

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) 培养规格	2
(三) 专业特色	2
(四) 专业核心课程	3
(五) 学制及学习年限	3
(六) 学分说明	3
(七) 授予学位	3
(八) 课程设置与学分分配表.....	3
三、本专业人才培养方案说明.....	8
(一) 人才培养的定位	8
(二) 知识和专业能力的要求.....	8
(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	12
(一) 专业必修课	12
(二) 主要专业选修课	17
(三) 考研课程信息	29

电子商务专业修读指南

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

本专业主要培养方向有“数智化运营与新媒体电商”和“数字经济与金融”两个方向。致力于培养能够适应数字经济时代国家建设发展需要，系统掌握管理、经济、信息技术、统计分析等学科理论基础，具有良好的数智经济思维、扎实的专业理论知识与技能，运用电子商务策划与运营、网络营销、新媒体运营、数字经济与互联网金融管理、数字资产交易、商务智能工具等综合技能有效运营管理全渠道电子商务业务；具有数据分析与AI人工智能技术应用能力，能运用数据分析思维、理论知识和新兴技术赋能电子商务活动；具有良好的人文与科学素养、团队协作和创新能力、具有国际视野、服务社会经济发展，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。

学生毕业后具有良好的自主学习意识和市场变化适应能力，能在各类企事业单位及政府部门和其他组织运用所学综合知识从事电子商务的策划、数智化运营与管理、网络营销、新媒体平台营销，数字经济与互联网金融管理、数字资产交易等工作，也可以在经济、管理等学科领域继续深造硕士学位。

（二）培养规格

1. 素质要求

1.1 社会素质：具有良好的思想政治素质和正确的世界观、人生观和价值观，了解国情社情民情，具有良好的公民意识、社会责任感和法律意识，具有时代精神，崇尚劳动积极进取。

1.2 专业素质：具备良好的商业伦理价值理念与职业素养，具有良好的创新精神和创业意识，具有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。

1.3 文化素质：具有良好的人文和科学素养，有较高的审美情趣、文化品位。

1.4 身心素质：具有健康的体魄，健全的人格和高尚的品德，具有良好的心理素质。

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、营销推广、数据分析、数字经济与互联网金融管理等运营管理能力，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 通用知识：掌握自然科学、社会科学和人文学科等通识类相关知识。

3.2 专业基础知识：具备管理、经济、统计、信息技术等领域的综合知识。

3.3 专业知识：系统掌握电子商务策划、数智化运营、新媒体电商运营、数字经济、网络营销、网络金融、互联网金融运营管理、大数据分析、商务智能工具等理论知识与方法，掌握本学科的理论研究前沿及发展动态。

3.4 技能知识：掌握运用数字技术和新媒体工具开展电商运营的方法，掌握数字时代下分析与决策的专业知识和技能。具备利用计算机技术设计与开发电子商务系统的技能。

3.5 外语知识：熟练掌握一门外语，具有良好的国际化交流能力，理解和尊重世界不同文化的差异性和多样性。

（三）专业特色

电子商务专业以其独特的教育理念、课程设置和实践机会，为学生提供了一个全面发展的平台，使其能

够在数字经济时代中展现出强大的竞争力和创新能力。

本专业特色在于强调管理、经济、信息技术和大数据分析的跨学科知识融合，以及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的培养。学生不仅学习电子商务网站构建与运营管理、大数据分析等新兴技术，更深入掌握如何将这些技术应用于解决实际商业问题。

与传统商科管理类专业相比，本专业学生更具备全面的管理、数据智能、营销和运营知识，能够系统化地进行商业策划和实施。课程设置注重实践与理论的结合，通过实习、项目和案例研究等方式，让学生在真实工作环境中应用所学知识，培养团队协作、创新能力和领导力。

（四）专业核心课程

1. 管理学原理(A) 2. 会计学原理(A) 3. 微观经济学原理 4. 宏观经济学原理 5. 统计学原理
6. 电子商务概论(A) 7. 网络营销 8. Python与数据分析 9. 电子商务规划 10. 网站建设与模板应用
11. 数字经济学 12. 网络金融学 13. 数据库应用 14. 电子商务管理 15. 电子商务服务 16. 电子商务法(管理类) 17. 互联网金融运营管理

（五）学制及学习年限

学制四年，学习年限三至六年。

（六）学分说明

毕业最低总学分不低于155个学分。

（七）授予学位

管理学学士学位。

(八) 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	三 上	三 下	四 上	四 下
技能教育模块	技能必修课	20	10	10	448+3周	162	286+3周	5	5	6	4				
	计算机基础	1	1		32	18	14		1+1						
	大学英语 I	3	2	1	64	32	32	2+2							
	大学英语 II	3	2	1	64	32	32		2+2						
	大学英语 III	3	2	1	64	32	32			2+2					
	大学英语拓展课程	3	2	1	64	32	32				2+2				
	军事训练	1		1	3周		3周	3周							
	体育 I	1		1	32		32	2							
	体育 II	1		1	32		32		2						
	体育 III	1		1	32		32			2					
	体育 IV	1		1	32		32				2				
	创新与创业基础	2	1	1	32	16	16			1+1					
	技能选修课	10	5	5	240	80	160		2	2	2	2	2		
	技能选修课	1. 技能选修课分设语言技能类、计算机技能类和职业技能类，其中职业技能类中的《生涯规划-探索与管理》须修读合格，其余类别无最低修读学分要求。 2. 鼓励学生积极参加各类创新创业实践活动。学生参加学校认可的学科竞赛、学术科研、社会实践、创业实践以及其他创新创业实践活动，可依学校规定申请认定学分。													
	生涯规划-探索与管理	2	1	1	32	16	16		1+1						
通识教育模块	通识必修课	21	17	4	400	296	104	3	5	2	3	2	4		2
	《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 2 学分。													
	军事理论	2	2		32	32			2						
	大学语文	2	2		32	32				2					
	思想道德与法治	3	2	1	48	32	16		2+1						
	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					
	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	2		32	32					2				
	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	2	2		32	32						2			
	思想政治理论课实践	2		2	64		64						4		
	形势与政策	2	2		64	64									2

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	三上	三下	四上	四下
通识选修课	通识选修课	16	12	4	320	192	128	1		2	4	4	4		1
	通识选修课课程详见每学期开课计划。修读要求： 1. “人文艺术类”中包含“人文类”和“艺术类”两个课程组，其中“艺术类”课程组至少修读 2 学分。 2. “社会科学类”中包含《大学生心理健康教育》《劳动教育》《国家安全教育》和“四史”课程组、“社会科学类”课程组；其中《大学生心理健康教育》《劳动教育》《国家安全教育》和“四史”课程组中的《党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史专题》须修读合格。 3. “自然科学类”至少修读 2 学分。														
	大学生心理健康教育	1	1		16	16		1							
	劳动教育	1		1	32	8	24								2
	国家安全教育	1	1		16	16				2					
	党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史专题	1	1		16	16				2					
专业教育模块	专业必修课	35	31	4	560	496	64	13	11	4	3	2	2		
	学科基础课	22	22		352	352		10	8	4					
	经济数学 I	4	4		64	64		4							
	经济数学 II	2	2		32	32			2						
	统计学原理	4	4		64	64				4					
	微观经济学原理	3	3		48	48		3							
	宏观经济学原理	3	3		48	48			3						
	管理学原理(A)	3	3		48	48		3							
	会计学原理(A)	3	3		48	48			3						
	专业基础课	13	9	4	208	144	64	3	3		3	2	2		
	电子商务概论(A)	3	2	1	48	32	16	2+1							
	网络营销	3	2	1	48	32	16		2+1						
	Python 与数据分析	3	2	1	48	32	16				2+1				
	电子商务规划	2	2		32	32						2			
	网站建设与模板应用	2	1	1	32	16	16						1+1		
	专业选修课	40	35	5	640	533	107			8	6	12	10	4	
	修读要求： 1. 课程组 A（取得不低于 28 学分）：本组包含 2 个专业方向课程组及 1 个专业共选课程组（均为专业核心选修课程），学生应至少取得 28 学分。两个专业方向分别为：新媒体电商与数智化运营方向、数字经济与金融方向，学生可根据个人兴趣和职业规划确定主修方向，建议在主修方向的课程组中至少修读 14 学分。 【重要说明】														

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	三 上	三 下	四 上	四 下
专业选修课	(1) 主修 A1 新媒体电商与数智化运营方向的学生建议至少修读《电商数智化运营》《数据库应用》《新媒体内容营销与运营实务》课程。 (2) 主修 A2 数字经济与金融方向的学生建议至少修读《数字经济学》《网络金融学》《互联网金融运营管理》课程。 (3) 专业共选：包含商务与管理综合课程，为专业共同选修课。 (4) 除主修方向课程，另一方向开设的课程，学生可根据个人兴趣及需求选修，学分计入专业选修总学分。														
	2. 课程组 B: B1 集合了经济管理学科的特色课程，涵盖数据分析、商业智能、金融、财务管理、会计、市场营销、国际贸易、国际商务、旅游管理、企业管理、人力资源管理等领域，学生可根据自己的兴趣选择修读拓展。B2 单元为理论深化课程，建议拟出国、考研或有加深、加厚基础理论部分需求的学生修读。														
	课程组 A: 专业方向+方向共选														
	A1: 新媒体电商与数智化运营方向														
	数据库应用	2	1	1	32	16	16			1+1					
	电商数智化运营	2	2		32	24	8				1+1				
	新媒体内容营销与运营实务	3	2	1	48	32	16					2+1			
	数智化电商概论	2	2		32	24	8			2					
	Web 开发技术 I (客户端)(B)	2	1	1	32	16	16			1+1					
	数智化营销	2	2		32	24	8						2		
	电商大数据分析	2	1	1	32	16	16						1+1		
	人工智能产业及其行业应用	2	2		32	32								2	
	电子商务安全	2	2		32	32						2			
	SPSS 统计分析与应用	3	2	1	48	24	24				2+1				
	人工智能与机器学习	3	2	1	48	32	16						2+1		
	客户关系与客户智能	2	2		32	26	6				2				
	新媒体电商概论	3	2	1	48	32	16			2+1					
	电子商务视觉设计	3	2	1	48	24	24					2+1			
	直播电商运营	2	1	1	32	12	20					1+1	1+1		
	A2: 数字经济与金融方向														
	数字经济学	3	3		48	48				3					
	网络金融学	3	3		48	48					3				
	互联网金融运营管理	2	2		32	32						2			
	金融科技概论	3	3		48	48					3				
	数字化转型与治理	2	2		32	32						2			
	货币银行学(A)	3	3		48	48				3					
	电子支付与网络银行	2	2		32	32						2			
	大数据金融分析	2	2		32	24	8						2		
	网络证券	3	3		48	48							3		

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	三 上	三 下	四 上	四 下
专业选修课	网络金融模拟实验	2	1	1	32	12	20							1+1	
	数据资产管理	2	2		32	24	8						2		
	共选：商务与管理综合														
	跨境电子商务	3	2	1	48	32	16				2+1				
	电子商务管理	3	2	1	48	32	16			2+1					
	互联网创业与创新	2	1	1	32	16	16			1+1				1+1	
	企业运营管理(A)	3	3		48	40	8					3			
	电子商务法(管理类)	2	2		32	32						2			
	电子商务服务	2	2		32	32							2		
	管理信息系统(B)	2	2		32	24	8					2			
	电子政务	2	2		32	32						2			
	企业间电子商务(B2B)协同管理	2	2		32	28	4						2		
	项目管理(A)	3	3		48	40	8					3			
	电子商务案例分析	2	2		32	32							2		
	电子商务与物流管理	2	2		32	32							2		
	电子商务策划	3	3		48	48							3		
	ERP 原理与应用	3	2	1	48	32	16							2+1	
	课程组 B														
	B1：学科拓展														
	人工智能与经济管理	3	3		48	48									
	新商科大数据应用专题讲座	2	2		32	32									
	大数据与商业决策分析	3	2	1	48	24	24								
	供应链运营模拟	2	1	1	32	16	16								
	茶饮品牌创新与运营	2	1	1	32	15	17								
	投资项目评估	3	3		48	42	6								
	财务报告分析(B)	2	2		32	32									
	个人理财(B)	2	2		32	32									
	证券投资学(B)	2	2		32	32									
	品牌文化与鉴赏	2	2		32	32									
	市场调查与预测	3	2	1	48	32	16								
	国际贸易实务	3	3		48	48									
	国际商务谈判	2	2		32	32									
	商务英语(A)	3	2	1	48	32	16								
	“一带一路”沿线国家概览	2	2		32	32									
	会展与节事产业概论	2	2		32	32									

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	三 上	三 下	四 上	四 下
专业选修课	旅游资源开发与规划	3	2	1	48	32	16								
	绩效与薪酬管理	2	2		32	32									
	人力资源管理(A)	3	3		48	42	6								
	经济法(经济类)(B)	2	2		32	32									
	管理咨询工具	2	2		32	28	4								
	企业战略管理(B)	2	2		32	32									
	华商经营管理之道	2	2		32	32									
	连锁经营管理概论	2	2		32	32									
	商务礼仪	2	2		32	24	8								
	B2: 理论深化														
	中级宏观经济学	3	3		48	48									
	中级微观经济学	3	3		48	48									
	概率统计(经管类)	3	3		48	48									
	经济数学III	4	4		64	64									
	高代选讲	2	2		32	32									
实习与实践	实习与实践	13		13	26周		26周		1		1		1		10
	教学实践 I :网络销售实践	1		1	2周		2周		2周						
	教学实践 II :电子商务企业调研	1		1	2周		2周				2周				
	教学实践 III :项目设计	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		155	110	45	2608	1759	849	22	24	24	23	22	23	4	13

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。

专业能力方面，要求学生坚实掌握经济、管理的基本理论和方法，熟练掌握信息技术和大数据分析技能；能运用网络信息技术对传统商务进行信息化，并能够进行电子商务的策划、开发、运营与决策管理。此外，注重学生团队协作和创新能力的培养。

（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，每个模块都有必修课和选修课。

1. 技能教育模块

该模块定位于培养学生的基本技能、职业技能以及其他综合性实践能力，下含两类课程，分别为：

技能必修课：该类课程为培养学生外语、计算机、军事、体育等基本技能的必修课程。

技能选修课：该类课程以学生的兴趣、个体成长、职业生涯规划需求为导向，旨在培育学生创新与创业能力、沟通交流与表达能力、批判性与创新性思维能力、团队协作与领导能力，提升学生的社会竞争力。分设语言技能类、计算机技能类和职业技能三类课程，总计要求至少修读10学分，其中职业技能类中的《生涯规划-探索与管理》须修读合格，其余类别无最低修读学分要求。

鼓励学生积极参加各类创新创业实践活动。学生参加学校认可的学科竞赛、学术科研、社会实践、创业实践以及其他创新创业实践活动，可依照《厦门大学嘉庚学院学生创新创业实践活动学分认定办法》，最多可取得创新创业实践活动学分12学分。经认定，该项计入技能选修课学分，也可视项目成果性质认可至专业选修课学分。

2. 通识教育模块

本类课程是本科生的通修课程，含必修和选修两类。通过通识教育，培育学生的综合性能力，拓宽学生的知识视域，领悟不同的文化和思维方式，使其形成多学科、多元化的认知视角，使其成为具有持久竞争力的创新型人才。

通识必修课：该类课程为统一规定的公共必修课程，旨在加强学生的公民道德教育，培养其良好的公民素质；加强学生的科学和人文教育，培养其可持续发展能力等。如思想政治类和大学语文、心理健康等课程。

通识选修课：该类课程旨在培养学生具有良好的人文与科学素养，具有多学科思维方式，实现文理渗透，开拓学生视野，完善学生知识结构，提高学生综合素质，从而实现素质教育与专业教育的有机结合。该模块至少修读 16学分，其中，“人文艺术类”中包含“人文类”和“艺术类”两个课程组，其中“艺术类”课程组至少修读2学分。“社会科学类”中包含《大学生心理健康教育》《劳动教育》《国家安全教育》和“四史”课程组、“社会科学类”课程组；其中《大学生心理健康教育》《劳动教育》《国家安全教育》和“四史”课程组中的《党史、新中国史、改革开放史、社会主义发展史专题》须修读合格。“自然科学类”至少修读

2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。

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。包括学科基础课程组和专业基础课程组。

其一：学科基础课程组。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，为学生今后考研、出国学习或者向其他专业扩展准备了条件，实现“宽口径、厚基础”的人才培养特点。本类课程包括公共数学类课程，以及电子商务专业应依照学科特点，根据本专业实际需求构建专业教育所需的学科基础课，如《微观经济学原理》《宏观经济学原理》《会计学原理(A)》《管理学原理(A)》《经济数学》《统计学原理》等。

其二：专业基础课程组。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，强调对学生主要专业能力的培养。比如：《电子商务概论(A)》《网络营销》《电子商务规划》三门商务类课程，以及《Python与数据分析》《网站建设与模板应用》两门技术类课程。

专业选修课程：该类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，我们开设课程组A和课程组B供选择。

课程组A包含2个专业方向课程组及1个专业共选课程组（均为专业核心选修课程），**学生应至少取得28学分。两个专业方向分别为：新媒体电商与数智化运营方向、数字经济与金融方向，学生可根据个人兴趣和职业规划确定主修方向，建议在主修方向的课程组中至少修读14学分。**主修A1新媒体电商与数智化运营方向的学生建议至少修读《电商数智化运营》《数据库应用》《新媒体内容营销与运营实务》课程。主修A2数字经济与金融方向的学生建议至少修读《数字经济学》《网络金融学》《互联网金融运营管理》课程。专业共选包含商务与管理综合课程，为专业共同选修课。除主修方向课程，另一方向开设的课程，学生可根据个人兴趣及需求选修，学分计入专业选修总学分。

课程组B包括B1（学科拓展）以及B2（理论深化）。B1集合了经济管理学科的特色课程，涵盖数据分析、商业智能、金融、财务管理、会计、市场营销、国际贸易、国际商务、旅游管理、企业管理、人力资源管理等领域，学生可根据自己的兴趣选择修读拓展。B2单元为理论深化课程，建议拟出国、考研或有加深、加厚基础理论部分需求的学生修读。

实习与实践：本类课程要求学生将所学知识应用于实践，课程设置中包含三个教学实践、毕业论文/设计、毕业实习。其中，三个教学实践分别安排在每学年的暑假前（实践周），本专业第一年安排网络销售实践的学习；第二年安排电子商务企业调研；第三年要求与企业挂钩进行电子商务项目设计。第四学年安排毕业论文/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，在原有课程中有机的融入党的基本理论、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32学时（理论学时8+实践学时24），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（A）		
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业的专业必修课，市场营销专业和经管类其他专业的专业选修课。电子商务专业在第一学期开设本课程。 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	微观经济学原理		
学分	3	学时	48
先修要求	无	相近课程	无
课程性质与目的	《微观经济学原理》是高等院校经济类、管理类专业的专业基础课程之一，是学生学习更高级程度经济学的基础。微观经济学原理是现代经济学的入门课程之一，是管理学院各专业本科生的专业基础课之一，一般在一年级上学期开设。教学中以课堂讲授为主，通过理论讲解、案例分析等方法，使学生掌握经济学的基本概念、基本理论和基本方法，并能够正确分析和研究实际经济问题。		
主要内容与知识点	微观经济学原理以现代经济学基本理论框架为基础，介绍价格理论、市场与福利、公共部门经济学、企业行为与产业组织等。		

课程名称	宏观经济学原理
------	---------

学分	3	学时	48
先修要求	无	相近课程	无
课程性质与目的	《宏观经济学原理》是高等院校经济类、管理类专业的主干专业基础课程之一，是学生学习更高级程度经济学的基础。本课程是现代经济学的入门课程之一，是管理学院各专业本科生的专业必修课程之一，一般在一年级下学期开设。教学中以课堂讲授为主，通过理论讲解、案例分析等方法，使学生掌握经济学的基本概念、基本理论和基本方法，并能够正确分析和研究实际经济问题。		
主要内容与知识点	一国收入的衡量、生活费用的衡量、生产与增长、储蓄、投资和金融体系、基本金融工具、失业与自然失业率、货币制度、货币增长与通货膨胀、开放经济的宏观经济学、总需求与总供给、货币政策和财政政策、通货膨胀与失业之间的短期权衡取舍、宏观经济政策的五个争论问题。		

课程名称	管理学原理（A）		
学分	3	学时	48
先修要求	无	相近课程	企业管理概论
课程性质与目的	管理学原理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（A）		
学分	3	学时	48
先修要求	无	相近课程	无

课程性质与目的	《会计学原理（A）》是会计专业的入门课程，是经管类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	本课程是经济管理类专业重要的专业必修课，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，一般在三年级上学期开设。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。		

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	电子商务规划		
学分	2	学时	32
先修要求	电子商务概论（A）	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必修课，针对三年级学生开设。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	3	学时	48
先修要求	无	相近课程	无
课程性质与目的	本课程是信息管理与信息系统、电子商务等专业的专业必修课程，一般开设在大学二年级上学期，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	网站建设与模板应用		
学分	2	学时	32
先修要求	电子商务概论（A）	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必修课，一般在大学三年级开设。它在整个专业教学计划中起综合应用作用，技术规划的综合性课程。 课程目标： 预期素质获得：勤勉、踏实的工作习惯和网站的开发、运营方法。 预期能力获得：能够依托现在市场上主流的网站模板自主地设计、开发和建设电子商务网站的能力。 预期知识获得：电子商务网站开发的流程、系统分析、网站开发的各种应用工具、商业化模板知识、网站安装知识、网站建设知识、美工设计等。		
主要内容与知识点	本课程的教学内容主要包括 dedecms 模板、ecshop 模板、shopnc 模板及相关的手机端电商模板，同时会涉及到论坛、威客等模板。		

（二）主要专业选修课

1.新媒体电商与数智化运营方向主要专业选修课

课程名称	数据库应用		
学分	2	学时	32
先修要求	计算机基础	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，适合大二学生修读。本课程通过理论指导，结合Microsoft SQL Server上机实践的方式，使学生能熟练使用Transact-SQL语言并能进行简单编程；掌握数据库对象操作以及数据库管理技术；了解开发数据库应用系统的关键技术，为今后的深入学习数据库编程奠定基础。 课程目标： 预期素质获得：本课程通过理论指导，结合Microsoft SQL Server 上机实践的方式，使学生能熟练使用Transact-SQL语言并能进行简单编程。 预期知识获得：掌握数据库对象操作以及数据库管理技术；了解开发数据库应用系统的关键技术，为今后的深入学习数据库编程奠定基础。		
主要内容与知识点	课程从SQL语言及Microsoft SQL Server的基本操作入手，结合具体的实例，深入浅出、系统地介绍了Microsoft SQL Server 的运用。分别讲述了SQL Server 的介绍、安装与升级，Transact-SQL语言基础，数据库管理，表、存储过程等数据库对象的管理。数据完整性与数据查询，用户和安全管理，备份、恢复和复制，代理服务，数据转换服务SQL Server 的工具，SQL Server与Internet 等有关内容。		

课程名称	电商数智化运营		
学分	2	学时	32
先修要求	电子商务概论	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	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	本课程为电子商务专业的专业选修课，也是经管类其他专业的专业选修课，针对三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.新媒体营销内容策划和营销以及运营能力；3.PPT 展示能力；4.团队合作精神。 预期能力获得：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。 预期知识获得： 1.新媒体的概念；2.新媒体内容策划的含义和步骤；3.新媒体内容制作的流程和方法；4.新媒体内容包装和推广的方法；5.新媒体用户运营的方法；6.新媒体产品运营的策略；7.新媒体社群运营的策略；8.数据监测的基本步骤。		
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	数智化电商概论		
学分	2	学时	32
先修要求	具备电商的基础知识	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，适合大二的学生修读。 课程目标： 预期素质获得：1.获得数智化电商运营模式的设计和思维，具备新电商环境下对人、物、场进行重塑的能力。2.获得数智化改造电商企业运营的基本技能和分析方法，形成数智化时代进行电子商务运营管理的基本素质。3.理解现代数智化技术并能够理解相关数智化运作不同职能方向的本质。 预期能力获得：1.掌握数智化电商运营的全生命周期、全场景、全要素的开发方法和技能。2.掌握数据驱动下的消费者运营、产品研发测款、全渠道管理和快反工厂搭建能力。3.获得设计数智化电商商业模式与运作机制并将其落地实现的能力。 预期知识获得：1.掌握数智化电商运营的最佳实践和全产业链变革与拓展方法。2.获得数智化电商运作中的网络协调多中心机制、短链路决策、大中台小前端等组织管理相关知识。3.获得电商企业数智化转型的实施方法论和人、货、场重构的相关知识。
主要内容与知识点	课程内容介绍在复杂的新型电商商业场景中，以 IoT、云计算、边缘计算、AI、移动化、数字孪生等为代表的智能技术群落，如何在不断融合、叠加和迭代升级中，为未来电子商务经济的发展提供高经济性、高可用性、高可靠性的技术底座。课程介绍如何借助 OT 与 IT 融合、云架构升级、微服务落地，来打破传统的电子商务商业模式，构建面向复杂商业世界的新解决方案，实现新的电子商务方案体系。

课程名称	数智化营销		
学分	2	学时	32
先修要求	要求具备营销基本知识	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，也可作为经管类其他专业的专业选修课，针对三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.PPT 展示能力；3.团队合作精神。 预期能力获得：通过本课程的学习，学生能进行数字营销创新，运用数字营销模式进行数字营销，结合企业的实际情况和消费者特点进行企业营销数字化和构建围绕消费者旅程的营销闭环，能够进行以数据为驱动的智能运营。 预期知识获得：1.数字营销的概念。2.数字营销创新的过程。3.数字营销模式。4.营销数字化的构建方法。5.围绕消费者旅程的营销闭环的构建方法。6.数据驱动的智能运营。7.数字中台在商业智能中的应用。8.营销数字化在快销品和新式茶饮行业解决方案及案例。9.营销数字化的发展趋势。		
主要内容与知识点	数字时代的市场营销、数字时代的消费者、数字营销创新、数字营销模式、营销数字化的构建方法、围绕消费者旅程的营销闭环、数据驱动的智能运营、数字中台、构建数字中台进行智能商业应用、营销数字化行业解决方案与案例。		

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业（新媒体电商与数智化运营方向）的专业选修课，同时也可以作为经管类其他专业的选修课，适合学生在二年级选修。 课程目标： 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心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	人工智能产业与行业应用		
学分	2	学时	32
先修要求	有一定的信息科学素养和计算机应用基础	相近课程	无

课程性质与目的	本课程是经管类各专业的专业选修课，适合本科四年级学生修读。 课程目标： 预期素质获得：1.一步树立良好的人文与科学素养。2. 强化实践创新精神和创业意识。3.养成勤勉、踏实的学习习惯；培育辨析与批判精神。4. 培养对人工智能相关应用领域发展动态及新知识、新技术的敏锐性。 预期能力获得：1.掌握基于人工智能的管理思维。2.获取知识与自主学习能力、良好的沟通交流与表达能力、良好的批判性、创新性能力。3.执行“学以致用”，有自主意识地搜集资料、进行人工智能应用热点追踪。 预期知识获得：1.理解人工智能相关支撑技术的原理、实现逻辑及应用的场景和领域。2.熟悉人工智能的概念、特征、起源和发展历程。3.熟悉人工智能产业链及其相互之间的关系。4.熟悉 AI 基础资源的原理及发展现状（含大数据中心/服务、智能芯片、智能传感器、技术平台/框架、算法模型）。5.熟悉 AI 基础技术的原理、发展现状及应用场景和领域（含计算机视觉、语音识别及语义处理、机器学习）。6.熟悉 AI+行业应用现状及典型企业案例（含智能安防、智慧金融、智慧教育、智慧农业、智慧物流、智慧零售、机器人和自动驾驶）
主要内容与知识点	课程内容结合人工智能领域中的大事记，以及“AI+行业”典型应用案例和典型企业，从管理学角度以专题讲座的形式对人工智能科学进行深入浅出地介绍和分析，带领学生全面认识和了解人工智能的发展历程、国家扶持政策、产业图谱、行业投融资现状、人才需求、AI 基础资源现状（含大数据中心/服务、智能芯片、智能传感器、技术平台/框架、算法模型）、AI 基础技术现状（含计算机视觉、语音识别及语义处理、机器学习）、AI+行业应用现状（含智能安防、智慧金融、智慧教育、智慧农业、智慧物流、智慧零售、机器人和智能驾驶）等方面的知识。

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	本课程是电子商务专业（新媒体电商与数智化运营方向）的专业选修课，一般在第二学期开设。 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及媒体变迁知识、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。
-----------------	---

2.数字经济与金融方向主要专业选修课

课程名称	数字经济学		
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的专业选修课程，开设在大学二年级上学期。同时也可以作为经管类其他专业的专业选修课，适合学生在二年级和三年级修读。 课程目标： 预期素质获得：培养学生对数字技术对经济带来的影响的基本认知，理解数字技术推动经济发展的模式与方法，具备从事数字经济分析的基本思维和素质。 预期能力获得：能够认知数字经济的基本问题，并在实践中运用各种数字经济学模型和方法来解释数字经济中的各种现象。 预期知识获得：理解数字经济的交易机制，掌握数字经济的市场结构以及数字经济带来的影响和政策取向。		
主要内容与知识点	主要包括三个部分，一是在微观层面介绍数字经济的交易机制，包括数字产品的生产、消费、交易模式和交易成本；二是在产业层面介绍数字经济的市场结构，包括网络外部性、双边市场、平台经济及平台定价机制、标准联盟和反垄断；三是在宏观层面介绍数字经济带来的宏观影响和政策取向，包括数据治理和隐私保护、数据跨境流动、数字经济的统计及价值测度、数字税及数字鸿沟等问题。		

课程名称	网络金融学		
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、大数据管理及应用、信息管理与信息系统专业的专业选修课程，同时也可以作为经管类其他专业的专业选修课，适合学生在二年级和三年级修读。 课程目标： 预期素质获得：建立网络金融思维，培养网络金融市场和管理机制的应用方法，提升学生网络金融领域的综合管理素质； 预期能力获得：掌握网络金融学的相关领域知识与管理工具、实务操作能力；掌握网络金融市场运行机制及安全控管机制，网络金融风险管理能力；跟踪分析国内外先进的网络金融动态趋势和培养相关的金融产品创新思维能力； 预期知识获得：理解网络金融的运行机制和创新理念；掌握电子货币的支付机制体		

	系和货币政策的应用方法；掌握网络金融包括网络银行、网络证券、网络保险、网络投资理财、衍生金融、国际金融等领域的管理和应用控制方法；跟踪分析网络金融动态与趋势预测；了解网络环境下金融体系的运营规律。
主要内容与知识点	了解掌握网络金融方向的基础专业知识：货币起源及货币制度；金融机构及银行管理制度；金融市场及货币供求管理；外汇金融及货币政策理论；在此基础上进一步掌握网络金融学的相关领域知识与管理工具、实务操作能力；了解网络金融服务系统结构，运行机制，及安全控管机制和政策法规；防范网络金融欺诈和管理控制风险。应用大数据方法和智能技术分析国内外先进的网络金融动态、互联网金融发展和培养相关的金融产品创新思维能力。

课程名称	互联网金融运营管理		
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程，也可作为其他相关专业的专业选修课。是学生在了解和掌握了数字经济学、货币银行学、网络金融学、电子商务概论等的理论和实践的基础上，开设的新型金融创新课程，主要针对大学三年级及以上学生开设。 课程目标： 预期素质获得：建立学生互联网金融运营思维，在电子商务大环境下，树立互联网金融风险应对意识。 预期能力获得：初步具备互联网金融业务的规划、交易操作、营销、运营管理和产品创新与开发的能力，培养学生在互联网金融业前沿领域的业务模式操作与创新能力。 预期知识获得：初步掌握互联网金融的基本概念理论与架构，深刻理解互联网金融业务模式的运营，互联网产品的设计与营销及品牌建设。使学生了解未来互联网金融业务模式将充满新的风险性和不确定性，监管体系和制度将不断改革与创新，进一步掌握新业态的不断发展、完善、创新的趋势。		
主要内容与知识点	课程主要包括互联网金融内涵、互联网金融业务模式、互联网金融产品设计、互联网金融营销、互联网金融品牌建设、互联网金融客户服务、互联网金融风险管理等。		

课程名称	金融科技概论		
学分	3	学时	48
先修要求	无	相近课程	无

课程性质与目的	本课程是电子商务专业的专业选修课程，也可作为金融和管理相关专业的选修课，适合学生在二年级修读。 课程目标： 预期素质获得：建立金融科技的创新思维，培养全新的金融市场和管理机制的应用方法，提升创新型金融领域的综合管理素质。 预期能力获得：通过金融科技技术和金融的学习；理解新型的金融运营理念和全新的管理能力；跟踪金融科技对未来金融的重构趋势的分析和判断能力。 预期知识获得：理解金融科技的技术原理与应用方法；掌握金融科技的主要理论和业务；了解金融科技的管理方法和未来创新模式。
主要内容与知识点	了解和掌握金融科技技术和金融科技应用的基本理论；金融科技与金融的发展过程、数字经济、数字货币、区块链技术、云计算、大数据、机器学习、人工智能原理在金融的基本应用；金融科技赋能创新业务包括第三方支付、跨境支付与清算、票据与供应链金融、银行征信与反欺诈、证券投资业务、数字资产管理、保险业务、监管科技、金融科技的货币政策；金融科技风险与监管；最后了解金融科技的未来发展模式和新金融体系。

课程名称	货币银行学(A)		
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的专业选修课程，在大二上学期选修。 课程目标： 预期素质获得：通过本课程的学习，学生能够树立正确的金融意识和先进的金融理念，具备良好的金融知识素养，有助于提高学生在社会科学方面的素养，为进一步学习其他专业课程打下必要的基础。 预期能力获得：通过本课程的学习，学生能够了解和关注国内外金融发展的现状，掌握观察和分析金融问题的正确方法，培养辨析金融理论和解决金融实际问题的能力。 预期知识获得：通过本课程学习，学生能够获得货币金融等方面的基础知识和基本理论，熟悉银行、金融市场运作的专业知识，对央行货币政策宏观调控的理论和机制有全面的理解和掌握。		
主要内容与知识点	该课程主要阐述货币金融方面的理论知识，包括货币、利息与利率、金融机构、金融市场、国际金融、金融宏观调控、金融监管等基本范畴及其内在关系和运动规律。		
课程名称	网络证券		
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的专业选修课程，同时也可以作为经管类其他专业的选修课，适合学生在三年级修读。 课程目标： 预期素质获得：建立互联网思维，培养网络证券市场和管理机制的应用方法，提升未来资本证券市场趋势的感知力；形成专业的财经政策的敏感性；提升学生网络证券领域的综合管理素质； 预期能力获得：掌握网络证券的相关领域知识与管理工具、实务投资分析与操作能力；掌握网络证券市场运行机制及安全控管机制，网络证券风险管理能力；跟踪分析国内外证券市场的趋势和培养相关的资本营运创新思维能力，为未来步入资本市场投资与管理奠定一定的基础； 预期知识获得：理解网络证券市场的运行机制和创新理念；掌握网络资本市场的价值分析的理论与应用，掌握网络证券投资分析方法包括基本面分析、技术分析、政策分析和投资决策；跟踪国际网络证券和资本市场的动态与趋势预测。
主要内容与知识点	了解掌握网络证券的基础专业知识：包括网络证券的基本概念，网络资本市场运行机制和投资工具，资本内在价值和定价理论，网络证券风险管理与控制；在此基础上进一步掌握网络证券的相关领域知识与管理工具、实务操作能力；掌握网络证券资本市场投资交易的分析方法与决策模式；应用大数据方法和量化分析国内外先进的网络证券市场的动态、培养相关的资本市场运营的创新思维能力

课程名称	电子支付与网络银行		
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程，同时也可以作为经管类其他专业的专业选修课，是学生在了解和掌握了网络经济学、货币银行学、网络金融学、电子商务概论等的理论和实践的基础上，开设的基于网络支付体系的金融类课程，适合学生在二年级和三年级修读。 课程目标： 预期素质获得：电子支付体系在网络银行中的应用是一种新业态，在案例分析与理论的教学过程中，注重电子支付模式和第三方支付模式的操作与运营管理的分析，使学生深刻理解新理论和业务管理，培养学生第三方支付的金融创新意识，建立电子支付体系的风险应对意识和综合管理素质。 预期能力获得：能够拥有并在实践中运用现代电子支付体系的基本知识技能，掌握电子支付在网络银行中的应用与风险防范和管理方法，追踪新的理论发展与创新的能力。 预期知识获得：系统掌握金融基本理论和基本知识，了解当前电子支付理论与电子支付的发展趋势，为未来在支付体系和网络银行业的管理发展获取一定的实操经验。		

主要内容与知识点	本课程以理论授课为主，结合实际案例，系统地介绍电子支付与网络银行的理论、技术和应用，培养学生掌握现代电子支付金融知识，并了解当前电子支付理论与电子支付业务的发展，电子支付体系的风险管理与控制，紧密结合当前国内外金融研究的最新成果与金融政策发展的实际情况，全面分析电子支付体系与网络银行的发展趋势理论。
----------	--

课程名称	大数据金融分析		
学分	2	学时	2
先修要求	无	相近课程	无
课程性质与目的	该课程为电子商务专业及管院部分专业的专业选修课，是同时可作为通识选修课面向全校开设。本课程是新技术背景下大数据技术与金融行业应用融合的新型课程。该课程以大数据分析为出发点，应用新的数据分析工具在大数据金融案例的分析方法，开拓学生的大数据思维，分析大数据金融这一动态过程来探究大数据、互联网和人工智能等的融合对未来金融决策行为的创新模式，了解大数据金融在银行、证券、保险、金融监管以及信息安全领域所带来的机遇和挑战。 课程目标： 预期素质获得：拓展经济及网络金融、大数据新技术融合的视野，形成一定的大数据金融的思维和素养，对金融动态和现象具有良好的大数据观察和分析 and 判断视角。 预期能力获得：了解国内外大数据金融的发展趋势，培养大数据创新思维能力，顺应金融创新环境的发展和变化，具备金融风险和国家金融安全意识，能够应对解决一定的现实生活中经济金融的新问题。具备从事专业大数据金融分析工作的基本能力。 预期知识获得：掌握相关的网络经济和网络金融理论，基本掌握新型的大数据分析工具python的应用模式和网络数据爬虫技术及数据可视化应用技术，了解大数据、云计算和人工智能的融合和掌握一定的大数据金融行业的案例分析与应用，熟悉大数据的处理流程及分析方法。		
主要内容与知识点	该课程以大数据为出发点，首先介绍大数据金融概述及大数据相关技术包括金融大数据的爬取、挖掘、清洗优化、可视化和算法的应用等知识；并采用 Python 语言进行数据的挖掘与分析；从银行、证券和保险、网络金融等金融领域的真实案例出发，分析大数据在金融行业内的应用模式；最后简述大数据与金融监管以及信息安全的分析方法。努力做到理论分析和实践案例的有机结合。		

3.共选方向主要专业选修课

课程名称	跨境电子商务		
学分	3	学时	48
先修要求	《电子商务概论》	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程，同时也可以作为经管类其他专业的专业选修课，一般在二年级下学期开设。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。 课程目标： 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	电子商务管理		
学分	3	学时	48
先修要求	无	相近课程	无
课程性质与目的	互联网时代，电子商务组织（传统企业开展电子商务和纯电子商务企业）越来越普遍，全面了解电子商务组织的架构和内部运作，对于电子商务专业学生日后进入企业有重大的帮助。所以，本课程全面学习电子商务组织相关知识，结合时代和企业的发展，本课程是电子商务专业及信息管理与信息系统专业的专业选修课，针对二年级及以上学生开设。 课程目标： 预期素质获得：建立学生企业思维和互联网思维，在电子商务大环境下，培养学生对现代企业的综合管理素质 预期能力获得：具备一定的分析企业实际问题的能力。能用科学的管理方法解决电子商务企业管理问题的能力 预期知识获得：全面了解电子商务企业的架构和运作流程；掌握电子商务组织先进的管理理论和管理方法；了解电子商务规划的具体内容；学习电子商务企业管理时用到的先进工具		

主要内容与知识点	本课程以理论授课为主，通过理论授课和上机实践相结合的方式，系统地介绍了电子商务组织的理论知识、管理方法和管理工具，培养学生了解和分析企业问题的能力，并掌握一定的企业管理先进方法
-----------------	--

课程名称	电子商务服务管理		
学分	2	学时	32
先修要求	电子商务概论	相近课程	无
课程性质与目的	本课程作为电子商务相关专业的专业选修课，适合二年级或三年级的学生选修。该课程通过以理论授课为主，结合实践的方式，使学生掌握电子商务服务的理论知识体系，同时能从具体应用和实践的角度开展电子商务服务。		
主要内容与知识点	1. 概念（走进电子商务服务、电子商务服务相关知识） 2. 体系（电子商务服务体系和商业生态） 3. 运营和管理（电子商务服务产品和赢利模式、电子商务服务技术、电子商务服务管理和运营、服务业电子商务、电子商务服务公共管理）		

课程名称	电子商务法（管理类）		
学分	2	学时	32
先修要求	电子商务概论	相近课程	无
课程性质与目的	本课程为本科电子商务专业学生专业选修课，也可做为经管类其他专业学生的学科选修课，适合本科二年级及以上的学生选修。本课程采取理论授课方式，目的是通过课程的教授，达到普法和善用法律的目标。		
主要内容与知识点	本课程讲授与电子商务相关的法律法规及产生的相关问题，通过专题案例研讨、口头报告、辅以相关法律应用解析启发学生寻找解决电子商务法律问题方法，培养学生解决电子商务法律问题的能力。主要内容涉及电子商务合同、电子商务认证、电子商务支付、电子商务税收、在线证券交易、电子商务知识产权保护、电子商务不正当竞争、电子商务权益保护、网络犯罪及商务纠纷等方面。		

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业的专业选修课，针对电子商务专业大三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。 课程目标： 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。

课程名称	企业运营管理（A）		
学分	3	学时	48
先修要求	《管理学原理》	相近课程	无
课程性质与目的	《企业运营管理（A）》是工商管理专业的核心课程，也是管理学院和其他专业的专业选修课。课程以理论教学为主，通过本课程的学习，使学生比较全面、系统的掌握运营管理的原理和分析方法，能够制定运营系统的战略、能够对产品和服务进行计划与设计、能够规划运营的流程、能对制定运营计划、能对供应链进行战略规划以及管理和控制库存。		
主要内容与知识点	本课程主要研究运营管理的战略、产品和服务的设计、运营管理的流程设计、运营计划的制定、供应链管理与创新、供应链战略系统与规划以及库存管理和控制。要求授课人在推荐的国外教材的基础上，结合运营管理的最新发展对内容进行必要的删补。		

课程名称	管理信息系统（B）		
学分	3	学时	48
先修要求	管理学原理	相近课程	无
课程性质与目的	该课程为经管类相关专业的专业选修课程，适合二年级或三年级的学生修读。 课程目标： 预期素质获得：通过案例分析训练培养学生获得良好的心理素质和团队合作精神，对信息系统的发展动态及新知识、新技术有一定的敏锐性。 预期能力获得：通过本课程的学习，可获得良好的沟通与表达能力，以及良好的团队协作与领导能力。 预期知识获得：通过本课程的学习，可获得组织中的信息管理，能够正确分析、评价组织中开发和使用信息技术的管理问题，认识信息系统在改变企业的组织结构和经营与管理方式上的作用。		

主要内容与知识点	本课程从管理、组织和技术三个不同维度系统地阐述信息系统概念、技术基础、应用系统、安全管理、商业伦理、系统开发、系统实施、项目管理、组织变革等主题，反映当代管理信息系统的最新水平，将 IT 技术、应用和组织与管理相融合，帮助学生对管理信息系统形成统一的认识。课程以课堂讲授为主，配合案例分析、上机操作、课堂讨论等方式。
-----------------	--

课程名称	项目管理（A）		
学分	3	学时	48
先修要求	《管理学原理》	相近课程	无
课程性质与目的	《项目管理（A）》是高等院校工程管理类专业的主干专业课程之一，是在学生掌握了必要的管理学和经济学基础之后所学习的兼具理论性和实用性的综合应用型课程。作为工程管理专业的一门专业必修课，《项目管理（A）》一般在第一学年第二学期开设。该课程同时也是其他经管类专业的专业选修课。 课程目标：培养具有正确的人生观、价值观和高度的社会责任感，具有良好的职业道德；了解国家相关法律法规；具备现代项目全过程思维，初步掌握项目管理方法论；具有良好的项目团队合作精神和适应能力。 能够在实践中运用项目管理理论和技术方法分析各类型项目，提出解决方案，能够将项目管理知识体系与企业管理、工程管理等相关专业知识综合应；具备独立自主地学习和更新项目管理知识体系（PMBOK）、研习项目管理案例的能力。 掌握项目管理的基本概念和九大知识体系，掌握项目生命周期各阶段的工作内容，掌握项目全过程管理的理论和主要技术方法。		
主要内容与知识点	课程立足于项目业主，以项目生命周期为主线，全面系统讲授项目组织与管理的理论和方法，讲授项目管理 9 个知识领域：范围管理、时间管理、成本管理、质量管理、人力资源管理、沟通管理、采购管理、风险管理和整体管理，讲授现代项目全过程的基本概念、理论和主要技术方法。		

（三）考研课程信息

课程名称	中级微观经济学		
学分	3	学时	48
先修要求	《微观经济学原理》、 《宏观经济学原理》	相近课程	
课程性质与目的	《中级微观经济学》是高等院校经济类、管理类专业的专业基础课程之一，是在学生掌握了微观经济学原理之后开设的中级程度的微观经济学。本课程是以个体经济单位为研究对象的一门理论经济学，是国际商学院各专业本科生的专业必修课程，一般在一年级下学期（或二年级上学期）开设。教学中以课堂讲授为主，通过理论分析、演算推导、案例研究等多种方法，使理论与实践相结合，以培养学生经济学的思维方式，使得他们能够像经济学家那样去思考现实中的各类经济问题。		

主要内容与知识点	《中级微观经济学》主要研究市场机制如何解决稀缺资源的配置问题。它试图通过对个体经济单位经济行为的研究，来说明现代社会中市场机制的运行和作用以及如何改善这种运行的途径。
-----------------	---

课程名称	中级宏观经济学		
学分	3	学时	48
先修要求	《微观经济学原理》、 《宏观经济学原理》	相近课程	
课程性质与目的	《中级宏观经济学》是高等院校经济类、管理类专业的骨干专业基础课程之一，是在学生掌握了宏观经济学原理之后开设的中级程度的宏观经济学。本课程是一门研究经济总体行为的科学，是国际商学院各专业本科生的专业基础课，一般在二年级上学期（或二年级下学期）开设。教学中以课堂讲授为主，通过理论分析、演算推导、案例研究等多种方法，使理论与实践相结合，以培养学生经济学的思维方式，使得他们能够像经济学家那样去思考现实中的各类经济问题。		
主要内容与知识点	《中级宏观经济学》主要研究一国（或经济体）的经济增长（消费、储蓄、投资、贸易余额的变动）以及物价水平（通货膨胀）和就业水平（失业）等问题。探讨经济增长、通货膨胀和失业率波动的原因，探讨政府宏观经济政策（财政政策、货币政策以及贸易政策）以及人们的预期、供给冲击等因素对经济的影响。		