理为研究各种组织的协调管理、激励管理、跨文化管理和员工职业生涯管理等课题提供了知识和依据。教学中以课堂讲授为主，通过理论分析、案例研究、案例汇报、角色扮演等多种方法，使理论与实践相结合，以培养学生理论指导实践的思维方式，使得他们能够在相对真实的组织环境中解决出现的人力资源问题。	
获得技能		提高解决人力资源问题的能力。	
考核方式		课程考核最终成绩采用百分制，具体包括三个部分： 出勤成绩： 占总成绩 10%； 平时成绩： 以学生课堂表现、作业完成情况为评分内容， 占总成绩 40%； 期末考试： 课程报告， 占总成绩占 50%。	