

常州铁道高等职业技术学校

电子商务专业实施性人才培养方案（2020 级）

一、专业名称及代码

电子商务（630801）

二、入学要求

初中阶段教育应届毕业生

三、修业年限

五年

四、职业面向

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 技术领域举例	职业资格或职业技能 等级证书
财经商贸 大类 (63)	电子 商务类 (6308)	互联网和相关服务 (64) 商务服务业 (72) 批发业 (51) 零售业 (52)	销售人员 (4-01-02) 商务专业人员 (2-06-07) 商务咨询服务人员 (4-07-02)	营销推广 运营管理 客户服务 网店美工	电子商务数据分析 (中级)

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养理想信念坚定，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、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力；掌握本专业知识和技术技能，面向互联网和相关服务业、批发业、零售业等行业的销售人员、商务咨询服务人员等职业群，能够从事营销推广、运营管理、客户服务等工作的高素质技术技能人才。

（二）培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力方面达到以下要求，同时，取得电子商务数据分析 1+X 证书(中级)。

1. 素质

(1) 坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

(2) 崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感和社会参与意识；

(3) 具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维、全球视野和市场洞察力；

(4) 勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队合作精神；

(5) 具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和一两项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，良好的行为习惯；

(6) 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。

2. 知识

(1) 掌握必备的政治理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；

- (2) 熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防、支付与安全等相关知识;
- (3) 掌握计算机应用、网络技术的基本理论, 电子商务的基本理论以及新技术、新业态、新模式、创新创业相关知识;
- (4) 掌握互联网资料搜集、调研及撰写调研报告的方法;
- (5) 掌握市场分析、消费者行为分析及营销策划的方法;
- (6) 掌握商品拍摄、图形图像处理和网络文案写作的方法;
- (7) 掌握电子商务数据统计分析和报告撰写以及客户服务与管理的相关知识;
- (8) 掌握主流电子商务平台的运营规则和推广方式, 移动电子商务平台和新媒体运营与管理的方法;
- (9) 掌握网店运营规范与流程以及供应链与供应商管理的相关知识。

3. 能力

- (1) 具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力;
- (2) 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力;
- (3) 具有一定的哲学思维、美学思维、伦理思维、计算思维、数据思维、交互思维、互联网思维能力;
- (4) 能够熟练应用办公软件, 进行文档排版、方案演示、简单的数据分析等;
- (5) 能够根据摄影色彩、构图策略, 进行创意拍摄, 制作突出商品卖点的商品照片, 能够运用相关软件对图片进行处理, 提高用户关注度;
- (6) 具备网络信息采集、筛选和编辑的能力, 能够根据要求进行网站内容更新、策划与制作;
- (7) 具备网店设计与装修的能力, 能够根据产品页面需求, 进行页面设计、布局、美化和制作;
- (8) 能够根据网站(店)推广目标, 选择合理的推广方式, 进行策划、实施和效果评估与优化;
- (9) 能够根据不同商品类型进行产品策划、分类管理;
- (10) 能够根据运营目标, 采集电子商务平台数据, 并依据店铺、产品和客户数据等各类数据, 进行分析与预测;
- (11) 能够正确进行网络营销, 应对客户咨询、异议、处理客户投诉, 进行客户个性化服务等;
- (12) 能够运用移动商务平台进行活动策划、营销推广、移动店铺的运营与管理。

六、课程设置及要求

主要包括公共基础课、专业(技能)课程。

根据“五年一贯、总体设计”的课程设置原则, 采用“平台+模块”课程结构, 充分体现对专业培养规格的支撑, 突出专业教育, 加强职业能力培养。

(一) 公共基础课

根据党和国家有关文件规定, 将思想政治理论、语文、数学、英语、历史、信息技术、体育与健康、美育(艺术)、劳动、中华优秀传统文化、军训、职业发展与就业指导等列入公共基础必修课; 并将物理、地理、职业素养、安全教育列为限定选修课。学校根据实际情况可开设具有本校特色的校本课程。

(二) 专业(技能)课程

一般包括专业群平台课程、专业平台课程、专业核心课程、专业拓展课程, 并涵盖有关实践教学环节。

1. 专业群平台课程

面向财经商贸类专业群开设的通用课程, 包括: 市场营销、电子商务基础、现代物流管理、基础会计、国际贸易基础、现代商务谈判等6门课程。

2. 专业平台课程

包括商品拍摄、网络消费者行为分析、图形图像处理、网络技术基础、配送实务、网店美工、数据库基础、跨境电子商务。

3. 专业核心课程

面向专业核心能力培养的必修的理论和实践课程，包括：客户关系管理、网络营销、网页设计与制作、网店推广、移动电子商务、新媒体营销、网络编辑、商务数据分析与应用、电子商务运营。

4. 专业方向课程

为增强学生专业适应性和个性培养而设置的课程，根据学校实际设置专业方向为：网络营销

5. 实践性教学环节

集中实践课程包括课程设计、各类实训、技能培训、毕业设计（论文）、顶岗实习等。

实训实习既是实践性教学，也是专业课教学的重要内容，应注重理论与实践一体化教学。应严格执行《职业学校学生实习管理规定》和《高等职业院校电子商务专业顶岗实习标准》要求。

6. 选修课程。主要由公共选修、专业拓展选修两部分组成。公共选修根据有关文件规定开设关于安全教育、节能减排、绿色环保、金融知识、社会责任、人口资源等人文素养、科学素养方面的选修课程、拓展课程或专题讲座（活动）。专业拓展选修是为提高学生专业素质而设立的具有专业特色、行业特点的课程，例如商务礼仪、仓储管理、供应链管理、H5 制作、软文写作等。

7. 素质拓展课程。以培养学生创新精神、创业意识和创新创业能力为目标，面向全体学生开设必修或选修课。同时将学生参加技能大赛、社团活动、社会实践活动等都以学分形式计入该部分。

（三）专业核心课程和主要教学内容与要求

序号	课程名称	主要教学内容及要求
1	网络营销	（1）了解网络营销理论体系，掌握网络营销的基本理论和核心内容；熟悉网络虚拟市场，开展营销活动的方、工具、手段和技巧；掌握网络营销的方案策划、网络营销策略的操作技能。 （2）主要教学内容：项目一认识网络营销环境；项目二选择网络营销工具；项目三收集发布网络商务信息；项目四调研网络市场；项目五网络促销；项目六网站推广；项目七网络营销策略策划；项目八网络营销活动策划。
2	网页设计与制作	（1）掌握网页设计的基本概念，能够利用常见网页制作软件设计制作出常见的静态网页；了解常用脚本语言，了解动态网页设计方法，初步掌握动态网页的设计。 （2）主要教学内容：项目一初识 DreamWeaver，项目二制作图文并茂的网页，项目三页面布局设计，项目四 CSS 样式设计，项目五表单的应用，项目六使用行为，项目七模板和库，项目八静态网页综合作业。
3	客户关系管理	（1）了解客户关系管理的内涵，掌握客户关系管理的主要的业务与流程；掌握客户细分与管理策略；了解数据挖掘方法在客户关系中的基本应用。

		(2) 主要教学内容：项目一客户关系管理岗位认知，项目二寻找开发潜在客户，项目三客户信息管理，项目四大客户管理，项目五客户体验管理，项目六客户满意管理，项目七客户忠诚管理。
4	移动电子商务	(1) 本课程以培养移动电子商务营销型人才为目标，在掌握现有知识基础上，注重对学生实际操作能力和营销能力的训练，围绕移动电子商务营销、微博营销、微信营销和无线淘宝营销讲解知识和技能。 (2) 主要教学内容：项目一移动电子商务绪论；项目二移动电子商务营销；项目三微博营销；项目四微信营销；项目五无线淘宝营销。
5	新媒体营销	(1) 学生能运用多种新媒体工具和平台、撰写内容营销文案、组织开展整合营销活动。 (2) 主要教学内容：新媒体营销认知、新媒体营销策划、新媒体营销文案创作、新媒体营销图文类、视频类内容设计、新媒体营销数据分析。
6	网络编辑	(1) 根据具体要求进行不同类型网站内容策划与制作、栏目策划与制作、专题策划与制作；更新维护网站页面内容；进行社区内容的策划与管理。 (2) 主要教学内容：网络文稿编辑、网络多媒体编辑、网络频道与栏目设计、网络专题策划、网络互动管理及网络平台建设等。
7	商务数据分析与应用	(1) 电子商务数据分析的思路与流程；采集电子商务平台数据并运用 Excel 等软件进行数据处理；电子商务数据分析方法、数据分析与预测；分析报告撰写。 (2) 主要教学内容：数据分析认知、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。
8	电子商务运营	(1) 采用项目教学的思路，通过企业真实的运营案例过程分析，采用实例的方式讲解电子商务项目的运营方式及电子商务企业的运营实践。 (2) 主要教学内容：电子商务运营概述、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、电子商务物流等内容
9	网店推广	网店运营的规范与流程；商品类型分类、编码、商家、下架；店铺、产品和护肤数据分析，营销推广策略制定与实施。

七、教学进程总体安排（教学时间按周分配表）

学 期	学 期 周 数	理论教学		实 践 教 学						军训 与入学 教育	劳 动 / 机 动 周
		授 课 周 数	考 试 周 数	技能训练		课程设计 大型作业 毕业设计		企业见习 顶岗实习			
				内 容	周数	内 容	周数	内 容	周数		
一	20	16	1					社会实践	1	1	1
二	20	16	1	市场营销实训	1			社会实践	1		1
三	20	17	1	电子商务实训	1						1
四	20	17	1	图形图像处理实训	1						1
五	20	17	1	网店美工实训	1						1
六	20	17	1	网络营销实训	1						1
七	20	17	1	网页设计与制作实训	1						1
八	20	17	1	移动电子商务实训	1						1
九	20	17	1	跨境电子商务实训	1						1
十	20	0	0			毕业设计	4	毕业实习	14		2
合计	200	151	9		8		4		15	2	10

教学进程安排表参见附表

实施说明

1. 本方案的专业平台课程、专业方向和专业拓展课程根据实际情况进行了适当调整，但专业群课程平台、专业核心课程和专业实训项目课程的课程的设置按要求未作调整。

2. 学时安排与学分

坚持“4.5+0.5”模式，即第一学期到第九学期同时进行理论教学和实践教学，第十学期安排顶岗实习。本方案总学时一般为 4994 学时，总学分 281 学分，其中：文化课总学时为 1506 学时，占 30.16%；专业课总学时为 2474 学时，占 49.54%，选修课学时为 523 学时，占 10.47%，素质拓展模块学时为 270 学时，占 5.41%。其中课程教学按照每学期 16-18 学时折算 1 学分，专业实训项目按照 1 周 1 学分计算。实践性教学学时 90 占总学时的 1.80%。其中，顶岗实习累计时间一般为 6 个月，可根据实际集中或分阶段安排实习时间。

八、实施保障

（一）师资队伍

1. 队伍结构

- 1) 学生数与本专业专任教师数比例为 25:1；
- 2) 双师素质教师占专业教师比 62.5%；
- 3) 专任教师队伍结构合理，形成梯队。其中副教授 3 人，讲师 2 人。

2. 专任教师

- 1) 具有高校教师资格和本专业领域有关证书；
- 2) 有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；
- 3) 具有电子商务、市场营销、管理科学与工程、计算机科学技术等相关专业本科及以上学历；

- 4) 具有扎实的电子商务相关理论功底和实践能力；
- 5) 具有较强信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究；
- 6) 每5年累计不少于5个月的企业实践经历。

3. 专业带头人

具有副高职称，能够较好地把握国内外电子商务行业、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，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在本区域或本领域具有一定的专业影响力。

4. 兼职教师

主要从电商企业聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上相关专业职称，能承担课程与实训教学、实习指导等专业教学任务。

(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、实训室和实训基地。

1. 专业教室基本条件

一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 WiFi 环境，并具有网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求、标志明显、保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内实训室基本要求

序号	主要实训（实验）室	主要功能	主要设备	配套教学资源
1	电子商务运营实训室	用于电子商务运营、电子商务数据分析、跨境电子商务实践及供应链管理等课程的教学实训。	电脑、服务器、多媒体教学设备、配套桌椅（50台套）。	电子商务实验室平台、电子商务运营技能竞赛平台、沙盘模拟系统。
2	网络编辑实训室	实训室具有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网站建设相关课程的实验和实训。	电脑、服务器、多媒体教学设备、配套桌椅（50台套）。	图像处理软件、网页设计软件、网站建设平台等。
3	物流配送实训室★ （与物流管理专业共用）	以物流业务流程为核心，结合条码技术、信息采集技术、自动化控制系统、生产运作与管理技术、企业资源配置技术等物流硬件和软件技术，以流程性的活动为模拟或学习的核心，让学生在实验场所完成一系列物流操作，从而得到全方位的训练。	带平台功能出入货台、包装机、手动液压车、电动叉车。	电子标签系统、管理信息系统、配送管理信息系统、GPS、GIS系统、仓储管理信息系统。
4	网络营销实训室	用于消费者行为分析、选品与采购、市场调研与分析、市场营销、网络营销、新媒体营销、网络推广等课程的教学与实训。	电脑、服务器、多媒体教学设备、配套桌椅（50台套）。	网络营销软件、客户关系管理软件。

5	移动电子商务实训室	主要依托移动电子商务实验室软件，融合移动互联、物联、生物识别、数据获取、智能推送等技术，打通“人、信息、服务、线下场所”的四重连接，搭建跨数字、社交、移动和传统渠道的实训环境。软件可以通过无线通信来进行网上的商务活动，主要包括：手机银行，移动购物，移动支付，手机充值，证券行情，票务在线，餐饮住宿等。	消费机、非接触式卡片、写卡器、二维码读取器、条码扫描器、身份证识别器、指纹识别仪、磁条卡写磁器、密码键盘、磁条卡、POS机、票据打印机等。	移动电子商务实验室软件
6	新媒体营销实训室	用于社群营销、内容营销、新媒体推广、互联网产品销售、整合营销等课程的教学与实训。	电脑、服务器、多媒体教学设备、配套桌椅（30-50台套）。	Mindmanager、Office、网页数据采集器、新媒体管家、H5制作工具等软件。

3. 校外实训基地基本要求

具有稳定的校外实训基地。能够提供开展网络营销推广，网店（站）运营管理、美工设计、电商客服等实训活动，实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师确定，实训管理及实施规章制度齐全。

4. 学生实习基地基本要求

具有稳定的校外实习基地。能提供网络营销推广、网店（站）运营管理、美工设计、电商客服等相关实习岗位，能涵盖当前电商产业发展的主流技术，可接纳一定规模的学生实习；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；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

5. 支持信息化教学方面的基本要求

具有利用数字化教学资源库、文献资料、常见问题解答等的信息化条件。引导鼓励教师开发并利用信息化教学资源、教学平台，创新教学方法、提升教学效果。

（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. 教材选用基本要求

按照学院规定选用优质教材，学校应建立由专业教师、行业专家等参与的教材选用机制，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。

2. 图书文献配备基本要求

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、借阅。专业类图书文献主要包括：有关电子商务技术、方法、思维以及实务操作类图书，经济、管理、营销和文化类文献等。

3. 数字教学资源配置基本要求

建设、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，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

（四）教学方法

本专业结合课程特点，采用项目教学、案例教学、情景模拟、合作学习等多种现代教学方法，借助于信息化教学手段实施教学。

（五）学习评价

建立过程考核与课程考核相结合的评价方法，强调过程考核的重要性。专业综合实践、顶岗实习等实践类课程，按照企业标准评价进行考核评价。

（六）质量管理

1. 学校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，达成人才培养规格。

2. 学校有完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

3. 学校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。

4. 专业教研室充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

九、毕业要求

1. **毕业学分** 本专业学生至少须修满 282 学分方可毕业，具体如表所示。

毕业学分要求

课程类别	总学分
思想政治课程	20
文化课程	94
专业群平台课程	24
专业平台课程	32
专业核心课程	38
专业方向课程	12
实践提升课程	26
其他	36
合计	282

2. 考试成绩

考试成绩 60 分为合格，并取得相应学分，顶岗实习成绩由实习企业根据学生实习表现评定。

3. 职业能力

学生必须具备电子商务数据分析（中级）职业技能证书（1+X 试点证书）所要求的知识和技能。

4. 通用能力

学生须具备计算机一级通用能力。

十、其他说明

（一）制定的基本依据：

1. 《国家职业教育改革实施方案的通知》（国发〔2019〕4 号）；
2. 《教育部关于职业院校专业人才培养方案制定与实施工作的指导意见》（教职成〔2019〕13 号）；
3. 《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）；
4. 《教育部等四部门关于在院校实施“学历证书+若干职业技能等级证书”制度试点方案》的通知（教职成〔2019〕6 号）；

5.《教育部关于发布〈高等职业学校种子生产与经营专业教学标准〉等 347 项高等职业学校专业教学标准的公告》；

6.《江苏联合职业技术学院关于专业人才培养方案制(修)订与实施工作的指导意见》(苏联院〔2019〕12 号)；

(二) 其他

在执行本方案时，可根据实际情况进行适当调整，但专业平台课和专业实训项目课程的课程设置原则上不得调整。

附件2：五年制高等职业教育电子商务专业教学时间安排表（2020版）

附件2：五年制高等职业教育电子商务专业教学时间安排表（2020版）																			
类别			序号	课程名称	学时与学分		周课时及教学周安排										考核方式		
							一		二		三		四		五				
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	考试	考查			
公共基础课程	思想政治	必修	1	中国特色社会主义	2	32	2											1	
			2	心理健康与职业生涯	2	32		2										2	
			3	哲学与人生	2	34			2										3
			4	职业道德与法治	2	34				2									4
			5	思想道德修养与法律基础	3	51					3								5
			6	毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论	4	68							2	2					7、8
			7	形势与政策（专题讲座）	1	24							总8	总8	总8				7、8
			8	中华优秀传统文化（专题讲座）	1	24					总8	总8	总8						5、6、7
	文化课程	必修	9	党史/改革开放史/社会主义发展史（每学期限选1门）	6	102							2	2	2			7、8、9	
			1	语文	18	298	4	4	4	2	2	2						✓	
			2	数学	16	264	4	4	4	2	2							✓	
			3	英语	16	264	4	4	4	4								✓	
			4	体育与健康	18	302	2	2	2	2	2	2	2	2	2			✓	
			5	信息技术	6	96	4	2										✓	
			6	历史	4	66			2	2								✓	
			7	艺术（音乐或美术、书法）	2	34				2								✓	
	劳动课程	必修	9	美育/地理/职业教育/安全教育	6	98	2	2				2						✓	
			10	劳动教育	1	16	1												
	小 计					114	1907	23	22	20	12	9	6	6	8	6			
	专业课程	专业（群）平台课程		1	市场营销	4	64	4											✓
2				电子商务基础	4	64		4										✓	
3				基础会计	4	68			4									✓	
4				图形图像处理	4	68			4									✓	
5				网络消费者行为分析	4	68				4								✓	
6				网络技术基础	4	68				4								✓	
7				现代商务谈判	4	68					4							✓	
8				数据库基础	4	68					4							✓	
9				现代物流管理	4	68						4						✓	
10				国际贸易基础	4	68							4					✓	
11				电子商务法律	4	68								4				✓	
12				配送实务	4	68								4				✓	
13				跨境电子商务	4	66									6			✓	
14				供应链管理	2.5	44										4		✓	
小 计					54.5	918	4	4	8	8	8	4	4	8	10				
专业核心课程			1	网店美工	4	68				4								✓	
			2	网络营销	4	68					4							✓	
			3	客户关系管理	4	68						4						✓	
			4	网络广告	4	68							4					✓	
			5	网页设计与制作	6	102								6				✓	
			6	移动电子商务	4	68									4			✓	
			7	商务数据分析与应用	4	66										6		✓	
			8	电子商务运营	2.5	44										4		✓	
专业技能实训课程			1	电子商务实训	1	28		1W										✓	
			2	图形图像处理实训	1	28			1W									✓	
			3	网店美工实训	1	28				1W								✓	
			4	网络营销实训	1	28					1W							✓	
	5		网络广告实训	1	28						1W						✓		
	6		网页设计与制作实训	1	28							1W					✓		
	7		移动电子商务实训	1	28								1W				✓		
	8		商务数据分析与应用实训	1	28									1W			✓		
社会实习		1	毕业设计	9	156									1W	6w	✓			
		2	顶岗实习	14	420										14W		✓		
小 计					63.5	1352	0	0	0	4	4	8	6	4	10				
专业方向课程	新媒体营销	1	新媒体文案创作与传播	4	68						4						✓		
		2	新媒体营销	4	68							4					✓		
		3	短视频制作	4	68							4					✓		
		小 计					12	204	0	0	0	0	0	8	4				
任选课	公共选修类	1	绿色环保/金融知识/社会责任/人口资源/中国文化	15	253	2				3	2	4	4				✓		
	专业拓展类	2	商务礼仪/市场调研/仓储管理/软文写作/电子商务安全/H5制作/物联网	16	270		2		4	4		4	2				✓		
	小 计					31	523	2	2	0	4	7	2	8	6	0			
素质拓展课程			1	军训与入学教育	1	30	1W										✓		
			2	社会实践	2	60	1W	1W									✓		
			3	创新创业教育	1						✓	✓	✓	✓			✓		
			4	社会实践	1				✓		✓		✓				✓		
			5	社团活动	1				✓		✓		✓						
小 计					6	90													
合计					281	4994	29	28	28	28	28	28	28	26	26	30			