

上海师范大学与法国克莱蒙·奥弗涅大学合作办学

广告学专业本科教育项目 2024 年度报告



一、办学基本情况

上海师范大学与法国克莱蒙·奥弗涅大学（Université Clermont Auvergne, France）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。二十四年来，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。

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

项目确立了应用型与国际化并重的双重定位。一方面，突出应用型特色，致力于培养掌握全面广告知识、能在广告与市场领域从事经营与策划的营销人才；另一方面，侧重国际广告营销策划，通过全法语教学与案例实践，强化学生独立思考、解决问题及表达的能力。最终目标是造就具备国际化视野，掌握创意、策划、经营等综合技能，并能进行有效沟通与价值传播的复合型应用人才。

（二）中外方参与制定更新培养方案与教学计划情况

2024 年培养方案修订过程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。增设了《AI 大模型在商科应用》课程等。契合法方培养方案的课程《Intelligence artificielle：Enjeux et usages en communication》（人工智能：传播领域的挑战与应用）。整体调整内容如表 2 所示。修订课程 20 门，其中中方课程 8 门，法方课程 12 门。

表 2：2024 年培养方案修订的课程情况

	课程名称	学分	授课方
专业基础课	AI 大模型与商科应用	2	中方

专业主干课	数字媒体与电商运营数据分析可视化		2	中方
	智能策略生成与文案创作		2	中方
	广告经营与AI营销应用		2	法方
专业方向课	模块一：AI驱动的广告创意与内容生产模块	会展策划与设计	2	法方
		AI驱动的媒介营销理论与实战	2	法方
		经典广告案例的文化解读与创意实践	2	法方
		智能创意设计研究	2	法方
		广告实务与提案模拟	2	法方
	模块二：数据驱动的策略与精准营销模块	项目管理	2	法方
		品牌与企业价值	2	法方
		体验经济学	2	中方
		AI驱动的广告调查与市场洞察	2	法方
		奢侈品数字营销	2	法方
		品牌战略与商标管理	2	法方
	模块三：创新驱动的职业素养与拓展模块	欧美文学经典与西方文化	2	中方
		基础美术（设计素描）	2	中方
		平面与色彩构成：设计原理与实践	2	中方
		基础摄影	2	中方
		广告摄影	2	法方

（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2024年的连续十五年间，专业年度计划录取人数始终设定为40人，且实际就读人数与计划完全一致，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。如表3所示，计划录取与实际录取人数情况。

表3：2021-2024级招生录取情况

年份	计划招生人数	实际录取人数
2021	40	40

2022	40	40
2023	40	40
2024	40	40

（四）毕业生情况

2024 届商学院广告学（中法合作）专业毕业生共 35 人，毕业率 97.14%(34/35)，学位授予率同为 97.14%，就业率达 89.19%。用人单位对实习生综合评价“优秀”（90 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

本项目拥有中方专职教师 34 名，其中教授 2 名，副教授 12 名，讲师 20 名，教师中具有博士学位的比例达到 62.7%，具有硕士学位的比例达到 37.3%，多数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 12-15 人次外方教师这一数量，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 60%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，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，如表 5 所示。

表 5：学生参加活动统计表

类别	参与人数	占总人数比例%	说明
志愿者服务	22	81.5%	最主流类型。含图书馆/博物馆/剧院导览、地铁站引导、赛事/会议服务、迎新/毕业活动等。
社会实践与调研	16	59.3%	主要为寒暑假社会调研、实践项目，部分为“三下乡”等专题实践。
社团与学生工作	15	55.6%	担任社团干事/负责人、班级/团支部干部、学生会部门成员等。
爱心学校与支教	14	51.9%	在爱心学校担任教员、校长或远程支教，是稳定的公益形式。
其他公益活动	7	5.9%	包括抗疫、马拉松、爱心义卖、敬老院服务等多样化项目。
献血活动	4	14.8%	无偿献血，参与门槛较高，人数相对较少。

（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”。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

抓实新生与毕业生党员教育，开展 4 场新生入党启蒙教育及 1 场毕业生主题分享会(图 1)，安排青年教师党员融入学生党支部参与培养。2024 级新生递交入党申请书的人数占团员总人数的比例超过 65%。2024 年，本专业共发展 1 位同学入党。

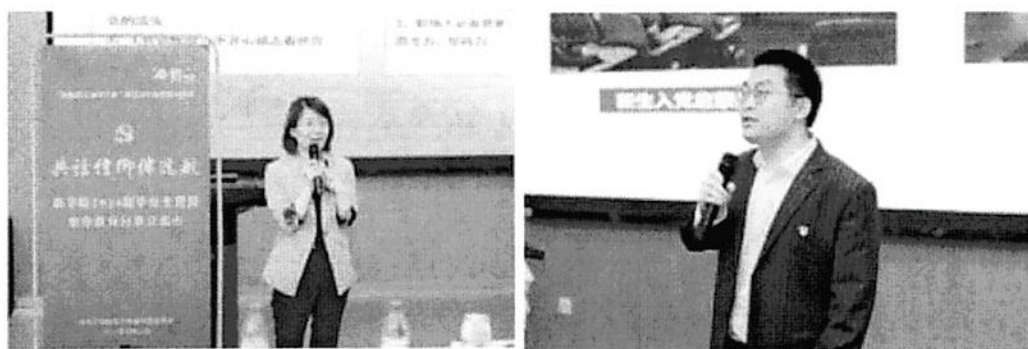


图 1：2024 届毕业生党员集中教育分享交流会

（六）薄弱环节及下一步举措

党员发展力度有待加强，全年仅发展 1 名党员；特殊公益活动（如献血）参与率偏低；党纪学习与实践结合深度可进一步提升。下一步举措将优化党员培养链条，提高发展质量与数量；策划专项激励，提升献血等深度公益参与度；深化“设岗定责”等实践载体，推动党纪内化于心、外化于行。

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 6：2024 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
1	Jean-maurice ROCHER	法语视听（1,2,3）	专业核心课	144
2	Jean-maurice ROCHER	专业法语	专业核心课	48
3	DUONG PHILIPPE	创业基础	专业核心课	32
4	THIRCUIR JEREMIE	会展策划与设计	专业核心课	32
5	ROCHER JEAN-MAURICE	媒体策划与营销	专业核心课	32
6	JOHANY VANESSA	广告经营	专业核心课	48
7	GOURLOT JEAN-MARIE	青年广告公司实务	专业核心课	32
8	SEVERINE CHEDOR	欧洲奢侈品市场营销	专业核心课	32
9	ROUQUETTE SEBASTIEN	广告创意	专业核心课	32
10	LOUBAT INGRID	品牌与企业价值	专业核心课	32
11	BERNARD AGNES	广告设计、写作与制作	专业核心课	32
12	GOURLOT JEAN-MARIE	广告专题与文献研究	专业核心课	32
13	JEAN-MARIE GOURLOT	欧美经典广告分析	专业核心课	32
14	ROCHER JEAN MAURICE	广告传播学	专业核心课	32
15	Bertrand Stark	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必修与选修课，部分使用原版教材。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：教育部要求的四个 1/3 指标统计表

	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	43	24	15	16
周学时	152	68	34	86
引进外方课程比例				37.2%
外方专业核心课占 全部专业核心课比 例			62.5%	
外方教师所授专业 核心课门数占全部 课门数比例			34.88%	
外方教师所授专业 核心课学时数占全 部课程学时数比例			44.73%	

（二）师资配备

截止 2024 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）。中方专业课教师基本拥有博士学位，他们在科学研究方面取得了显著成果，涵盖多个领域，科研发表如表9所示。

表 8：截止 2024 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②情况		34	80.95%	8	19.05%	42
学位结构情况	博士	13	38.24%	6	42.9%	19
	硕士	14	41.18%	1	14.3%	15
	学士	7	20.58%	1	7.7%	8
职称结构情况	高级职称	14	41.18%	3	18.8%	17
	中级职称	20	58.82%	5	27.8%	25
	初级职称	0	0	0	0%	0
	其他	0	0	0	0%	0
中外籍教师③情况	中国籍教师	34	100%	0	0%	34
	外国籍教师	8	100%	0	0%	8

表 9：2024 年度教师发表的科研论文列表

论文名称	发表时间	期刊名称
让消费者决策更加“可视化”	2024 年 1 月	张江科技评论
一定会非此即彼吗?社会责任对实体企业金融化的非线性影响	2024 年 8 月	南京财经大学学报

The Impacts of External Sustainability: Institutional Investors' Sustainable Identity, Corporate Environmental Responsibility, and Green Innovation	2024 年 2 月	Sustainability
Will Customers' Understanding of the Trolley Dilemma Hinder Their Adoption of Robotaxi?	2024 年 4 月	Sustainability
The role of internal motivations in consumer upcycling intention and purchase intention of upcycled products	2025 年 1 月	European Journal of Marketing

（三）教学质量

本项目高度重视教学质量建设，通过建立系统化、规范化的监控与保障机制，确保中外合作办学项目的高水平运行。2024 年度学生评教数据显示，所有课程评教得分均不低于 4.5 分（满分 5 分），教学质量获学生高度认可。具体监管措施包括：

1. 完善组织与制度保障

设立中法双方主要领导组成的项目联合管理委员会，建立高层定期互访机制，统筹项目重大决策。学院制定了《短期外教管理流程与制度》《教学质量监控与保障措施》等十余项教学管理制度，覆盖教学全过程，形成规范化的运行机制。并依托 AACSB 认证的契机，全面推行 AoL 质量保障体系（图 2），确保教学质量与国际优质商学院接轨。

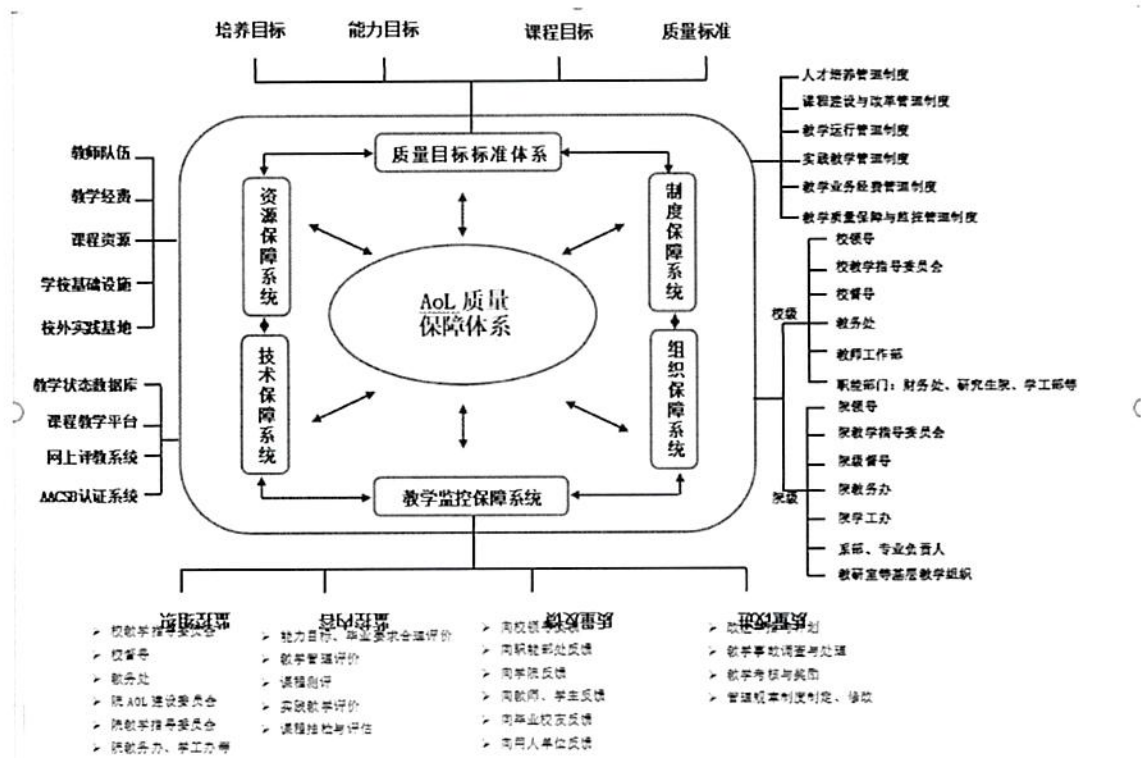


图 2：“六维一体”的 AoL 质量保障系统

2. 全过程教学质量监控

(1) 国外教育资源引进监控：成立教学指导委员会，对法方课程实施前置审核，提前六个月共同商定教学大纲、教材及考核内容，确保教育资源优质适用。

(2) 课堂教学过程监控：通过管理小组听课、学生座谈、月度教学动态反馈及学期评教等多渠道跟踪教学效果，建立及时反馈与改进机制。

3. 协同管理与持续优化

教学计划由中法双方共同制定，教学运行纳入校院两级教务统一管理。通过师生座谈（图 3）、教研室座谈会（图 4）、联

合审议及定期评估等方式，形成“监控—反馈—改进”的质量管理闭环，推动教学质量持续提升。

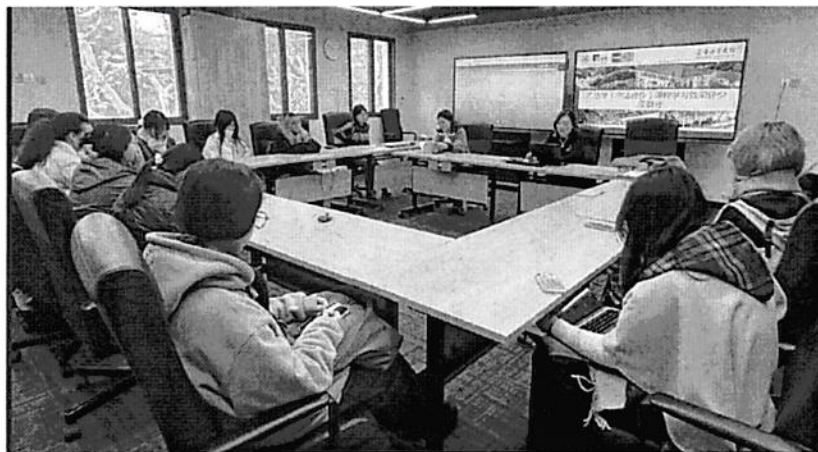


图 3：课程学习评价座谈会



图 4：专业培养方案研讨会

（四）薄弱环节及下一步举措

师资结构国际化程度不足，拥有海外博士学位的中方教师比例偏低。下一步，加大海外博士人才引进力度，鼓励青年教师参与国内外访学计划。外方师资队伍稳定性较弱，教学质量有待提

升。下一步，加大引进外方优质教育资源力度，加强外方教师教学质量监控，建立稳定的高水平外籍师资队伍。

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。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%(表10)。2024届毕业率达97.14%。用人单位对实习生评价“优秀”率达98%，截至2024年8月30日就业率达94.44%。2024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10）。

表10：培养目标核心指标达成统计

评估指标	实际值	达成度
学生绩点达标率	集中3.0-4.0	超额达成
毕业率	97.14%	达成
就业率	90%	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
法语学习满意度	90%	达成

表 11：2024 届毕业生核心指标统计表

指标	数据	说明
毕业率	97.14%	35人中34人毕业
就业率	90%	32人就业

用人单位评价优秀率	98%	90分以上评价
毕业生满意度	90%	90%满意度

（二）学生发展支持体系建设

项目构建了全员育人的学生发展支持体系，为各年级配备班导师，实现学业指导全覆盖。学生 100%参与创新创业课程并获得学分认证，2024 年在全国大学生广告艺术大赛中获得国家级奖项 15 人次、省部级 28 人次，并在商业精英挑战赛中获特等奖等 8 人次（表 12）。职业发展方面，5 人获评“实习之星”（表 13）。组织学生走进了上海市法语联盟，深入了解了法语学习及法国文化，进一步拓宽了国际视野（图 5）。

表 12：2024 年学生竞赛获奖统计

竞赛级别	竞赛名称	获奖等级	获奖人次
A1类	全国大学生广告艺术大赛	国家级奖项	15人次
B1类	全国大学生广告艺术大赛（上海赛区）	省部级奖项	28人次
A1类	全国高校商业精英挑战赛	特等奖/一等奖	8人次
企业赛	朗圣药业企业策划奖	一等奖	1人次

表 13：2024 年获评学院暑期职业训练营“实习之星”名单

年级	姓名	获奖等级
2019级中法广告	程琦	二等奖

2021级中法广告	陈宜荟	三等奖
2021级中法广告	刘雅菲	一等奖
2020级中法广告	褚纪琚	一等奖
2020级中法广告	郭子忆	三等奖



图 5：广告学子走进上海市法语联盟

（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，62.5%的专业核心课程（共 15 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。通过《大学英语》课程，四六级通过率如表 14 所示。组织法国诗词文化讲座，旨在弘扬法国诗词的独特魅力，加深广告学一年级学生对法国文化的理解和兴趣（图 6）。

表 14：2020 级-2023 级学生累计四六级通过率

班级人数	班级人	四级通过人	六级通过	累计四级通过	累计六级
------	-----	-------	------	--------	------

	数	数	人数	率	通过率
2020级本科1班	35	35	26	100.0%	74.3%
2021级本科1班	37	33	24	89.2%	64.9%
2022级本科1班	35	34	23	97.1%	65.7%
2023级本科1班	42	36	0	85.7%	0.0%

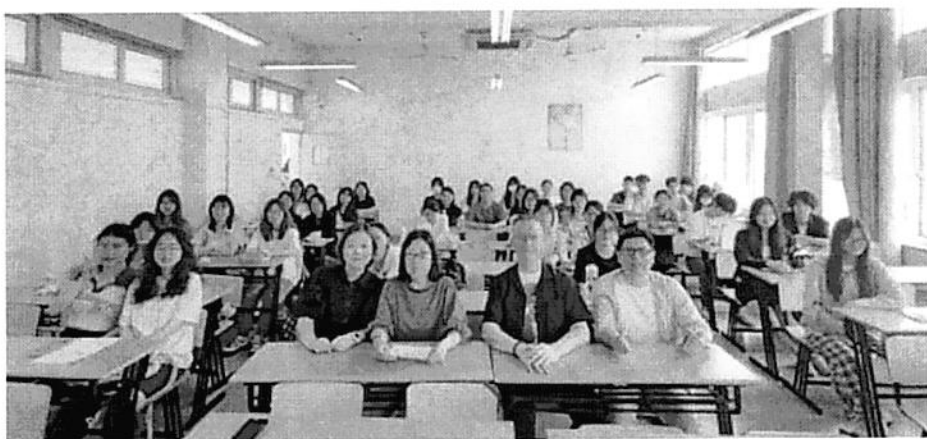


图 6：举办“法国诗词文化”学术讲座

（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。如图 7 所示，举办学科竞赛校企研讨会。



图 7：学科竞赛校企研讨会

（五）升学与就业

2024 届毕业生培养成果扎实，35 名学生中 34 人毕业；实现就业 31 人，本年度共有 8 名学生赴法国交流学习，有效拓展了国际视野与跨文化能力，体现了专业人才培养目标的有效达成与毕业生的良好发展潜力。

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。2024 年度按比例分配收入 251.91 万元（扣除 30%资源占用费后为 176.34 万元），分配支出 280.70 万元，当年收支结余为-28.79 万元，年末历年结余 93.07 万元。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。部分学费因入账时间差未计入当年收入，对年度结余产生一定影响。2024 年度审计结果表明财务会计核算规范，运行正常，无违法行为。详细情况见附件《财务审计报告》。

六、组织管理情况

（一）管理体制机制运行情况

本项目管理委员会由中法双方代表共同组成，中方成员包括校长、国际交流处处长及商学院院长，外方由合作院校校长、院长参与。学院另设教学指导委员会，由院长担任主任，项目管理人员协同开展工作，全面负责本科教学活动的指导、检查与质量监控。

为加强教学过程管理，建立了学生信息员制度，实时反馈课堂教学情况；聘请经验丰富的退休教师组成校级教学督导组，开展常态化教学督导；配备6名专职教务员，专项负责合作项目学籍管理。同时设立国际事务部，配置4名专职人员，统筹协调国际交流事务与外籍教师管理工作。

本专业“双主体”联合治理结构运行清晰。2024年中法联合管理委员会召开4次会议，教学分工明确（中方负责65%日常教学，法方主导35%核心课程），学分互认率达78%，并实施1:2双导师制。全年形成12项双语制度（覆盖率92%），问题响应时效控制在24小时内。制度建设方面，累计出台8项核心教学制度，2024年教学事故率为0，课程评估优良率达91.2%，同比提升8.3%。

（二）推动就业情况

就业方面，与多家企业建立合作，2024届整体就业率90%。当前主要薄弱环节包括：企业实践时长（640小时）与行业标准

（1200 小时）仍存差距，跨文化冲突发生率 3.7%，专业对口率 81.3%。2025 年起将推行“3+1”强化实践、增设 16 学时跨文化课程，并开发 AI 就业推荐系统，持续提升培养质量。

七、依法办学及办学规范性情况

本项目在 2024 运行过程中，严格遵守国家政策法规和与外方相关协议，严格按照招生计划招生，不存在超规模招生的情况。办学规范性强，无擅自变更培养模式和中介参与招生的行为。严格对教材进行审批，无违规使用境外教材的情况。

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

项目专业师资结构持续优化。专任教师总数 42 人，其中中方 34 人（80.95%），法方 8 人（19.05%）。高级职称占比 45.24%（中方 14 人、法方 3 人），博士学位比例达 69.52%。双方定期互访，2024 年 11 月法方副院长来沪授课并参加院庆，同期我方专业负责人赴法考察交流。

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，已轮流举办七届。论坛聚焦教育前沿，如第七届（2024 年 11 月

15 日）主题为“人工智能时代商科教育的挑战与机遇”。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。

（三）双边人文交流贡献

项目持续深化国际交流，联合打造两大品牌活动。“法国文化周”自 2024 年 5 月起每年举办，5 天内开展 10 余场活动，未来将融合专业内容（图 8）。



图 8：法国文化周官网海报

（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

为深化合作，双方已联合设立教研团队，共同制定培养方案与前沿课程，确保符合两国标准。未来将重点将联动法方院校、科研机构及企业专家，融入多元视角，确保课程内容紧密贴合产业前沿与实用需求，持续推动课程体系的迭代优化。

九、形式分析及应对措施

（一）形势分析

内外环境共同驱动教育转型。国际层面，地缘风险与通胀加剧挑战，但中法稳定关系为低敏感领域合作提供窗口；AI 等技术变革则催生对“技术+创意”复合人才的新需求。国内政策推动合作办学向应用型、技能型转变，强调产教融合。行业与学生均更注重实效与实践能力。教育必须快速迭代课程、控制成本并强化实践培养，以紧跟政策、产业及技术趋势。

（二）存在的主要问题及归因分析

当前项目面临三方面挑战：学生科研能力存在文献处理表面化、方法论模板化等短板，根源在于基础薄弱与训练缺失。

法语学习参与度低，经济负担与师资短缺导致申请人数与法语语言水平 B2 通过率均未达标。课程内容滞后，AI 等新兴领域课程缺失，造成学生实操技能薄弱，无法满足企业即时需求，“学”、“用”脱节明显。

（三）针对性应对策略

项目将从三方面推进改进：科研能力上，构建“三维驱动”模式，通过增设方法论课程、共建产学研项目库（实践占比 30%）并设立创新基金，支持学生团队孵化。法语学习推行“行业场景”模块化教学，融合 AI 语音纠错，提升发音准确率。课程体系实施“数字重构”，以 AI 赋能内容、融入本土案例，并引入企业 KPI 考核真实运营成效，全面提升学生数字竞争力和实战能力。

陈恒