

# 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 2017 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。17 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。

## 二、 学生培养

### （一）培养目标

广告学专业（中法合作）是与法国大学合作办学的专业，本专业培养具备国际化视野的广告创意、广告设计、企业形象策划、专卖店体验策划、产品体验策划、会展环境策划、媒体策划和广告经营管理的技能，而且拥有代表广告和传媒机构与企业 and 市场沟通、拓展广告客户并与之沟通、并向企业和市场传递广告或传媒机构价值的营销技能。能在传媒行业的广告公司、传播公司、媒体机构、会展公司和企业市场部从事经营和策划人才。

### （二）培养方案

本年度，90%的学生对沟通渠道的畅通性以及教学管理的合法性较为满意。从培养认可度看，专业课程设置与教材选用等适合学生的专业学习，学生满意度大约为 90%。从质量满意度看，大于 80%的学生对该专业的中外老师能力持肯定态度，其先进的教学理念与高效的教学方法有利于学生的专业学期。目前在读学生信息

统计如表 2 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 ( <input type="checkbox"/> 证书待发 <input checked="" type="checkbox"/> 证书已发 )	
项目批准书有效 期至	2025-12-31	
办学合作协议有 效期	2017 年至 2022 年	
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	<input checked="" type="checkbox"/> 纳入国家统招计划 <input type="checkbox"/> 自主招生
	年招生人数	每年 1 批， 60 人/批

表 2 在读学生信息统计

入学年度	就读人数	本栏限“纳入国家统招计划”的项目填写		本栏限“授外方文凭证书”项目填写
		按招生计划录取人数	其他方式录取人数	在外方机构注册人数
2013	29	29	0	0
2014	48	48	0	0
2015	40	40	0	0
2016	40	40	0	0
2017	41	40	1	0

### 三、 师资建设

截止 2017 年末，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 30 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 6-8 名外方教师这一数量，其中，教授在 2-3 名，副教授在 4-5 名，拥有博士学位的比例达到 60%以上。

### 四、 教学组织

(一) 引进一流的外方教师是教学质量的保障。

(二) 结合国外大学的培养模式，优化本专业的培养方案是人才培养递进的基础。

(三) 加大中方教师赴国外交流和学习的力度，促进教学理念与方法的全面改革是本项目提升的动力。

## 五、 项目管理

### （一）项目管理团队概况

包括项目管理委员会，中外合作办学项目教研室，应用外语部，国际事务部和学生管理部。

### （二）项目管理团队与学生的沟通情况

#### 1、各部分主要职能

项目管理委员负责发展建议与意见。项目教研室负责培养方案的制定工作。应用外语部提供语言教学。国际事务部门是行政机构。学生管理部负责学生工作。

#### 2、与学生沟通的方式

通过听取学生的意见定期开设各种宣讲会、座谈会、咨询会、讲座和交流会等。通过学院网页和其他社交网络发布信息。

### （三）学生参与项目的制度保障措施

#### 1、正常运行的保障机制

商学院所有的保障机制均纳入学校各归口部门统一管理。

#### 2、可持续发展的政策环境

本年度中法合作广告系本科项目继续得到健康有序发展，数量保持在项目学生的 40%左右。

## 六、 财务状况

本项目 2017 年度财务状况，包括收入，支出以及结余如表 3 所示。

表 3 本项目 2017 年度财务状况（单位：元）

收入项目	收入金额	支出项目	支出金额	收支结余
学费收入	2350021.62	教育劳务费	1041911.71	148957.71
		商品和服务	127326.29	
		个人和家庭补助	69.617.86	
		外籍专家费	257201.57	
		上交固定资产使用费等	705.006.48	

## 七、教学质量监控

（一）通过各种渠道及时了解动态信息。

由教务员等专职人员了解动态信息。

（二）加强中外方教师之间的学术交流。

国际事务部分组织双方教师进行交流。

（三）专业负责人对专业建设的整体把握。

截止 2017 年 12 月在读学生统计如表 2 所示。专业负责人保证课程设置的合理性和衔接性。

## 八、 社会评价

### （一） 毕业学生评价

2017 届毕业生按期毕业人数 19 人，其中签约人数 17 人，签订四联单的 10 人，签约率为 52.63%。延长学制的 8 人，主要是在法国和其他国家留学。毕业生评价满意度接近 90.00%。

### （二） 用人单位评价

2017 年调查统计数据显示，用人单位对毕业生的动手能力“较好”以上评价的占 80%以上。

## 九、 办学特色

### （一）持续推进中外合作项目，培养学生跨文化交际的能力。

本年度我们有 5 名 15 级学生参加法国留学项目，有 14 级的 10 名学生派往法国进行项目交流，已有 5 名同学完成 3+1 项目，回国，尚有 5 人继续完成项目。13 级的 4 名学生已完成了 3+1 的法国项目，尚有 5 名 13 级学生继续完成 2+2 的项目。

### （二） 强化课程实践，全面提升学生的竞争力

本年度我们通过《青年广告公司实务》，《广告的写作制作》，《广告摄影》等法国专家面授的专业课，通过引进优质校外资源，引导学生参与课内外的实践。15 级同学荀李之浩的创新项目获得立项，同时参与了大学生学术论坛。

### （三） 全面推进广告专业的课程思政。

15 级同学的专业必修课《市场调研与分析》作为商学院首批的课程思政试点课程项目，已经完成的结项，学生通过“公益广告效果调查与分析”的实践，对社会主义核心价值观有了全面深

入的理解，同时运用专业知识进行公益广告创意，积极推进传播社会核心价值观。16级同学参与党支部活动，帮助社区绘制“最美宅基”的宣传画，大获好评。