

我们的愿景

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。也就是说，我们的学生毕业后将主要在各行各业从事实际管理工作。当然，我们不排除其中有些人最终会成为研究型人才，这是他们调整自己的职业生涯的结果。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。我们的学生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，得到了业界的认同。

为了培养复合型、创新型、应用型的管理人才，我们需要一支兼备经济管理和相关行业领域知识与 AI 技能、具有创新意识和企业实践经验的教师队伍。值得引以为豪的是，我们现任专职教师大多是满足上述条件的双师型教师。此外，我们还有一支实力雄厚的兼职教师队伍，包括来自校本部担任我们各专业学科带头人、负责人的博导教授，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设计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、海外学者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正成长为一支以高级职称为主富有创造性的团队。

为了培养复合型、创新型、应用型的管理人才，我们还需要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，应当牢固树立为师生服务的观念。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。我们的行政管理人员应该比其他同仁更加自信、自觉和富于理性。因此我们的管理团队更适合在一种服务型的管理氛围中学习和工作。

一直以来，管理学院始终秉承学校“以学生为中心”的办学理念，引导学生们积极参与各类学生与社团组织的活动和建设，借助这些组织实现自我服务、自我管理和自我教育。管理学院成立时，教师们以自愿为主、调剂为辅的方式组成专业教研室，推选教研室负责人；如今，教研室已成为具有自我管理运行能力的基层学习型组织。在此基础上，管理学院通过扁平化管理，形成“院-室”架构，使整个管理学院也成为一个大 的学习型组织。正是这样的学习型组织，使管理学院能够在新时期从容应对新挑战，及时抓住新机遇。

近年来，随着 AI 等新技术的涌现和数字经济的快速发展，工业化时代的传统商科教育面临挑战日渐式微，管理学院勇于改革，大胆创新，借助兼备商务与技术专业的优势，积极推行新商科建设，将新技术、新理念、新方法融入传统商科教育，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。

未来，管理学院将不负使命，在人才培养、科学研究和服务社会方面继续做出积极的贡献，努力践行“自信、自律、自强、至善”的院训精神，在打造数字化时代新商科建设中奋勇前行，成为同类院校中一所不一样的商科学院。

——管理学院院长寄语

2026 年 7 月

目录

一、专业简介	4
二、本专业人才培养方案	4
(一) 培养目标	4
(二) 培养标准	5
(三) 专业特色	6
(四) 学制及学习年限	6
(五) 学分说明	6
(六) 授予学位	6
(七) 课程设置与学分分配表	7
三、本专业人才培养方案说明	9
(一) 人才培养的定位	9
(二) 知识和专业能力的要求	9
(三) 课程设置	9
(四) 课程教学改革	10
(五) 修读注意事项	10
四、专业核心课程信息	11
(一) 专业必修课	11
(二) 主要专业选修课	15

电子商务（专科起点本科）专业修读指南

一、专业简介

电子商务是依托信息技术、融合管理学、经济学与计算机科学的新兴交叉学科，具有广阔的应用前景与发展空间。本专业旨在培养具备扎实商务理论、熟练信息技术应用能力、创新思维及解决复杂实际问题能力的复合型管理人才。

我国电子商务专业教育自本世纪初起步，经过二十余年快速发展，已形成较为完善的人才培养体系。2018年，教育部发布《电子商务类本科专业教学质量国家标准》，进一步明确了培养目标、课程体系与教学规范；2021年，商务部等三部门联合印发《“十四五”电子商务发展规划》，强调推进商贸服务业数字化、网络化、智能化，为专业发展指明了方向。在政策引领与产业需求的双重驱动下，电子商务专业正加速从传统商务向数字商务转型升级，致力于培养适应数字经济时代国家建设需要的高素质人才。

厦门大学嘉庚学院电子商务专业是**省级一流专业建设点**。本专业依托学校优越的办学条件，紧扣市场与行业需求，严格参照教育部电子商务教指委的知识体系框架，制定了契合数字经济时代的人才培养方案。课程体系深度融合互联网、人工智能、大数据等前沿技术内容，着力培养学生数据分析思维与新兴技术应用能力。我们坚持理论与实践并重，通过案例教学、项目实训、企业合作等多种形式，强化学生的创新能力和解决实际管理问题的综合素养。同时，本专业深度推进产教融合，与多家行业领军企业建立了长期稳定的校企合作关系，共建实习实训基地，开展课程共建、师资互聘、项目孵化等多层次合作，取得了显著成效。学院建有一流的实训基地集群，承担常规教学与校企合作实训任务，以真实场景驱动教学改革，以实战项目赋能学生成长。

学生毕业后可在各类企事业单位从事电子商务策划、运营与管理、网络营销、新媒体运营等工作，也可在经济、管理等学科领域继续深造。电子商务作为数字经济的重要组成部分，相关人才社会需求量大，本专业毕业生兼备理论与实践能力，适应性强，职业发展前景广阔。

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，具有较高的审美情趣和文化品位
- 1.2 具有良好的公民意识和社会责任感，具有法律意识，具有时代精神，崇尚劳动积极进取。
- 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 技术能力：具备数据分析、人工智能等新兴技术的应用能力，能够理解和应用新兴技术工具进行数据分析，以及在电子商务平台上进行应用和创新实践的能力。
- 2.2 运营能力：具备市场分析，产品规划、平台运营、数据分析、营销推广等运营管理能力，熟悉各主流电商平台和新媒体平台的运营规则和业务流程逻辑，具有利用数智化思维指导运营决策的能力。
- 2.3 创新能力：具有良好的创新思维，善于发现和把握创新与创业时机；具有良好的创新实践能力，能积极探索新的技术和应用，创新业务模式和营销方式。
- 2.4 综合能力：具有终身学习意识和自我管理、自主学习能力，适应社会和个人可持续发展。具有较强的组织沟通表达能力、团队协作能力。

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68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			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	29	24	5	464	384	80	17	9	3	
	学科基础课	12	12	0	192	192	0	8	4		
	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		
	专业基础课	17	12	5	272	192	80	9	5	3	
	电子商务概论	3	2	1	48	32	16	2+1			
	网络营销	3	2	1	48	32	16	2+1			
	电子商务与物流管理	2	2		32	32			2		
	电子商务系统规划与设计	3	2	1	48	32	16		3		
	新媒体内容营销与运营实务	3	2	1	48	32	16			2+1	
	Python 与数据分析	3	2	1	48	32	16	2+1			
	专业选修课	15	10	5	240	137	103		8	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，包括市场营销、人力资源管理、运营管理、管理工具等管理领域课程，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 and 实践能力；										
	3. 课程组 B 为特色课程，在第 1-3 学期灵活开设，建议修读门数不超过 2 门。										
	课程组 A										
	电子商务视觉设计	3	2	1	48	24	24		2+1		
	电商数智化运营	2	1	1	32	16	16		1+1		

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
	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	
	跨境电子商务	3	2	1	48	32	16		2+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	26	6		2		
	文献检索与论文写作(经管类)	2	2		32	24	8		2		
	AI 电商应用与智能体实践	2	1	1	32	16	16				
	直播电商运营	2	1	1	32	12	20			1+1	
	创新创业实训	2	1	1	32	16	16		1+1		
	校企共建：数智化运营专题实践	2	1	1	32	8	24			1+1	
	课程组 B										
	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				
	商务礼仪	2	2		32	24	8				
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
	创新实践：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		68	43	25	942	683	259	22	23	11	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。

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. 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。

2. 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》《新媒体内容营销与运营实务》《网络营销》《电子商务系统规划与设计》《电子商务与物流管理》以及《Python 与数据分析》涵盖商务与技术类的 6 门课程。

（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》《电子商务视觉设计》《电商数智化运营》《电商大数据分析》《AI 电商应用与智能体实践》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 and 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》《创新实践：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），主要是通过调研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、企业微信群在线答疑讨论、学习通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、中国传统优秀文化、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，深入开展产教融合，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. 《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。

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		电子商务系统规划与设计		
学分		3	学时	48
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		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业的专业必修课程，针对一年级及以上学生开设。 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		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	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	电商数智化运营		
学分	2	学时	32
先修要求	无	相近课程	无
课程性质与目的	随着电子商务业务的成熟，电子商务企业运营工作开始数字化，并逐步走向智能化阶段，通过数智化运营知识的学习以及电商企业实践模型的讲授，提高同学们运营数据分析和数智化基础上的经营决策能力，在此背景下，本课程设置成立。本课程是本科电子商务专业的专业课程，也可作为经管类其他专业的专业选修课。电子商务专业在大二及以上学期开设本课程。 课程目标： 预期素质获得：紧密结合数据分析和商业智能工具，辅助以商业实际应用及案例，培养学生对电商企业运营更加全面、深度了解，提升电商全场景数智化运营能力。 预期知识获得：电子商务运营、设计、营销、客服等全链路数智化经营分析和决策方法和工具。 预期能力获得：电商全场景的数智化运营能力。		
主要内容与知识点	本课程依托电商企业运营业务实践，通过数智化店铺管理、数智化品类管理、数智化产品管理、数智化直播管理、数智化电商设计、数智化分销管理、数智化新零售、数智化营销管理、数智化客服管理、数智化数据管理、数智化订单管理、数智化系统管理、数智化订单管理、数智化财务管理等内容，构建全方位的电商企业数智化运营的知识结构。		

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	AI 电商应用与智能体实践		
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业的专业选修课，同时本课程是管理学院微专业数字营销与电商智能运营的一门核心能力拓展与前沿技术应用课程，具有极强的实践性、交叉性与前瞻性。 课程目标： 预期素质获得： AI 赋能意识与系统思维：形成在电商各环节主动应用 AI 的思维习惯，并能从系统角度设计人机协同 的工作流程。数据敏感性与决策观：培养严谨的数据处理态度和基于数据洞察进行决策的素养。批判性思维与伦理责任感：能够辨识 AI 生成内容的潜在偏见与虚假信息，遵守行业伦理与法规，负责任地使用技术。创新精神与职业认同感：激发职业想象力，树立在 AI 驱动的新电商领域持续探索与创新的信心。 预期能力获得： AI 工具链综合应用能力：能够熟练运用 AI 工具完成数据预处理、多模态内容生成、企业知识库构建及数字人创建等系列任务。场景化提示工程与优化能力：能够针对电商文案、客服问答、数据洞察等不同场景，撰写高质量提示词，并通过迭代优化获得理想输出。AI 智能体设计与构建能力：能够理解智能体工作原理，针对电商客服、选品、数据分析等需求，进行业务流程设计，并利用平台工具独立构建一个可运行的 AI 智能体。解决方案设计与汇报能力：能够整合课程所学，完成一份结构完整、逻辑清晰的《AI 电商应用方案》并进行答辩，展现发现问题、分析问题、利用 AI 设计解决方案的综合能力。 预期知识获得： 理论基础知识：清晰了解 AI 发展脉络、大模型基本原理、主流 AI 应用生态以及 AI 伦理规范。 数据知识：掌握电商数据的来源、类型、清洗与标注方法，理解数据质量对 AI 模型效果的关键影响。平台知识：熟悉用于新媒体创作、知识库管理、数字人驱动及智能体构建的国内外主流 AI 平台或工具。系统知识：掌握企业级知识库的构建逻辑与价值，理解 AI 智能体的基本架构及其在电商业务流程中的集成方式		
主要内容与知识点	本课程主要采用 “三段式” 能力递进结构（理论基础 → 工具应用 → 系统构建），旨在引导学生从理解 AI 核心概念出发，逐步掌握数据处理、新媒体创作、知识库构建等关键场景的 AI 赋能技能，最终具备独立设计、构建并部署解决特定业务问题的 AI 智能体的整合能力。课程全程以电商真实场景为项目驱动，强调 “做中学”，是实现电商运营智能化转型的核心课程。		