

《电子商务》专业人才培养方案

一、专业名称及代码

专业名称：电子商务

专业代码：530701

二、入学要求

中等职业学校毕业、普通高级中学毕业或具备同等学力。

三、基本修业年限

基本修业年限三年，实行学分制，执行弹性学制，学生在校修业年限为2—4年，可以保留学籍进行创业至5年毕业。

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（4-01-02-02）、互联网营销师（4-01-02-07）、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）、品牌专业人员（2-06-07-04）、客户服务管理（4-07-02-03）、采购员（4-01-01-00）
主要岗位（群）或技术领域	运营主管、全渠道营销主管、O2O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	电子商务数据分析、网店运营推广、直播电商

五、培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，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、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业创业能力和可持续发展的能力，掌握本专业知识和技术技能，面向现代服务业、商贸流通业、生产制造业企业的运营主管、全渠道营销主管、O2O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），能够从事数据化运营、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工作的高素质技术技能人才。

六、培养规格

（一）素质

本专业学生应在系统学习专业知识并完成有关实习实训基础上，全面提升素质、知识、能力，掌握职业岗位（群）需要的专业核心技术技能，总体上须达到以下要求：

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，掌握信息安全、环境保护、安全防护、质量管理等相关知识与技能，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. 掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的思想政治理论、中华优

秀传统文化、外语（英语等）等文化基础知识，具有良好的科学素养与人文素养，具备职业生涯规划能力；

4. 具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力，具有较强的集体意识和团队合作意识，学习一门外语（英语等）并结合本专业加以运用；

（二）知识

1. 掌握零售管理、市场与网络营销、消费者心理与行为、新商业文化等方面的专业基础理论知识。

（三）能力

1. 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 O2O 运营目标；

2. 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；

3. 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；

4. 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；

5. 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；

6. 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；

7. 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；

8. 掌握基本数字技能，具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力，具备全局意识、创新意识，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，能更好地适应电子商务行业的发展变化；

9. 掌握基本身体运动知识和至少 1 项体育运动技能，达到国家大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；

10. 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；

11. 培育劳模精神、劳动精神、工匠精神，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，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养、劳动技能。

七、课程设置及学时安排

（一）课程设置

主要包括公共基础课程和专业课程。

1. 公共基础课程

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、红色文化、形势与政策、心理健康教育、体育与健康、军事理论与军训、劳动教育、入学教育、毕业教育等列为公共必修课程。

将职业发展与就业指导、大学英语、经济应用数学、计算机应有基础、国防安全教育、硬笔书法等列为公共选修课程。

2. 专业课程

一般包括专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程，并涵盖实训等有关实践性教学环节。具体包括：

(1) 专业基础课程

电子商务基础、商务数据分析、零售基础、管理学基础、市场营销、财税基础、数据可视化、电子商务法律法规。

(2) 专业核心课程

网店运营、数据化运营、零售门店 O2O 运营、社群运营、网络营销、互联网销售、视觉营销设计、互联网产品开发。

专业核心课程主要教学内容与要求

序号	专业核心课程	典型工作任务描述	主要教学内容与要求
1	网店运营	<p>典型工作任务为网店运营，工作内容主要有运营规划、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。</p> <p>运用现代化办公软、指数工具、表格处理软件、计算机等软硬件工具完成工作任务</p>	<p>① 掌握 SEO\SEM、关键词优化、用户运营 与管理等知识。</p> <p>② 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。</p> <p>③ 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。</p> <p>④ 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</p>
2	数据化运营	<p>典型工作任务为数据化运营，工作内容主要有确定运营目标、搭建指标体系、数据采集、数据分析、运营优化、持续跟踪。</p> <p>运用计算机、打印机、数据采集工具、数据分析工具、计算机等软硬件工具完成工作任务</p>	<p>① 理解数据分析指标体系概念。</p> <p>② 掌握数据分析的方法与方法论，能根据数据运营目标采集与处理市场信息、营销活动、产品需求挖掘等数据。</p> <p>③ 运用数据分析工具， 对市场数据、客户数据、推广数据、客户服务数据、销售数据、物流数据进行全过程分析及可视化呈现。</p> <p>④ 撰写数据分析报告， 提出运营优化和改进建议</p>

序号	专业核心课程	典型工作任务描述	主要教学内容与要求
3	零售门店全渠道运营	<p>典型工作任务为行业运营，工作内容主要有运营数据采集、运营数据分析、商品规划、商品发布与优化、行业商家管理、活动运营、用户运营。</p> <p>运用数据采集与处理工具、促销活动工具、计算机等软硬件工具完成工作任务</p>	<p>① 掌握电商平台和本行业特点，运用用户模型、漏斗模型，分析用户需求、细分市场及竞品，制定商品规划方案，形成商品配置策略，完成电商产品的开发。</p> <p>② 根据运营规划，制定新品全渠道促销策略，在平台或自有网站发布、调整优化商品信息。</p> <p>③ 设定 O2O 运营目标，协调和整合资源，使用促销活动工具和营销产品进行全渠道活动推广。</p> <p>④ 建立用户成长体系并进行精准营销</p>
4	社群运营	<p>典型工作任务为社群运营，工作内容主要有社群定位及建群、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。</p> <p>运用社交软件、自媒体工具、短视频平台、办公软件、计算机等软硬件工具完成工作任务</p>	<p>① 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。</p> <p>② 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。</p> <p>③ 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</p>
5	网络营销	<p>典型工作任务为营销活动策划与执行，工作内容主要有市场分析、活动主题与目标确定、活动方案设计与任务分解、活动执行、活动过程跟踪与数据分析、活动复盘与总结。</p> <p>运用统计分析工具、营销推广工具、新媒体平台、计算机等软硬件工具完成工作任务</p>	<p>① 掌握市场调研与分析、各类数据分析工具、营销推广工具的使用方法和各类平台的运营规则，能够分析与评估市场，确定活动主题与活动目标，策划营销活动方案。</p> <p>② 整合各类资源，分解活动任务。</p> <p>③ 开展整合营销与广告投放。</p> <p>④ 跟踪、监控线上线下营销活动，分析活动效果，优化活动方案。</p> <p>⑤ 评估并复盘整个营销活动，提出有效改进方案</p>

序号	专业核心课程	典型工作任务描述	主要教学内容与要求
6	互联网销售	<p>典型工作任务 1 为销售方案执行与优化，工作内容主要有销售目标与销售漏斗建立、销售票据处理、销售管理工具运用、自营渠道账单管理、CRM 转化、销售数据分析、方案评估与改进。</p> <p>典型工作任务 2 为客户服务管理，工作内容主要有客服方案制定和优化、顾客纠纷处理、智能客服训练、客户风控管理、客户服务质量监控。</p> <p>运用办公软件、财税软件、ERP 与 CRM 系统、计算机等软硬件工具完成工作任务</p>	<p>① 掌握客户服务管理基础知识、主流电子商务平台交易规则、ERP 与 CRM 等销售管理工具运用。</p> <p>② 能分解和制定产品 O2O 销售目标，有效识别和跟进销售线索；能有效进行销售票据的处理、订单确认及跟踪、自营渠道账单管理。</p> <p>③ 根据企业销售目标，建立产品销售漏斗，进行销售数据统计与分析，对销售方案评估与改进。</p> <p>④ 能制定和优化客户服务方案，进行智能客服机器人训练、客户投诉处理、新老客户转化服务等</p>
7	视觉营销设计	<p>典型工作任务为视觉设计，工作内容主要有店铺页面设计、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。</p> <p>运用平面设计软件、音视频制作软件、计算机等软硬件工具完成工作任务</p>	<p>① 掌握相关平面设计和音视频制作软件的使用方法。</p> <p>② 能够根据店铺定位进行 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。</p> <p>③ 结合产品特点与包装材质设计产品内外包装。</p> <p>④ 能进行新媒体平台页面的配图排版、主题设计，及时分析新媒体发展，提出视觉提升方案。</p> <p>⑤ 能够策划、拍摄与剪辑短视频等活动</p>
8	互联网产品开发	<p>典型工作任务为互联网及电商产品开发，工作内容主要有产品战略规划、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。</p> <p>运用原型设计工具、平面设计软件、UI 设计软件、计算机等软硬件工具完成工作任务</p>	<p>① 掌握 PEST 和 SWOT 分析方法，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。</p> <p>② 能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。</p> <p>③ 能进行电商产品呈现方式及 UI 原型设计，跟进产品开发进度。</p> <p>④ 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</p>

（3）专业拓展课程

消费者行为分析、新媒体营销等。

3. 实践性教学环节

专业实训主要有：视觉营销实训、网店运营实训、市场营销实训、社群运营、新媒体营销实训、顶岗实习、跟岗实习、毕业设计。

社会实践主要有：军训、入学教育、德育活动、志愿服务活动等。

（二）学时安排

总学时为 3190 学时，总学分为 182 分。其中，公共基础课占总学时（学分）的 26%。实践性教学占总学时（学分）的 50%，其中，岗位实习累计时间为 6 个月（根据实际集中或分阶段安排实习时间）。选修课程的学时 35 学时，累计占总学时的 10%。

八、保障措施

（一）师资队伍

经过多年建设，形成了一支整体素质较高和知识结构合理的师资队伍。现有教师 16 人，其中教授 2 人、副教授 3 人、讲师 5 人、助教 6 人，其中双师型教师 9 名占教师比例 56%，有企业经验的教师 10 名占教师比例 62%。拟从专业相关行业单位聘任，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实际工作经验，具有中级及以上相关专业职称的兼职老师，承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。

形成了一支教育观念新、改革意识强、师德高尚、有较高教学水平

和实践能力、专兼结合具有“双师”素质的教师队伍。在积极引进高学历、高素质人才的基础上，对在职教师加强了继续教育，让教师到企业、到高校、到教育部教师师资培训班进行学习，使教师学习新形势下的新观念、新思路，并在教学工作中积极推广应用，不断更新观念，提高教师自身素质。

(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。

商品采编实训室：配有黑（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。

学校已建网络营销实训中心：配有服务器、投影设备、白板、打印机、扫描仪；WiFi 环境；配备计算机，安装 Mindmanager、Office、网页数据采集工具等软件、无线终端（手机或 PAD）。用于消费者行为分析、采购、市场调研与分析、市场营销、网络营销、新媒体营销、移动商务、网络推广等课程的教学与实训。

校外实训基地：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。

(三) 教学资源

本校现有图书 500000 余册，其中与该专业相关图书资料 5 万余册，期刊十余种，供师生借阅；已开通电子图书，多种在线远程课程，能够

满足学生专业学习、教师专业教学研究、教学实施和社会服务需要。

有健全的教材选用制度，拟组织编写校本教材，开发教学资源。具备了满足课程教学、实习实训所需的专业教室。

(四) 教学方法

正在组建符合项目式、模块化教学需要的教学创新团队，不断优化教师能力结构。大力普及课程思政教学、项目教学、案例教学、情境教学、模块化教学等教学方式；广泛运用启发式、探究式、讨论式、参与式等教学方法；推广翻转课堂、混合式教学、理实一体教学等新型教学模式；坚持学中做、做中学，推动课堂教学革命。加强课堂教学管理，规范教学秩序，打造优质课堂。

(五) 教学评价

对学生的学业考核评价内容兼顾认知、技能、情感等方面，实现评价标准、评价主体、评价方式、评价过程的多元化，采取观摩、口试、笔试、表演、操作、职业技能大赛、职业资格鉴定等评价、评定方式。加强对教学过程的质量监控，改革教学评价的标准和方法。

(六) 质量管理

建立健全校、院两级的教学质量保障体系。以保障和提高教学质量为目标，运用系统方法，依靠必要的组织结构，统筹考虑影响教学质量的主要因素，结合教学诊断与改进、质量年报等职业院校自主保证人才培养质量的工作，统筹管理各环节的教学质量管理活动，形成任务、职责、权限明确，相互协调、相互促进的质量管理有机整体。

九、毕业要求

根据专业人才培养方案确定的目标和培养规格，全部课程考核合格或修满学分，准予毕业。

十、课程设置及学时安排

1. 教学进程总体安排

2. 总教学时间分配（周数）

学年	学期	总周数	教学				军事训练 (入学教育)	节假日	寒暑假
			教学周数	课堂教学	集中实践教学	考试(复习)			
一	一	40	20	15	0	2	2	1	4
	二		20	15	2	2		1	8
二	三	40	20	16	1	2		1	4
	四		20	16	1	2		1	8
三	五	40	20	8	9	2		1	4
	六		20	0	19	0		1	
合计		120	120	70	32	10	2	6	28

3. 课程性质与结构比例

课程性质	总学时				总学分			
	理论教学课时	实践教学课时	合计	占课内学时比例	必修	选修	合计	选修课占总学分比例
公共基础课	664	216	880	27.33%	25	26	51	50.98%
专业（技术）课	963	567	1530	48.07%	74	11	85	12.94%
集中实践环节	0	696	696	24.60%	29	0	29	0.00%
考证	0	0	0	0%	6	8	14	57.14%
合计	1627	1479	3106	100%	134	45	179	25.14%
理论、实践比例	52.38%	47.62%	100%	必修、选修比例	74.86%	25.14%	100%	

4. 教学进程

学年	学期	周次																			假期 (寒假4周, 暑假8周)	
		一	二	三	四	五	六	七	八	九	十	十一	十二	十三	十四	十五	十六	十七	十八	十九		二十
一	一	☆	☆	□	□	X	□	□	□	□	√	√	□	□	□	□	□	□	□	□	※	X
	二	□	□	□	□	□	□	□	○	○	X	□	□	□	□	√	□	※				≈
二	三	□	□	□	X	□	□	□	○	○	□	□	□	√	□	□	□	○	□	※	X	
	四	□	□	□	□	□	□	□	□	□	X	□	□	√	√	√	□	※				≈
三	五	□	□	□	X	√	√	√	√	□	※	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	X
	六	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◇	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◆	◎			

符号：☆--军训与入学教育 □--理论教学 ○--课程设计 ≈--社会实践

√--实验与实训 R--认识实习 Δ--期末复习 ※--考试 X--假期

S--生产实习 ◇--毕业实习 ◆--毕业设计 ◎---毕业鉴

课程设置与教学进程时间分配表

课程类别	课程编码	课程名称	考核形式	考核方式	总学时	学分			学时分配		开课学期及学时数							
						必修	选修	合计	理论授课	实验实训实习	第一学年		第二学年		第三学年			
											一	二	三	四	五	六		
公共基础课程	德育类课程	101	思想道德与法治	试	笔	48	3		3	36	12		48					
		102	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	试	笔	42	2		2	32	10			42				
		103	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	试	笔	42	3		3	32	10	42						
		104	红色文化	查	笔	14	1		1	10	4			14				
		105	形势与政策	查	笔	6	1		1	6			6					
		109	职业规划\就业指导	查	笔	36	2		2	28	8	18				18		
		1010	军训与军事理论	查	笔	36		2	2	36		36						
		1011	创新创业基础	查	笔	36	2		2	36				36				
		1012	形势与政策\红色文化	查	笔	18	1		1	18				18				
	文化类课程	2001	高职应用英语	查	笔	144			8	144		72	72					
		2002	计算机应用基础	查	实	72		4	4		72	36	36					
	体育、心理、文化素养课程		入学教育	查		16	1		1	8	8	16						
		3003	高等数学	试	笔	108		6	6	108		72	36					
		3004	体育与健康	查	过+实	72	4		4	36	36	36	36					
		3005	心理健康教育	查	过+笔	36	2		2	36		36						
3006		安全教育	查	过	36	2		2	36									
	3007	劳动教育	查	实	30	1	1	2		30								

		3008	大学语文	试	笔	36		2	2	36			36						
		3009	硬笔书法	查	笔	36		2	2	18	18								
			毕业教育	查	笔	16		1	1	8	8						16		
		小计				880	25	18	51	664	216	364	270	110	18	0	16		
		公共基础课程平均周学时										20	15	6	1	0	1		
专业 (技 能)课 程	专业基 础课程	4441	电子商务基础	试	笔	72	4	4	4	36	36	72							
		4442	商务数据分析	试	笔	72	4	4	4	36	36						72		
		4443	零售基础	试	笔	72	4	4	4	72						72			
		4444	管理学基础	试	笔	54	3	3	3	54		54							
		4445	市场营销	试	笔	72	4	4	4	36	36			72					
		4446	财税基础	试	笔	72	4	4	4	72						72			
		4447	数据可视化	查	笔	72	4	4	4	36	36							72	
		4448	经济学基础	查	笔	72	4	4	4	72				72					
		4449	会计学基础	查	笔	72	4	4	4	36	36				72				
	专业核 心课程	4541	网店运营	试	笔	72	4	4	4	36	36		72						
		4542	数据化运营	试	笔	72	4	4	4	36	36							72	
		4543	零售门店 O2O 运营	查	笔	72	4	4	4	36	36					72			
		4544	社群运营	试	笔	72	4	4	4	36	36			72					
		4545	网络营销	试	笔	72	4	4	4	36	36			72					
		4546	互联网销售	查	笔	54	3	3	3	27	27		54						
		4547	视觉营销设计	查	笔	72	4	4	4	36	36			72					
		4548	互联网产品开发	试	笔	72	4	4	4	36	36							72	
	专业拓 展课程	4641	消费者行为分析	试	笔	72	4	4	4	36	36					72			
		4642	商务礼仪与沟通	查	笔	72	4	4	4	36	36					72			
		4643	电子商务法律法规	试	笔	72	4	4	4	72							72		
4644		新媒体营销	试	笔	72	4	4	4	36	36					72				

		4645	项目管理	查	笔	54		3	3	54			54					
	小计					1530	74	11	85	963	567	126	252	360	432	360		
	专业理论课程平均周学时											7	14	20	24	20		
专业技能课程	4741	视觉营销设计实训	1周	实	24	1		1		24			1周					
	4742	网店运营实训	1周	实	24	1		1		24			1周					
	4743	市场营销实训	1周	实	24	1		1		24			1周					
	4744	新媒体营销实训	1周	实	24	1		1		24					1周			
	4745	社群运营实训	1周	实	24	1		1		24					1周			
	小计				120	5		5		120		1	2	2				
社会实践、毕业设计(论文)	3941	军训、入学教育	2周	实	48	2		2		48	2周							
	3942	岗位实习	23周	实	552	23		23		552						4周	19周	
	3943	毕业设计(论文)	4周	实	96	4		4		96					4周			
	小计		37周		696	29		29		696						8	19	
职业技能证书	基础技能证书		计算机等级证(2级)	必考			2		2				<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
			英语等级证(3级)	选考				2	2					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
			普通话二级乙等	必考			2		2					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
			驾照(C)	必考			2		2			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	1+X证书、专业技能证书		电子商务师证	选考				3	3							<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
			全国高级营销员资格证	选考				3	3							<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	小计					6	8	14										
合计	学时、学分				3190	139	43	182	1591	1599	472	505	472	450	368			
	平均周学时										26	28	26	25	20			