

江苏联合职业技术学院中华中专办学点
五年制高等职业教育专业实施性人才培养方案

(2023 级)

专业名称  电子商务
专业代码 : 530701
制订日期 : 2023 年 8 月

目 录

一、专业名称及代码	3
二、入学要求	3
三、基本修业年限	3
四、职业面向	3
五、培养目标	3
六、培养规格	3
(一) 素质	4
(二) 知识	4
(三) 能力	5
七、课程设置	6
(一) 公共基础课程	6
(二) 专业课程	6
八、教学进程及学时安排	13
(一) 教学时间表	14
(二) 专业教学进程安排表	14
(三) 学时安排表	15
九、教学基本条件	15
(一) 师资队伍	15
(二) 教学设施	16
(三) 教学资源	18
十、质量保障	19
十一、毕业要求	19
十二、其他事项	20
(一) 编制依据	20
(二) 执行说明	20
(三) 研制团队	22

一、专业名称及代码

电子商务（530701）

二、入学要求

初中应届毕业生

三、基本修业年限

5 年

四、职业面向

所属专业大类（代码）	财经商贸大类（53）
所属专业类（代码）	电子商务类（5307）
对应行业（代码）	互联网和相关服务（64）、批发业（51）、零售业（52）
主要职业类别（代码）	电子商务师 S（4-01-06-01）、互联网营销师 S（4-01-06-02）、采购员（4-01-01-00）、营销员（4-01-02-01）、市场营销专业人员（2-06-07-02）、商务策划专业人员（2-06-07-03）、客户服务管理员（4-07-02-03）
主要岗位（群）或技术领域	运营主管、营销主管、销售主管、智能客服主管、视觉营销设计师、互联网产品开发主管
职业类证书	（1）1+X 网店运营推广证书（中级），颁证单位：北京鸿科经纬科技有限公司； （2）电子商务师证书（中级），颁证单位：中华人民共和国工业和信息化部

五、培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，传承技能文明，德智体美劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、科学素养、数字素养、职业道德、创新意识，规范意识、风险意识、团队意识、服务意识、爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展能力，掌握本专业知识和技术技能，具备职业综合素质和行动能力，面向批发业、零售业、互联网和相关服务企业的运营主管、营销主管、销售主管、智能客服主管、视觉营销设计师、互联网产品开发主管等岗位（群），能够从事网店运营、社群运营、行业运营、营销活动策划与执行、销售方案执行与优化、客户服务管理、视觉设计、互联网及电商产品开发、直播营销工作的高技能人才。

六、培养规格

本专业学生应在系统学习本专业知识并完成有关实习实训基础上，全面提升知识、能力、素质，掌握并实际运用岗位（群）需要的专业核心技术技能，实现德智体美劳全面发展，总体上须达到以下要求：

（一）素质

1. 坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，践行社会主义核心价值观，具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

2. 能够熟练掌握与本专业从事职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握绿色生产、环境保护、安全防护、质量管理等相关知识与技能，了解相关产业文化，遵守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感和担当精神；

3. 具有较强的集体意识和团队合作意识；

4. 掌握基本身体运动知识和至少 1 项体育运动技能，达到国家学生体质测试合格标准，养成良好的运动习惯、卫生习惯和行为习惯；具备一定的心理调适能力；

5. 掌握必备的美育知识，具有一定的文化修养、审美能力，形成至少 1 项艺术特长或爱好；

6. 弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代精神，热爱劳动人民、珍惜劳动成果、树立劳动观念、积极投身劳动，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养、劳动技能。

7. 开设校本特色课程《黄炎培职业教育思想》（讲座），培养学生传承与创新黄炎培职业教育思想的主人翁意识；

8. 培养具有新时代重诚信、善沟通、懂技术、能策划、会运营、爱学习的知法守法、掌握新业态新技能的商贸类高素质技术技能人才。

（二）知识

1. 掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的政治理论理论和科学文化基础知识，具有良好的科学素养与人文素养；

2. 掌握电子商务基础、市场营销、现代物流管理、国际贸易基础、会计基础、统计学基础等方面的专业基础理论知识；

3. 掌握图形图像处理、网络营销、客户服务管理、视觉营销设计、跨境电

子商务、移动电子商务等相关知识；

4. 掌握网店运营推广、商务数据分析与应用、直播电商、互联网产品开发、社群运营等专业知识。

5. 掌握 EXCEL 在财务中的应用、电子商务运营、商务礼仪、短视频制作、网络消费者行为分析等专业知识；

6. 掌握新媒体营销、商务礼仪、经济法、沙盘模拟企业经营、互联网金融、新媒体文案写作与传播、商务英语、商务软文写作、电商案例分析、供应链管理、网店美工、营销策划、电子票据支付、营销心理学和现代商务谈判等专业知识。

（三）能力

1. 具有探究学习、终身学习能力，具有整合知识和综合运用知识分析问题和解决问题的能力，具备职业生涯规划能力；

2. 具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力；

3. 具有适应产业数字化发展需求的基本数字技能，掌握信息技术基础知识、专业信息技术能力，基本掌握电子商务领域数字化技能；

4. 具有行业产品分析、市场细分的能力，能根据行业与产品特点制定商品规划方案、商品配置与新品促销策略，分析运营数据和用户反馈信息，对商品进行调整和优化，协调和整合资源，完成运营目标；

5. 具有电子商务数据分析、社群管理工具运用的能力，能根据行业、网店及社群运营目标，实施引流、活动策划、需求挖掘和用户画像分析，通过全过程数据化运营促进用户拉新、留存、促活和转化；

6. 具有市场调查与分析、活动策划的能力，能够使用各类平台营销推广方法与营销工具，完成活动文案设计、资源整合、营销活动、广告投放、效果评估和媒体公关；

7. 具有细化企业销售目标、构建销售漏斗、运用订单管理系统的能力，能撰写和优化销售方案，跟进订单确认、供应链管理、账单管理等业务流程，完成销售分析并提出优化客户体验建议；

8. 具有运用客户服务系统和智能客服训练系统的能力，能进行客服日常管理、客户投诉受理、客户风控管理及服务质量监控，完成客服中心运营数据报

表的制作及数据分析报告；

9. 具有平面设计和音视频制作软件的应用能力，能进行品牌标识、产品包装、企业宣传物料、店铺页面的设计和短视频的策划、拍摄与剪辑；

10. 具有用户产品潜在需求挖掘、电商产品开发投资回报率分析的能力，能够建立产品需求模型及应用场景、设计电商产品呈现方式及生命周期路线图，完成产品开发实施与推动。

11. 具有运用网络调研和消费者行为分析、供应链管理的能力，能够进行短视频制作，进行电子商务网页设计与网店运营，能够运用商务礼仪从事财经商务类活动与服务。

12. 具有新媒体营销、沙盘模拟企业经营、互联网金融、新媒体营销能力，能运用商务英语进行国际贸易和跨境电商的经营活动，能够进行商务软文写作、电商案例分析、网店美工、营销策划、电子票据支付、会计报表分析和商务谈判等活动与服务。

七、课程设置

本专业包括公共基础课程、专业课程等。

（一）公共基础课程

按照国家、省、学院有关规定开齐开足公共基础课程，包括中国特色社会主义、心理健康与职业生涯、哲学与人生、职业道德与法治、思想道德与法治、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、形势与政策等思想政治课和语文、数学、英语、信息技术、体育与健康、艺术、历史、国家安全教育等必修课程；物理、化学、地理、生物等限选课程；体现本地区、本校优势特色的人文素养、科学技术、艺术体育、创新创业、专本衔接等任选课程。在物理、地理、化学、生物选择1门地理与普通话作为必修课。同时开设了健美操、书法、八段锦、大学英语专转本等课程供学生选修。

（二）专业课程

专业课程包括专业平台课程、专业核心课程、专业拓展课程和技能实训课程等。

1. 专业平台课程

专业平台课程的设置注重培养学生专业基础素质与能力，为专业核心课程的学习奠定基础。包括市场营销、电子商务基础、会计基础、图形图像处理、现代物流管理、国际贸易基础、统计学基础、管理学基础、跨境电子商务、移动电子商务等 10 门必修课程。

表：专业平台课程主要教学内容与要求

序号	课程名称 (学时)	主要教学内容	教学要求
1	市场营销 (68 学时)	市场营销基本概念；市场环境分析；消费者行为分析；市场营销调研；市场细分、目标市场选择、市场定位；产品策略；品牌策略；定价策略；分销渠道策略；促销策略；营销战略与整合营销等	借助典型案例诠释市场营销的相关概念与原理，并树立正确市场营销观念；能独立、高效完成相关资料的搜集、整理、分析，并运用市场营销 4P 策略解决企业实际问题；能进行定性与定量分析，以适应企业营销问题的实证研究、科学决策、营销管理及营销创新的需要。在团队合作中提高沟通能力、在市场调研中提升实践和创新能力，培养创新思维和创业精神。
2	电子商务基础 (68 学时)	电子商务的概念、特点、分类；B2C、C2C、B2B 等常见的电子商务交易模式，跨境电商、移动电商、直播电商基础；网络营销；物流配送；网上支付与安全交易、电子商务法律法规；网上创业的基本流程等	结合电子商务发展实际讲解电子商务的基本概念、特点、分类和交易模式；介绍跨境电商、移动电商、直播电商等基础知识及应用；创造性地将网络营销策略和方法应用于电子商务实践；结合典型案例分析网络广告的类型和特点；熟悉电子商务发展中的技术、安全、物流配送、支付以及法律法规等内容；能进行网上创业；培养遵守行业规程、保守行业秘密和吃苦耐劳、严谨规范的职业素养和创新创业精神。
3	会计基础 (68 学时)	会计的概念、范围、分类；会计核算基础和原则；会计要素、会计等式、借贷记账法的运用；经济业务与原始凭证的识别，企业基本经济业务的核算；财务报表和财务会计报告等	能正确遵守会计的基本规范；能正确判断经济业务性质和内容，能准确按照会计的专门方法进行会计业务处理；熟悉财务报表，具有对企业财务状况和经营成果进行分析的能力。加强学生的诚信教育，树立“不做假账”的法律，和为国家和企业守好财理好财社会责任意识，培养严谨细致的职业素养。
4	图形图像处理 (102 学时)	平面设计的基本流程；图像的各种色彩模式以及基本的配色原则；图像存储的常用格式及各自的特点；基本工具以及图层、通道、蒙版、路径的使用；商品包装、海报的设计、印刷；素材图片中图像的抠取以及加工合成；对网站首页的页面设计等	了解图片及图像处理的基本知识；能运用 Photoshop 软件进行图片处理和图形设计；能运用 Photoshop 软件制作特效；能运用 Photoshop 软件进行电子商务广告设计。培养具有高度责任心和良好的团队合作精神；养成较强的图像创意思维、艺术设计素质。

5	现代物流管理 (68学时)	物流与供应链基本概念与背景；物流系统；物流功能要素；物流主要模式；物流组织与控制；智慧物流；供应链管理方法、内容以及供应链物流管理等	借助情景案例诠释智慧物流与供应链管理的基本原理、基本知识和基本技能及方法；能将智慧物流与供应链的基本理论应用于实践；具备解决物流以及供应链活动过程中的各种基本问题的能力。培养学生具备数字化职业素养，建立为社会服务的奉献意识，增强民族责任感和家国情怀。
6	国际贸易基础 (68学时)	国际贸易的基本概念和主要类型；国际贸易的产生与发展；国际贸易政策；关税措施；非关税措施；鼓励出口和出口管制措施；区域经济一体化；世界贸易组织等	结合贸易的产生与发展讲解国际贸易的基本概念和主要类型；借助典型案例分析国际贸易政策和常见的国际贸易措施；初步具备发现、分析和解决外贸业务问题的能力，形成遵守外贸法律法规和国际贸易惯例的职业道德和职业素养。在国际贸易项目与情境学习中培养民族自信心，充分激发学生的家国情怀。理解贸易对促进国际政治经济关系的发展的作用。
7	统计学基础 (68学时)	统计学的研究对象、基本概念和研究方法；统计工作过程；统计调查的种类、调查方案、调查表；统计整理的步骤、统计分组、分配数列；总量指标、相对指标、平均指标概念、作用和计算方法；时间数列概念、种类，水平指标和速度指标计算与分析；统计指数概念、种类，综合指数、平均指数分析及指数体系计算方法，Excel 在统计中应用等	结合统计实际，初步掌握统计学的研究对象、基本概念和研究方法，掌握统计调查的种类、调查方案、调查表；掌握统计分组、分配数列概念、作用；明确总量指标、相对指标、平均指标概念、作用和计算方法；掌握时间数列水平指标和速度指标计算与分析；明确统计指数概念、种类，掌握综合指数、平均指数分析及指数体系计算方法，能熟练掌握 Excel 在统计中应用，培养学生分析问题、解决问题的能力。 培养统计工具的使用规范和注意事项，杜绝统计方法的滥用等。通过教学，使学生树立“求真务实、实事求是”的统计工作原则具备“用数据说话”的解读问题能力。
8	管理学基础 (68学时)	管理思想及其发展；管理的基本原理；管理的基本职能与方法：计划职能；组织职能；领导职能；控制职能；创新职能等	借助情境案例诠释管理的普遍规律、基本原理、一般方法和管理技能，综合运用于对实际问题的分析；初步具有解决一般管理问题的能力。培养具有团队合作能力，养成善于观察思考、精研业务、认真工作的习惯。
9	跨境电子商务 (102学时)	跨境电子商务的特点、模式，常用的跨境电子商务平台及相关知识；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；国际物流和国际支付知识；外贸市场网络调研、选品、采购；对外商品网上报价、发布及推广；处理网上询盘、报盘、谈判业务和客户关系维护等	能根据国际市场需求和不同的跨境电商平台，进行跨境网络调研、独立寻求货源并进行采购；能够在外贸第三方电商平台建立店铺、运营店铺、维护和管理店铺；具备进行平台基本操作和订单处理流程等业务操作能力和从事跨境电商运营与策划工作的基础技能。培养学生的国际视野、法治意识和家国情怀。

10	移动电子商务 (68 学时)	移动电子商务概述；移动电子商务基础技术；移动电子商务模式；移动互联网营销认知；移动支付；移动电子商务安全管理等	掌握移动电子商务基础技术在 APP 中的应用方式；能够分析移动电子商务模式优劣；了解移动支付特点；掌握移动互联网营销的常见方式及策略；掌握移动电子商务安全管理的要点，提高移动电子商务理论知识和综合思考能力。培养学生创造绿色移动网络环境的职业素养和遵守网络传播相关法律法规的职业素养。从实际出发撰写推文，不夸大、不造谣，不进行虚假营销和恶意营销。
----	-------------------	---	--

2. 专业核心课程

专业核心课程的设置结合本专业主要岗位群实际需求，注重理论与实践一体化教学，提升学生专业能力，培养学生职业素养。包括网络营销、视觉营销设计、客户服务管理、社群运营、互联网产品开发、直播电商、商务数据分析与应用、网店运营推广等 8 门必修课程。

表：专业核心课程主要教学内容与要求

序号	课程名称 (学时)	主要教学内容	教学要求
1	网络营销 (68 学时)	认识网络营销环境；网络营销工具的选择；网络商务信息的收集、发布，网络市场的调研、网络促销、网站推广、网络营销策略策划；网络营销活动策划等	了解网络营销理论体系，熟悉网络虚拟市场，开展营销活动的工具、方法和技巧；掌握网络营销的基本理论和核心内容；掌握网络营销的方案策划、网络营销策略的操作技能。增强学生绿色营销、数字营销的意识，融入劳动教育、乡村振兴的信念，培养学生专一、勇于担当、务实的企业家精神。
2	视觉营销设计 (68 学时)	店铺页面设计、品牌视觉设计、产品包装设计、短视频剪辑与包装、新媒体视觉设计等	根据店铺定位进行 PC 端、移动端页面装修；设计与制作企业品牌类图形元素及宣传物料；结合产品特点与包装材质设计产品内外包装；熟练进行新媒体平台页面的配图排版、主题设计，及时关注新媒体发展动态，提出视觉提升方案；能够策划、拍摄与剪辑短视频等活动。注重弘扬劳动精神、锤炼意志品质，告知学生在设计过程中要遵守职业道德规范，不抄袭、不侵权，帮助学生树立正确的世界观、人生观和价值观。
3	客户服务管理 (68 学时)	客户服务的基本技巧和客户关系管理的基本方法；客户咨询、异议、客户投诉应对；客户满意度管理和客户忠诚度管理；进行客户的个性化服务，拓展客户渠道等	了解客户服务管理的内涵和基本方法；掌握客户服务管理的主要业务与流程；掌握客户细分管理策略；能进行客户满意度管理和客户忠诚度管理；能进行客户的个性化服务，拓展客户渠道等；了解数据挖掘方法在客户关系中的基本应用。培养学生勇于创新、吃苦耐劳的精神，养成善于观察思考、精研业务、认真工作的习惯和客户关系管理的职业素养。

4	社群运营 (68 学时)	社群定位及建群、社群引流、社群爆款打造、社群活动策划与执行、社群管理工具使用、社群活跃、社群粉丝管理、社群数据分析等	掌握社群种类、用户消费行为、产品价值等知识,根据用户和产品或服务属性定位社群,制定社群运营方案,并在相应的社交平台上建群;能通过自媒体工具、搜索引擎平台、短视频平台进行社群推广与引流;能根据用户需求、产品卖点,进行社群数据分析,制定营销体系并通过社群活动提升销售转化、活跃社群及管理粉丝。激发学生努力学习专业知识,民族荣誉感以及为国争光的爱国情怀。
5	互联网产品开发 (68 学时)	产品战略规划、产品需求挖掘与数据分析、DEMO 原型设计与打样、产品开发实施与推动、产品渠道测试与发布、产品开发进度评估与考核等	掌握 PEST 和 SWOT 分析方法,能熟练运用大数据分析、原型设计、平面设计及财务分析等工具;分析产品投放的投资回报率,制定互联网产品战略规划和开发方案,并建立产品需求模型和应用场景;进行电商产品呈现方式及 UI 原型设计,跟进产品开发进度;选择产品发布渠道,撰写产品渠道测试报告,组织实施产品发布;对电商产品开发进度进行评估与考核。理解和运用互联网思维,帮助学生树立科学的创新创业观念,树立服务顾客、以顾客需求为中心的营销观念。
6	直播电商 (68 学时)	认识直播电商和主流直播电商平台;组建直播团队,搭建直播场地,进行直播选品;直播电商内容策划;直播预热引流;进行直播活动;直播复盘优化分析等	了解直播电商发展、内涵和产业链,熟悉主流直播电商平台;能根据直播岗位组建直播团队,掌握直播场景搭建的组合技巧,选择合适的直播商品;掌握直播的整体流程和基本步骤,能进行直播脚本策划,掌握直播间大型活动策划的技巧;熟悉直播流量来源,掌握直播预热引流的步骤和方法,能使用付费工具进行直播引流;掌握直播间的话术设计技巧,进行直播间的商品管理,优化直播活动;掌握分析直播电商效果评估指标并判断直播运营的效果,能进行直播复盘和直播方案改进;初步具备电商直播的运营与管理能力。将理论与实践、农产品与互联网直播有机结合,深入了解乡村变化,助力乡村振兴,遵守直播电商平台规则的意识,自觉承担起传播正能量的责任和义务。
7	商务数据分析与应用 (102 学时)	数据分析工作流程分析;商务数据分析指标体系;数据分析方法和工具运用;流量来源分析;成交转化率分析;网店商品分析;网店客服服务分析;行业数据分析;客户行为分析;订单漏斗分析;店铺优化方案实施与效果评估等	熟知商务数据分析的思路与流程;掌握采集电子商务平台数据并运用 Excel 等软件进行数据处理的能力;掌握商务数据分析方法、数据分析与预测;分析报告撰写。提升学生严谨的数据分析态度,培养学生良好的沟通能力、团队意识和勇于创新的专业精神。

8	网店运营推广（102 学时）	运营规划、商品选品与定价、供应链管理、流量获取与转化、数据分析与决策、用户运营、运营绩效分析等	掌握 SEO、SEM、关键词优化、用户运营与管理等知识；运用流量获取与转化、竞争力分析与市场定位等方法，制定网店运营目标、推广策略及预算；能进行目标商品和竞品数据分析，制作运营数据分析报告，实施商品选品和供应商开发、商品销售和供应链管理；能进行用户画像分析，优化运营和客户管理策略，完成用户拉新、留存、促活和转化。引导学生学习基本商业法律知识，熟读各个平台相关操作规则，做到不“刷单”，不虚假交易，不偷税漏税，做一个诚实守信的合法从业者。
---	----------------	---	---

3. 专业拓展课程

专业拓展课程的设置对接电子商务行业前沿，促进学生全面发展，培养学生综合职业能力。其中限选课包括商务礼仪、网络消费者行为分析、供应链管理、电子商务运营、短视频制作。其中任选课包括新媒体营销、商务礼仪、经济法、EXCEL 的办公软件高级应用、网店运营基础、沙盘模拟企业经营、互联网金融、商务英语、商务软文写作、电商案例分析、网店美工、电子票据支付、商务谈判、营销心理学、会计报表分析、营销策划和专转本等课程。

表：专业拓展课（限选课程）主要教学内容与要求

序号	课程名称 (学时)	主要教学内容	教学要求
1	电子商务运营 (68 学时)	根据店铺管理、店铺运营及数据分析等岗位需求，对接国家职业标准（初级）、职业技能等级标准（初级）中涉及电商运营的基础知识、基本技能和职业操守，兼顾职业道德、职业基础知识、安全知识。以电商运营人员应掌握的电商运营知识与方法为主线，设置运营基篇、运营岗位操作篇以及运营数据分析篇等模块和教学单元	理解电子商务运营的内涵；了解电商行业发展现状及趋势；了解淘宝网企业店铺的创建流程；了解客户群体推广方式；了解内容营销的推广方式；了解淘宝直通车、淘宝钻石展位、淘宝客的推广原理；了解钻石展位中选择资源位的流程；了解创意制作过程。熟悉网店促销活动策划流程。培养学生具备网店日常运营能力、网店推广运营能力和网店运营数据分析能力，培养学生能够具备判断、解决和处理实务中电商运营中问题的能力。培养学生具有诚实守信、守法经营的职业道德意识和强烈的社会责任心及正义感。

2	网络消费者行为分析 (68 学时)	掌握网络市场调研；认识网络消费行为；知道网络消费行为的决策过程；理解网络消费行为的个体和群体特征；理解影响网络消费行为的外部营销因素；认识网络消费安全；理解网络消费者权益的保护；了解网络消费市场发展趋势。	学会制定与实施网络市场调研方案并完成调研报告；能进行网络消费行为决策过程的分析；能维系忠诚客户；会分析不同网络消费者的个体和群体特征；会分析影响网络消费行为的外部因素；能找出影响网络消费行为的营销因素；能减少网络消费风险知觉；会保护网络消费者权益；能进行网络消费市场的开拓。培养学生养成洞察网络消费行为的意识；具有维系忠诚客户的意识；养成维护网络消费安全和消费者权益的职业素养。
3	短视频制作 (68 学时)	了解短视频的特征与优势,短视频地渠道类型,内容类型和生产方式类型；了解制作短视频需求做哪些前期准备工作,短视频制作团队地组建方法；了解短视频的构图要素,短视频构图的基本原则；了解短视频的变现方式。	掌握短视频地构图要素,短视频构图地基本原则；掌握拍摄抖音短视频地方法,抖音短视频后期处理地方法,以和制作短视频封面图的方法；掌握使用市面上流行的各视频软件制作特效创意视频； 掌握短视频的营销渠道和方法；掌握在社交平台上运营短视频。培养学生具有一定的科学思维方式和判断分析问题的能力,养成较强的短视频制作和设计思维、艺术设计素质。
4	商务礼仪 (68 学时)	主要对应商务策划岗、公关岗、营销岗、接待岗等岗位技能和素质培养要求,讲授商务活动类型、各类商务活动的策划及组织以及商务活动各环节和场合必须遵循的礼仪规范。对学生职业能力的培养和职业素养养成起着主要支撑作用。	通过本课程学习,学生能了解企业常见商务活动策划与组织的一般程序,熟练掌握商务活动策划与组织各项技能,熟练掌握商务活动各环节的礼仪规范,具有一定的沟通能力、组织能力、应变能力,团队合作精神,能够胜任相关岗位任职要求。帮助学生培养良好优雅的姿态仪态、风度修养,以便今后在职业生涯中提高职业素质和个人魅力,形成良好的人际关系。

5	供应链管理 (68 学时)	掌握供应链管理的基本概念与相关理论, 供应链管理环境下的采购管理、生产管理、库存管理、物流管理、信息管理、客户关系管理、绩效管理, 以及供应链合业务流程重构、电子商务供应链管理、供应链管理前沿等理论和实践知识。	通过本课程的学习, 一方面使学生从供应链运作管理的角度出发, 理解供应链管理环境下的生产管理、采购管理、库存管理、物流管理、信息管理、客户关系管理、绩效管理, 以及供应链合业务流程重构、电子商务供应链管理、供应链管理前沿等内容; 另一方面使学生能运用所学课程知识, 能够在未来的工作中为企业降低成本、获取效益, 加强不同企业之间的有效合作, 从而提高物流企业的经营管理水平及供应链管理的绩效。培养学生善于动脑, 勤于思考, 及时发现问题的学习习惯, 具有良好的信息收集、分析和处理能力, 具有良好的沟通能力和组织能力。
---	------------------	---	---

4. 技能实训课程

技能实训课程的设置结合本专业主要岗位群实际需求和职业类证书考试要求, 对接真实职业场景或工作情境, 在实践中提升学生专业技能、职业能力和劳动品质。包括网络营销实训、视觉营销设计实训、客户服务管理实训、直播电商实训、网店运营推广实训、跨境电子商务实训、电子商务综合实训。

表: 技能实训课程主要教学内容与教学要求

序号	课程名称 (学时)	主要教学内容	教学要求
1	网络营销实训 (1 周/30 学时)	论坛营销; 博客营销; 微信营销; 微博营销; 分类信息营销; IM 营销等	掌握网络营销的常用方法; 灵活运用营销策略开展商务活动; 掌握各种方法的步骤与技巧
2	视觉营销设计 实训 (1 周/30 学时)	网店常用模块视觉营销设计、网店品牌形象设计、图片处理、促销广告设计等	初步具备网店布局和页面设计、文案视觉、网店品牌形象设计、商品主辅图设计、商品详情页设计、促销海报设计等能力
3	客户服务管理 实训 (1 周/30 学时)	寻找开发潜在客户; 客户信息管理; 客户体验管理; 客户满意管理; 客户忠诚管理等	掌握客户服务管理主要业务与流程; 掌握客户细化管理策略; 了解数据挖掘方法在客户关系中的基本应用

4	直播电商实训 (1周/30学时)	直播脚本设计、直播内容演示、开播准备和下播复盘、直播设备与场景选择、直播选品和展示、化解直播危机、粉丝管理等	初步具备直播脚本设计的能力；具备直播内容演示能力；初步具备开播准备和下播复盘的能力；具备直播设备与场景选择能力；初步具备直播选品和展示的能力；初步具备化解直播危机的能力；具备粉丝管理的能力
5	网店运营推广实训 (1周/30学时)	运营规划、商品选品与定价、供应链管理、流量获取与转化、数据分析与决策、用户运营、运营绩效分析	制定网店运营目标、推广策略及预算；制作运营数据分析报告，实施商品选品和供应商开发、商品销售和供应链管理；优化运营和客户管理策略，完成用户拉新、留存、促活和转化
6	跨境电子商务实训 (1周/30学时)	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；外贸市场网络调研、选品、采购；对外商品网上报价、发布及推广；处理网上询盘、报盘、谈判业务和客户关系维护	进行跨境网络调研、独立寻求货源并进行采购；能够在外贸第三方电商平台建立店铺、运营店铺、维护和管理店铺
7	电子商务综合实训 (1周/30学时)	商品选择与渠道管理；网络平台的选择与应用；网店运营与推广；客户管理和网络客服；电子商务物流等	综合运用所学专业知识和技能，完成电子商务项目的运营流程及电子商务的运营实践

八、教学进程及学时安排

(一) 教学时间表（按周分配）

学期	学期周数	理论与实践教学		集中实践教学课程和环节		机动周
		授课周数	考试周数	实训、实习、毕业设计（论文）、社会实践、入学教育、军训等	周数	
一	20	17	1	军事理论与训练	1	0
				专业认识与入学教育	1	
二	20	17	1	劳动实践	1	1
三	20	17	1	网络营销实训	1	1
四	20	17	1	视觉营销设计实训	1	1
五	20	17	1	客户服务管理实训	1	1
六	20	17	1	直播电商实训	1	1
七	20	17	1	网店运营推广实训	1	1
八	20	17	1	跨境电子商务实训	1	1
九	20	17	1	电子商务综合实训	1	1
十	20	0	0	毕业论文、岗位实习	18	2
合计	200	153	9		28	10

（二）专业教学进程安排表（见附件）

（三）学时安排表

序号	课程类别	学时	占比	要求
1	公共基础课程	1975	39.04%	不低于 1/3
2	专业课程	2454	48.51%	/
3	集中实践教学环节	630	12.45%	/
总学时		5059	/	/
其中：任选课程		714	14.11%	不低于 10%
其中：实践性教学		2756	54.48%	不低于 50%

说明：实践性教学学时包括采用理实一体化形式进行教学的实践学时和集中实践形式进行教学的实践学时。

九、教学基本条件

（一）师资队伍

按照“四有好老师”“四个相统一”“四个引路人”的要求建设专业教师队伍，将师德师风作为教师队伍建设的第一标准。

1. 队伍结构

本专业现有专任专业教师 9 人，其中双师素质教师 9 人，双师素质占比 100%。高级职称专任教师 4 人，占 44%。硕士学位 3 人，占 33%。在校生 214 人，师生比 1:24。兼职教师 5 人，具有一支职称和年龄相对合理的师资队伍，能够整合校内外优质人才资源，选聘企业高级技术人员和中高级职称业务人员担任产业导师，组建校企合作、专兼结合的教师团队，定期开展专业教研工作。

2. 专任教师

专任教师有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有教师资格，具有本专业理论和实践能力；能够落实课程思政要求，挖掘专业课程中的思政教育元素和资源；能够运用信息技术开展混合式教学等教法改革；能够跟踪新经济、新技术发展前沿，开展技术研发与社会服务；专业教师每年至少 1 个月在企业或实训基地实训，每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

3. 专业带头人

专业带头人黄超，高级讲师，工商管理专业，硕士学位，主讲《电子商务概论》《电商案例分析》和《市场营销》等课程。曾获区政协优秀个人等荣誉

称号。具有本专业及相关专业副高职称和较强的实践能力，能够较好地把握国内外互联网及相关服务、批发业、零售业、商务服务业等行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际，主持专业建设、开展教育教学改革、教科研工作和社会服务能力强，在本专业改革发展中起引领作用。

4. 兼职教师

本专业兼职教师主要从合作企业博西家电中国有限公司、中教畅想江苏科技有限公司、南京科润工业介质有限公司、新道科技有限公司、江苏知链等企业，聘请业务能力较强的骨干人员担任，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，基本具有中级及以上相关专业技术职称，了解教育教学规律，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，能承担有关课程与实训的教学、实习指导等专业教学任务，并由教务管理部门要求建立了统一地专门针对兼职教师聘任与管理的具体实施办法。

（二）教学设施

主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、实验室、实训室和实训实习基地。

1. 专业教室

具备利用信息化手段开展混合式教学的条件。配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具有互联网接入或无线网络环境及网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，安防标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内外实训场所

校内外实训场所符合面积、安全、环境等方面的要求，实验、实训设施（含虚拟仿真实训场景等）先进，能够满足实验、实训教学需求，实验、实训指导教师确定，能够满足开展网络营销、视觉营销设计、直播电商、客户服务管理、网店运营推广等实验、实训活动的要求，实验、实训管理及实施规章制度齐全。鼓励开发虚拟仿真实训项目，建设虚拟仿真实训基地。

表：校内实训场所情况

序号	校内外实训场所	承担实训课程	主要功能	主要设施设备配置建议
1	企业沙盘模拟实训室	ERP 企业沙盘模拟实训、 商务数据分析实训	主要通过沙盘模拟企业经营、数据分析及网店运营，完成电子商务交易数据分析、电子商务运营管理、数据分析决策等项目训练，提高学生电子商务、企业经营的操作技能和管理能力	配备服务器、多媒体教学设备、计算机及桌椅，沙盘模拟经营企业软件、商务数据分析教学软件等
2	摄影、直播实训室	摄影直播电商实训	以摄影、直播活动的策划、筹备、推广、实施、复盘为核心，可对学生进行直播营销全过程的教学与实训。兼具仿真平台实训和教师在线教学双重功能，以直播营销策划、直播推广与引流、直播营销实施、直播营销复盘、粉丝运营等模块指导学生直播营销的技能实训。实训系统设计了直播效果标准评分表，辅助教师完成学生直播效果的评价	配备服务器、外置声卡、播音级麦克风、支架、音箱、监听耳麦、工作台、柔光灯箱、环形补光灯、摄录机等
3	电子商务技能实训室	网络营销实训、 视觉营销实训	用于创建网站和网站管理、维护功能，可用于网页设计、网络媒体策划与编辑、网页界面、网络广告和商务网站等实验和实训教学	配备服务器、多媒体教学设备、计算机及配套桌椅等设备
4	跨境电子商务实训室	网店运营实训、 跨境电子商务实训	用于电子商务运营、跨境电子商务实践及供应链管理等课程的教学实训	配备服务器、多媒体教学设备、计算机及桌椅，配备网店运营推广等教学软件
5	“博西”电子商务实训室（校企共建）	客户服务实训	CRM 和 ERP 系统、金融问题处理、订单取消与修改、价格保护、配送催单流程、售后退换货流程、POP 仲裁流程、升级与转接流程、关单标准、数据分析、排班与现场管理、服务营销流程及技巧、外呼技巧、提升在线导购的员工销售技巧、客户客诉处理方法、客户类型分析及处理技巧、投诉处理实务、客诉处理步骤精要、跨部门沟通、电商战略与财务、业务提升实战	配备计算机、IP 电话机、耳机，开展文化设计与布置，配备客户关系管理教学软件

3. 实习场所

符合《职业学校学生实习管理规定》《职业学校校企合作促进办法》等对实习单位的有关要求，经实地考察后，确定合法经营、管理规范，实习条件完备且符合产业发展实际、符合安全生产法律法规要求，与学校建立稳定合作关系的单位成为实习基地，并签署学校、学生、实习单位三方协议。

根据本专业人才培养的需要和未来就业需求，实习基地应能提供运营主管、营销主管、销售主管、智能客服主管、视觉营销设计师、互联网产品开发主管等与专业对口的相关实习岗位，涵盖当前相关产业发展的主流技术，可接纳一定规模的学生实习；学校和实习单位双方共同制订实习计划，能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理，实习单位安排有经验的技术或管理人员担任实习指导教师，开展专业教学和职业技能训练，完成实习质量评价，做好学生实习服务和管理工作的，有保证实习学生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障，依法依规保障学生的基本权益。

表：校外实习基地情况

序号	实训场所	实习岗位
1	博西家电（中国）有限公司	网络营销、网店客服
2	江苏知链有限公司	金融科技
3	江苏瑞克斯环保科技有限公司	直播、电商运维
4	北京外企人力资源服务江苏有限公司	财经商贸
5	中国联通	客服管理
6	南京科润工业介质有限公司	供应链管理、物流管理

（三）教学资源

主要包括能够满足学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施需要的教材、图书及数字化资源等。

1. 教材选用

依据国家、省、学院关于教材的相关规定，学校制定有严格的《江苏联合职业技术学院中华中专办学点教材征订与使用管理办法》等内部管理制度，通过教研组-系部-教务处-分管校长-党总支层层检查、审核、审批教材，杜绝意识形态不合格的教材进入课堂。学校经规范程序，通过学院教材管理系统择优选用学院出版的院本教材或推荐教材。根据学校专业发展需要，开发校本特色教材。

2. 图书文献配备

学校有充足和完善的图书文献资料，能够很好地满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献包括：人文类、社科类、教育类、地理类、历史类等学科基础书籍，其中专业图书包括电子商务基础、市场营销、新媒体营销等相关的图书文献。

3. 数字教学资源配置

学校拥有超星数字图书馆，电子图书馆包含电子图书等合计 10 万余册数字化资源。利用超星移动图书馆以及手机 APP 接入图书馆资源库方式，可进行文献检索、借阅查询、图书续借、信息推送、参考咨询等。

配备与电子商务专业有关的音视频素材、教学课件、虚拟仿真软件等，包括：奥派新零售 O2O 综合实战平台、奥派跨境电子商务综合实训平台、供应链管理决策模拟平台、博导电子商务数据分析平台、新道沙盘模拟企业经营软件、网店运营推广仿真软件平台、商务数据分析软件等，能满足日常线上线下混合式教学要求。

十、质量保障

1. 依据学校《专业设置与动态调整管理办法》，加强专业调研及专业论证，制订并滚动修订专业实施性人才培养方案。

2. 依据学校《课程管理制度》，制订并滚动修订课程标准，积极引进企业优质资源，与企业合作开设课程、共建课程资源。

3. 依据学校《教学质量监测与评价实施方案》等相关制度，加强教学质量监控管理，持续推进人才培养质量的诊断与改进。

4. 依据学校《教学常规检查制度》，加强日常教学的运行与管理，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，保持优良的教育教学秩序。

5. 学校积极组织、参加专指委的各类专业建设和教学研究活动。

6. 依据学校《集体备课实施办法》，建立集中教研制度，定期召开教学研讨会议，定期开设公开课、示范课并集中评课，通过集中研讨、评价分析等有效提升教师教学能力，持续提高人才培养质量。

7. 依据学校《五年制高职学生综合素质评价实施方案》，对学生五年全周期、德智体美劳全要素进行纵向与横向评价，引导学生积极主动发展，促进五年制高职学生个性化成长和多样化成才。

8. 依据学校《毕业生跟踪服务制度》，建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

十一、毕业要求

学生学习期满，经考核、评价，符合下列要求的，予以毕业：

1. 综合素质毕业评价等级达到合格及以上。

2. 根据本方案确定的目标和培养规格，完成规定的实习实训，全部课程考核合格，修满本方案中规定的 276 个学分。

十二、其他事项

（一）编制依据

1. 《教育部关于职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的指导意见》（教职成〔2019〕13 号）；

2. 《教育部职业教育与成人教育司关于组织做好职业院校专业人才培养方案制订与实施工作的通知》（教职成司函〔2019〕61 号）；

3. 《高等职业教育专科电子商务专业简介》；

4. 《关于深入推进五年制高职人才培养方案制（修）订工作的通知》（苏联院教〔2023〕32 号）；

5. 2023 年《江苏联合职业技术学院电子商务专业指导性人才培养方案》；

（二）执行说明

1. 规范实施“4.5+0.5”人才培养模式，每学期周数按 20 周计算，其中教学周为 18 周，考试周为 1 周、机动 1 周。入学教育和军训安排在学生第一学期开设。

2. 理论教学和实践教学按 16~18 学时计 1 学分（小数点后数字四舍五入）。集中开设的技能实训课程及实践性教学环节按 1 周计 30 学时、1 个学分。学生

取得职业类证书或在各级各类比赛获奖可参照《江苏联合职业技术学院中华中专办学点学分折算说明》折算一定学分。

3. 思想政治理论课程和历史课程，因集中实践周导致学时不足的部分，利用自习课补足。

4. 坚持立德树人根本任务，全面加强思政课程建设，整体推进课程思政。入学第一学期开设校本特色课程《黄炎培职业教育思想》（讲座），开发校本德育教材《金的人格，铁的纪律》，培养学生传承与创新黄炎培职业教育思想的主人翁意识，入学期初组织南京大屠杀纪念教育的参观和讲座。以教育部、江苏省课程思政示范课程“古诗词欣赏”为引领，充分发掘各类课程思想政治教育资源，发挥所有课程育人功能。

5. 将劳动教育、创新创业教育等融入专业课程教学和有关实践教学环节中，学校坚持开展校园“自我管理与社会参与”德育实践周活动，在实践周中开设劳动精神、劳模精神和工匠精神专题教育不少于 16 学时，促进学生在“自治”中学会做人、做事，养成良好的学习、生活和劳动习惯，培养“金的人格，铁的纪律”的职业素养。

6. 任选课程根据专业需求，以拓展学生人文素养、专业素质为宗旨，开设公共基础任选课程 5 门、专业拓展任选课程 9 门。

7. 落实“1+X”证书制度，将实践性教学安排与职业类证书考核有机结合，使学生具备体现修读五年制高等职业教育电子商务专业核心能力的职业类证书所需要的知识和技能。在课程教学中提升学生普通话、英语、计算机等通用能力。同时，本专业从 2020 年起成功申报 1+X 网店运营推广证书的技能鉴定，组织开展试点考核工作。

8. 依据学校《江苏联合职业技术学院中华中专办学点毕业论文(设计)工作管理规定》，加强毕业设计全过程管理，引导学生遵循学术规范和学术道德。

9. 加强岗位实习管理，由学校与企业根据生产岗位工作要求共同制订岗位实习教学计划，教学活动主要由企业组织实施，学校参与管理和评价。同时，根据校企合作项目的需求，如遇电商节活动等，届时将提前在学期之初进行课程实施调整与变更申请。

10. 根据岗位能力和就业需要，鼓励学生具备普通话水平测试二级乙等及以

上、全国计算机等级考试一级、高等学校英语应用能力 B 级同等水平及以上的通用能力的至少一项。

11. 岗课赛证融通培养职业技能，鼓励学生通过课堂教学取得相关职业类证书，教学要求纳入课程教学模块，开展过程性评价，并给予学生多个选择方案。推行“赛证融通”：把江苏省职业院校技能大赛“电子商务技能”赛项评分标准植入《网店运营》《网络营销》课程期末考核。相关职业类证书简介如下：

(1) 网店运营推广证书（中级），颁证单位：北京鸿科经纬科技有限公司。

(2) 电子商务师证书（中级），颁证单位：中华人民共和国工业和信息化部。

（三）研制团队

序号	姓名	单位名称	职称/职务	承担角色
1	黄超	南京中华中等专业学校	高级讲师、系部主任	专业带头人
2	徐海燕	南京中华中等专业学校	中级讲师、教务主任	公共基础课安排与审核
3	周俐萍	南京中华中等专业学校	副教授、系部副主任	执笔人
4	孔运帷	南京中华中等专业学校	助教、商贸教研组长	组织专任教师课程研讨
5	阮卫华	江苏经贸职业技术学院	副教授、系部书记	专家论证
6	高弘	新道科技有限江苏公司	电商业务部经理	专家论证
7	黄季霖	南京科润集团	工程师、人力资源部经理	专家论证
8	纪秀青	博西中国江苏公司	职教部经理	专家论证

五年制高等职业教育电子商务专业教学进程安排表

类别		属性	序号		课程名称	学时及学分			每周教学时数安排										考核方式		
						学时	实践	学分	一	二	三	四	五	六	七	八	九	十	考试	考查	
									17+1 周	17+1 周	17+1 周	17+1 周	17+1 周	17+1 周	17+1 周	17+1 周	17+1 周	18周			
公共 基础课程		必修课程	思想政治 理论课程	1	中国特色社会主义	36	0	2	2									√			
				2	心理健康与职业生涯（I）	36	0	2		2								√			
				3	心理健康与职业生涯（II）	18	0	1							1					√	
				4	哲学与人生	36	0	2			2								√		
				5	职业道德与法治	36	0	2				2							√		
				6	思想道德与法治	51	17	3					3						√		
				7	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	34	0	2							2				√		
				8	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	51	0	3								3			√		
				9	形势与政策	24	0	1							总 8	总 8	总 8		√		
			10	语文	306	60	18	4	4	4	2	2	2					√			
			11	数学	272	60	16	4	4	2	2	2	2					√			
			12	英语	272	60	16	4	4	2	2	2	2					√			
			13	信息技术	136	68	8	2	2	2	2							√			
			14	体育与健康	306	274	18	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		√		
			15	美术	34	17	2	2												√	
			16	历史	72	0	4	2	2										√		
			17	地理	34	6	2		2										√		
			18	普通话	34	17	2	2												√	
			19	国家安全教育	17	0	1									1				√	
		任选课程		20	党史与国史/美育	34	30	2		2									√		
				21	健美操/八段锦	34	20	2						2							√
				22	书法/古诗词欣赏	34	30	2							2						√
				23	中华优秀传统文化/大数据基础与应用	34	18	2								2					√
				24	创新创业教育/大学英语	34	17	2									2				√
公共基础课程小计						1975	694	114	24	24	14	12	11	10	7	8	2	0			
专业 课程	专业平台课程	必修课程	1	市场营销	68	34	4	4										√			
			2	电子商务基础	68	34	4		4									√			
			3	会计基础	68	34	4			4								√			

			4	图形图像处理	68	34	4			4								√	
			5	现代物流管理	68	34	4				4							√	
			6	国际贸易基础	68	34	4				4							√	
			7	统计学基础	68	34	4					4						√	
			8	管理学基础	68	34	4					4						√	
			9	跨境电子商务	102	80	6								6			√	
			10	移动电子商务	68	34	4									4		√	
	专业核心课程	必修课程	11	网络营销	68	34	4			4								√	
			12	视觉营销设计	68	34	4				4							√	
			13	客户服务管理	68	34	4					4						√	
			14	社群运营	68	34	4					4						√	
			15	互联网产品开发	68	34	4						4					√	
			16	直播电商	68	34	4						4					√	
			17	商务数据分析与应用	68	34	4							4				√	
			18	网店运营推广	102	80	6								6			√	
	专业拓展课程	限选课程	19	网络消费者行为分析	68	34	4				4							√	
			20	电子商务运营	68	34	4						4					√	
			21	供应链管理	68	34	4							4				√	
			22	短视频制作	68	60	4								4			√	
			23	商务礼仪	68	34	4									4			√
		任选课程	24	网店运营基础/电子商务网页制作	68	34	4	4											
			25	沙盘模拟企业经营/EXCEL 在财务中的应用	68	50	4		4										√
			26	新媒体营销/互联网金融	68	34	4									4		√	
			27	网店美工/新媒体文案与传播	68	34	4			4								√	
			28	商务英语/会计报表分析	68	34	4						4					√	
			29	商务软文写作/营销心理学	68	34	4							4				√	
			30	电商案例分析/商务谈判	68	34	4								4			√	

			31	经济法/电子票据支付	68	34	4								4		√		
			32	营销策划/转本课程	68	34	4								4			√	
	技能实训课程	必修课程	33	网络营销实训	30	30	1			1 周								√	
			34	视觉营销设计实训	30	30	1				1 周							√	
			35	客户服务管理实训	30	30	1					1 周						√	
			36	直播电商实训	30	30	1						1 周					√	
			37	网店运营推广实训	30	30	1							1 周				√	
			38	跨境电子商务实训	30	30	1								1 周			√	
	39	电子商务综合实训	30	30	1									1 周			√		
	专业课程小计					2454	1432	139	8	8	16	16	16	16	18	14	20		
集中实践教学环节		1	军事理论与训练（开学前开设）	30	30	1	1 周											√	
		2	专业认识与入学教育	30	30	1	1 周											√	
		3	劳动实践	30	30	1		1 周										√	
		4	社会实践			1		√		√		√		√				√	
		5	毕业设计	120	120	4										4 周		√	
		6	岗位实习	420	420	14										14 周		√	
集中实践教学环节小计					630	630	22	1 周	1 周	1 周	1 周	1 周	1 周	1 周	1 周	18 周			
合计					5059	2756	276	32	32	30	28	27	26	25	22	22	18 周		