

厦门大学嘉庚学院数字营销与电商智能运营微专业 招生简章 (2026年秋季学期)

一、培养目标

本微专业致力于培养学生在数字营销与电商智能运营领域的交叉能力，聚焦数字化时代的技术应用与商业创新，以“实战导向、技术融合、灵活适配”为特色，构建系统化培养体系。通过嵌入真实项目与行业案例，强化学生的技术工具实操能力，确保学以致用；突出“AI+商务+营销”的跨学科整合，深度融合前沿技术，紧跟行业技术发展动态；采用模块化设计，快速响应企业需求与个人职业发展规划，助力学生实现个性化成长。学生将系统掌握数字营销全链路策划、数据驱动运营、AI工具应用等核心技能，能够高效解决电商环境下的复杂问题，并灵活适应行业快速迭代的发展需求，成为数字化时代的创新型商业人才。

毕业生可在互联网企业、跨境电商公司、品牌电商部门、数字营销机构等领域，从事智能运营经理、数字营销分析师、电商数据专家、社交媒体策略师、AI营销产品经理等岗位。随着电商行业向智能化、全球化加速转型，本微专业毕业生将具备显著的竞争优势，既能胜任企业数字化转型的核心岗位，也可在创新创业或跨领域协作中发挥技术驱动商业增长的关键作用。

素质要求：

- 具备数字时代的职业道德与网络文明素养，恪守诚信与信息安全准则。
- 拥有国际化视野与跨文化沟通能力，适应全球化电商生态。
- 具备创新意识、团队协作精神及持续学习能力。

能力要求：

- 熟练运用大数据工具进行市场分析、用户画像与精准营销。
- 掌握AI技术在电商场景的落地应用。
- 具备多平台整合运营与策略优化能力。
- 能够独立设计数字营销方案，并利用智能工具提升运营效率。

知识要求：

- 精通数字营销理论与智能运营技术，包括SEO/SEM、内容营销、用户增长模型等。
- 掌握数据分析工具与AI技术的基础应用。

3. 熟悉电商平台规则、消费者行为分析与商业逻辑。

二、学制及学分修读要求

本微专业学制为 1 年，学分修读要求为 10 学分。

三、课程设置

本微专业课程设置如下表所示，共 5 门课、10 学分，均为必修课。

课程名称	学分	总学时	课程性质	开课学期	考核方式
电商数智化运营	2	32	必修	26-27（1）	课程报告
数智化营销	2	32	必修	26-27（1）	课程报告
客户关系与客户智能	2	32	必修	26-27（2）	课程报告
新媒体与直播智能运营	2	32	必修	26-27（2）	课程报告
AI 电商应用与智能体实践	2	32	必修	26-27（2）	课程报告

四、教学特色

本微专业汇聚跨学科、高水平的优秀师资力量，并依托丰富的校企合作资源，构建产学研协同育人平台。

教师团队由 12 位涵盖数字营销、电子商务、人工智能、供应链管理等多领域，兼具深厚的理论基础与丰富的企业实战经验的专业及业界教师组成。课程教学方式突出“真实项目+行业案例”的深度嵌入，通过模拟企业真实业务场景，帮助学生掌握数字营销全链路策划、数据驱动运营、AI 工具应用等核心技能，确保学以致用。同时，课程特邀企业高管与行业专家联合授课，确保教学内容紧贴行业需求。此外，校企合作资源为教学提供强力支撑，九牧集团提供智能制造场景下的电商运营实战资源，东万晟贸易搭建供应链与直播实验室，亿学教育提供智能实训平台，实现“学-练-用”一体化培养。

五、招生对象及计划

面向 2025、2024 级本科生（不含电子商务专业），本微专业原则上一年一招，本次计划招生 80 人，录取人数 30 人以上方开设。

六、学分认定与学习证明

（一）学分认定

学生在本微专业中修读合格的课程学分，由微专业修读学生所在学院负责学分认定工作。学分认定规则如下：

通常情况下，认定为所在专业人才培养方案中的技能选修课学分，若技能选修课（职业技能类）学分已满，则依次认定为通识选修课（社会科学类）、专业选修课学分。其中，若学生技能选修课与通识选修课学分均已认满，可在专业选修课模块中至少认定1门课程，具体认定门数及对应课程组由学生所在学院评估确定；对于其余课程，若经所在学院评估认为不适合认定为专业选修课学分，则统一认定为技能选修课学分。

特殊情况下，若微专业课程属于学生所在培养方案中的已有课程，则直接按培养方案中的课程所在模块进行学分认定。

（二）学习证明

学生在主修专业在籍期间，修读完成微专业培养方案所规定的课程且成绩合格者，将获得学校统一出具的微专业学习证明，并可登录中国高等教育学生信息网进行查询认证。

七、联系方式

报名及学习过程中，如遇到问题可及时咨询如下老师进行沟通和解决。

联系人：李林霞

联系电话：15605026996、0596-6288063

邮箱：lilinxia@xujc.com

办公地址：经管 A#517

附录：课程简介

一、《电商数智化运营》课程

本课程是一门紧密结合电商企业实际运营业务的课程，旨在培养学生在数字经济时代的电商全场景数智化运营能力。课程内容全面覆盖了电商企业运营的各个环节，包括数智化行业分析、需求分析、产品运营、内容运营、活动运营、新媒体运营、营销以及客服等，通过系统学习，学生能够掌握电商运营数据分析、决策方法和工具，提升综合实践经营能力，以满足新时代数智化营商环境的要求。

课程目标明确，预期素质方面，学生将对电商企业运营有更全面、深入的了解，同时培养较高的职业道德水平，诚实守信、遵纪守法，立志成为优秀的数智化运营人才。在能力方面，学生将具备电商全场景的数智化运营能力，提升数据思维和科学创新能力。知识方面，学生将掌握电子商务运营全链路的数智化经营分析和决策方法，理解电商数智化运营所蕴含的社会主义核心价值观及科学发展观。通过课程学习，学生不仅能够提升专业技能，还能在思政素质和知识方面得到全面发展，为未来的职业生涯打下坚实基础。

二、《数智化营销》课程

本课程内容包括数字时代的营销策略、数字时代的消费者认知、数字营销模式与创新、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、智能商业应用、营销数字化行业解决方案与案例。

构建了“认知-触达-画像-策划-优化”闭环课程体系，包括多渠道用户触达、用户标签体系构建、智能化营销旅程设计、营销物料 AI 生成等模块，通过企业真实项目实现营销策略智能化落地。

三、《客户关系与客户智能》课程

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。通过本课程，学生将掌握客户关系管理的核心理念与主要技术工具，提升数字化商业环境中的客户管理能力。

四、《新媒体与直播智能运营》课程

本课程通过人工智能的应用打通新媒体内容运营与直播电商双赛道，聚焦两类核心平台：

(一)新媒体内容运营：账号定位、爆款打造，AI 工具助力内容高效产出；

(二)AI 基础上的直播运营：人货场搭建、脚本设计、商品选择，AI 生成直播话术和数字人主播+和智能优化转化路径等。适合想从事新媒体运营、直播策划、电商营销的同学，毕业即可胜任多平台运营岗位，成为企业争抢的“直播+内容”复合型人才。

五、《AI 电商应用与智能体实践》

本课程通过引导学生从理解 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。