

电子商务（新农人方向）专业人才培养方案

1. 【专业名称及代码】

专业群名称：电子商务专业群

专业名称：电子商务

专业代码：530701

2. 【招生对象】

普通高中毕业生、中等职业学校毕业生或同等学历者

3. 【学制】

三年

4. 【职业面向】

表 1 职业面向分析表

所属专业大类 (代码)	所属专业类 (代码)	对应行业 (代码)	主要职业类别(代 码)	主要岗位类别 (或技术领	职业资格证书 或技能等级证书举例
电子商务(5307)	电子商务 (530701)	软件开发(6510)	2-99 (GBM2-9) 其他专业技术人员	软件开发	网页设计二级(全国计算机等级考试)
		信息技术咨询服务(6530)	4-99 (GBM 4-9) 其他商业、服务人员	互联网与信息服务	网络营销工程师(信息部的助理师级)
		数据处理和存储服务(6540)	2-99 (GBM2-9) 其他专业技术人员	数据分析	数据分析师、电子商务运营专才(阿里巴巴认证)
		呼叫中心(6592)	4-01 (GBM 4-1) 购销人员	网络客服	网络营销工程师(信息部的助理师级)、1+X证书

表 2 岗位能力分析表

序号	岗位名称	岗位类别	
		初始岗位	发展岗位
1	网站运营(网店运营)	运营助理、运营专员	运营主管、电商主管、网站运营经理、运营总监、运营总裁
2	网站开发/网站编辑	网站开发助理、网站编辑专员	网站开发人员、网站开发工程师、高级网站编辑、网站编辑主编、总编
3	网店客服	网店客服专员	客服主管、客服经理、客服总监
4	跨境电商	跨境专员	外贸主管、外贸经理
5	网站文案与策划	文案专员、策划专员	文案策划主管、文案策划经理

表 3 工作任务和职业能力分析表

岗位领域	工作任务	职业能力、知识	对应课程
运营助理、运营专员、运营主管、电商主管、网站运营经理、运营总监、运营总裁	店铺装修	在线信息处理策划与文案编辑能力 具备文字处理软件设计能力 具备图片处理软件操作能力 网页设计能力	1. 商品摄影技术 2. 平面美工技术实务 3. 网络编辑实务 4. 网(微)店页面处理
	数据分析	在线信息投放效果预测能力 在线信息投放效果评估能力	1. 商务数据分析与应用
	活动促销	熟练掌握传统营销技能和网络营销技能; 熟练操作常用的网络营销方法 发货、运输、仓储等相关知识	1. 电商新媒体技术
	网店运营	在线店铺管理能力 熟练掌握各大网络平台和广告类型 常用的客服工具的使用 处理突发事件能力	1. 电商经营方法与技能(C店)+(B店) 2. 电子商务实务
推广专员、网络营销专员、网络营销主管、网络营销经理、网络营销总监	营销	熟悉网络销售流程 沟通的能力 消费者心理分析 社区营销、博客营销、病毒式营销、邮件营销、微博营销	1. 农产品市场营销 2. 电商营销手段及技能 3. 农产品电商直播
	推广	文案编辑能力 拥有一定的广告设计能力 具备一定广告创意	1. 搜索优化实务
文案专员、策划专员、文案策划主管、文案策划经理、网店客服专员、客服主管、客服经理、客服总监	策划	熟练掌握各大网络平台和广告类型; 拥有一定的广告设计能力; 具备一定广告创意	1. 电商广告策划
	客服	客服工作必备的沟通技巧和心态; 熟悉各种营销型网站的操作流程; 常用的客服工具的使用; 如何提高处理突发事件能力;	1. 网店客服 2. 商务礼仪及沟通 3. 商务谈判技能

5. 【培养目标与规格】

培养目标: 培养有觉悟、讲责任, 德技兼修, 德智体美劳全面发展, 适应区域经济社会发展和乡村振兴需要, 符合粤港澳大湾区下的中小企业人才需求, 面向新农人, 具有进行电子商务网店的设计、策划、开发和运营管理的能力, 在市场分析、业务技术规范上具有较扎实的理论知识以适应经济社会发展需要的高素质技术技能人才。

培养规格: 由素质、知识、能力三个方面的要求组成。

(1) 素质结构

a. 具有正确的世界观、人生观、价值观。坚决拥护中国共产党领导, 树立中国特色社会主义共同理想, 践行社会主义核心价值观, 具有深厚的爱国情感、国家认同感、中华民族自豪感; 崇

尚宪法、遵守法律、遵规守纪；具有生态文明意识、社会责任感和参与意识。

b. 具有良好的职业道德和职业素养。崇德向善、诚实守信、爱岗敬业，具有精益求精的工匠精神；尊重劳动、热爱劳动，具有较强的实践能力；具有质量意识、安全意识、信息素养、创新精神；具有较强的集体意识和团队合作精神，能够进行有效的人际沟通和协作，与社会、自然和谐共处；具有职业生涯规划意识。

c. 具有良好的身心素质和人文素养。具有健康的体魄和心理、健全的人格，能够掌握基本运动知识和一两项运动技能；具有感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力，具有一定的审美和人文素养，能够形成一两项艺术特长或爱好；掌握一定的学习方法，具有良好的生活习惯、行为习惯和自我管理能力。

（2）知识结构

包括对公共基础知识、专业知识和专业相关知识等的培养规格要求。

a. 基础知识：政治理论思想道德、职业道德、工具性基础知识。

b. 专业基础知识：电子商务理论基础、商品摄影技术、网页设计基础、电商广告策划、平面设计基础知识。

c. 专业技术知识：网（微）店页面处理、电商新媒体技术、电商经营方法与技能（C店）+（B店）、农村电商直播技术、电商营销手段及技能、平面美工技术实务、搜索优化实务、商务数据分析与应用、跨境电子商务实务等。

（3）能力结构

包括对通用能力和专业技术技能等的培养规格要求。

其中通用能力一般包括口语和书面表达能力，解决实际问题的能力，终身学习能力，信息技术应用能力，独立思考、逻辑推理、信息加工能力等。专业技术技能包括专业基础能力、专业核心能力等，特别要求加入创新创业能力。

a. 职业通用能力：

①良好的沟通表达能力；②电子商务网站开发建设能力；③农产品销售与公共关系处理能力；④电子商务系统安全管理能力；⑤网络营销项目的策划、实施和管理能力。

b. 职业核心能力：①建设电子商务系统所需要的系统集成和网络安全保障的能力；②运用网络技术开展市场与网络营销、营销策划、营销技术等能力；③运用网络技术开展商务活动以及进行电子商务系统的设计、开发和运营管理能力；④较高的电商经营技能和电商工具的应用能力，以及电商平台创业思维。

c. 职业拓展能力：①运用电子商务系统处理合同交易结算等商务事务的能力；②应用写作能力和一般性英语业务资料的处理能力。

6. 【毕业学分】

至少需修满 144 学分方可毕业。其中：公共必修课 40 学分（含军事技能和创新创业与就业类课程）、公共选修课 4 学分、专业必修课 58.5 学分（岗位实习和毕业实习报告学分另计：20 学分）、专业选修课 8 学分等四类课程的学分见教学计划进程表；第二课堂活动不少于 7.5 学分（其

中德育类学分至少 1.5 学分、学术科技类至少 0.5 学分、创新创业与就业类至少 1 学分、“跑步声”“读书声”各至少 1 学分），文明素质养成 6 学分。

7. 【课程设置与要求】

7.1 通识教育课程平台

教育教学管理部门有明确规定通识教育课程开设学时要求的，严格执行相应的学时标准。教育管理部門未明确规定具体的，根据人才培养的目标、规格进行选取和安排，要保证开出一定数量的素质教育类课程以满足学生全面发展的需要。通识教育课程开设学期由教学科研部会同博雅教育学院、信息技术学院、人文外语学院商定。

7.2 专业基础与专业课程平台

7.2.1 专业基础必修课模块

7.2.1.1 电子商务实务

教学内容要点：实践项目 C2C 电子商务交易管理；实践项目 B2C 电子商务商城管理；实践项目 B2B 电子商务平台贸易管理

教学要求：本课程设计通过借助电子商务教学实验模拟软件，一方面能够使学生学习掌握电子商务全过程的系统知识，另一方面能够培养学生多方面的技能，增强学生的动手操作能力。可以使学生系统地回顾、整理和巩固所学的书本知识，全面深入地理解教学内容，为今后从事实际工作打下基础。

7.2.1.2 商品摄影技术

教学内容要点：项目：光圈，快门的应用 项目：吸光类商品摄影 项目：反光类商品摄影 项目：透光类商品摄影 项目：商品主图视频拍摄

教学要求：本课程的目标是课程设计的任务是让学生掌握网络店铺商品定位的一般原理，商品拍摄布景的基本流程；掌握各类商品拍摄要点、网络商品拍摄光线处理、商品拍摄布景策划方法，不同种类商品图片美化方法，并通过实验经营网络店铺。

7.2.1.3 农产品市场营销

教学内容要点：市场营销环境分析能力培养工作项目；消费者行为分析能力培养工作项目；市场细分、目标市场与市场定位能力工作项目；产品策略运用能力培养工作项目；定价策略运用能力培养工作项目；渠道策略运用能力培养工作项目；促销策略运用能力培养工作项目

教学要求：本课程力图描绘市场营销的核心理念与专业核心技能，并进行适当的农产品营销技能、态度的训练，尤其是对管理人员的营销思维模式的形成起主要支撑作用。本课程对学生从事营销相关职业的能力培养和营销职业素质的养成起主要支撑或明显促进作用。在专业课程体系中发挥着重要的承前启后的作用。

7.2.1.4 电商广告策划

教学内容要点：广告效果测定与评估；市场调查与分析；广告策略的制定；广告媒介策划；广告效果测定；广告经费预算

教学要求：通过本课程学习，首先要了解人类策划的思想古已有之，我国古代有许多蕴含着丰富策划思想的典籍。而人类进入经济建设为中心的时代后，公关策划、广告策划、CI 策划随之

兴起。在此基础上，进一步认识广告策划的概念和作用，明确广告策划的类型与原则。

7.2.2 专业必修核心课模块

7.2.2-1 网（微）店页面处理

教学内容要点：文本与图像；图文混排与超链接；CSS 样式表；使用数据表格；使用框架布局页面；DIV 标签的插入与编辑；使用 DIV+CSS 布局给定页面；使用 AP 元素；使用 FLASH 文件和音频文件；使用视频文件和其他类型的多媒体文件；网页中表单的实验；使用 spry Widget 特效和行为

教学要求：本课程是一门专业基础课，要求学生掌握 HTML、css 和 dreamweaver 制作网页的知识和技术，同时为后续课程的学习奠定基础。通过本课程的学习，使学生了解网站开发的流程，掌握 HTML 和 CSS 技术 实现网页的构建和美化，并用 dreamweaver CS5 工具实现网页的制作。

7.2.2-2 电商新媒体技术

教学内容要点：淘宝美工；房产广告；舞台视频背景制作；婚庆电子照制作；PR 画中画制作；Adobe 创意广告视频制作

教学要求：电子商务专业的核心课之一，它是对相关课程的融会贯通，以达到综合性地运用的目的，实现影视制作的剪辑处理，影视合成等基本技巧的课程。通过本课程的学习，对影视非线编辑、视频的剪接、婚礼 MV 等制作的原理、技巧、程序与具体运作应有全面而深刻的了解，是基于数字平台融合视听语言、画面编辑及影视多媒体设计的课程。

7.2.2-3 电商经营方法与技能（C 店）+（B 店）

教学内容要点：网店注册；定位店铺；发布商品；装饰店铺；后台管理；客服管理；线下管理；免费推广；活动推广；淘宝客推广；直通车推广；钻石展位推广；京东注册店铺与运营；网店装修和店铺管理；京东网店运营与商品发布；京东网店推广和运营；订单管理和仓储管理、配送；京东促销推广战略；京东网店客户服务。

教学要求：通过本课程的开展，旨在让学生全面具备 C2C、B2C 网店运营的基本理论知识、网店操作流程，满足那些已经或正在进行网上开店，但对相关理论、具体操作流程及方法还不太了解的读者而编写的。本次培训对淘宝运营和推广进行了深入讲解，并分享资深店主的成功经验，希望学完本课程之后能完全掌握网店的开设、运营管理、推广等，进而将网店做大做强。

7.2.2-4 农产品电商直播

教学内容要点：微信营销；社群营销；新媒体文案写作；新媒体常用工具；主流新媒体平台写作；直播运营

教学要求：本课程主要用来培养新媒体营销、运营、编辑等岗位的人才，培养具有丰富的视野和扎实的知识基础，掌握新媒体领域的前沿技术和运营，具有较强的实践能力和创新精神，具备较强的新媒体策划、运营及文案写作能力，具备主流新媒体平台推广和运营技巧的新媒体人员。

7.2.2-5 电商营销手段及技能

教学内容要点：网络市场调查设计；网站搜索引擎优化；软文撰写；微信营销技巧；视频营销技巧；弹出广告设计；H5 会议邀请函制作

教学要求：通过本课程教学使学生掌握网络营销与传统营销的关系，现状、发展、存在的问

题以及网络营销学的理论体系，网络营销赖以生存的内外环境，网络消费者的购买动机、购买程序和实际购买操作，正确理解网络消费行为，网络市场细分、网络目标市场、市场定位的基础、前提和方法，掌握与运用网络促销方法，制定促销组合，掌握网络广告的相关知识等。

7.2.3 专业选修课模块

7.2.3-1 农村金融与信贷

教学内容要点：

了解农村金融的定义与特点、了解农村金融机构（如农信社、农商行、村镇银行等）的构成和功能。认识农村金融在支持农业发展、促进农民增收和农村经济建设中的重要性。学习各类农村金融产品，如存款、贷款、保险、理财等，及其适用对象和条件。理解信贷的基本概念、原则和操作流程。了解国家有关农村信贷的政策法规，以及农村金融机构的信贷管理制度。熟悉农户生产经营贷款、消费贷款等的特点和申请条件。学习小额信贷的运作机制、产品设计和管理方法。了解农村企业贷款的申请流程、审批要点和风险控制。学习农村金融机构的风险管理策略和方法。分析成功的农村金融与信贷案例，总结经验教训。

教学要求：

掌握农村金融与信贷的基本理论、政策和法规。熟悉农村金融市场和金融工具，了解农村金融机构的运作模式，农户贷款、农村企业贷款和项目融资的基本知识和技能。具备分析农村金融市场和评估信贷风险的能力。培养学生的社会责任感和职业道德素养，关注“三农”问题。通过典型案例分析，加深对知识点的理解。旨在培养具备农村金融与信贷知识和技能的专业人才，满足农村金融发展的需求。

7.2.3-2 应用写作

教学内容要点：应用写作；文案策划；软文撰写；软文营销；文案推广；电商文案。

教学要求：根据应用写作的本质，其目的为作为语言知识的学习途径和帮助学生扩展语言和写作知识。

7.2.3-3 商务礼仪及沟通

教学内容要点：商务人员形象塑造；商务交往礼仪规范；商务人员职场礼仪法则；求职礼仪技巧运用；商务宴请礼仪；中外民俗礼仪

教学要求：通过本课程的学习，让学生理解和掌握商务活动中礼仪的基本原则和规范，并能正确运用所学的礼仪知识，使学生掌握一定程度的商务礼仪的基本理论知识，进一步提高学生在生活中的礼仪的素养，使学生具备良好的意志品质和道德。分析实际商务活动中的社交问题，并能提出解决的办法，目的是提升学生的外在素质和修养，以适应工作岗位的需求。

7.2.3-4 商务谈判技能

教学内容要点：准备谈判；实施谈判；谈判队伍培训；谈判策划；谈判进程掌控；买卖谈判；合作谈判；索赔谈判

教学要求：通过本课程的学习，使学生系统了解和认知商务谈判与推销活动的基本特征和规律，掌握商务谈判与推销活动的基本理论、方法和策略，培养和提升学生从事谈判与推销工作的素质、能力和技巧。

7.2.3-5 短视频营销实务

教学内容要点：短视频营销主要借助短视频，通过选择目标受众人群，并向他们传播有价值

的内容，这样吸引用户了解企业品牌产品和服务，最终形成交易。做短视频营销，最重要的就是找到目标受众人群和创造有价值的内容。

教学要求：本课程主要用来培养面向企业和政府机构短视频营销岗位的人才，培养具有丰富的视野和扎实的知识基础，掌握短视频营销领域的前沿技术和运营，具有较强的实践能力和创新精神，具备短视频营销平台推广和运营技巧的短视频营销从业人员。

7.2.3-6 移动商务实务

教学内容要点：移动商务技术；无线通信协议；移动中间件技术；移动消息应用平台；移动终端操作系统；移动商务价值链；移动商务的商业模式；移动商务的应用；移动游戏服务；移动支付

教学要求：通过本课程的学习，学生应该掌握以下知识，包括移动电子商务发展概况、移动电子商务的总体框架和支持技术、安全解决方案、平台的构建与管理、智能终端、业务管理等方面，并在此基础上掌握移动电子商务情景、移动支付、移动广告、移动社区等方面的应用。通过本课程的学习，学生应具备基本的电子商务企业从业人员的基本职业素养和判断能力，能够熟练运用电子商务的相关知识解决企业的主要问题，尤其是移动商务营销方面的问题，具有继续学习和可持续发展能力。

7.2.3-7 农村电商供应链管理

教学内容要点：

理解农村电商供应链的定义、构成和特点，与传统供应链的区别。认识供应链管理对提升农产品品质、优化物流效率、增强企业竞争力的作用。学习如何根据市场需求，制定精准的农产品采购计划。优化采购、生产、销售等环节的协同，提高整体效率。根据农产品特性，设计适宜的包装方案，保障产品新鲜度和安全性。掌握农产品仓储的标准化管理，包括温湿度控制、库存管理等，确保产品质量。了解冷链物流、多式联运等模式，优化配送路径，降低损耗。学习农产品品牌定位、策划和推广，提升产品附加值和市场竞争力。分析成功的农村电商供应链管理案例，总结经验教训。

教学要求：

结合案例，系统讲解农村电商供应链管理的理论知识。使之熟悉农产品采购、仓储、物流、包装、质量控制等环节的运作流程。具备制定农产品采购计划和供应链优化方案的能力。能够进行农产品仓储管理和物流配送方案的优化。掌握农产品包装设计和品牌建设的基本技能。培养学生的创新意识和实践能力。增强学生的团队合作精神和沟通能力。旨在培养具备农村电商供应链管理知识和技能的专业人才，满足农村电商发展的需求。

7.2.3-8 物流仓储与配送管理

教学内容要点：运输管理、仓储管理、配送管理、采购、营销、物流信息管理、国际货运代理、客户关系管理。

教学要求：介绍了最新物流仓储与配送管理理念与技术，吸收了国内外最新物流实践经验和理论研究成果，有简洁、实用和操作性强等特点。本书选用近几年国内外物流管理领域中的先进技术和成果，反映最新技术应用状态，模拟生产实际操作流程，可以很好的缩短学校教育与企业要求的距离，更好地满足企业用人的需要。

7.2.3-9 电商装修及美工实战

教学内容要点：通过真实项目对装修的文字处理；路径和画笔的基本操作；图层的运用；通道和滤镜的应用；店招与导航的设计；首焦轮播区的设计；商品详情页的设计；移动端店铺装修美工设计；首页设计

教学要求：本课程通过一系列企业真实项目技能的训练，使学生学习并掌握一些造型规律进而充分认识和理解素描在造型艺术表现中的重要性，同时，结合设计艺术的具体要求，对结构，透视，表现形式有一定的侧重。

7.2.3-10 电子商务数据实战

教学内容要点：搜索引擎的高效利用；数据采集和预处理数据；数据展现、报告撰写；数据分析思路及流程、互评；宝贝成交转化率分析；DSR 动态评分分析；淘宝店铺的利润分析

教学要求：本课程的目的让学生在实战中理解商务数据分析的意义、作用、基本流程、常用方法等理论基础上，掌握行业数据分析、客户数据分析、商品数据分析以及运营数据分析等典型分析任务的分析内容、分析方法与分析步骤。

7.3 专项实践课程平台

7.3.1 专业技能课模块

7.3.1-1 专业认知（电子商务实务）

电子商务专业认知是学生基础课阶段的观摩环节，是职业教学计划中非常重要的实践性教学环节。其目的是使学生通过实践了解和掌握电子商务专业毕业后一般从事的职业类型、相关职业类型对从业人员知识、能力和素养等方面的要求，要求学生理论联系实际，提高在生产实践中进行调查研究以观察问题、分析问题以及解决问题，初步具备一定的社会工作能力和方法，为后续专业课学习、专业见习、岗位实习、专业实习及毕业设计打下基础。

7.3.1-2 岗位认知（电商经营方法与技能（C店）+（B店））

对岗位认知，要认知岗位的意义、岗位职责、同时对职业素质要求，比如技能要求、知识要求、角色定位要求、价值观要求、品质要求、冬季要求等，以及要认知岗位价值与定位，岗位待遇，工作注意事项，工作的发展前途等。另外对自我也要学会认知，了解自己适合岗位的特质、自己还欠缺的职业素质。

7.3.1-3 在岗学习（电商经营综合实训（C店）+（B店））

在岗学习又称为在岗培训，是指在工作现场内，上司和技能娴熟的老员工对下属、普通员工和新员工们在日常的工作中，对必要的知识、技能、工作方法等进行指导、培训的一种学习方法。它的特点是不离开工作环境，在具体工作中双方一边示范讲解、一边实践学习，有了不明之处可以当场询问、补充和纠正。

7.3.1-4 平面美工技术实务

教学内容要点：文字处理；路径和画笔的基本操作；图层的运用；通道和滤镜的应用；店招与导航的设计；首焦轮播区的设计；商品详情页的设计；移动端店铺装修美工设计；首页设计

教学要求：本课程通过一系列基本造型技能的训练，使学生学习并掌握一些造型规律进而充分认识和理解素描在造型艺术表现中的重要性，同时，结合设计艺术的具体要求，对结构，透视，表现形式有一定的侧重。

7.3.1-5 搜索优化实务

教学内容要点：关键词优化；网站优化；链接优化；优化工具的使用；用户体验

教学要求：本课程主要是培养学生通过技术的手段使得让目标网站在搜索引擎相对应的关键词搜索有个较好的排名，搜索引擎优化分为站内优化和站外优化，站内优化是基础，站外优化是关键。通过实践训练使学生掌握开展 SEO 的基本原理、优化思路和技术手段，团队的分组任务缺东教学方式更容易让学生理解和应用。

7.3.1-6 商务数据分析与应用

教学内容要点：搜索引擎的高效利用；数据采集和预处理数据；数据展现、报告撰写；数据分析思路及流程、互评；宝贝成交转化率分析；DSR 动态评分分析；淘宝店铺的利润分析

教学要求：本课程的目的让学生在理解商务数据分析的意义、作用、基本流程、常用方法等理论基础上，掌握行业数据分析、客户数据分析、商品数据分析以及运营数据分析等典型分析任务的分析内容、分析方法与分析步骤。通过构建商务数据分析的整体知识框架、熟悉常用分析模型与分析工具，为进一步学习数据化运营、网络销售运营综合实战、跨境电商综合实战等实战类课程奠定基础。

7.3.1-7 跨境电子商务实务

教学内容要点：跨境电商平台规则；跨境电商选品；跨境平台市场营销；视觉设计；数据分析；客户服务；跨境物流介绍；收款与支付

教学要求：本课程的目的是本专业的学生在学习了跨境电商基础和国际贸易实务等基本知识的基础上，着重掌握运营第三方电子商务平台，来开发各类国际客户，提高业务实战的能力。通过本课程学习，学生应达到根据设定的目标或载体进行跨境电子实务操作的基本要求。

7.3.1-8 网络编辑实务

教学内容要点：网络内容编辑；网络原创内容；网络图片处理；网络视频处理；网站更新与网络搜索引擎；网络专题策划与制作

教学要求：本课程利用相关专业知识及计算机和网络等现代信息技术，从事互联网网站内容建设，通过网络对信息进行收集、分类、编辑、审核，然后通过网络向世界范围的网民进行发布，并且通过网络从网民那里接受反馈信息，产生互动。

7.3.1-9 电商经营综合实训（C 店）+（B 店）

教学内容要点：网店注册；定位店铺；发布商品；装饰店铺；后台管理；客服管理；线下管理；免费推广；活动推广；淘宝客推广；直通车推广；钻石展位推广；京东注册店铺与运营；网店装修和店铺管理；京东网店运营与商品发布；京东网店推广和运营；订单管理和仓储管理、配送；京东促销推广战略等相关实训内容

教学要求：通过本课程的开展，旨在让学生全面具备 C2C、B2C 网店运营的网店操作实训流程，满足那些已经或正在进行网上开店，希望学完本实训之后能完全掌握网店的开设、运营管理、推广等，进而将网店做大做强。

7.3.1-10 电商运营及分析实战

教学内容要点：通过真实项目对网店注册；定位店铺；发布商品；装饰店铺；后台管理；客

服管理；线下管理；免费推广；活动推广；淘宝客推广；直通车推广；钻石展位推广；京东注册店铺与运营；网店装修和店铺管理；京东网店运营与商品发布；京东网店推广和运营；订单管理和仓储管理、配送；京东促销推广战略等相关实训内容

教学要求：通过本课程的开展，旨在让学生全面具备 C2C、B2C 网店运营的实战网店操作实训流程，满足那些已经或正在进行网上开店，希望学完本实训之后能完全掌握网店的开设、运营管理、推广等，进而将网店做大做强。

7.3.1-11 电商网店客服实战

教学内容要点：通过真实项目对如何成为优秀客服；掌握网络客户服务准备工作；掌握常用服务沟通工具；掌握服务沟通技巧；掌握服务相关工作技巧；熟悉网络客户需求；熟悉网络客户类型；熟悉买家购物心理；应对客户讨价还价；排除网络客户疑问

教学要求：通过企业真实项目在传授知识、形成技能，提高素质中承担的任务：培养学生获得与网店经营相关的学习能力、操作能力、营销能力，强化学生的实践，增强学生的创业意识、交流沟通能力。

7.3.2 其它实践课模块

7.3.2-1 军事技能模块

军事技能训练时间按每天 8 学时计，共计训练 14 天，总计 112 学时，计 2 学分；军事理论 36 学时、2 学分，分学期安排授课。

7.3.3 实习与毕业设计模块

7.3.3 -1 岗位实习

岗位实习，是在校学生实习的一种方式。非基础教育学校学生毕业前通常会安排学生进行实习，实习方式有集中实习、分散实习、岗位实习等。采用岗位实习方式，是使学生完全履行其实习岗位的所有职责，独当一面，具有很大的挑战性，对学生的能力锻炼起很大的作用；是《国务院关于大力发展职业教育的决定》中的“2+1”教育模式，即在校学习 2 年，第 3 年到专业相对应的指定企业带薪实习，然后由学生自主就业。

7.3.3 -1 毕业论文/设计

毕业论文/设计是指学生毕业前夕总结性的独立作业，是实践性教学最后一个环节，旨在培养学生综合运用所学理论、知识和技能解决实际问题的能力。在教师指导下，学生就选定的课题进行工程设计和研究，包括设计、计算、绘图、工艺技术、经济论证以及合理化建议等，最后提交一份报告。应尽量选与生产、科学研究任务结合的现实题目，亦可做假拟的题目。学生只有在完成教学计划所规定的理论课程、课程设计与实习，经考试、考查及格后始可进行。是评定毕业成绩的重要依据，学生通过毕业设计答辩，成绩评定及格才能毕业。

7.4 创新类课程平台

本平台课程包含《职业生涯规划》《创新创业通识课程》等 4 门必（选）修课程。课程将积极探索并实践基于“互联网+”“专业+”的意识和价值教育、能力与素质教育、实习与实训教育、实战与孵化教育等全链条式的创新创业人才培养课程。建立创新创业教育学分转移与认定机制，激励学生积极参与创新性实验(训)、创业培训和创业实践活动，培养学生的创新精神、创业意识，

激发学生创新创业潜质。

8. 【实施保障】

(1) 师资队伍

本专业目前专任教师 12 人，兼职教师 10 人。在校生与该专业的专任教师比例 18: 1，“双师型”教师比例为 50%，兼职教师主要来自电商企业管理层人员以及电商实战经验丰富的一线员工。

专职教师：具有一定的电子商务专业知识能力，熟悉电子商务相关岗位要求，能胜任专业基础课和专业课的教学和一定的教科研能力，能为学生做示范，有创新能力，有团队合作精神，有良好的师德，热爱专业教学工作，具有高校教师资格证及本专业相关的专业职称资格。

兼职教师：在电子商务行业企业一线从事相应管理、技术岗位工作，具有电子商务相关工作的丰富经历，具备较强的专业技能，熟悉工作流程，热心教育，能胜任专业一体化课程教学任务及指导学生实习实训，未来加强引进企业能工巧匠、行业/技术大师来校指导工作并承担一定的实训指导课程。

表1 电子商务专业专任教师表

序号	姓名	学历/学位	职称	是否双师
1	刘万华	本科	教授	是
2	王传仕	博士研究生	教授	是
3	高进锋	本科/学士	讲师/高级电子商务师	是
4	倪国章	本科/学士	讲师/电子商务师	是
5	黄姣	本科/学士	高级电子商务师/讲师	是
6	祁兆辉	硕士研究生	助教	是
7	林雪媛	硕士研究生	助教	否
8	刘哲	硕士研究生	讲师	否
9	汤秋婷	本科/学士	助教	否
10	杨玉婵	本科/学士	助教	否
11	姚丹婷	本科/学士	助教	否
12	曾航娣	本科/学士	助教	否

表2 电子商务专业兼职教师表

序号	姓名	学历/学位	企业名称	职称/职务
1	周志华	硕士	八方盛世投资控股有限公司	总经理/高级工程师
2	周龙恩	硕士	广州协同电子商务科技有限公司	总经理/高级工程师
3	林玉斌	硕士	朝启科技	副总经理
4	刘智华	本科	深圳市小顽童电子商务有限公司	总经理
5	李周才	硕士	京东物流华南总部	经理/高级工程师

序号	姓名	学历/学位	企业名称	职称/职务
6	王志强	本科	广州坤坤机电有限公司	总经理
7	符玉章	本科	广州德陵兰贸易有限公司	总经理
8	郭剑南	本科	蓝月亮有限公司	事业部总监
9	张胜银	本科	广州百翔信息科技有限公司	顾问
10	周健中	硕士	广东远程教育中心	董事长、教授

(2) 教学设施

表 1 校内实训室汇总表

序号	实训室名称	主要设备	实训功能	实训项目
1	电子商务创业工作室	电子商务模拟平台和真实平台；电脑；宽带	电子商务 B2B、B2C、C2C 实训	电子商务综合技能
2	020 实训实习实体展示厅	实体商品及新概念产品	电子商务线上线下实训；市场营销实训	营销技能；020 技能
3	电商实训实战运营中心实训室	电子商务模拟平台和真实平台；电脑；宽带	电商实训实战实训	电子商务综合技能
4	商品采集中心实训室、020 电商产品展示区实训室	摄像机、灯光，实体商品及新概念产品	商品摄影技能、商品摆设装饰	商品摄影实训
5	电商直播营销实战中心实训室	直播设备、直播系统	直播营销技能	直播实训、营销实训
6	电商视觉营销实训中心实训室	电子商务模拟平台和真实平台；电脑；宽带	平面设计技能；网络宣传推广技能；网页制作技能	广告与平面设计实训、网站策划与推广

表 2 校外实训基地汇总表

序号	基地类别及数量	主要实训企业基地	实训岗位	实训任务
1	网站运营实训基地	广州诚惠信息科技有限公司、广州瑰之冠贸易有限公司	电子商务专员、电子商务买家、电子商务卖家、运营主管	完成网站的设计开发，以及系统的维护支持和网络安全管理
2	网络推广、网络销售客服实训基地	东莞市聚衣服饰有限公司（天猫、淘宝店）、广州市秀美有限公司（淘宝店）、佛山恒利诚不锈钢有限公司	网络推广、SEO 优化、美工员、设计师	完成 SEO 的优化，并进行网络营销和网络推广
3	生产性校外实训基地	佛山嘻哈匠信息科技有限公司	电子商务专员、电子商务买家、电子商务卖家、运营主管、文案策划专员	完成网店、网站运营生产性实训及实习
4	八方盛世直播基地	广州八方盛世投资咨询管理有限公司	直播主播、直播助播	完成直播带货生产性实训及实习

(3) 教学资源

按照国家规定配备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。规范教材选用程序，严格执行教材选用规定，禁止不合格的教材进入课堂；专

业图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询和借阅；建设和配备与本专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、数字教材等专业教学资源库，逐步达到种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

1) 教材选用

电子商务专业课程专业课选用符合高职办学层次、培养目标以及我院学生实际情况的教材，原则上选用高职高专近三年出版的教材，优先选用规划教材和重点教材，选用教材的版本和内容均考虑到近年教材的变动与更新，有效保证了学生能汲取到有用、新鲜和实用的相关知识和技能，可选用教师自编教材。

选用教材的版本和内容均考虑到近年教材的变动与更新，有效保证了学生能汲取到有用、新鲜和实用的相关知识和技能，可选用教师自编教材；注重加强专业网络教学资源的建设，并充分利用数字化（网络）资料进行教学。

2) 图书资料

学校图书馆藏书中拥有电子商务专业的纸质和电子图书、期刊，包括电子商务职业资格证考试相关参考和培训书，电子商务方面的相关书籍等。

3) 数字化（网络）资源

电子商务专业的立体化教材、教学课件、实训任务书、实训指导书、实习任务书、实习指导书、授课录像、参考文献目录、常用网站链接、习题库、网上测试及网上辅导、学生实训视频、教学环境条件图片等；电子商务教研室资料库拥有关于电子商务资源介绍、电子商务案例、电子商务等相关的音像资料；国家级、省级、院级精品资源共享课和教学资源库，课程教学网络管理平台等。

（4）教学方法

本专业课程主要选用以实际任务为驱动的教学方法，以工作过程为导向，通过真实的工作内容构建教学情景，教师在“做中教”，学生在“做中学”，实现“教，学，做”的统一。

本专业课程选用一些具有精选的典型工作任务，每个任务按照“任务描述”——“训练任务”梯次进行编排，循序渐进，采用现场教学、尝试教学、过程教学、主题教学、情境教学、快乐教学等多种教学方式。

将专业的思维“互联网+思维”融入到教材中，采用配备微视频，展现案例操作实场景的教材，通过二维码扫码方式，实现与互联网+思维的融合，最终达到互联网+创新型教学。

1) 讲授法（适用于思想道德修养与法律基础、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、形势与政策、职业生涯规划、大学生心理健康教育等课程）

讲授法是教师通过简明、生动的口头语言向学生传授知识、发展学生智力的方法。它是通过叙述、描绘、解释、推论来传递信息、传授知识、阐明概念、论证定律和公式，引导学生分析和认识问题。讲授法的优点是教师容易控制教学进程，能够使学生在较短时间内获得大量系统的科学知识。但如果运用不好，学生学习的主动性、积极性不易发挥，就会出现教师满堂灌、学生被动听的局面。

2) 讨论法（适用于创新创业基础、职业生涯规划、电商案例分析与展望等课程）

讨论法是在教师的指导下，学生以全班或小组为单位，围绕教材的中心问题，各抒己见，通过讨论或辩论活动，获得知识或巩固知识的一种教学方法。优点在于，由于全体学生都参加活动，可以培养合作精神，激发学生的学习兴趣，提高学生学习的独立性。讨论要围绕中心，联系实际，让每个学生都有发言机会，讨论结束时，教师应进行小结，概括讨论的情况，使学生获得正确的观点和系统的知识。

3) 直观演示法（适用于商品摄影技术、平面美工技术实务等课程）

演示法是教师在课堂上通过展示各种实物、直观教具或进行示范性实验，让学生通过观察获得感性认识的教学方法。是一种辅助性教学方法，要和讲授法、谈话法等教学方法结合使用。运用演示法的基本要求是：目的要明确、现象要明显且容易观察和尽量排除次要因素或减小次要因素的影响。

4) 练习法（适用于网店客服、商务礼仪及谈判技能、数据化营销等课程）

练习法是学生在教师的指导下巩固知识、运用知识、形成技能技巧的方法。在教学中，练习法被各科教学广泛采用。包括口头语言和书面语言的练习，旨在培养学生的表达能力。包括口头和书面解答问题的练习，旨在培养学生运用知识解决问题的能力。

5) 任务驱动法（网（微）店动画处理、网（微）店页面处理、电商经营方法与技能、电商工具应用与技术、电商项目开发基本技能、电商营销手段及技能等课程）

教师给学生布置探究性的学习任务，学生查阅资料，对知识体系进行整理，再选出代表进行讲解，最后由教师进行总结。任务驱动教学法可以以小组为单位进行，也可以以个人为单位组织进行，它要求教师布置任务要具体，其他学生要积极提问，以达到共同学习的目的。任务驱动教学法可以让学生在完成“任务”的过程中，培养分析问题、解决问题的能力，培养学生独立探索及合作精神。

6) 参观及现场教学法（毕业综合项目、岗位实习等课程）

组织或指导学生到育种试验地进行实地观察、调查、研究和学习，从而获得新知识或巩固已学知识的教学方法。参观教学法一般由校外实训教师指导和讲解，要求学生围绕参观内容收集有关资料，质疑问难，做好记录，参观结束后，整理参观笔记，写出书面参观报告，将感性认识升华为理性知识。是以现场为中心，以现场实物为对象，以学生活动为主体的教学方法。本课程现场教学在校内外实训基地进行，主要应用于育种试验布局规划、试验设计、作物性状的观察记载方法等项目的教学。

7) 自主学习法（应用文写作、电商广告策划等课程）

为了充分拓展学生的视野，培养学生的学习习惯和自主学习能力，锻炼学生的综合素质，通常给学生留思考题或对遇到一些生产问题，让学生利用网络资源自主学习的方式寻找答案，提出解决问题的措施，然后提出讨论评价。自主学习法主要应用于课程拓展内容的教学，如项目教学未涉及的小作物具体的育种方法和特点，组织学生自主学习，按照论文的形式并撰写学习小论文，交由老师评价。锻炼学生提出问题、解决问题和科技写作能力。

8) 示范及模拟教学法（适用于电子商务实务、市场营销实务、数据化营销、网店客服、商务礼仪及谈判技能、搜索优化实务、网络编辑广告制作等专业基础课程）

在教学过程中，教师通过示范操作和讲解使学生获得知识、技能的教学方法。在示范教学中，教师对实践操作内容进行现场演示，一边操作，一边讲解，强调关键步骤和注意事项，使学生边做边学，理论与技能并重，较好地实现了师生互动，提高了学生的学习兴趣和学习效率。是在模拟情境条件下进行实践操作训练的教学方法，模拟教学法通常在学生具备了一定的专业理论知识后，实践操作前进行。

9) 项目教学法（电商经营综合实训、电商工具应用与技术实训、电商项目开发实训、电商营销手段实训、网（微）店页面处理实训、专业实践等课程）

以实际应用为目的，通过师生共同完成教学项目而使学生获知识、能力的教学方法。其实施以小组为学习单位，项目教学法强调学生在学习过程中的主体地位，提倡“个性化”的学习，主张以学生学习为主，教师指导为辅，学生通过完成教学项目，能有效调动学习的积极性，既掌握实践技能，又掌握相关理论知识，既学习了课程，又学习了工作方法，能够充分发掘学生的创造潜能，提高学生解决实际问题的综合能力。

（5）学习评价

教学评价一般包括对教学过程中教师、学生、教学内容、教学方法手段、教学环境、教学管理诸因素的评价，但主要是对学生学习效果的评价和教师教学工作过程的评价。

教学评价的两个核心环节：对教师教学工作（教学设计、组织、实施等）的评价——教师教学评估（课堂、课外）、对学生学习效果的评价——即考试与测验。

1) 形成性评价

形成性评价是在教学过程中，为调节和完善教学活动，保证教学目标得以实现而进行的确定学生学习成果的评价。形成性评价的主要目的是改进、完善教学过程，步骤是：首先确定形成性学习单元的目标和内容，分析其包含要点和各要点的层次关系。其次实施形成性测试。测试包括所测单元的所有重点，测试进行后教师要及时分析结果，同学生一起改进、巩固教学。最后实施平行性测试。其目的是对学生所学知识加以复习巩固，确保掌握并为后期学习奠定基础。

2) 总结性评价

总结性评价是以预先设定的教学目标为基准，对评价对象达成目标的程度即教学效果做出评价。总结性评价注重考察学生掌握某门学科的整体程度，概括水平较高，测验内容范围较广，常在学期中或学期末进行，次数较少。设定评价对象以外的客观标准，考察教学目标是否达成，可以促使学生有的放矢，主动学习，并根据评价结果及时发现差距，调整自我，具有明显的教育意义。

（6）质量管理

严明教学纪律，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，执行好巡课、听课、评教、评学等制度，执行校企联动的校外实习实训环节的督导制度，确保各教学环节的质量。建立专业建设和教学质量诊断与改进机制，健全专业教学质量监控管理制度，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，提高人才培养规格的达成度。执行毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，对生源情况、在校生学业水平、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。

9. 【教学安排】(见附表：教学计划进程表)

10. 【课证融通】(见附表：教学计划进程表)

附件一：2021 级电子商务专业（新农人方向）教学计划进程表

附件二：电子商务专业（新农人方向）课程学时、学分比例分配表

附件一

专业教学计划进程表（新农人方向）

课程平台与模块		专业代码		530701		专业名称		电子商务				适应对象：2021级学生						
		课程代码	课程名称	学分	总学时	理论	实践	课程类型	课程属性	考试形式	开课学期与周学时						备注	
											一	二	三	四	五	六		
通识教育课程平台	公共必修课模块	GB00101	军事理论	2	36	36	0	A	公共课	考查	★	★	★	9/1				每学期9学时
		GB00102	思想道德与法治	3	52	34	18	B	公共课	考试	4/13							含廉洁修身6学时，实践5学时。
		GB00103	马克思主义中国化进程与青年学生使命担当	1	20	10	10	B	公共课	考查	2/10							可根据实际适当增加课外拓展和实践的课时
		GB00104	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	4	64	46	18	B	公共课	考试		4/16						
		GB00105	形势与政策	1	32	16	16	B	公共课	考查	★	★	★	8/1				含实践教学16学时
		GB00106	体育一	1.5	24	4	20	B	公共课	考查	2/12							含健康教育12学时、第3学期4节体质检测
		GB00107	体育二	1.5	30	4	26	B	公共课	考查		2/15						
		GB00108	体育三	1.5	28	4	24	B	公共课	考查			2/14					
		GB00109	体育四	1.5	26	4	22	B	公共课	考查				2/13				
		GB00110	大学生心理健康教育	2	32	12	20	B	公共课	考查	2/4	2/4	2/4	2/4				
		GB30111	高职英语一	3	52	32	20	B	公共课	考试	4/13							全国高等学校英语水平考试合格证书（或同等级相关技能证书）（必考）
		GB30112	高职英语二	5	76	46	30	B	公共课	考试		4/10 6/6						
		GB00113	中华优秀传统文化	2	36	20	16	B	公共课	考查	3/12							
		GB40114	信息技术基础	3	52	26	26	B	公共课	考查		4/13						全国高等学校计算机水平考试合格证书（或同等级相关技能证书）（必考）
		GB00115	劳动教育	1	16	4	12	B	公共课	考查	2/2	2/2	2/2	2/2				
	小计			33	576	298	278				15	15	2	2				
公共选修课模块	GX	自然科学类		4	64	64	0					2/16	2/16					2-4学期（文科类专业选修）
	GX	人文社科		4	64	64	0					2/16	2/16					2-4学期（理工类、医学类专业选修）
小计				4	64	64	0					2	2					
专业基础与专业课程平台	专业基础必修课模块	ZJ17101	电子商务实务	3	48	24	24	B	专业基础	考试	4/12							
		ZJ17102	商品摄影技术	3	48	24	24	B	专业基础	考试	4/12							
		ZJ17103	农产品市场营销	2	32	16	16	B	专业基础	考查	3/11							
		ZJ17104	电商广告策划	2	32	16	16	B	专业基础	考查			2/16					
	小计			10	160	80	80				11	0	2					
	专业核心课模块	ZH17101	网（微）店页面处理	4	64	32	32	B	专业课	考试		4/16						
		ZH17102	电商新媒体技术	3.5	64	32	32	B	专业课	考试			4/16					
		ZH17103	电商经营方法与技能（C店）+（B店）	7	128	64	64	B	专业课	考试		4/16	4/16					电子商务助理工程师证书（必考）
		ZH17104	农产品电商直播	3.5	64	32	32	B	专业课	考试		4/16						电子商务运营专才证书（选考）
		ZH17105	电商经营方法与技能	3.5	64	32	32	B	专业课	考试			4/16					
	小计			21.5	384	192	192					4	12	8				网络营销工程师证书（选考）
	专业选修课模块	ZX17101	农村金融与信贷 应用写作	1.5	32	16	16	B	专业课	考查		2/16						X电子商务客户服务证书（选考）
		ZX17102	商务礼仪及沟通 商务谈判技能	1.5	32	16	16	B	专业课	考查		2/16						
		ZX17103	短视频营销实务 移动商务实务	1.5	32	16	16	B	专业课	考查			2/16					
		ZX17104	农村电商供应链管理 物流仓储与配送管理	1.5	32	32	0	A	专业课	考查				2/16				
		ZX17105	电商装修及美工实战 电商业务数据实战	2	40	0	40	C	专业课	考查					4/10			

课程平台与模块		专业代码	530701		专业名称		电子商务					适应对象: 2021级学生						
		课程代码	课程名称	学分	总学时	理论	实践	课程类型	课程属性	考试形式	开课学期与周学时						备注	
											一	二	三	四	五	六		
			小计	8	168	80	88				0	0	4	4				
专业技能课模块	专业认知	专业认知(电子商务实务)	0.25	4	0	4												在1-2学期安排4-6学时参观2-3家企业
		岗位认知(电商经营方法与技能(C店)+(B店))	0.25	8	0	8												在1-2学期安排6-12学时考察2-3家企业各3-5个岗位
		在岗学习(电商经营综合实训(C店)+(B店))	1	24	0	24	C						◆					在第3学期将原本校内的1周专项实训课程调整至企业完成
	ZC17101	平面美工技术实务	4	64	32	32	B	专业课	考查		4/16							
	ZC17102	搜索优化实务	1.5	32	16	16	B	专业课	考查		2/16							
	ZC17103	电商新媒体运营	3.5	64	32	32	B	专业课	考查		4/16							
	ZC17104	电商广告设计(CORElDRAW AI)	3.5	64	32	32	B	专业课	考查				4/16					
	ZC17105	商务数据分析与应用	1.5	32	16	16	B	专业课	考查				2/16					
	ZC17106	跨境电子商务实务	3.5	64	32	32	B	专业课	考查				4/16					跨境电子商务助理工程师证书(选)
	ZC17107	网络编辑实务	3.5	64	32	32	B	专业课	考查				4/16					
	ZC17108	电商经营综合实训(C店)+(B店)	2	48	0	48	C	专业课	考查		24/1	24/1						专周实训
专项实践课程平台	ZC17109	电商运营及分析实战	2	40	0	40	C	专业课	考查				4/10					校内实训基地或者在企业完成
	ZC17110	电商网店客服实战	2	40	0	40	C	专业课	考查				4/10					校内实训基地或者在企业完成
	小计			27	512	192	320					4	2	10	8			
	其它实践课模块	GB00116 军事技能	2	112	0	112	C	公共课	考查	37/3								
	小计			2	112	0	112											
	实习与毕业(设计)模块	ZC00100 岗位实习	15	360	0	360	C	专业课	考查				◆	◆				
		ZC00102 毕业实习报告	5	120	0	120								◆	毕业实习报告(含设计方案、作品/生产产品)			
	小计			20	480	0	480											
创新创业类课程平台	创新创业与就业教育课程模块	GB00117 职业生涯规划	1	16	8	8	B	公共课	考查	2/8								
		GB00118 创新创业通识课程(必修)	1	16	8	8	B	专业基础	考查			2/8						
		创新创业专业课程群(必选1门)	1	16	8	8							◆					设置课程群以供选修(至少2门, 每门1学分)
		创新创业孵化课程群(可选1门)	1	16	4	12								◆				
		小计		4	64	28	36											
		GB00119 就业指导	1	16	12	4	B	公共课	考查			2/8						
	小计			5	80	40	40											
	第二课堂模块	根据学生第二课堂活动与文明素质养成学分认定实施细则认定		13.5														含文明素质养成学分6分
		小计		13.5	0	0	0											第一学年不超过26节/学期, 第二学年不超过24节/学期
合计			144	2536	946	1590					26	25	24	24	12			

◆ 代表整周实训 ;★代表以讲座、调查等各种形式达到指导意见中确定的学时要求

本表中所设置课程如需在校外开展企业实践教学或与企业共同完成教学, 应在该课程备注栏中说明; 各专业可根据该课程和企业安排的培训与岗位工作的实际情况设置学时、学分