

武汉轻工大学与美国南犹他大学合作

举办广告学专业本科教育项目

2023年度报告

一、 办学基本情况

1. 办学概况

武汉轻工大学创建于1951年，是全国最早培养粮食行业专门人才的学校、湖北省国内一流学科建设高校和湖北省第一批本科招生高校。学校聚焦“大食品大营养大健康”领域，形成了以工学为主体，农学和管理学为两翼，工、农、管、理、文、经、医、艺、法等多学科协调发展的格局。学校“农业科学”“临床医学”进入ESI全球排名前1%，并被列为2019年度湖北省博士后创新实践基地。学校坚持面向世界，开放办学。先后与美国、加拿大、英国、德国、法国、意大利、澳大利亚、俄罗斯、智利、日本、韩国、印度等十几个国家的20余所高校和科研院所开展国际学术交流、人才培养及科研合作，与港澳台地区高校也有密切的往来和交流，积极借鉴国外大学先进教育理念和教学经验，广泛吸引国外高水平专家来校从事教学和科研工作，引进海外高端人才和学术团队来校工作，逐步提升学校高等教育的国际地位和影响力，努力建成国内知名、特色鲜明的国内高水平大学。

武汉轻工大学广告学本科专业开办于2003年，距今已有20年历史，近五年广告学总毕业人数479人，五年平均就业率为92.8%，其中高质量就业率不断提升。学生出国（境）读研意愿强烈，年平均出国（境）读研率达到25%左右，有近100人录取到墨尔本大学、爱丁堡大学、悉尼大学、新南威尔士大学、伦敦大学国王学院、曼彻斯特大学、纽约

大学南安普顿大学等国外知名高校继续读研深造。国内研究生年报考率在70%左右，近五年有近85人录取为上海交通大学、南开大学、武汉大学、暨南大学、湖南大学等高校硕士研究生。广告学专业立足全球行业发展，重视行业实践能力培养。本专业重视行业实践能力培养，着力培养学生的国际人文视野和中国文化精神、创意与品牌营销传播策略思维、职业精神与专业创新实践能力，并在实践教学领域形成特色。已建成并投入使用多个专业实验室，如品牌大数据实验室、融媒体实验室、数字影像实验室、数字传播实验室、广告设计实验室、虚拟演播室、新媒体运营实训室等多个实验与实践创新平台，注重学生跨国传播实务能力的培养，重视数智化技术的赋能，通过“能力链+课程链+实践链”三链协同的人才培养模式，提升学生传播的操作性技能，增强数实融合环境下多元应用场景的熟练程度。通过推进学科竞赛工作坊建设，近五年学生学科竞赛参与率达到80%，学科竞赛获奖200多项。学生实践能力明显增强，人才培养质量稳步提升。

美国南犹他州立大学（Southern Utah University，简称SUU）是一所位于美国犹他州锡达城（Cedar City）的公立综合性大学，始建于1897年。学校占地面积约为113英亩，现有教师321名，其中41%拥有相关最高学位。学生总数约为4166名，其中本科生占多数，约为3500名，转学的学生占14%，国际学生占2%，师生比例约为1:13。南犹他州立大学提供多种学科的学士学位、硕士学位和证书课程，包括艺术、人文科学、社会科学、商业、教育、工程和自然科学等领域。学校的教育理念是以学生的需求为最优先，强调个性化的互动式教学及专业的师资力量，为学生提供能力提升的机会及专业课程的学习。南犹他州立大学还以其优秀的工程类课程而闻名，这些课程一直被评为最好的课程之一。普林斯顿评论也将该校列为美国最有价值的大学

之一。同时，南犹他州立大学还设有多个学院，包括人文及社会科学学院、商学院、教育学院、表演学院、科学学院及应用科学科技学院等，以满足不同学生的需求和兴趣。总的来说，美国南犹他州立大学是一所优秀的公立综合性大学，以其优质的教育、丰富的课程资源和良好的师生比例而著称。

中美广告学项目于2014年获教育部批准，2015年9月招录第一届本科学生，2019年本项目顺利通过教育部评估。截至2023年底，项目已经运行十年，现有在校生384人。

2. 办学规范性情况

为了确保广告学（中美合作）专业遵守国家中外合作办学准则，严格遵循审批和备案程序，确保合作双方具备合法资质。在合作过程中，共同制定教学计划和课程设置，引入外籍教师资源，以国际化的视野和前沿性的教育理念为学生提供优质的教育和培训。同时，注重教学质量和学术水平的提升，接受国家和地方教育行政部门的监管和评估，确保办学质量和效益。此外，加强师生交流和合作，促进文化互鉴和学术合作，为增进中美两国人民之间的了解和友谊贡献力量。通过这些措施的实施，确保广告学（中美合作）专业不仅符合国家中外合作办学准则，而且能够为学生提供国际化、前沿性和实用性的教育，培养具有国际视野和竞争力的广告人才。中外合作办学项目坚持公开透明的管理原则，规范办学，做到了无任何违规招生，无任何虚假宣传，无任何违规收费，切实做到中外合作办学项目运行的规范化、科学化、制度化。面对国际形势复杂严峻、在疫情防控工作开展的同时，制定合理的教学对外交流形式，切实保障线上授课的质量效果。

二、学生培养

1. 制定人才培养质量提升规划，确立清晰的人才培养目标。

基于学校的发展定位，结合广告学（中美合作）专业现有的资源和条件优势，紧跟社会发展和行业、企业的需求变化，致力于遵循学生个人发展的规律，明确提出了“交叉融合，应用见长”的人才培养目标。在新文科建设的大背景下，聚焦“大食品大营养大健康”的核心概念，以文化、品牌研究为核心线索，开展跨学科的综合研究，涵盖人文、传播、食品科学、大数据等多个领域，推动学科的深度融合，探索创新的研究方法，形成独特的“文化+品牌+技术”的特色和优势。注重产学研的协同创新，充分整合中美广告学项目的人才培养优势，拓宽行业产品运营传播的全产业链，凸显应用型和服务型的人才培养特色。目标是将中美双方的教学成果转化为人才培养的亮点，培养出既具备国际视野又具备实践能力的优秀人才，为行业发展和社会进步做出积极贡献。

2. 整合国际优质教学资源，打造广告国际传播人才培养模式。

（1）持续引进前沿课程。在“三全育人”的教育框架下，构建了以中方为主导，融合中外教育理念的合作办学育人模式。此项目巧妙地将美方合作院校的核心课程和教辅材料与学校的广告学专业教学计划相结合，不仅优化了专业人才培养方案，还形成了独特的国际化办学特色，逐渐扩大了国际影响力。整个教学内容、教学计划、课程设置和培养方案都严格遵循我国教育部新闻传播学教学指导委员会制定的广告学专业标准与要求，同时也不失美国的教学标准和学术规范。

本项目的人才培养方案涵盖了47门课程（包括实践环节），其中引进了外方的18门专业核心课程，并巧妙地融入了的课程体系中。此外，还引进了美方的课程大纲、教材、软件、课程考核方式以及试卷

等教辅材料，旨在为学生提供更加全面和深入的学习体验。这种融合中外的教育模式旨在培养具有国际视野和跨文化交流能力的广告学专业人才，以满足全球化背景下对广告行业人才的需求。

（2）重视师资队伍队伍建设。在本项目的人才培养方案中，18门专业核心课程均由美方选派的高级职称、教学经验丰富的博士或硕士资深教师担任教授。这些课程占据了全部课程的三分之一门数和学时数，确保了学生能够接触到国际前沿的学术知识和实践经验。2023年，受中美关系影响，先后有4名外方专业教师开设了网课，其中春季学期开设了3门课程，秋季学期开设了1门课程。这种灵活的教学安排不仅确保了教学的连续性和有效性，还为学生提供了与国际教师互动学习的宝贵机会，进一步丰富了他们的学习体验。这种中外结合的教学模式不仅有助于提高学生的学术水平，也为他们在未来的职业生涯中打下了坚实的基础。

3. 加强学科竞赛促进学生实践能力培育

（1）在产学研中提升学生的动手能力。中美广告学项目注重学生跨国传播实务能力的培养，重视数智化技术的赋能，通过“能力链+课程链+实践链”三链协同的人才培养模式，提升学生传播的操作性技能，增强数实融合环境下多元应用场景的熟练程度。学生实践能力明显增强，人才培养质量稳步提升。着重培养学生的问题意识和解决问题的能力，将具有内在关联的学科知识点根据不同项目的实际需求进行整合，并将问题置于复杂而真实的情境中。鼓励学生通过协同合作，分析和探讨问题，从而在解决问题的过程中深化学习。学院在产学研、实习实训和实践教学等多个环节中，都致力于培育学生的创新意识。与企业联合建设的新媒体直播基地为例，采用“课堂+职业岗位培训”的模式，不仅提升学生的实际操作能力，还结合实际项目的

运作，进一步增强学生的专业能力和职业体验。这种教学模式帮助学生更好地适应当前的媒体融合产业环境，为他们的未来职业生涯奠定坚实的基础。通过这种综合性和实践性的学习方式，学生不仅能够掌握理论知识，还能够将其应用于实际工作中，实现知识与技能的有机结合。

在学科竞赛中培养学生的创新意识。在推进学生创新创业教育方面，学院积极发挥学科竞赛的引领作用，持续优化第二课堂的活动机制。学院坚信，课堂之外的学习经历和实践能力同样关键，因此致力于将项目实践、各类比赛与日常教学内容紧密结合，形成“以赛促教、以教助赛”的良性循环，从而有效提升学生的课外实践能力。为了进一步提升学生在学科竞赛中的表现，学院精选了一批有责任心的教师，他们深入学生群体，提供具体的指导与帮助。这些指导涵盖了大学生科研立项、暑期社会实践、互联网+大赛、挑战杯大赛、大学生广告大赛等一系列赛事。通过这些具体的赛事和项目，学生不仅能够将所学理论知识应用于实践，还能在实践中深化对理论的理解，实现知行合一。同时，这些活动也极大地丰富了学生的第二课堂学习体验，让他们在挑战与探索中不断成长。

2023年学生在教师指导下积极参与各项国家级、省级学科竞赛多项奖项。其中，第十六届中国大学生计算机设计大赛（中南赛区）二等奖9人，第十六届中国大学生计算机设计大赛（中南赛区）三等奖多人。2023年全国大学生英语竞赛省级一等奖1人，特等奖1人。“外教社·词达人杯”全国大学生英语词汇能力大赛国家三等奖1人。第十五届全国大学生广告艺术大赛 省级一等奖2人。第十五届全国大学生广告艺术大赛省级三等奖1人，省级优秀奖8人。2023年湖北省大学生新闻传播教育创新实践技能竞赛一等奖2人。2023年湖北省大学生

新闻传播教育创新实践技能竞赛三等奖1人。第十九届“长江商报杯”湖北省大学生校园营销大赛一等奖9。第十一届未来设计师全国高校数字艺术设计大赛国家三等奖1人, 省级三等奖2 人。部分获奖名单如下:

刘怡瑾	广告学 2201	2023 年全国大学生英语竞赛	省级 一等奖
邱嘉敏	广告学 2201	第十六届中国大学生计算机设计大赛	省级 三等奖
罗阳浩	广告学 2201	“长江商报杯”湖北省大学生校园营销大赛	省级 一等奖
罗阳浩	广告 2201	2023 年湖北省大学生新闻传播教育创新实 践技能竞赛	省级 一等奖
罗阳浩	广告 2201	2023 一带一路暨金砖国家技能发展与技术 创新大赛——首届园艺施工虚拟仿真赛项	国家 三等奖
蓝嘉祺	广告学 2204	2023 年全国大学生英语竞赛	省级 特等奖
蓝嘉祺	广告学 2204	“外教社·词达人杯”全国大学生英语词汇 能力大赛	国家 三等奖
李欣	广告学 2204	“长江商报杯”湖北省大学生校园营销大赛	省级 一等奖
李欣	广告学 2204	2023 年湖北省大学生新闻传播教育创新实 践技能竞赛	省级 一等奖
蓝嘉祺	广告学 2204	“外教社·词达人杯”全国大学生英语词汇 能力大赛	国家 三等奖
李欣	广告学 2204	“长江商报杯”湖北省大学生校园营销大赛	省级 一等奖
李欣	广告学 2204	2023 年湖北省大学生新闻传播教育创新实 践技能竞赛	省级 一等奖

陈小乙	广告学 2103 班	第十六届中国大学生计算机设计大赛	省级 二等奖
梁雅楠	广告 2103 班	第十六届中国大学生计算机设计大赛	省级 二等奖
彭黎	广告学 2103 班	第十五届全国大学生广告艺术大赛	省级 三等奖
彭黎	广告学 2103 班	“外教社·词达人杯”全国大学生英语词汇 能力大赛	省级 优秀奖
郭晗	广告 2103 班	第九届中国“互联网+”大学生创新创业 大赛	省级 二等奖
苏欣	广告 2101 班	“外教社·词达人杯”全国大学生英语词汇 能力大赛	省级 三等奖
高媛	广告 2101 班	第十五届全国大学生广告艺术大赛	省级 优秀奖
王锦华	广告 2002	2023 年湖北省大学生新闻传播教育创新 实践技能竞赛	省级 三等奖
王锦华	广告 2002	第十一届未来设计师全国高校数字艺术 设计大赛	省级 三等奖
闫一萱	广告 2003	第十五届全国大学生广告艺术大赛	省级 一等奖
杨博宇	广告 2003	第十一届未来设计师全国高校数字艺 术设计大赛	国家 三等奖
喻立	广告 2001	第十六届中国大学生计算机设计大赛	省级 三等奖
田嘉	广告 2101 班	第十六届中国大学生计算机设计大赛	省级 三等奖
韩怡菲	广告 2101 班	第十五届全国大学生广告艺术大赛	省级 优秀奖
王奕涵	广告 2001	第十五届全国大学生广告艺术大赛	省级 一等奖
闫明煜	广告 2001	2023 级“CATTI 杯”全国翻译大赛	省级 优秀奖
闫明煜	广告 2001	第二十九届湖北省翻译大赛	省级 三等奖

三、师资建设

1. 师资现状

本项目拥有一支高学历、高职称、年龄与学缘结构合理的师资队伍。项目授课教师共41人，中方教师31人，美方教师10人，其中教授5人，占总数为12%；副教授12人，占总数为29%；具有博士研究生学历29人（中方23人，美方6人），占教师总数比例为70%；具有硕士学历学位的教师32人，占教师总数比例为78%。中方专业教师的学科背景为新闻传播学、设计学、中国语言文学等；美方专业教师是传播学、广告学、公共关系学等领域的专家、学者，中美双方教师均为教学经验丰富的资深教师。外方专业教师由美国南犹他大学精心选派，我校相关部门则负责对这些教师的资质进行严格审核。这些专业教师均与学校签订了正式合同，并持有相应的学位和资质证书，他们在教学和实践方面均拥有丰富的经验。对于外籍语言教师的选聘，我校国际处遵循外国专家局的聘用标准，通过资格审查、面试、复核等一系列严谨的程序，确保所聘教师符合标准。总体来看，中美广告学项目师资队伍的结构、教学经验、实践经验以及外籍教师的比例均符合中外合作办学的要求，为本项目的成功实施提供了有力保障。

2. 师资建设

（1）积极引进高层次人才，加强师资队伍建设，形成“传、帮、带”的人才队伍建设方式。2023年先后引进具有博士学位的专任教师2人，管理学和新闻传播学博士各一人，不断优化中美广告学项目的人才队伍，壮大项目师资力量，在经费上予以支持，为教师营造良好的工作条件。

（2）为满足项目教学与科研的深层次需求，采取分层分类的策略，精准引进人才。基于学科专业建设的目标，推行“学科带头人+学术带头人+青年学术骨干”的人才引进模式。通过设立学科带头人

特聘教授岗位，成功引进了国内一流、国际领先的学科带头人。同时，也致力于引进或培养学术基础扎实、具有卓越创新能力和发展潜力的优秀人才，以充实学术带头人的队伍。此外，还关注青年骨干教师的成长，积极引进或培养具有创新潜力和发展空间的青年骨干教师，作为学术骨干的重要力量。为了进一步深化专任教师对中美合作项目的理解，计划增派中方教师赴美交流学习。这将为中方教师提供宝贵的机会，使他们能够直接了解美国的教育体系、教学方法和科研动态，从而促进中美双方在教学和科研领域的深度合作，提升合作办学项目的质量和影响力。

（3）为了提升学院的整体教学质量和国际化水平，制定了全面的师资培养计划，并不断完善教师培训制度。致力于通过一系列的培训措施，使教师能够掌握先进的教学理念、教学内容、教学方法和教学手段。在双语教学方面，注重提高教师的双语教学水平，以适应国际化教学的需求。鼓励并支持教师进行教学方法和手段的改革，不断更新教学内容，优化课程体系和设置。重视教学和科研成果的积累与转化，以此促进师资与管理人员队伍的建设和国际化进程。通过这些措施的实施，期望能够全面提高本项目的国际化教学水平及办学实力，为学生提供更加优质的教育资源和学习环境。不断提升教师的素质和教学能力，培养出具有国际视野和跨文化交流能力的人才，为社会的发展和进步做出贡献。

四、教学组织

本项目每年根据人才培养需求调整人才培养方案。各项教学工作紧密围绕最新专业人才培养方案开展实施。2023年，本项目外方授课环节依然采取“外方教师线上视频授课+中方教师线下全程协助跟课+线上完成作业及测试”的混合式教学模式。中方与外方教师实时沟通

协调授课进程。与此同时，学院定期召开师生座谈会，及时收集教学反馈，动态调整和完善各项相关教学管理制度。

1. 课堂教学：搭建平台，以赛促学，成果显著

2023年学院陆续建成融媒体中心、音视频制作室和演播室、学科竞赛工作坊等新文科实验室，广告学专业实践教学条件得以改善。同时，学院陆续签订多项校企合作项目，联合共建实习实训基地，为学生提供良好的课外实践平台。秉承实践教学导向原则，专业教师团队定期组织集体备课，不断创新教学方法。继续以学科竞赛为依托，在课堂教学中采用竞赛命题实操和模拟实战等教学方法，以提升广告专业学生的实践动手能力。任课教师在开课之前将教学大纲、学习参考资料、竞赛资料等发放给学生，供其课前预习、上课讨论和课后复习使用。任课教师根据学生课堂实际学习情况，结合学科竞赛命题要求布置课后作业，并按时批阅和讲解。教师指导学生将作业完善为参赛作品参加相应的学科竞赛。这种以赛促学的教学模式极大提升了学生主动参与的积极性，教学效果明显。2023年，广告学专业学生在“全国大学生广告艺术大赛”、“未来设计师·全国高校数字艺术设计大赛”、“湖北省大学生新闻传播技能大赛”等多项赛事中荣获多个等级奖项。在凸显实践教学的同时，也注重理论教学。相关理论课程的学期设置与教学内容能很好满足部分学生深度学习的需求。2023年，广告学专业学生获校级大学生科研立项数项，以第一作者发表论文若干篇；有20名左右学生进入国外知名大学读研，创学院历史新高。学风建设成果显著，广告学2103班获得2023年校十佳班级荣誉称号。

2. 外方授课：紧跟学科前沿，加强师生互动，侧重文化传播。

本项目所有外方专业核心课程均由外方教师全英文授课。课程内容贴近学科前沿动态，教学互动侧重培养和提升学生的语言应用能力。

2023年，外方教师依旧采取线上视频授课方式，将课程知识点录制成若干小视频，并在规定的时间上传教学平台，学生按时收看并按照规定完成课程作业。外方教师与学生之间通过电子邮件方式开展交流讨论。中方专业教师全程协助教学。课程结束后，外方教师采用线上测试方式检验课程教学效果。中方教师和外方教师保持实时联系，就课程教学内容、教学进度和学生反馈及时进行沟通。中方教师鼓励学生与外方教师加强交流，进一步提高自身的英语口语交际能力和英文写作能力。引导学生查阅外文文献，提高英语阅读能力。中方承担的部分专业课程引进外方教材，由我校及本院教师采用双语教学模式进行讲授。

3. 教学材料：完整存档，规范管理，保障健全

（1）完整性情况

根据学校对中外合作办学项目的教学管理要求，人文与传媒学院和广告系负责本项目全部教学档案与教学文件的收集和管理，主要包括课程实施方案、课程教学大纲、教学计划、教学日历及相关的管理制度等教学文件以及学生学籍资料、成绩登记表、课程考核等教学档案。原始材料完整、齐备。

（2）规范性情况

本项目严格遵循《武汉轻工大学本科教学工作档案管理办法》的要求，确保教学文件及档案管理工作的规范化、科学化和标准化。各项教学文件和教学档案分类存放，保存完好，存档规范，查阅方便。

五、项目管理

项目运行过程中，严格执行中外合作办学项目协议，按照项目人才培养方案组织教学，项目运行规范化、科学化、制度化。

1. 项目管理团队及其运行概况

中外合作双方共同组建“武汉轻工大学与美国南犹他大学合作举办广告学专业本科教育项目联合管理委员会”，该联合管理委员会由9人组成，其中中方5人，美方4人，委员会主任由我校领导担任。联合管理委员会作为中外合作办学项目的重要管理机构，严格履行职能，在项目运行、管理、重大决策、专业建设、课程建设等方面对我校中外合作办学项目起到了领导和监督作用。

与此同时，学校成立了中美广告学合作办学项目工作领导小组，领导小组实行“部门一把手”负责制，下设中美广告学合作办学项目工作办公室，建立了校级领导互访沟通机制、南犹他大学国际事务中心与学校国际交流与合作处常年沟通机制、双方任课教师间一对一的沟通机制等多层面有效沟通机制体系，双方工作人员每年多次在武汉或美国南犹他大学举行项目管理会议。

合作双方通过全方位、高层次的教学合作，通过“整体引进，在本土实现与国际一流教育对接”的模式，使该项目的教学从单纯教学合作和异地联合培养，发展为管理体制、教育资源全面接轨的国际化合作模式，从而为培养高标准的国际化人才服务。

2. 项目管理团队与学生的沟通情况

本项目运行过程中多次开展项目讲座，有国际处领导，人文与传媒学院领导，广告学教研室专职教师参会，在学生中进一步介绍项目有关政策、人才培养目标、培养方案、授课情况，让学生全面了解项目优势及运行情况。并通过建立导师制、开展学生座谈会、进行问卷调查等形式全面指导学生的学习和科研，积极征求学生的意见和建议，使他们以主人翁姿态参与进项目的建设和发展中。同时，学校高度重视与学生家长的沟通，通过寄送家长书、电话和邮件等各种方式与学

生家长保持紧密联系，及时通报项目运行情况和有关政策、以及学生在校情况，对学生及家长关心的各类事宜重点关注，如学生培养规划、出国事宜等问题，及时解答，及时解决，并征求家长的意见，加强家校联系，形成教育合力，不断改进学生教育工作，提高学生及家长对项目的认可程度和满意度。

美方合作院校南犹他大学与我校高度配合，积极参与到项目宣传和学生辅导培养工作中。美方大学学校领导、项目具体负责人及专业教师多次前来我校举办留学宣传讲座、进行学术交流以及完成专业课教授工作，并将已赴美学习的项目学生在美方大学学习生活的情况制成视频，来校为项目学生和家长进行现场播放讲解，及时解答学生家长各种问题及疑惑，极大提高了项目学生的学习信心和积极性。根据在学生中进行的问卷调查结果显示，学生对项目教学水平和教学效果满意度达到95%以上。

为保证美方教师来我校授课的教学效果，双方专业教师针对中美课堂的不同特色，取长补短，采用多种举措尽力让学生感受原汁原味的美方课堂。首先，美方教师提前和中方授课教师进行沟通，核对双方课程进度，并将教案放在线上平台向学生开放，由中方教师督促学生按照要求进行提前预习，保证中外课堂的充分衔接。学生采用课堂统一授课的方式，由美方教师主讲，中方教师跟课，课后对于美方教师每个章节的重难点进行回顾和总结，尽量兼顾学生的外语水平和学习能力方面的差异化。美方教师也会针对学生的学习情况和课堂反馈，及时调整课堂的难易程度，并针对每个章节布置相应作业，督促学生对于当天所学知识能够及时吸收理解。当出现作业完成不理想的情况，会设置答疑解惑的环节，对每个学生的不足之处进行针对性指导。这些措施，很大程度上保证了美方课程的教学效果，学生通过2-3周的

集中学习，能够充分感受到美式课堂的魅力，对于之后的赴美学习打下一定的基础。

六、教学质量监控

广告学中外合作办学专业培养目标符合社会需求，培养方式科学合理，教学质量监控体系运行稳健有序。

1. 精准的质量监控目标

（1）人才培养目标监控：重点监测人才培养目标实施情况，通过毕业生用人企业回访等方式，完善人才培养模式，明确学科专业特色方向等

（2）监控课程教学过程：其主要监控点为教学大纲的制定和实施、教材的选用、师资的配备、课堂和实践性环节教学、考核方式和试卷质量等。

（3）质量指标监控：其主要监控点为课程合格率、竞赛获奖率、创新能力和科研能力、毕业率、学位授予率、考研率、出国深造率、就业质量、用人单位评价等。

2. 协调有序的质量监控组织体系

质量监控组织体系三级质量监控组织构成，根据其不同的管理职能在不同层面上实施协调有序的质量监控。

（1）双方校级层面牵头成立管理委员会，统筹管理质量监控。

（2）管理委员会下设中美项目主任。由双方项目主任牵头，组建规划委员会、教学指导委员会、专业发展委员会。规划委员会由校国际处、教务处和学院相关领导组成，负责本项目的建设规划。教学指导委员会由国际处、教务处和人文与传媒学院学术委员会组成，负责对教学问题进行评议和决策。专业发展委员会由广告学专业教师组

成，负责联系企业、指导实习、就业及反馈人才培养质量。

(3) 教学指导委员会下设考试委员会、教师联席会和师生联席会。考试委员会由专业教师组成，负责评定试卷难度、评分标准、学生成绩结构等，以确保考核评价质量。教师联席会、师生联席会定期召开，及时讨论教学和管理中遇到的问题，对教学进行全过程控制。

3. 科学的质量监控方法

(1) 权威机构评估认证。本专业定期接受教育部本科教学水平评估，借助目标监控辅助过程监控。

(2) 教学督导检查。教学指导委员会对日常教学活动、教学运行环节、教学管理制度贯彻落实、教学改革方案等进行常态化督导检查。

(3) 教学信息反馈。利用师生联席会、教师联席会等多种形式，及时了解和掌握教学中的问题，搭建科学有效的教学信息反馈和学生教学信息反馈渠道。

(4) 评价标准制定。认真分析影响教学质量的诸要素和教学过程的各个环节，制定了严格而科学的教学质量评定标准。

4. 严格规范的监控管理体系

(1) 制定教学管理制度。融合中美双方的教学管理特色，制定本科学项目特有的学业学籍、教学、考试、档案管理等相关规章制度。

(2) 制定教师聘任与考评机制。制定教师试讲与聘任规范，建立健全国际化师资考核评估机制。

(3) 实行双导师制。以班级为单位，配备中美双方的学术导师，加强对学业规划的指导，保证学生的学习质量。

(4) 强化听课制。实施项目负责人、教学指导委员会和教学质量督导员相结合的听课制，了解和掌握教学情况，及时提出整改意见。

和建议。

（5）实施学生评教与学院评教相结合的评价机制。学生根据课堂教学效果进行网上评教，学院根据综合指标评价教学质量，两者各占50%。

七、财务管理状况

详见《武汉轻工大学与美国南犹他大学合作举办广告学专业本科教育项目2023年度财务报告》。

八、社会评价

1. 学生满意度

（1）信息公开

武汉轻工大学对于信息公开工作极为重视，通过多种途径如招生宣传、咨询会、详尽的招生简章以及官方网站等，向公众公开了中美合作办学项目的详细信息，包括但不限于培养目标、收费细则、学历及学位证书的颁发等关键内容。这种公开透明的做法得到了学生和家長的高度评价，增加了他们对学校的信任感。无疑提升了武汉轻工大学的公信力和社會影响力。

（2）培养认可度

我校毕业生对广告学本科专业培养目标达成情况评价。广告学（中美合作）本科专业2019届毕业生培养目标总体达成情况自评为99.99%，其中达成情况优秀程度占比57.14%，良好程度占比37.14%。工作单位业务类型主要集中在新闻媒介和广告公司，其中比例相对较高的是“广告公司”占比42.11%，“新闻媒介”占比26.32%，“文化企事业单位”占比10.53%。在与美方合作学校的紧密合作中，双方定

期举办项目讲座，共同探讨教育教学的最佳实践。为了深入了解学生的需求和意见，学校积极组织学生座谈会，并通过问卷调查等方式收集学生的反馈。同时，学校也非常重视与家长的沟通，通过网络、电话、邮件等多种渠道加强与家长的联系，确保家校之间的信息畅通，共同促进学生对项目的认可度和满意度。

(3) 质量满意度

质量作为项目发展的核心要素，不仅是中美合作办学项目的目标与要求，更是其能否实现可持续发展的重要条件和基石。武汉轻工大学中美合作项目始终坚守高质量发展的目标与使命，致力于为学生提供优质的教育资源和培养环境。在基础设施需求方面，广告学本科专业在校学生认为学校提供的各类基础设施已满足需求，评价满意度为97.93%。在课余实践活动、社团活动提供支持方面，在校学生认为学校提供的基础设施能够为学生课余实践活动、社团活动提供支持，评价满意度为97.34%。在创新实践活动提供支持方面，我校广告学本科专业在校学生认为学校提供的基础设施能够为学生创新实践活动提供支持，评价满意度为96.45%。

在生活学习环境方面，我校广告学本科专业在校学生认为学校提供的基础设施能够为学生创新实践活动提供支持，评价满意度为97.63%。



图2：学生对实习和实训基地方面评价

指标：资源管理规范，共享程度和使用效率高

满意程度百分比：98.22% 采用5分值，平均分：4.45

数据详情5分占比：61.83% 4分占比：24.56% 3分占比：11.83%

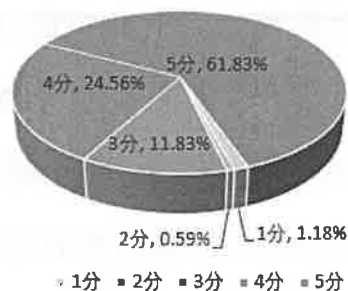


图3：学生对学校和院系相关资源管理方面评价

指标：教师对我校实践教学实验室数量和功能方面评价

满意程度百分比：100.00% 采用5分值，平均分：4.00

数据详情5分占比：25.00% 4分占比：50.00% 3分占比：25.00%

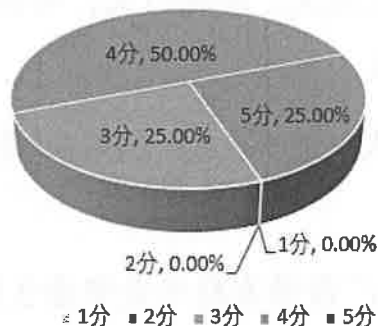


图4：教师对我校实践教学实验室数量和功能方面评价

指标：学生对我校实践教学指导教师配置方面评价

满意程度百分比：97.93% 采用5分值，平均分：4.49

数据详情5分占比：63.91% 4分占比：23.96% 3分占比：10.06%

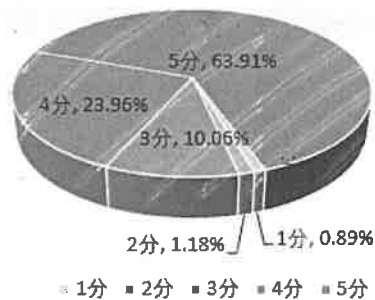


图5：学生对我校实践教学指导教师配置方面评价

2. 社会评价

(1) 学生培养国际化程度显著提升

本项目培养学生所具有的“专业技能+外语”的国际化优势，不仅大幅提升学生在国内国外攻读研究生竞争力，而且增强了大学生就业竞争力，受到用人单位的极大认可和期待。2020届广告毕业生86人，其中出国出境留学13人，分别分布在法国、英国、美国等国；在国家机关企事业单位及其他基层项目就业9人；考研升学13人；自主创业1人；在其他企业就业人员24人。2021届广告毕业生91人，走兵一人，出国出境留学18人，主要集中在澳洲、英国、美国等国；国家机关企事业单位5人；国内其他企业就业47人；自主创业1人；考研升学7人。2022届毕业生92人，出国11人；考研升学11人；走兵2人；国家机关企事业单位2人；其他企业就业60人。2023届毕业生94人，出国21人，考研升学8人；走兵1人；国家机关企事业单位3人；其他企业就业62人。

用人单位对我校广告学本科专业毕业生达成情况评价为95.83%。普遍认为中美广告学项目毕业生具有清晰的新闻从业者的角色认知，具备积极乐观、竞争协作的良好个性，掌握新闻传播的基本知识和能力，具备创业基本素质。调研数据显示，用人单位对我校中美广告学项目毕业生评价良好，身心健康，具有健康的体魄，掌握科学锻炼身体的基本技能。具有健康的心理素质和自我管控与社会适应能力，自信、乐观、豁达、合群，保证旺盛的精力和高涨的热情。

指标：用人单位对我校毕业生“能力要求”内涵观测点2达成情况

达成情况百分比：**95.83%** 采用5分值，平均分：**4.29**

数据详情5分占比：50.00% 4分占比：33.33% 3分占比：12.50%

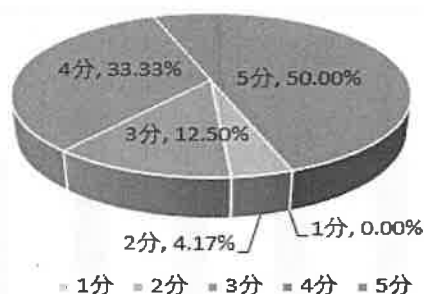


图6：用人单位对我校毕业生“能力要求”内涵观测点2达成情况

指标：用人单位对我校毕业生“能力要求”内涵观测点3达成情况

达成情况百分比：**95.83%** 采用5分值，平均分：**4.04**

数据详情5分占比：37.50% 4分占比：33.33% 3分占比：25.00%

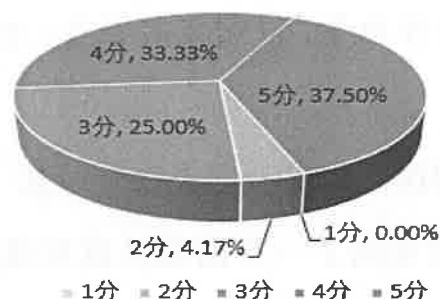


图7：用人单位对我校毕业生“能力要求”内涵观测点3达成情况

指标：用人单位对我校毕业生“知识要求”内涵观测点3达成情况

达成情况百分比：**100.00%** 采用5分值，平均分：**4.33**

数据详情5分占比：50.00% 4分占比：33.33% 3分占比：16.67%

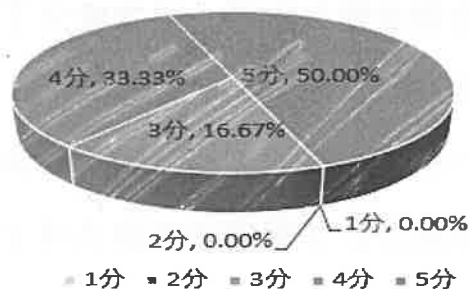


图8：用人单位对我校毕业生“知识要求”内涵达成情况

(2) 学生录取分数逐年显著上升

本项目实施八年来，武汉轻工大学中美合作项目招收的学生分数

大幅提高（如下图2所示）。不少高分学生慕名就读此项目，充分反映了学生和社会对本项目给予了较高的认可和评价。

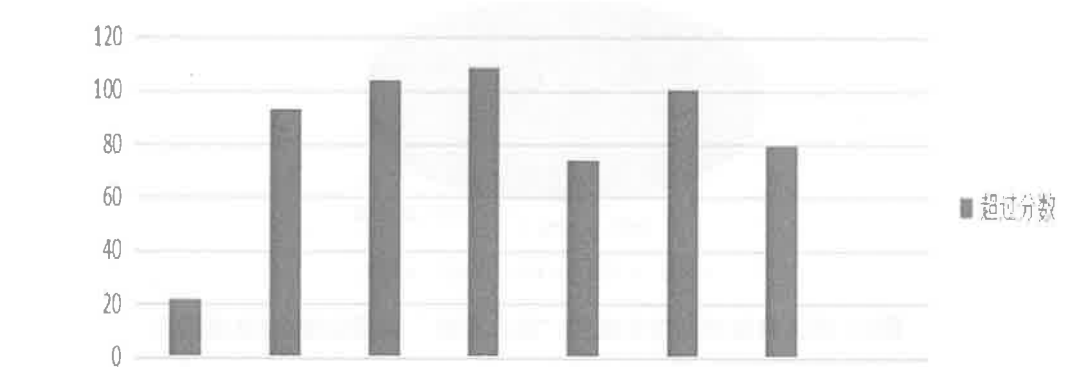


图9 武汉轻工大学中美合作广告专业2017年-2023年在湖北省招生超过最低控制线

九、办学特色

经过这些年的合作办学，已经积累起了一些丰富的合作经验，形成鲜明的办学特色。

1. 中美双方共同探讨高等教育在地国际化

中美广告学项目采用了一种高效且富有成效的中外双方共同管理机制。具体而言，这一机制体现在以下三个方面：

首先，中美双方学校共同组建了联合管理委员会，该委员会不仅负责项目的宏观决策，还监控其执行情况。为了更好地实施日常管理和协调工作，双方还分别设立了项目办公室，确保项目的顺利推进。

其次，为了加强合作与沟通，双方建立了校长互访制度。通过定期的互访和沟通会商，双方能够就合作中的一些重要议题进行深入探讨，从而确保合作项目能够得到有效的落实和推进。为了及时总结前期工作、部署下阶段工作并明确双方的具体工作和责任，双方的项目管理人员每学期都会举行至少一次高层联席会议。这种定期的交流和协作确保了项目始终沿着正确的方向前进，同时也为双方提供了共同解决问题和共同发展的平台。

2. 促进课程的国际化引进与人才培养的全球化发展

在新时代的征途上，教育事业肩负着前所未有的重任。为响应党的二十大报告的战略谋划，明确了新时代人才培养的目标，并致力于增强建设教育强国的责任感、使命感和紧迫感。深入贯彻高校思想政治工作精神，落实“时代新人铸魂工程”，确保教育工作始终沿着正确的方向前进。以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，紧密围绕党的二十大精神，深入贯彻落实习近平总书记关于教育的重要论述。深刻领悟“两个确立”的决定性意义，不断增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，全面贯彻党的教育方针，落实立德树人根本任务，促进学生全面发展。

在加快构建高质量培养体系的过程中，特别重视创新思维的培养。强调在课程教学中用正确的立场、观点和方法分析问题，引导学生将学习、观察、实践与专业社会科学意识形态属性紧密结合，把握时代方向和社会主流。致力于培养学生的历史思维、辩证思维、系统思维和创新思维，使他们能够更好地适应和引领时代的发展。

同时，深刻认识到新时代新文科教育人才培养的重要性。将专业建设与人才培养紧密结合社会经济发展、新科技革命和产业变革的时代发展趋势。紧跟融媒体时代广告信息传播的新趋向新特点，落实国家教育数字化战略。的培养方案和课程建设关注专业人才的核心能力架构和跨领域知识融通及实践能力，以提高教育服务经济社会发展能力。

中美广告学项目注重与地方经济文化建设的融合融入，着力于产学研协同育人机制创新和新文科专业人才培养模式及实践创新。致力于培养具有全球视野和国际竞争力的人才，为全面建设社会主义现代化国家、全面推进中华民族伟大复兴作出新的贡献。在国际化人才培养

方面，形成了“专业技能+外语”的特色。引进了外方专业人才培养方案中的18门课程，采用外方的教学大纲、教材与参考资料、网络教学及师资等优质资源。引进外籍语言教师承担外语教学，积极开展国际文化学术讲座、海外研学活动，引导学生积极参与社会公益、社会实践活动，以符合国际化人才的培养目标。

3. 新时代人才培养与教师队伍的国际化建设

在新时代的教育浪潮中，本项目深刻认识到拥有一支具有国际专业视野和水准的教师团队对于教学质量提升的重要性。精心规划了项目教学师资建设，致力于构建起一个强大且充满活力的专业教师团队。首先，采取分批次的方式组织教师参与出国访学培训。这一举措不仅拓宽了教师的国际视野，也使他们能够系统地学习和掌握国际化的教学方法和理念，从而显著提高了教师的国际化教学水平和质量。其次，积极引进优秀的海归教师加入的专业教学团队。这些海归教师不仅拥有丰富的海外学习和工作经验，还带来了前沿的教育理念和教学方法，为团队注入了新的活力和创新力。再次，积极邀请外方专家教师前来我校授课讲学。通过与外方专家的深入交流与合作，项目教师团队得以接触到更广阔的学术领域和先进的教育理念，进一步提升了项目教师团队的教学水平和国际影响力。

随着项目的不断深入开展，中美双方已经建立了有效的教学合作机制和联络机制。这些机制不仅促进了双方在教学资源、教学方法等方面的共享与交流，也确保了项目的顺利进行和教学质量的持续提升。

4. 引进英文优秀教材推动教学方式国际化

项目重视引进英文原版优秀教材，课程实施案例化、讨论化、实证化、研究性等诸多教学方法，重视采用网络与新媒体教学模式，全方位实行调动学生主体性的互动教学方式。课程教学以讲座式大课、

课题讨论、小组活动、独立研究、专题学习、项目学习等多种方式，关注融媒体时代融合新闻生产、数字（内容）产品研发与运营、网络舆情监控与公共传播等教学内容，重视课外实践，以提高教学效果。

5. 突出国际化和中国化办学特色

在新时期高校合作办学的背景下，本项目采取了一种灵活且富有创新性的国际化培养模式。这一模式不仅赋予学生多样化的学习选择，更为他们构建与完善国际化观念和专业人才知识结构提供了坚实的基础。学生可以选择四年内完全在我校完成国际化专业课程的学习，这为他们提供了一个稳定且系统的学术环境。同时，也为学生提供了赴外方大学学习部分课程的机会，这种学习方式使学生能够直接接触到国际前沿的学术资源和教学方法。更重要的是，赴外方学习的学生只要成绩合格，即可获得双方大学的毕业文凭，这无疑大大增强了他们的学术竞争力。这一国际化培养模式的核心目标，是培养大批具有国际视野、通晓国际规则、能够参与国际事务与国际竞争的国际化人才。本项目人才培养方案立足于全球行业发展，特别重视行业实践能力的培养。着力打造的三大核心能力包括：国际人文视野和中国文化精神，创意与品牌营销传播策略思维，以及职业精神与专业创新实践能力。这些核心能力的培养，不仅有助于学生在国际舞台上展现中国学子的风采，更能为他们未来的职业生涯奠定坚实的基础。还致力于在华中地区高校中打造国际化办学的品牌，通过提升国际合作的质量与效益，希望能够为区域经济社会发展作出更大的贡献。在办学过程中，本项目始终牢记国家战略引领下的高等教育中国特色。积极落实以人为本的教育目标和科学发展观，主动服务学习型社会、学习型大国建设，树立“大教育”观。强化落实中国文化传播为主的办学特色，抢抓新文科建设机遇，突出人文素质教育。结合武汉轻工大学的“大

食品、大营养、大健康”教育特色，借助学院具有的本科和硕士点、研究中心等平台，体现融媒体传播、食品文化传播、健康传播、农村发展传播等时代性、中国化传播特色和学科融合发展趋势。将继续构建“文化+品牌+技术”专业研发平台，促进产学研协同创新，为区域经济社会发展提供更加全面和高效的服务。

