



上海师范大学与法国克莱蒙·奥弗涅大学合作举办广告学专业本科教育项目 2025 年度报告



Handwritten signature

一、 办学基本情况

上海师范大学与法国克莱蒙·奥弗涅大学合作举办的广告学专业本科教育项目于 2001 年由国家教育部批准办学。二十五年来，合作项目一直处在良好的运行状态，中法双方教师互动非常密切，双方对合作效果满意。办学基本情况如表 1 所示。

2025 年度，我校中法广告学合作办学项目于 7 月按规定提交项目延期申请。11 月收到上级主管部门反馈，受现行政策制度约束，单证类中外合作项目不再予以延期批复，本次延期申请未获通过。项目组持续与外方合作院校、主管部门沟通对接，积极研究项目转型路径，同步推进后续办学延续相关工作，稳妥保障在校学生培养质量。

表 1：办学基本情况信息统计表

项目名称	上海师范大学与法国克莱蒙·奥弗涅大学合作举办广告学专业本科教育项目
项目批准书编号	MOE31FR2A200105430
发证机关	教育部
发证日期	2002-6-1（证书待发√证书已发）

项目名称	上海师范大学与法国克莱蒙•奥弗涅大学合作举办广告学专业本科教育项目	
项目批准书有效期至	2027-12-31	
办学合作协议有效期	2020 年 8 月 31 日至 2025 年 12 月 31 日	
开设专业或课程的名称及代码	名称：广告学代码：050303	
办学层次和类别	本科学历教育	
专业所属学科及代码	一级学科码：05 一级学科名称文学	
培养年限	培养年限 4+0 年	
招生录取	招生方式	√ 纳入国家统招计划 ☐ 自主招生
	年招生人数	每年 1 批， 40 人/批

(一)、办学定位与目标

本项目在长期改革中形成了清晰的应用型与国际化的双重定位。依托中外合作优势，突出应用型与差异化特色，培养区别于创意设计专才的广告营销策划人才。强化全法语教学与实践教学，立足数字媒体与 AI 时代需求，构建国际化视野与本土实践并重的教学体系。

项目致力于培育兼具数字营销专长与国际视野的复合型人才，精通 AI 赋能广告策划、数据驱动精准营销及社交媒体运营。学生具备社会责任、专业理论、实践技能、跨文化沟通及创新创业五大素养，能于数字广告公司、企业市场

部及新媒体机构胜任策划运营岗位，引领数字营销潮流。表 2 所示对应关系展示毕业要求（如品德修养、学科知识、信息能力等）与培养目标（专业应用、国际化、创新能力等）的支撑关联，明确每项培养目标所需达成的具体能力维度。

表 2：毕业要求与培养目标关系矩阵示意图

毕业要求/ 培养目标	专业基础	专业分析 能力	商业伦理与 人文素养	国 际 化	沟 通 能力	专业应用 能力
品德修养						
学科知识	✓					✓
信息能力		✓				
应用能力						✓
创新能力	✓	✓	✓			✓
沟通表达					✓	
团队合作					✓	
国际视野				✓		
学习发展	✓	✓	✓	✓	✓	✓

（二）、中外方参与制定更新培养方案与教学计划情况

在读生每个年级均有培养方案，培养方案中的课程体系结构分为通识教育模块、专业教育模块、专业拓展模块和实践教育模块。培养方案科学与否直接关系到学生的培养质量。在确立广告专业培养计划的过程中，多次听取法国大学相关教授的经验，并在充分评估其建议合理性的基础上对相关课程进行了调整。图 1 中学习保障机制（Ao1）通过中外利益相关方共同参与。外部输入含国际合作高校，内部设双重领导与教指委，中方与法方协同制定更新培养方案，形成

闭环持续改进。

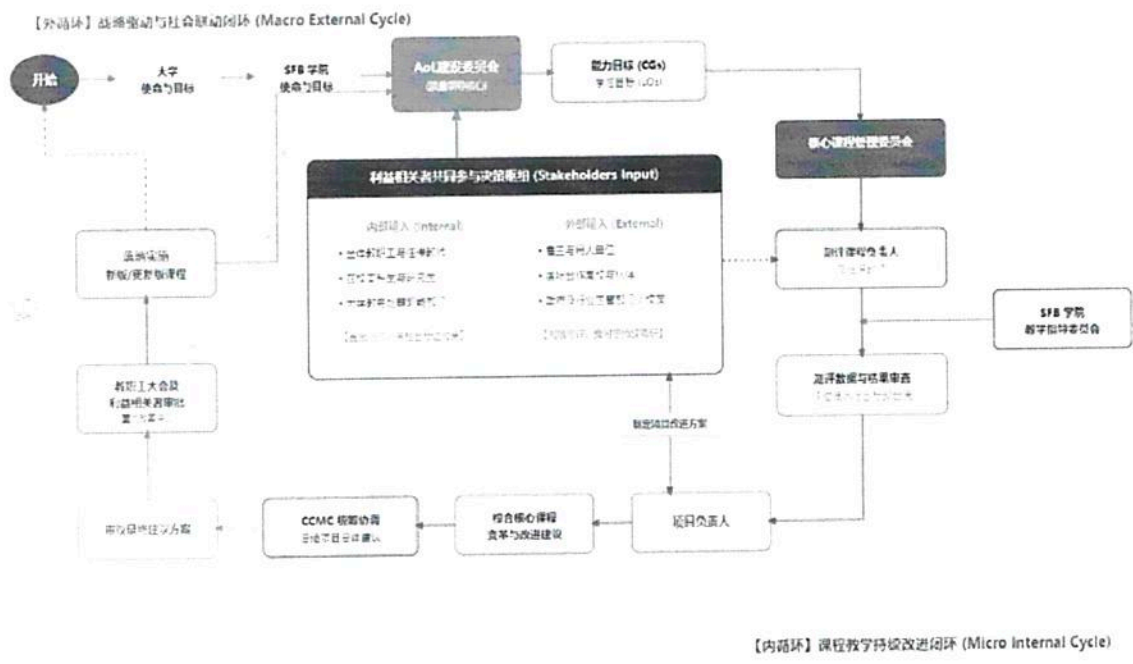


图 1：商学院学习保障（SFB AOL）双循环运行机制

（三）、招生情况

本专业招生情况长期保持稳定且计划执行精准。自 2010 年至 2025 年的连续十六年间，专业年度计划录取人数始终设定为 40 人，每年均圆满完成招生计划。这表明专业具有稳定的社会吸引力与生源基础，招生工作规范有序，人才培养规模持续保持稳定。目前在读学生信息统计如表 3 所示。

表 3：招生与在校生人数

	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年
计划录取数	40	40	40	40	40
就读数	40	40	40	40	40

（四）、毕业生情况

2025 届商学院广告学（中法合作）专业毕业生共 32 人，毕业率 88.9%（32/36），学位授予率同为 88.9%，未毕业的四位同学主要是参与中法合作专业留学项目，由于法方教务工作的流程尚未完成学分转换。就业率达 100%，充分体现了社会和市场对该专业人才培养质量的高度认可。用人单位对实习生综合评价“优秀”（95 分以上）占比高达 98%，普遍认可其专业基础扎实、学习能力强、态度端正、纪律性强及团队协作能力。部分学生在动手能力、沟通、应变与协调能力方面仍有提升空间。

（五）、师资队伍

截止 2025 年 12 月，本项目拥有中方专职教师 35 名，其中教授 1 名，副教授 9 名，讲师 24 名，教师中具有博士学位的比例达到 71.47%，具有硕士学位的比例达到 28.57%。全部专业课教师均具有海外留学和访学背景。在外方教师队伍中，根据每年课程设置要求，保持年均 10-12 名外方教师这一数量，其中，教授在 1-2 名，副教授在 4-5 名，拥有博士学位的比例达到 50%以上。

二、党建思政工作情况

（一）、党建工作

深化学生党员的党纪学习与警示教育，通过组织学习习近平新时代中国特色社会主义思想和党的二十大精神，结合“设岗定责”、学生党员评优等实践活动，完善学生党支部建设细则，并邀请校纪委副书记讲专题党课，召开警示教育组织生活会，全面强化学生党员的纪律意识和党性修养。

(二)、意识形态工作

本项目坚持社会主义办学方向，通过开足思政必修课、将核心价值观融入专业教学，引导学生讲好中国故事；严格党员教育管理，依托“五老”抓实思想引领；推动实践育人，公益活动参与率达 100%。未来将持续强化中外合作办学中的价值引领，确保正确政治方向。

(三)、学生思政教育

项目全面落实思政教育要求，将所有思想政治理论课设置为通识教育必修课，构成核心课程体系。课程体系涵盖历史与理论、思想与法治、政策与形势三大类别，并专门开设《习近平新时代中国特色社会主义思想概论》课程，确保思政教育全面覆盖、系统深入，为“新文科”建设筑牢思想根基，如表 4 所示。

表 4：思政课开课情况汇总表

课程名称	课程类别	课程学时	课程学分
习近平新时代中国特色社会主义思想概论	通识教育必修课	48	3
思想道德修养与法治	通识教育必修课	48	3
国家安全教育	通识教育必修课	16	1
形势与政策	通识教育必修课	1	0
中国近代史纲要	通识教育必修课	48	3
毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	通识教育必修课	48	3

马克思主义基本原理	通识教育必修课	48	3
-----------	---------	----	---

本专业紧扣“以文载道、以文化人”目标，通过系统开设思政必修课程与专业教学融合，引导学生深化理论认同、把握国情文化、坚定“四个自信”，致力于培养心系家国、能讲好中国故事的新时代广告人才。育人成效显著体现于学生的广泛社会奉献，公益参与率如表 5 所示。

表 5：2023-2025 级广告学（中法合作）专业志愿服务汇总统计

年级	参与人数	总人次	人均次数	主要活动类型（前三）
2025 级	28 人	72	2.6	博物馆志愿（10 人）、迎新晚会（12 人）、开发者大会（7 人）
2024 级	12 人	25	2.1	敬老院（6 人）、献血（6 人）、图书馆（5 人）
2023 级	12 人	25	2.1	迎新晚会（6 人）、远程支教（5 人）、进博会（2 人）

2023-2025 级累计 52 人参与志愿服务，总人次 122 次，人均约 2.3 次。2025 级参与面最广，活动以文博场馆与校园文体为主；2024 级集中于敬老、献血等社区服务；2023 级校外实践层次高，涵盖进博会、远程支教等。整体体现中法广告学生从低年级到高年级逐步深化社会服务的成长轨迹，实

践类型由校内延伸至校外、由本地拓展至国际。

（四）、师德师风工作

习总书记强调，“教育是一门‘仁而爱人’的事业，爱是教育的灵魂，没有爱就没有教育”，要求全国广大教师做“有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心”的“四有”好老师，为发展具有中国特色、世界水平的现代教育，培养社会主义事业建设者和接班人作出更大贡献。本专业所有任课老师都以“四有”好老师作为标准，塑造新时代的师德修养。将思政元素融入课堂教学，培养承担中华民族伟大复兴的建设者和接班人。

（五）、党员发展情况

坚持政治引领，落实党组织会议和党政联席会议制度，将政治把关贯穿办学各环节；构建境外学生思政教育闭环，经济系教工党支部入选“全国党建工作样板支部”培育单位。打造“党建+思政”平台，开设《习近平经济思想》专论课，推进课程思政与社会实践融合。2025年，广告学（中法合作）专业发展学生党员3人，2025级新生入党申请递交比例23.07%（9人），强化中外合作办学学生思想引领与党性锤炼。

（六）、薄弱环节及下步举措等

1. 广告学（中法合作）专业党建工作薄弱环节

（1）党员发展节奏与学生出国时点存在结构性冲突

本专业采用“2+2”“3+1”等分段培养模式，学生出国时点集中在三年级；而按照党员发展的一般程序，从递交入党申请书到确定入党积极分子、发展对象、预备党员，需要经历较长的培养考察周期，两者在时间上难以完全衔接。

（2）党组织活动载体与中外合作专业学生特点匹配度有待提高

中外合作办学学生处于中西文化、思潮交汇融合、中外师资协同育人的环境中，语言能力强、思维活跃、获取信息渠道多元。目前学院学生党支部活动以集中学习、主题党日、社会实践等传统形式为主，针对中外合作专业学生的语言优势和专业特长的差异化设计不明显。

2、改进措施

首先，把培养窗口前移，建立“关键节点前置”工作台账。对本专业学生的推优、入党积极分子确定、发展对象遴选等节点向低年级倾斜，并建立中外合作专业学生入党培养台账，逐人标注所处培养阶段、预计出国时间、需完成的关键节点，由支部做动态维护。

其次，鼓励本专业学生发挥专业优势，党员用法语创作主题作品，把语言优势转化为传播优势。鼓励用好新媒体阵地，在学院官方微信等平台，展示所有中外合作专业学生党员作品，逐步形成可延续的支部品牌。讲好中国故事，传播中国文化。

三、教育教学工作情况

(一)、课程设置

引进国外优质的课程，实现国际、国内课程资源的优化整合，提高学生的培养质量和就业竞争能力,是我们合作办学的宗旨。广告学（中法合作）办学项目的法方外教资源配置保持稳定优化态势，如表 6 所示。

表 6：2025 年外方讲授专业核心课程列表

法方教师姓名	课程	课程类别	课时
Jean-maurice Rocher	专业法语	专业核心课	48
Philippe Duong	项目管理	专业核心课	32
Philippe Duong	客户管理	专业核心课	32
Thirchir Jeremie	会展策划与设计	专业核心课	32
Johany Vanssa	广告经营	专业核心课	48
Jean-Marie Gourlot	青年广告公司实务	专业核心课	32
Severine Chedor	欧洲奢侈品市场营销	专业核心课	32
Rouquette Sebastien	广告创意	专业核心课	32
Loubat Iingid	品牌与企业价值	专业核心课	32
Bernard Agnes	广告设计、写作与制作	专业核心课	32
Jean-Marie Gourlot	广告专题与文献研究	专业核心课	32
Jean-Marie Gourlot	欧美经典广告分析	专业核心课	32
Jean-maurice Rocher	广告传播学	专业核心课	32
Liu Lu	广告摄影	专业核心课	32

引进国外优质资源，实现中法课程对接。语言课一、二年级由中外教师共同执教，强化法语训练，确保学生大二下学期通过法国四级考试并具备专业法语能力。专业课一、二年级由中方教师讲授基础课，三、四年级主要聘请法方外教授授专业主干课和专业方向课，考虑到知识产权问题，主要采用外方教师通过原版教材和前沿资料形成的自编讲义。通过双方持续不断的沟通，该项目有效提升了中方教师的国际化水平，并已全面达成教育部要求的四个 1/3 指标（表 7）。

表 7： 2025 年度教学执行计划引入国外教育资源的比例情况

	全部课程	其中： 专业核心课 门数	其中：外方教师所 授专业核心课门 数	其中： 引 进 外 方 课 程 门数
门数	42	22	14	16
周学时	152	68	34	86
引进外方课程比例	38.1%			
外方专业核心课占 全部专业核心课比 例	63.63%			
外方教师所授专业 核心课门数占全部 课门数比例	33.33%			
外方教师所授专业	44.74%			

	全部课程	其中： 专业核心课 门数	其中：外方教师所 授专业核心课门 数	其中： 引进外 方课程 门数
核心课学时数占全 部课程学时数比例				

（二）、课程优化

本项目持续优化本科培养方案，2025 年修订论证会紧扣 AI 与数字媒体时代需求。依据学校指导意见，以 AI 赋能为核心，30%以上课程融入人工智能，新设《AI 大模型与商科应用》《智能策略生成与文案创作》等课程，将 AI 贯穿洞察、创意、策略全流程；学年论文改为实践类课程，强化应用能力。构建“AI 驱动创意”“数据驱动策略”“创新驱动素养”三大模块，统一 2 学分、跨模块选修，形成从技术应用到策略分析再到综合素养的进阶路径，赋予学生个性化成长空间，持续推动课程体系的现代化升级。2025 年 3 月 18 日，项目中方教师团队开展专题研讨，结合师生交流中收集的课程改进建议，共同制定优化方案（图 2）。2025 年 4 月 16 日，克莱蒙 FLEURA 学院（预科学院）教学与行政副院长到访奉贤校区，与中法项目学生面对面交流，深入了解学习需求与反馈（图 3）。教研活动有效促进师生互动，将学生需求直接融入教学调整，实现了以交流促改进、以研讨促提升的课程

优化目标，为后续教学质量提升奠定基础。如表 8 所示，5 门外方课程进行优化调整。原“广告经营”升级为“广告经营与 AI 营销应用”，“广告调查”调整为“AI 驱动的广告调查与市场洞察”，“媒介策划与营销”重构为“AI 驱动的媒介营销理论与实战”，“广告创意”转型为“智能创意设计研究”，“青年广告公司实务”优化为“广告实务与提案模拟”。优化后课程在保留专业核心基础上，强化人工智能、数据洞察、智能创意与提案实战，并由专业契合度高的法方教师主讲，推动教学与行业前沿接轨，提升学生数字营销能力、跨文化传播能力与竞赛实践水平。

表 8：2025 年培养方案优化的课程调整

原课程	优化后课程	主讲教师
广告经营	广 告 经 营 与 A I 营 销 应 用	Johany Vanessa
广告调查	A I 驱 动 的 广 告 调 查 与 市 场 洞 察	Boutin-Aurine Catherine
媒介策划与营销	A I 驱 动 的 媒 介 营 销 理 论 与 实 战	Jean-Marie Gurlot
广告创意	智 能 创 意 设 计 研 究	Jean-Marie Gurlot
青年广告公司实务	广 告 实 务 与 提 案 模 拟	Jean-Marie Gurlot



图 2：AI 时代培养方案修订研讨



图 3：克莱蒙 FLEURA 学院(预科学院)教学副院长和行政副院长与中法项目学生交流

(二)、师资配备

截止 2025 年 12 月，学院先后共聘请了 20 名具有优秀专业资质或拥有丰富行业从业经验的外籍教师为学生共开设近二十多门次专业课程及法语语言课程。这些外教中专业课老师基本上都拥有副教授以上职称或博士学位；语言课老师都具备讲师职称和硕士学位（表 8，表 9）。

表 8：截止 2025 年 12 月广告专业专任教师的结构分析表

教师类别		中方选派教师		外方选派教师		总数
		人数	所占比例	人数	所占比例	
中外方教师情况		35	74.47%	12	25.53%	47
学位结构情况	博士	15	71.43%	6	28.57%	21
	硕士	20	76.92%	6	23.08%	26
	学士及以下	0	0	0	0	0
职称结构情况	高级职称	10	58.82%	7	41.18%	17
	中级职称	24	82.76%	5	17.24%	29
	初级职称	1	100%	0	0	1
	其他	0	0	0	0	0

本项目兼职教师任职应聘流程严格参照学校人事处管理规定执行，主要包括：项目组根据课程与教学需要提出岗位需求，经相关院系同意后报人事处审核并发布；应聘者提交个人简历、学历学位证书、职称证明及教学科研成果等材料；由项目组会同院系进行资格初审，重点核验本科以上学历、讲师以上职称及专业契合度；初审通过者参加面试与试

讲，接受教学能力、专业水平和师德素养考察；经专家综合评议、政治审查与师德师风核查合格后，报学校人事处审批；审批通过后签订兼职聘用协议，明确聘期、岗位职责、工作待遇和考核要求，并统一备案入库。聘期延续至 2025 年 12 月，实施聘期考核与动态管理，保障队伍稳定和教学质量。如外国语学院法语教师承担法语基础教学，影视传媒学院广告系主任讲授广告传播学等，有效支撑了专业核心与实践教学。所有教师均具备本科以上学历及讲师以上职称，校内单位的背景促进了教学协同与资源共享，成为专职师资的重要补充。

表 9： 引进法国教学资源主要信息(至 2025 年 12 月)

序号	教师	学历/职称	大学/机构	课程	教材
1	Alain Chambon	硕士/讲师	马赛三大	法语视听（1、2、3）	Vocabulaire et Expression commerciale s de Francais(1)
2	Jean-Maurice Rocher	博士/讲师	格雷诺布尔三大	法语视听（1、2、3） 广告传播学 媒体策划与营销	Vocabulaire et Expression commerciale

序号	教师	学历/职称	大学/机构	课程	教材
				广告设计、写作与制作 专业法语	s de Francais(2)
3	Philippe Duong	硕士	VanessaS YSMEEK	创业基础，客户管理，项目管理	Gestion de la client è le
4	Thirchir Jeremie	硕士	上海肥而 不腻文化 艺术有限 公司	会展策划与设计	自编讲义
5	Jean-Marie Gourlot	硕士/教授	巴黎高管	青年广告公司实 务	Pratique professionn elle en agence de publicité
6	Severine Chedor	硕士/教授	克莱蒙奥 弗涅大学	欧洲奢侈品市场 营销	The Luxury Strategy: Break the Rules of Marketing to Build

序号	教师	学历/职称	大学/机构	课程	教材
					Luxury Brands
7	Sebastien Rouquette	博士/教授	克莱蒙奥弗涅大学	广告创意	Publicitor Communication 360° : Stratégies & Création
8	Berthon Boris	博士/教授	克莱蒙奥弗涅大学	品牌与企业价值	Les Marques: Capital de l'entreprise
9	Agnes Bernard	博士/教授	克莱蒙奥弗涅大学	广告设计、写作与制作	Design publicitaire - Création et stratégie
10	Cécilia Brassier-Rodrigues	博士/教授	克莱蒙奥弗涅大学	商标	Droit des marques: Marques françaises,

序号	教师	学历/职称	大学/机构	课程	教材
					marques de l' Union européenne et marques internationales
11	Pascal Brassier	博士/副教授	克莱蒙奥弗涅大学	创业基础	自编讲义
12	Li DanDan	硕士	明珠美术馆	会展策划与设计	Organisation de salons et d'expositions
13	Catherine Boutin-Aurine	博士/中级	克莱蒙奥弗涅大学	广告调查、技术与案例	Étude publicitaire
14	Ségolène Romier	硕士/讲师	日内瓦大学	广告摄影	自编教材
15	Johany Vanessa Landaverde Kastberg	博士/副高	法国 Ipag 高等商学院	广告经营	Marketing et gestion des campagnes

序号	教师	学历/职称	大学/机构	课程	教材
					publicitair es

(三)、教学质量

项目构建了系统化、闭环式的教学质量保障体系(图4)。一是制度与组织健全，建立涵盖外教管理、质量监控等十余项制度，并设专门委员会全程审核引进资源。二是师资队伍优质稳定，外籍教师占比 25.53%，均具备中高职称或丰富业界经验；持续选派中方教师赴法交流学习。三是教学过程监控严密，学生评教平均分超 4.5，好评率逾 98%，并以 AACSB 认证驱动核心课程重构与提升。四是培养方案持续优化，动态吸收合作方建议，保持体系前沿实用。该多层次、国际化体系有力支撑了专业内涵持续发展。

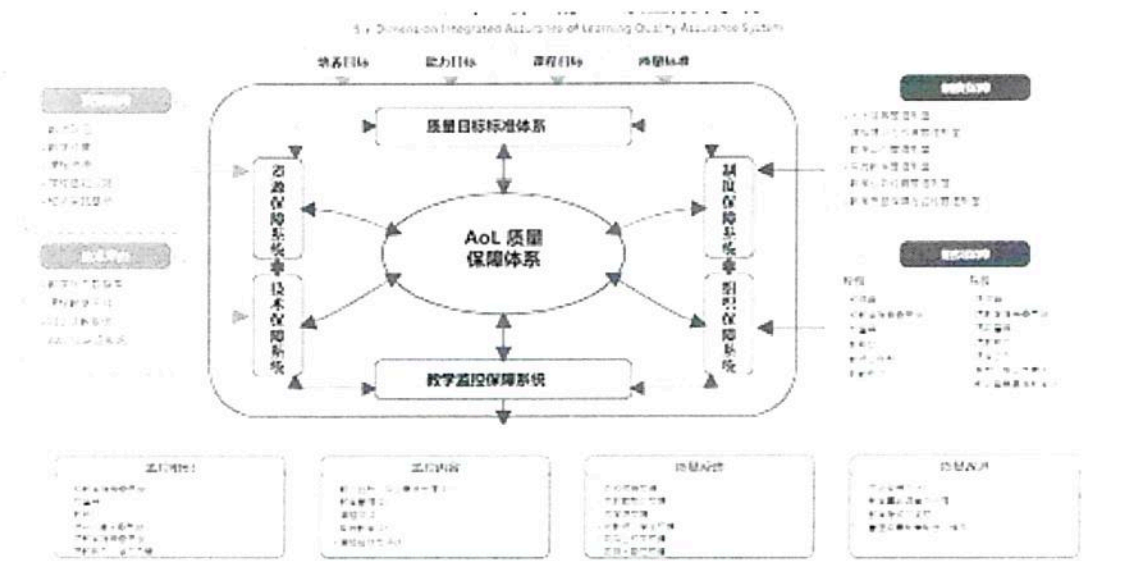


图4：本项目六维一体的AoL质量保障系统

2025 年，本项目教师全年参加校内外组织的 12 场专题讲座与培训，内容涵盖 AI 赋能教学、AIGC 工具应用、智慧课程设计、课程思政建设及案例教学等前沿领域。培训由教务处、人事处及校外机构协同举办，系统提升了教师数字化教学能力与课程建设水平。通过持续学习与实操研修，教师团队将新理念、新技术融入课堂教学，有效保障了教学质量与时俱进，为培养方案落地与课程优化提供了坚实支撑（表 10）。

表10：2025年本项目教职员工参与各类讲座培训

时间	讲座名称	组织
2025年3月	“产教融合AI赋能——专业和课程建设协同创新新形态”研讨会	校外机构(教务处推荐)
2025年4月	运用AIGC工具辅助完成学校管理工作	人事处
2025年5月	AI赋能行政和教学技能	商学院
2025年5月	DS助力智能升级	商学院
2025年5月	关于开展AI助教、知识图谱、任务引擎实操培训	学校教务处
2025年5月	示范性本科课堂教学经验分享培训	学校教务处
2025年6月	上海高校市级重点课程申报辅导专题培训	学校教务处
2025年6月	高校智慧课程新范式探索与实践专题研修班	校外机构(教务处推荐)
2025年7月	第二届西部地区高质量案例建设培训研讨会	校外
2025年10月	本科教学课程思政实践探索培训暨上海学校课程思政示范课程申报宣讲	学校教务处

时间	讲座名称	组织
2025年11月	智慧课程设计SP-OCFA-A 流程落地工作坊	学校教务处
2025年11月	全国高校智慧课程建设与教学创新研讨会	学校教务处
2025年12月	2025国际案例教学与研究论坛	学校教务处

四、人才培养成效情况

（一）、培养目标达成情况

人才培养成果显著。如表 11 所示,学生评教优良率 100%,课程平均分 4.9 (满分 5), 法语学习满意度超 90%。2025 届毕业率达 88.9%。用人单位对实习生评价“优秀”率达 98%,截至 2025 年 8 月 30 日就业率达 100%。2025 届毕业生对学院整体满意度近 90%, 高度认可教学指导与实践结合。

表11：培养目标达成情况

评估指标	实际值/数据	达成度/说明
学生绩点达标率	集中3.0—4.0	超额达成
毕业率	88.9%	达成
就业率	100%	达成
学生评教优良率	100%	超额达成
专业课程评分	4.9	超额达成

评估指标	实际值/数据	达成度/说明
法语学习满意度	90%以上	超额达成
用人单位评价优秀率	98%（90分以上评价）	—
毕业生满意度	90%（近90%满意度）	—

（二）、学生发展支持体系建设

学业拓展中心致力于为学生搭建竞赛成长平台，提供全方位支持。我们组织赛前专项培训，邀请资深导师精准指导；设立竞赛基金，解决参赛后顾之忧；建立资源共享库，汇聚历年真题与经验。从选题到答辩，全程陪伴，助力学子在竞赛中锤炼能力、斩获佳绩，让每一份热爱都有回响。2025 年学院成立中外合作教学中心，由教学院长直接管理。如表 12 所示，2025 年本项目任课教师指导商学院学生参与高级别学科竞赛情况。其中专业负责人与本专业任课老师在 A1 的全国大学生广告艺术大赛及其 B1 全国大学生广告艺术大赛(上海赛区) 获奖；本专业任课老师张岚、杨成宁、吴冰冰（外聘）指导学生参与高级别学科竞赛获奖。

表 12：2025 学年学生竞赛获奖统计

竞赛等级	竞赛名称	等级	获奖名单	获奖时间
A1	第十五届全国高校商业精英挑战赛国际贸	国家级特	刘欣睿（2023 级）、焦姜澜（2023 级）	2025 年 6 月

竞赛等级	竞赛名称	等级	获奖名单	获奖时间
	易竞赛国际贸易业务模拟赛道	等奖		
		一等奖	陈婧（2023 级）、陈子涵（2023 级）、孙历（2023 级）、齐玟林（2023 级）	
		二等奖	陈彦彤（2023 级）	
A1	2025 年全国高校商业精英挑战赛品牌策划竞赛全国总决赛	国家级一等奖	何碧若（2022 级）	2025 年 7 月
B1	第十五届全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛上海赛区	上海市一等奖	陈婧（2023 级）、陈子涵（2023 级）	2025 年 6 月
A1	2024 第 16 届全国大学生广告艺术大赛	国家级二等奖	赵思量（2022 级）	2024 年
B1	第十五届全国大学生电子商务“创新、创意及创业”挑战赛上海赛区	上海市二等奖	焦姜澜（2023 级）、刘欣睿（2023 级） 吴心怡（2024 级）、李欣庭（2024 级）、李铭阳（2024 级）、杨丝宇（2024 级）	2025 年 6 月
B2	第十五届全国大学生市场调查与分析大赛上海市赛	上海市三等奖	刘思姚（2022 级）	2025 年 6 月
B2	第十五届全国大学生电子商务“创新、创意	铜奖	朱佳仪（2023 级）	2025 年 6 月

竞赛等级	竞赛名称	等级	获奖名单	获奖时间
	及创业”挑战赛上海赛区			
B1	中国国际大学生创新大赛(2025)上海赛区—主赛道	铜奖	陈婧（2023 级）	2025 年 8 月
B1	中国国际大学生创新大赛(2025)上海赛区—红旅赛道	铜奖	陈彦彤（2023 级）陈婧（2023 级）	2025 年 8 月

（三）、学生国际视野与跨文化交流能力培养

项目依托中外合作办学优势，构建了系统化的国际化培养体系。法语作为第一外语，63.63%的专业核心课程（共 14 门）采用法语授课，基础法语每学期 9 课时，由中外教师联合执教。学生具备一定跨文化交流基础。如表 13 所示，高年级（2022-2023 级）英语四级通过率达 87.5%和 100%，法语四级通过率分别为 72.5%和 77.5%，双语能力突出。但低年级（2024-2025 级）法语四级通过率骤降至 0%和 2.5%，虽英语四级维持 85%左右，作为中法合作核心，其法语跨文化沟通能力亟待强化。国际合作活跃，本年度 14 名学生赴法交流；外籍教师占比达 19.05%（年均 6-8 名），1 名教师赴国外考察。

表 13：2025 年度外语等级考试通过率统计表

年级	班级	班级人数	英语四级通过人数	英语六级通过人数	累计英语四级通过率	累计英语六级通过率	法语四级通过人数	累计法语四级通过率
2022	2022广告学(中法合作)本科1班	40	35	27	87.5%	67.5%	29	72.5%
2023	2023广告学(中法合作)本科1班	40	40	26	100%	65%	31	77.5%
2024	2024广告学(中法合作)本科1班	40	34	16	85%	40%	0	0
2025	2025广告学(中法合作)本科1班	40	33	13	82.5%	32.5%	0	0

(四)、实习实践

项目实习实践成效显著，用人单位评价高。实习质量评估显示 98%的毕业实习生获“优秀”（90 分以上），暑期实践周与毕业实习参与率分别达 100%和 98%。单位肯定学生专业基础与态度，同时指出其动手、沟通等实践能力有提升空间。学院已与 11 家单位签订产学研合作教育基地协议（2023-2026 年），持续搭建优质实践平台。

如表 14 所示，2025 届广告学（中法合作）毕业实习呈现高专业对口率（广告传媒类占 40.5%）、高含金量（近三成进入国际 4A 广告公司）和国际化分布（学生实习地覆盖美、法、日等国）三大特征。岗位集中于客户执行与新媒体运营（合计占 37.8%），贴合专业核心能力培养。89.2%带薪实习体现市场对人才价值的认可。整体就业竞争力强，专业培养成效突出。

表 14：2025 届广告学（中法合作）毕业实习企业类型与岗位类型综合表

企业类型	实习 人数	占比	主要岗位类型（人数）
广告/传媒/ 文化传播类	15	40.5%	客户执行/AE（6）、文案策划（3）、视觉设计（2）、新媒体运营（2）、编导/摄影（1）、管培生（1）
商贸/制造/ 实业类	6	16.2%	市场部/市场推广（3）、运营（2）、策划（1）
互联网/信 息技术/电 商类	5	13.5%	广告运营（2）、电商运营（1）、服装运营（1）、短视频运营（1）
教育/培训/ 研究类	4	10.8%	新媒体运营（3）、运营（1）
政府/媒体/ 事业单位	3	8.1%	新媒体编辑/摄影（2）、新媒体运营（1）
农业/食品/ 家居类	3	8.1%	新媒体运营（1）、运营（1）、编导管培生（1）
其他（含体 育、咨询等）	1	2.7%	市场实习生（1）
合计	37	100%	—

(五)、升学与就业

2025 届广告学（中法合作）专业毕业数据如表 15 所示。36 人中 32 人按期毕业（毕业率 88.9%），已毕业学生就业率达 100%。深造方面，4 人（占 12.5%）进入国内外名校（表 16），其中 3 人赴曼彻斯特大学、雪城大学、悉尼大学等世界顶尖学府留学，1 人被上海外国语大学录取，体现强劲的国际与本土竞争力。另有 4 人因法国合作院校学分转换流程延迟毕业，非学业问题，恰恰印证了项目深度合作真实性与国际化培养的严谨性。整体数据充分证明专业培养质量卓越，学生发展路径多元且优质。

表 15：2025 届毕业率和就业率统计表

学生人数	毕业人数	学位人数	毕业率	就业率
36	32	24	88.9%	100%

表 16：2025 届国内考研及出国（境）留学情况

姓名	学号	毕业去向类别	单位信息
徐珂媛	210152949	出国（境）留学	曼彻斯特大学
林晓韵	210152961	出国（境）留学	雪城大学
刘雅菲	210152966	出国（境）留学	悉尼大学
刘诗吟	210152953	国内保研	上海外国语大学

五、财务管理情况

项目财务管理实行校院统一核算、按学生比例分摊收

支。2025 年度按比例分配收入 2,919,992.49 元（扣除 30% 资源占用费后为 875,997.75 元元），分配支出 3,058,263.24 元，当年收支结余为--138,270.75 元。项目执行独立项目编码与明细科目核算，审计认为会计核算规范、报表真实可靠。详细情况见附件《财务审计报告》。

六、组织管理情况

（一）、双方联合管理体制机制运行

本项目“双主体”联合治理结构清晰高效。2025 年中法联合管理委员会召开 4 次会议，中方负责 65%日常教学，法方主导 35%核心课程监控。学分互认率达 78%，实行 1:2 双导师制。年度生成 12 份双语制度（覆盖率 92%），问题响应时效控制在 24 小时内。

（二）、制度建设管理

制度建设方面，累计出台 8 项核心教学制度，2025 年教学事故率为 0，课程评估优良率达 91.2%（同比提升 8.3%）。管理团队配备中方 6 人及法方 2 人，“一站式”中心年均处理事务 1320 件，平均响应 1.2 个工作日。

（三）、管理团队（服务）

管理团队（服务）方面，本项目实行中法双方联合管理机制，由中法双方院长共同担任负责人，下设项目协调组与教学督导组，负责培养方案实施、教学质量监控及师资调配。管理团队现有中方专职管理人员 3 名、法方派驻教学协调员 1 名，分工负责教学运行、学生事务及外教服务保障。团队

每月召开教学研讨与师生座谈会，及时回应教学反馈，持续优化管理流程，为项目高质量运行提供有力支撑。

（四）、推动就业

推动就业方面，项目构建了系统化的学生升学和就业指导体系。在学业指导方面，通过明确国际化人才培养目标、制定个性化学习计划、重视法语特色教学，夯实学生专业基础；同时强化课程学习、实践环节与学术研究相结合，提升学生专业技能与实践能力。在就业指导方面，学院实施全员一体化育人模式，由院领导牵头，就业辅导员、专业负责人、班导师及实习指导老师协同推进。通过开设求职课程、举办行业讲座、提供简历面试等实战指导，帮助学生提升求职竞争力；积极组织企业参观、提供实习机会、建立校企合作平台，精准推荐就业；同时整合发布招聘信息、建立职业咨询档案，提供一站式就业服务。系列举措成效显著，本专业就业率达 100%。

（五）、薄弱环节及举措

本项目组织管理存在以下薄弱环节在于中法双方在教学节奏、课程衔接及考核标准上的协调仍有一定时滞，信息传递效率有待提升；项目管理人员国际化管理经验及跨文化沟通能力需进一步加强，以应对日益复杂的合作办学需求。

针对上述问题，下一步举措包括：建立中法月度联席例会制度，完善信息共享平台，缩短决策与反馈周期；加强管理人员专业化培训，重点提升跨文化沟通与项目管理能力；

优化课程衔接机制，细化教学督导流程，确保中法双方教学标准有效对接，全面提升项目管理水平与运行效率。

七、依法办学及办学规范性情况

经全面自查与学校监管确认，广告学（中法合作）专业在办学过程中严格遵守《中外合作办学条例》及其实施办法，全面贯彻教育部相关要求与上海师范大学教务管理规定。办学活动规范，无任何超规模招生、擅自变更外方合作院校或培养模式、中介违规介入招生与培养核心环节、违规使用境外教材等情况。本专业始终坚持依法依规办学，各项教育教学活动均按既定方案与协议规范执行，办学规范性得到有效保障。

八、合作办学辐射成果

（一）、师资共建与学术交流

1. 教师队伍建设成效

近五年，教师队伍建设成效显著。师资结构持续优化，博士学位教师占比从较低水平提升至 44.7%（21 人），高级职称教师达 17 人（占 36.2%）。国际化师资稳步增强，外方选派教师由 8 人增至 12 人，占比 25.5%。形成了一支由 35 名中方教师与 12 名外方教师协同配合、博士与硕士为主体、高中级职称搭配合理的国际化教学团队，为高质量人才培养奠定了坚实基础。双方定期互访，2025 年 11 月法方负责人 Cé cilia 来沪授课并与专业负责人进行有关培养方案修订以及双学位申报工作的沟通交流。Cé cilia 提供了法方学

位授予的要求和课程方案，为完成双学位申报项目提供必要的条件。

2. 深化平台合作，联合打造研究中心

学校与法国克莱蒙·奥弗涅大学建立了稳定的论坛合作机制，已轮流举办九届。论坛聚焦教育前沿，未来计划吸纳更多国际院校联合主办，以持续提升影响力。

（二）、学科竞赛与实践活动

本专业积极邀请法方教师深度参与学科竞赛指导。在韦伯商业计划大赛中，法方教授将作为常驻导师，自初赛起辅导团队优化商业模式，并于决赛担任联合评审。在国贸精英挑战赛（法语赛道），法方教师将提供谈判、发布等环节的全程专业指导，有效提升学生的综合应用与表达能力。本项目学生积极参与学科竞赛，累计获奖 45 人次。在 A 类赛事中斩获国家级特等奖 1 项、一等奖 2 项、二等奖 1 项、三等奖 2 项；在 B 类赛事中获上海市级一等奖 2 项、二等奖 4 项、三等奖及铜奖多项，涵盖商挑、大广赛、三创赛、创新大赛等高水平赛事，充分展现了学生扎实的专业素养与创新实践能力。

如表 17 所示，广告学（中法合作）专业围绕“行业前沿引领、学术规范筑基、艺术素养浸润”三大维度，系统强化实践教学。邀请企业董事总经理举办 AI 与广告经营管理讲座，精准对接行业变革；针对毕业论文，开展文献检索与选题指导，夯实学术能力；引入法国抽象画大师开展跨文化

艺术讲座，并将《会展策划设计》课堂搬至罗丹艺术中心实景教学，通过《思想者》等经典雕塑激发创意灵感（图 5，图 6）。系列讲座与参观活动覆盖各年级，构建了立体化第二课堂，有效拓宽国际视野，提升实战能力与人文底蕴，全面增强学生综合竞争力。

表 17：2025 年度广告学（中法合作）举办的活动汇总表

举办时间	参与学生	讲座名称	讲座专家
2025 年 11 月 11 日	2025 级	数字与 AI 浪潮背景下广告经营管理	上海悟瀚信息技术有限公司董事，总经理任虹婷
2025 年 10 月 30 日	2022 级	广告专题与文献检索	图书馆信息研发部主任马凌云
2025 年 10 月 23 日	2022 级	毕业论文选题指导	影视传媒学院聂艳梅教授
2025 年 10 月 30 日	2025 级	班导师见面会	班导师施天凤，专业负责人张岚，辅导员薛紫婧，优秀学生代表
2025 年 9 月 13 日	2025 级	专业见面会	专业负责人张岚
2025 年 5 月 29 日	2025 级	水墨之约——法国抽象画大师夏海澜上师大开讲，解码广告学（中法合作）的视觉“密码”	班导师黄冠乔 法国抽象画大师夏海澜
2025 年 2 月 28 日，	2022 级	《会展策划设计》在	专业负责人张岚，任课老

举办时间	参与学生	讲座名称	讲座专家
		罗丹艺术中心实景 教学新体验	师 Jérémie, 国际事务 部刁静芬



图 5：学生参观罗丹美术馆影 图 6：罗丹美术馆现场授课

（三）、双边人文交流贡献

本项目通过“引进来”与“赛促融”双轨并行，持续深化中美及中欧人文交流，如表 18 所示。其一，承接 YES 项目，接待 UVU 短期游学团，带领美国青年沉浸式体验江南文化、佛教哲学与中国企业创新实践，增进其对华真实认知；其二，连续十年举办韦伯商业计划大赛，全英文竞赛平台累计吸引 3000 余学子参与，已成为中美青年共创商业智慧、锤炼跨文化协作能力的标志性品牌；其三，面向欧美多国长期运营“中国商务”留学生项目，20 年累计培养超 1500 人，成为连接中国与世界的商务人才纽带。系列举措有效践行了国家对美欧青年来华交流倡议，既为外国青年打开了读懂中国的窗口，也为中国学生创造了沉浸式跨文化沟通场域，有

力促进了中外青年相知相亲，为全球商科教育合作树立了典范。

表 18：2025 年国际交流活动列表

时间	主要内容	参与及影响
2025 年 2 月 18 日	春季学期“中国商务”项目留学生迎新；校园及校史馆参观；课程与签证说明	来自多国留学生；学生志愿者参与接待
2025 年 5 月 2-8 日	美国犹他谷州立大学“中国商务”短期游学：朱家角古镇、豫园、南京路、外滩、龙华寺参访；美高梅、金仕达、卡尔曼星球企业参访	UVU 师生 31 人（28 名学生+3 名教师）；沉浸式文化体验与企业考察
2025 年 5 月 21 日	第十届中美韦伯商业计划大赛决赛（上海师大徐汇校区）；全英文 7 分钟路演，中美五校评委联合评审	36 支团队 180 余人报名，15 支入围，7 支决赛；冠军获 5000 美元
2025 年 9 月 23 日	秋季学期“中国商务”项目迎新；USAC 美国留学生同行参观校史馆；入学指导与课程说明	来自美、法、德、比、罗马尼亚、墨、越等多国留学生

（四）、教学质量与就业成效

项目教学质量核心指标表现优异。学生评教优良率达 100%，课程平均分 4.9（满分 5 分），毕业率和就业率分别为 88.9%和 100%，均超额完成目标。数据共同印证了课程设置

合理、教学效果突出，形成了“高满意度—优培养质量—好社会认可”的良性循环。

（五）、合作办学长效机制建设

双方已联合设立教研团队，共同制定培养方案并合作开发前沿课程，确保引进课程同时满足两国标准。未来将通过以下措施深化联合师资培养：一是完善常态化沟通机制，搭建资源共享平台；二是在现有经费基础上设立“课程共建基金”，支持合作开发与教材出版；三是将教师互派时长从 1 个月延长至 3-6 个月，支持深度参与对方教学与科研；四是联动法方合作院校的其他院系、科研机构及中法企业专家，吸纳多元视角，确保课程内容贴合产业需求。

九、形式分析及应对措施

（一）、内外部影响和潜在风险

1. 政策合规风险

中法两国教育合作持续深化，合作办学机构和项目已达 72 个；与此同时，教育部对中外合作办学的规范日趋严格，2025 年叫停 3 个机构和 78 个项目，要求本科层次须颁发中外双方学位证书。本项目如未能及时完成双学位整改，将面临招生受限乃至停办的合规风险。

2. 行业变革风险

AI 正深刻重塑广告行业格局。36%的首席营销官预计未来一至两年内通过 AI 应用或岗位削减实现裁员，初级文案、初级设计师等岗位需求减少，行业对具备 AI 工具应用能力

与数据素养的复合型人才需求激增。培养方案未能及时融入 AI 课程体系，毕业生将面临就业竞争力下降的严峻挑战。

3. 内部动力风险

学生学习法语热情和积极性持续淡漠，直接影响到项目核心语言能力的培养目标达成，进而削弱学生赴法深造与跨文化就业的竞争力，对项目长期可持续发展构成内生性制约。

4. 转型压力叠加

政策整改、行业变革与内部动力不足三重压力叠加，倒逼本项目在培养模式、课程体系、师资能力及学生激励等方面加速转型，短期内资源调配与组织协调面临较大挑战。

(二)、存在的主要问题及归因分析

1. 存在的问题

项目主要问题是在于学生法语学习困难、动力不足，除赴法留学外普遍看不到法语与就业关联，而双学位申报及法方注册又设 B2 刚性门槛，语言培养与双学位出口矛盾尖锐。

2. 原因分析

原因在于政策倒逼双学位整改，B2 成硬约束；AI 变革削弱法语预期收益；教学支持不足，专业课集中授课压力大，缺乏职业场景嵌入与激励；B2 缺分层达标、补救和预警。由此易形成“法语难达标—双学位受阻—口碑下降—招生困难—生源质量再下降”风险。核心矛盾是政策与双学位刚性要

求、AI 时代就业需求变化，与学生法语动力弱、职业关联弱、B2 达标难之间的不匹配。

（三）、针对性应对策略

1. 系统性强化法语教学，建立分级预警与支持机制

低年级大幅增加沉浸式小班法语课时，重心前移；入学后分级教学，为基础薄弱者设强化班；建立学习进度追踪系统，及早识别、干预困难学生；专业主干课尝试双语教学，引入法语术语，实现语言与专业早期融合。

2. 优化课程衔接，合理疏导学业压力

与法方细化课程对接，最大限度互认学分，减少重复学习；重构课程逻辑，确保知识递进性；建立由高年级学长、专业教师和辅导员组成的学业支持网络，提供学习规划与心理疏导。

3. 多管齐下，保障高质量师资供给

选拔有法语基础的中方青年教师定向培养并给予激励；通过“短期外专”“线上授课”等灵活方式引进优质师资；建设法方课程数字教学资源库，保障教学质量稳定性。

4. 加强全过程管理与宣传，维护项目声誉

招生中明确告知双学位要求及 B2 标准，筛选适配生源；为未达标学生设“安全通道”，保障基本权益；集中资源打造成功案例，重塑项目形象。项目发展的核心在于解决“法语高门槛”与“学生学术表现”之间的矛盾。须以学生为中心，通过体系化语言支持、精细化课程管理和强有力资源保

障，帮助学生跨越障碍，实现双学位培养目标，确保项目健康可持续发展。



陈恒