

# 工商管理学院跨境电商营销微专业人才培养方案

## 一、专业培养目标

本微专业立足于全球化商业需求和数智化发展趋势，依托市场营销专业优势，聚焦跨境电商营销领域的核心知识与实践技能，旨在培养具备国际化视野、数智化运营能力与创新思维的复合型专业人才。

具体目标：

（1）掌握跨境电商全流程运作机制，包括国际商务、国际市场营销等跨境交易核心知识，熟悉消费者行为分析及国际零售等领域的理论与方法。

（2）理解跨境电商的数智化发展趋势，融合电子商务、新媒体传播等数字化工具的应用场景，构建“市场洞察+技术驱动”的跨学科知识结构。

（3）培养数据驱动的市场分析能力、跨境运营决策能力及风险管控意识，使学生具备独立策划并执行跨境营销方案、品牌出海策略的实战能力。

（4）培养对全球市场文化差异的敏感性，使学生能够针对不同国家/地区的消费习惯、法律环境及商业伦理制定适应性策略。

## 二、毕业要求

通过全部 7 门课程的考查且合格。

## 三、招生对象与条件

面向全校对跨境电商营销感兴趣的在籍全日制本科生。

## 四、学分与证书

本专业学生需修满 14 学分，可获得微专业证书。

## 五、课程设置

跨境电商营销微专业课程设置及教学进程计划表

课程名称	课程代码	学分	总学时	授课教师	学 时 分 配				考核方式	开课单位	开课学期、时间	具体上课周数
					理论	实践	线上学时	线下学时				
国际商务		2	32	马文良	32		32		考查	工商管理学院	2-2，周六下午6789节	9-16周，马文良

国际市场营销		2	32	邱琪	32			32	考查	工商管理学院	2-1, 周六下午 6-9 节	1-8 周
消费者行为学		2	32	王夏	32			32	考查	工商管理学院	2-2, 周六下午 6-9 节	1-8 周, 王夏
商务数据分析		2	32	毛小岗	16	16		32	考查	工商管理学院	2-2, 周六上午 3-4 节	1-16 周, 毛小岗
电子商务		2	32	徐礼德、陆文婷	32			32	考查	工商管理学院	2-2, 周日上午 2-3 节	9-16 周, 徐礼德、陆文婷
国际零售管理		2	32	张松波	32			32	考查	工商管理学院	2-1, 周六上午 1-4 节	1-8 周, 张松波
企业经营管理决策模拟		2	32	徐志轩, 李晓飞, 李霞	16	16		32	考查	工商管理学院	2-1, 周日下午 6-9 节	1-8 周, 徐志轩, 李晓飞, 李霞
合计		14	224		192	32	32	192		-	-	

备注:

1. 总学时=理论学时+实践学时（实践教学含实验和上机教学），总学时=线上学时+线下学时；
2. 课程代码由教务处统一编制，若使用已有微专业课程，需在表中填写已有课程代码。若需开设新课，则课程代码不填，由教务处统一编制；
3. “开课学期”要求按照 4 年制内，于第 2-1 学期开课，结课时间不能晚于 4-2 学期。各学院微专业连续开设一年至结业，由秋季开课、春季结业；
4. 开课单位填写任课教师所在部门或单位；
5. 按照 2025 版本本科人才培养方案修订指导意见要求，微专业总学分原则上不超过 16 学分；
6. 上课时间需安排在周六日。

## 六、课程简介

对本微专业拟开设的课程进行简要介绍，包括课程主要内容、课程教学设计等，每门课 300 字以内。

序号	课程名称	课程简介
1	国际商务	《国际商务》是为培养具备全球化视野和跨文化商务能力的复合型人才而开设的课程。通过本门课程的教学，使学生掌握国际商务的基本理论和实践技能；了解全球市场环境、国际贸易规则以及跨国企业管理模式；探索国际商务中的机遇与挑战。教学过程中，注重理论与实践相结合，通过案例分析、模拟演练和实际项目，为学生进一步学习跨境电商相关知识奠定坚实基础。
2	国际市场营销	《国际市场营销》是为从事国际营销活动而开设的课程，通过本门课程的教学，使学生理解国别文化的差异；了解国际市场营销技能；探索国际市场营销问题的解决方案。
3	消费者行为学	《消费者行为学》阐述了消费者在获取、使用、消费和处置产品和服务过程中的心理活动特征和行为规律。课程以消费者决策过程为主线，系统介绍了个体感知、自我概念与个性、价值观与生活方式、参照群体、社会阶层、文化等内部与外部因素对消费者行为的影响机制，帮助学生理解消费者行为的复杂性和动态性。
4	商务数据分析	《商务数据分析》旨在帮助学生掌握商务数据分析的基本理论、方法和技术，培养学生运用数据分析工具解决实际商务问题的能力。课程内容涵盖了数据分析库的使用、数据清洗与预处理、数据指标体系构建、常用分析方法和模型、用户画像、订单报表分析、消费行为分析、商品数据分析、内容数据分析和分析报告撰写等方面，并结合实际案例和项目，提升学生的实践能力。
5	电子商务	《电子商务》围绕数字经济时代背景，系统解析电子商务核心理论、技术应用与商业模式。内容涵盖电子商务基础框架、网络营销策略、电子支付与安全、供应链管理及跨境电商运营等模块，结合大数据、人工智能等技术在电商领域的实践，重点培养学生对电商生态的全局认知与实操能力。通过融入跨境电商合规、国际物流、跨文化消费行为等专题，强化学生应对全球化电商挑战的能力。
6	国际零售管理	《国际零售管理》聚焦全球化背景下零售行业的战略布局与运营实践，系统讲授国际零售市场进入策略、跨文化消费者行为、全球供应链管理及数字化零售转型等核心内容。课程涵盖特许经营、直营、并购等国际零售模式，解析沃尔玛、ZARA 等标杆企业的全球化路径，结合新兴市场拓展、本地化运营及合规风险管理等议题，培养学生制定跨国零售战略的能力。

7	企业经营管理决策模拟	《企业经营管理决策模拟》通过国内和国际多市场的商业竞争模拟实战展开教学，让学生担任企业管理者的角色，使学生融入企业经营的方方面面，将企业经营中运用的营销理论、生产运筹、财务等知识有机融合，从而解决学生所学理论知识的应用问题。
---	------------	--