厦门大学嘉庚学院
跨国品牌运营与管理微专业招生简章
（2027 年春季学期）

一、培养目标

“跨国品牌运营与管理”微专业依托于**厦门大学嘉庚学院深具影响力的国际班项目**，该项目历经十余年发展，积累了丰富的国际化人才培养经验，已成为**学院对外合作与高质量教育的重要品牌**。该微专业紧扣全球化与数字化时代的发展脉络，聚焦**“全球战略视野、跨文化沟通能力、跨国品牌运营与管理”**三大核心能力，构建“理论 + 实践 + 认证”三位一体的人才培养体系。课程采用**全英文授课**，强调理论知识与企业实战的有机融合，致力于培养兼具国际视野、本土洞察与管理能力的复合型品牌管理人才。毕业生可胜任跨国公司、国际咨询机构、跨境电商平台等领域的核心岗位，积极服务中国品牌国际化战略与全球市场拓展需求。

二、学制及学分修读要求

本微专业学制为 1.5 年，学分修读要求为 20 学分。

三、课程设置

课程名称	学分	总学时	课程性质	开课学期	课程特色
商务沟通与人际关系(英文授课)	2	32	必修	26-27（2）	沉浸式跨文化沟通训练，强化全球商务语境下的沟通与管理能力。
营销学原理(A)(英文授课)	3	48	选修	26-27（2）	从 4P 理论到全球实战，系统构建品牌战略与数字营销能力。
会计学原理(A)(英文授课)	3	48	选修	26-27（2）	立足全球会计规范，实战训练跨国财务核算与合规能力。
宏观经济学原理（英文授课）	3	48	必修	26-27（2）	剖析全球经济联动，夯实宏观政策理解框架
中级宏观经济学(英文授课)	3	48	必修	27-28（1）	运用模型预测趋势，深化全球经济决策能力
财务管理(B)(英文授课)	3	48	选修	27-28（1）	聚焦跨国投融资实务，提升财务决策能力

课程名称	学分	总学时	课程性质	开课学期	课程特色
国际市场营销 (英文授课)	3	48	选修	27-28（1）	系统训练品牌国际化路径，锻造全球营销策划与本土适应能力。
国际管理 (英文授课)	3	48	选修	27-28（1）	聚焦跨国组织运作，锻造全球治理与领导力
消费者行为学(A) (英文授课)	3	48	选修	27-28（2）	洞察多元文化消费心理，驱动精准营销决策
企业运营管理(A) (英文授课)	3	48	选修	27-28（2）	优化跨国运营流程，强化资源配置与效率管理
国际投资学 (英文授课)	3	48	选修	27-28（2）	探索全球资本运作，提升跨境投资评估能力

四、教学特色

“跨国品牌运营与管理”微专业依托多学科交叉融合的教学架构，汇聚具备国际视野与产业实践经验的卓越师资队伍，由外籍教师与海归博士联袂执教，全程英文授课，聚焦跨国品牌战略、企业全球化运营、跨文化组织管理等关键议题。课程强调理论与实践并重，内容涵盖品牌建设、市场拓展、组织治理等核心模块，以真实商业问题为导向，引导学生在复杂国际环境中建立系统认知。

项目倡导**“课堂研学+场域探索”的融合式教学理念**，注重知识的实用性与学习体验的轻松自然。课程设置融入**中国国际投资贸易洽谈会（CIFIT）、金砖国家领导人峰会、国际消费品博览会**等重要国际经贸活动，**组织学生参与国际展会志愿服务、论坛筹备与企业展示等环节**，让学习场景从校园延展至全球会展现场，拓宽学生的国际视野与跨界理解。

同时，微专业邀请来自世界 500 强企业、国际咨询机构及创新品牌的高管与专家深度参与课程共建与实战指导，带领学生走进自贸试验区、跨国企业中国总部及品牌出海枢纽等地开展实地调研。学生将以团队为单位参与品牌策划、市场定位与跨文化传播项目，在真实商业环境中磨炼战略思维与执行能力。

通过**“研学导向+企业共创+展会参与”**的多元驱动教学模式，项目不仅激发学生的学习主动性与创造力，更有效培养其在多元文化背景下的品牌洞察力、沟通协同力与全球实践力，为投身中国品牌国际化进程与全球商业舞台奠定坚实基础。

五、招生对象及计划

面向 2026 级本科生，主要招收国际商务学院、会计与金融学院及管理学院

等专业的学生；要求学生具备基础数据分析能力与较好的英语水平（经英文面试符合**录取标准者**）。本微专业原则上一年一招，本次计划招生 120 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

本微专业的学分认定工作由学生所属学院负责组织与落实。

国际商务学院、会计与金融学院、管理学院的学生，凡学生专业培养方案或全校性选修课中已有与微专业课程相对应的中文课程，按其中文课程所属模块类别认定。例如：《商务沟通与人际关系(英文授课)》可认定为“通识选修课—社会科学与现代社会”。若学生专业培养方案或全校性选修课中无对应中文课程，原则上认定为专业选修课，具体课程组由学生所属学院予以认定；超出专业选修课规定修读学分的，学生可向所属学院申请将其认定为“通识选修课—社会科学与现代社会”。

除以上三个学院外的各专业学生，在本微专业中修读合格的课程学分，认定为所在专业人才培养方案中通识选修课“社会科学与现代社会”类别学分，若通识选修课学分已满，则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；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，则统一认定为通识选修课“社会科学与现代社会”类别学分。

（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

国际商务学院国际交流与合作办公室朱苓侨老师,联系电话：0596-6288623，邮箱：lqzhu@xujc.com，办公地址：经管楼 B#411。

附录：课程简介

一、商务沟通与人际关系(英文授课)

本课程聚焦全球商务环境下的高效沟通与人际互动能力培养，涵盖书面表达、口头表达、跨文化沟通策略、冲突管理与团队协作等核心模块。课程结合案例教学、情景模拟与角色扮演，引导学生掌握跨文化沟通技巧与职场软实力，提升其在国际组织中的沟通领导力与适应力。课程考核方式：课程报告。

二、营销学原理(A)(英文授课)

本课程系统讲授现代营销的核心理念与基本框架，内容涵盖营销环境分析、市场调研、产品/定价/渠道/促销策略，突出品牌营销与数字化营销特色，剖析消费者心理与趋势。课程通过品牌案例分析、营销策划实训、小组项目协作，培养学生市场洞察力、战略思维及团队合作能力，为其在全球营销实践中打下坚实基础。课程考核方式：课程报告。

三、会计学原理(A)(英文授课)

本课程围绕财务会计基本理论与方法展开，讲解资产、负债、所有者权益等六大会计要素，掌握借贷记账法及财务报表编制流程。课程融合国际运营视角，引入跨境财务管理案例，强化学生的财务分析能力与财务逻辑理解，为全球企业财务决策奠定基础。课程考核方式：闭卷。

四、宏观经济学原理(英文授课)

课程涵盖宏观经济基本理论，包括国内生产总值（GDP）、通货膨胀、失业、财政与货币政策等内容，聚焦宏观经济运行机制及其全球影响。通过结合国际经济热点案例与政策分析，培养学生建立宏观经济模型、解读全球经济趋势的能力，为国际化职场与政策研究打好理论根基。课程考核方式：闭卷。

五、中级宏观经济学(英文授课)

在初级宏观经济学基础上，进一步探讨总供需均衡、经济增长理论、通胀与失业的动态关系，融合凯恩斯主义与新古典经济学思想，运用数学工具建构宏观经济模型。课程引入全球贸易摩擦、新兴市场等真实案例，强化学生全球视野下的经济分析与政策研判能力。课程考核方式：闭卷。

六、财务管理(B)(英文授课)

本课程围绕企业财务运作核心展开，涵盖财务报表分析、资本结构、投资决策、成本控制与现金流管理等内容，强调跨境资本运作、国际税收筹划与金融风

险管控。课程结合企业全球运营模拟与真实财务案例，帮助学生建立面向国际市场的财务战略思维与实操能力。课程考核方式：闭卷。

七、国际市场营销(英文授课)

本课程系统解析国际市场环境、消费者行为差异与跨文化市场策略，涵盖市场调研、产品本地化、国际定价机制、分销渠道与全球推广方式。通过分析星巴克、耐克等知名品牌的国际化路径，结合实战项目训练，培养学生的全球品牌运营能力与跨国市场渗透策略思维。课程考核方式：课程报告。

八、国际管理(英文授课)

本课程聚焦全球化管理，涵盖跨文化沟通、国际谈判及全球战略，以苹果、丰田等国际品牌案例解析多元管理理念碰撞。课程融入实战模拟与国际专家讲座，培养跨文化决策与商务英语能力，提升学生跨文化决策能力、组织管理素养与全球领导力，构建全球视野，为跨国企业就职或创业筑牢国际化管理根基。课程考核方式：课程设计。

九、消费者行为学(A)(英文授课)

本课程聚焦国际市场，融合心理学、社会学与经济学视角，剖析消费者动机、知觉、态度与购买决策机制，探讨文化、社会群体等因素对消费行为的影响。课程通过国际品牌案例分析、小组讨论与实地调研，增强学生对目标市场的理解与精准营销的能力，赋能品牌战略设计与消费者关系管理。课程考核方式：课程报告。

十、企业运营管理(A)(英文授课)

课程着眼于国际化运营与管理，全面覆盖生产计划、供应链优化、质量管控、库存管理等企业运营核心环节。通过国际知名企业真实案例剖析，展现复杂市场下的运营策略。课程通过理论讲解与模拟实践，帮助学生构建系统化运营思维，提升应对复杂商业环境的综合管理能力。课程考核方式：作品。

十一、国际投资学(英文授课)

本课程聚焦国际投资领域的理论与实践，涵盖外国直接投资（FDI）、国际证券投资与跨国投资战略，解析投资动机、风险评估、资产配置与各国投资环境差异。课程结合模拟投资操作与全球案例研讨，提升学生国际金融分析能力，为其进入跨国公司、金融机构或全球创业打下坚实基础。课程考核方式：课程报告。