

上海海洋大学 2025 年度中外合作办学

市场营销专业

本科教育项目办学报告

一、办学基本情况

本项目为上海海洋大学（以下简称中方）与澳大利亚塔斯马尼亚大学（以下简称外方）本着优势互补、共同发展的原则于 2003 年开设的中外合作办学专业，项目纳入国家普通高等教育招生计划，于 2003 年 9 月第一次招生，每年招生一期，每届招生 200 人，截至 2025 年 12 月 31 日，在校生 762 人。项目始终秉持“立德树人、公益办学”原则，实行“4+0”办学模式，融入上海海洋大学“双一流”建设整体规划。学生四年在学校学习，毕业获得上海海洋大学本科毕业证书、上海海洋大学学士学位证书和塔斯马尼亚大学学士学位证书。截至 2025 年 12 月 31 日，项目已培养出 19 届毕业生，共计 3494 人，就业领域覆盖政府机构、跨国企业、数字贸易平台、金融机构等。近五年平均就业率持续保持在 97% 左右，位列学校本科专业前列。

项目办学立足上海、面向全国，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，坚持立德树人根本任务，为党育人、为国育才，通过有效引进海外优质教育教学质量保障体系及专业教学资源，优势互补，培养系统掌握现代管理学理论和新媒体技术，拥有创新精神与国际化视野，具备市场营销战略决策、跨境数字营销及跨文化协同领导能力，能够在国内政府机构、企事业单位，国际组织、跨国企业及新型数字贸易平台从事营销管理工作的应用复合型人才。

项目人才培养方案由两校共同制定，师资队伍由中外双方共同组成。2025 年度，中外双方共选派 78 人参与到项目教学中，其中中方选派 52 人，包括专任教师 33 人，行政管理人员 19 人；外方选派 26 人，其中专任教师 15 人，行政管理人员 11 人。2025 年，项目修订了专业培养方案，新版方案总学分减少 3 学分，并增加 2 门选修课程，为学生自主学习和实践探索释放了空间；同时提高前沿技术类、产业实践类选修课程比例，系统强化贯穿全程的实践教学环节。

在招生质量方面，随着专业社会知名度提高、办学质量持续优化及高考改革推进，本专业录取位次稳步上升，生源质量显著增强，形成良好社会反响。2025年度，以上海市为例，一志愿录取率 100%，录取最低分为 489 分，较 2021 年提升 15 分，充分体现了考生与家长的高度认可。

在历年质量认证与评估方面，2005年、2011年分别接受澳大利亚质量保障署、高等教育质量标准署检查，均获好评；2013年，通过教育部举行的中外合作办学本科教育项目的合格评估。2016年、2022年通过上海市教育评估协会认证及展期认证；2021年合作方塔斯马尼亚大学商业与经济学院通过AACSB认证，项目成为AACSB认证专业；2024年通过上海市属高校本科教育教学审核评估。

经过二十余年探索，本项目逐步形成了三大特色。一是依托 AACSB 认证质量体系，全面引进外方 70%专业课程，实施全英文教学，构建中外融合的课程体系与评价标准；二是强调“数智化营销+企业家精神”双轮驱动，注重实践教学与创新能力培养，突出现代服务业营销特色；三是构建中外师资协同授课机制，强化跨文化沟通与国际化素养训练，培育学生“中国心·世界眼”的全球胜任力。

二、党建思政工作

在党建工作方面，学院党委是党建工作的责任主体，负责领导和指导党建工作，确保社会主义办学方向。认真落实党建工作主体责任，涉及合作办学改革发展稳定和师生切身利益的重大事项，执行议事决策机制，通过党委会、党政联席会把好政治关。落实“第一议题”制度，确保上级决策部署在学院落地见效。重视党支部建设和党员教育管理工作，设教工党支部 1 个，学生党支部 2 个，有师生党员 54 人；2025 年度发展党员 24 人，确定入党积极分子 58 人。

在意识形态工作方面，项目坚持和巩固马克思主义在意识形态领域的指导地位，在课程体系、教材建设、教学内容、教师引进等方面把好政治关，落实意识形态责任制。2025 年开展了意识形态制度“废改立”工作，梳理修订意识形态领域制度，制订了《爱恩学院意识形态工作责任制体系》，从人员、内容、过程三个维度构建横向到边、纵向到底的全覆盖工作格局，着力完善教材审核小组对课堂资料、PPT 等核查，院长、教学事务管理中心与英语教学中心主任例会机制，

定期研判外教思想动态和教学运行情况意识形态工作机制，确保中外合作办学背景下意识形态工作有章可循、落地落实。

在学生思政教育方面，项目坚持用习近平新时代中国特色社会主义思想凝心铸魂，全面落实立德树人根本任务，以理想信念教育为核心，以社会主义核心价值观为引领，突出爱国主义教育特色。2025 年项目开足上好思政课，由学校统一开设了 6 门思政必修课和 1 门四史选修课，统一安排开课教师和课程考核；思政课中开设了《习近平新时代中国特色社会主义思想概论》课程。项目深化党的理论学习，构建“AIEN 青春·学习荟”品牌，强化党团联动、分层分类协同机制，2025 年开展了专题学习和宣讲活动；强化文化育人功能，打造“AIEN 青春·传统文化月”品牌，2025 年线下举办了 3 场主题活动，线上依托“SHOU 爱恩青年”公众号持续推出“我们的节日”“我们的文化”系列推送共 41 篇，形成线上线下融合文化育人合力。

在师德师风方面，项目重视和强化教师队伍建设，把师德师风作为教师队伍评价的第一标准，严格落实师德失范“零容忍”，建立长效工作机制，不断提升育人能力和育德意识。强化中外教师师德师风一体管理和一同要求，2025 年开展了师德师风建设月、专题学习研讨、警示教育活动，承办学校“师德沙龙”，获批学校师德师风建设特色项目；定期组织中外教师 FD 培训班联合开展教学研讨。2025 年学院英语教学中心主管 Sernan San Andres Donacao 荣获上海海洋大学教学名师荣誉称号。

在薄弱环节及下步举措方面，当前项目师生党支部联系服务师生机制仍需持续深化，师生党支部深入基层、联系服务群众的常态化、制度化建设水平尚有提升空间。下一步将牢固树立“党的一切工作到支部”的鲜明导向，不断充实“一支部一实事”品牌内涵，进一步拓展“爱恩·零距离”等服务平台功能，持续完善支部联系服务师生工作。

三、教育教学工作情况

项目课程设置严格遵循并全面落实“四个三分之一”的国际化办学要求，整体呈现高度国际化的特征。其中，外方教师承担的专业核心课程门数占比达到 39.13%，教学时数占比为 41.57%，体现了外方师资在核心教学环节中的深度参与。在课程资源引进方面，外方课程占全部课程的比例为 43.59%，而引进的外

方专业核心课程占全部专业核心课程总量的 69.23%，显示出专业核心课程体系具有显著的国际化整合水平与结构优势。

2025 年度，中方教师 33 人，承担全部中方课程及部分外方课程；其中博士 16 人、硕士 14 人，高级职称 16 人、中级 17 人，学历高、理论扎实，以中青年骨干为主，梯队合理。外方教师 15 人，承担外方课程，均为外籍；其中博士 11 人、硕士 4 人，高级职称 4 人、中级 11 人，同样以中青年骨干为主。外方承担大量全英文专业课程，引入国际前沿理论、案例与方法，保障跨文化教学原汁原味，提升专业国际竞争力与人才培养质量。**中外双方建立了严格的教师选聘机制，确保师资队伍国际化与专业性并重。**中外选派承担外方课的专任教师，需通过外方“全英文教学认证”，具备跨文化课程教学的能力，参与项目教学的中方教师参与外方职称聘选序列。外方选派的教师需通过中方教学能力评估，并严格遵守我国教师行为规范，将师德师风作为其考核的重要内容。注重外籍教师师德建设，签署承诺书。**2025 年无失德失范行为。**同时，学院积极推进外籍教师荣誉表彰，提升其归属感。

项目坚持教学科研双向赋能，在课程改革、学术研究与师资队伍建设方面取得扎实成效。教学改革紧跟数字经济与人工智能发展趋势，持续推进课程体系与教学模式创新。近五年，项目教师主持四十余项教学改革和课程建设项目。2025 年《新媒体营销》先后获批上海市重点课程、校级产教融合重点建设课程；《新媒体运营》入选校级人工智能赋能人才培养改革专项，新增校级课程思政培育项目 1 项，推动价值引领与专业教学深度融合。科研工作立足产业需求并反哺课堂教学。2025 年获批农业农村部政策研究项目，参与申报的国家自然科学基金项目成功立项，并发表多篇高水平论文。研究聚焦水产养殖高质量发展等前沿方向，为课堂教学提供鲜活产业案例与前沿观点，助力教学内容迭代更新。师资建设稳步推进，全年组织教师赴北京、南京、长春、大连等地开展研修和学术交流，累计培训 19 人次，重点提升教师 AI 教学融合能力、数字素养与课程思政教学水平。

在企业导师队伍建设方面，新增聘 2 名资深行业专家，使常驻企业导师总数达到 6 名。企业导师的参与度不断飞跃，在《新媒体营销》等课程中，其实践教学课时占比已超过 50%。

在人工智能赋能教学方面，通过系列课程与工作坊，教师实现了从理论认知到实践应用的跨越，熟练将 AI 工具用于学情分析、个性化辅导等环节，显著优化了教学流程与互动质量。

在教学质量保障监督体系方面，项目始终接受来自合作双方学校的监督和审核，建立内外部教学质量保障体系。对内依托双方办学要求，搭建“OADRI”五步循环质量保障体系；对外主动接受中澳两国教育主管部门督查评估，同步参与第三方权威机构认证，实现内外质控体系互补联动。中方每年两次期中教学检查，通过听课、座谈、问卷排查问题；外方为保障教学质量，选派管理人员参与项目管理，并为引进的 17 门全英文课程各配备 1 名课程协调员。项目学生享有与外方本土学生相同的教学服务平台及资源，包括图书馆、论文查重与修改支持及英语提升项目。每学期外方派员开展入学导向，课程结束后通过问卷评估教学，并实施年度教学质量巡访，涵盖听课、座谈与交流。作为外方海外办学点，项目定期接受外方教学质量检查与评估，确保教育教学与国际标准接轨。在毕业设计（论文）管理上，严格落实全流程规范管理，依托盲审、答辩双重把关机制，严把论文出口质量，持续稳固整体教学质量。

四、人才培养成效情况

项目办学二十三年来，始终严格依据《中华人民共和国中外合作办学条例》及其实施办法，遵循两校合作协议，规范办学，秉持“以学生为本，教书育人”的理念，全面引进塔大优质教育资源，构建特色管理与教学模式，持续提升办学质量和人才培养水平，毕业生广受用人单位好评。

在升学与就业方面，项目毕业生就业率为 98.40%，其中，直接就业同学占比 37.43%，出国（境）留学占比 47.59%，其中被世界百强大学录取占比 57.30%，国内升学占比 13.37%，其中进入重点院校占比 76%。就业整体呈现高质量、多元化态势，其中直接就业同学基于专业、英语以及国际视野等综合优势进入快消、互联网、商务服务业等行业从事市场策划、品牌服务以及数字营销等岗位；2025 年，项目 12 名学生获推免录取，其中 10 人被“双一流”高校录取，含同济大学、

北京师范大学、东南大学、中国海洋大学、上海大学等；另 2 名学生进入华东政法大学深造。推免生获奖加分材料累计 51 项：其中校级荣誉 41 项，涵盖优秀学生、优秀团员、优秀学生干部及标兵等；学科竞赛 8 项，包括挑战杯、数学建模、三创赛、市场调查与分析大赛等国家级及省市奖项；SCI 收录论文、发明专利等科研成果 2 项。

在培养目标达成情况方面，依据第三方机构编制的《上海海洋大学毕业生就业质量年度报告》，本项目毕业生就业率、签约率均位居全校前列，人才培养成效获得用人单位广泛认可。薪酬方面，2025 届毕业生月均高于全校本科毕业生平均薪酬；在 2025 届毕业生就业与培养质量专项调查中，毕业生岗位工作满意度达 97.67%，整体评价良好。

在学生发展支持体系建设方面，市场营销专业构建多维学生成长支持体系，夯实学风建设与综合素质培育。依托学业促进工作室开展“学霸微讲堂”品牌活动，五年覆盖千余人次，推动优良学风形成。实践创新方面，持续办好商业项目策划大赛，迄今已连续举办十六届，累计参赛超近四千人次，打造跨专业双创品牌赛事。每年遴选推荐骆肇尧科创基金项目，组织学生参与“挑战杯”“互联网+”等高水平竞赛，充分激发学生创新潜能。同步开展“AIEN 青春”爱国主义教育、传统文化月等主题活动，借助易班平台落实网络育人，开展心理特色活动，提升学生心理韧性与综合素养，学院及团支部、团干部多次获上海市基层团组织典型选树表彰。

在国际视野、跨文化交流与实习实践培养方面，项目借力对外合作资源，搭建“课程融合、文化交流、项目联动”三位一体国际化培养体系，采用“大课+小课”教学模式，锤炼学生外语水平与跨文化协作能力。结合产教融合平台，依托数字营销创研中心、企业导师资源，将企业真实项目引入教学，组织学生参与账号运营、直播实战等实践任务，以赛事、产学研项目为载体，打通实习实践育人链条，全方位提升学生综合实践能力与职业竞争力。2025 年，短期国际交流项目和本硕连读项目共计 17 名学生。

五、财务管理情况

本项目严格执行《关于规范本市公办高校本专科学费收费标准的通知》（沪发改规范〔2023〕4 号）及《关于优化本市公办高校本专科学费形成机制的通知》

（沪发改价调〔2023〕21号）文件精神，收费标准经上海市财政局、物价局核准并在招生简章中公示。自2023级（含）起新招录的本科学生，学费收费标准为每生每学年19500元；2023级之前已招录的本科学生，学费仍按原标准执行，即每生每学年15000元。项目按学年进行收费，有规范的年度预算和决算，定期进行会计核算，编制财务会计报告并接受财务审计。

六、组织管理情况

本项目在两校项目联合管理委员会的指导下开展工作，由上海海洋大学爱恩学院负责教学实施组织。学院坚持党委会和党政联席会议制度，实行民主集中制，确保党的领导贯穿合作办学组织实施全过程。

联合项目管理委员会负责监督、评估和管理该协议项目的任何部分。联合项目管理委员会由中方和外方各提名3-4名成员，一般由分管校长、学院书记、院长、职能部门负责人组成，双方各提名一名联席主席，在会前由委员会成员认可产生，每年召开一次会议。联合教学管理委员会是联合项目管理委员会领导下的教学管理机构，负责制定专业教学计划和课程设置；商定和完善各项教学管理制度；组织教学质量检查和评估；讨论和处理教学与管理中出现的问题；讨论解决操作协议执行中可能出现的问题。双方各4名成员，一般由教务处、国交处负责人、学院领导组成，每年召开一次会议。学术计划会议是指双方学院主管教学的副院长、系主任之间召开的常规会议，讨论在教育教学过程相关问题。

中外协同的多层级治理体系，持续推动学院办学治理提质增效。近五年毕业生跟踪调研数据充分印证学院管理体系运行实效。2021至2025届毕业生各项满意度指标逐年稳步提升。学校总体评价满意度由89.92%升至94.05%，教育质量满意度从85.27%增至92.43%。教学条件与学习支持认可度同步走高，教学环境满意度86.82%提升至93.51%，学习支持服务满意度达94.05%。项目教学总体满意度稳定在91%以上，培养目标、能力匹配、毕业要求认同度常年超90%。毕业生个人成长满意度涨幅最为突出，由79.84%提升至92.97%。

项目依托中外协同管理、常态化质量督查与全链条育人服务构建一体化闭环管控体系，整体治理运行成效良好，但在跨文化教学管理精细化程度、毕业生中长期职业发展动态研判方面仍存在短板。下一步将深化双方多层级议事机制的常

态化沟通与数据互通，健全毕业生职业发展动态数据库，强化中长期发展跟踪，持续提升协同治理水平与人才培养质量。

七、依法办学及办学规范性情况

本项目严格遵照《中华人民共和国中外合作办学条例》及其实施办法的要求，并制定了符合国家法规政策要求，结合项目实际的系列管理制度，依法规范办学。2008年，作为上海市第一批中外合作项目通过教育部复核，获得国家教育部颁布的中华人民共和国中外合作办学项目批准书。

2025年度，本项目未发生超规模招生、未擅自变更外方、未擅自变更培养模式、未通过中介参与招生录取及人才培养核心环节、未违规使用境外教材。

八、合作办学辐射成果

项目持续深化与塔斯马尼亚大学的合作，在推动教育理念、合作层次、人文交流与社会服务等多维度协同发展，有效促进了两校在教育与人文领域的深度互动。项目借鉴塔大商学院AACSB认证标准与教学模式，引进课程体系及质量保障机制，推进中方课程标准化。本项目率先实现全英文授课，成为学校首个全英文本科专业；塔大专家通过工作坊、联合研讨提升教师国际化教学能力。双方共建联合培养博士项目，推动科研合作与高层次交流，并带动其他专业与塔大对接，以点带面提升全校国际化办学水平。

2025年，项目增设“数字营销”微专业，面向学校其他专业招生。该微专业精准对接长三角，尤其是临港新片区在海洋经济、跨境电商等领域的特色人才缺口，旨在培养“主修专业+数字营销”的T型复合人才。微专业集中体现了四大特色：一是产业深度嵌入，课程实训源自合作企业；二是打造“海洋+数字”交叉特色，开设海产品电商直播、海洋文旅IP开发等内容；三是复用AACSB及中外合作办学资源，设两门全英文课程；四是融入1+X证书标准，提供全媒体运营师认证，实现学历教育与职业能力双向增值。

在合作层次与范围拓展方面，双方共同设立联合培养博士项目，吸引多专业优秀学子参与，推动科研合作与高层次学术交流。同时，项目带动学校其他专业与塔大建立联系，形成“以点带面”的合作网络，促进全校国际化办学水平整体提升。

在人文交流与文化传播方面，2025 年举办“塔斯马尼亚日”，邀请外方代表与校友分享，拓宽学生国际视野；选派 17 名学生赴外方开展为期 6 周的短期研学。此外，自 2012 年起实施本硕连读项目，凭借免雅思、学制短等优势，专业累计培养了 172 名学生，有效衔接海外升学需求。

在社会服务与区域影响延伸方面，2025 年度，引导学生积极参与“四个一”暑期社会实践活动。同时组织学生积极申报社会实践项目，共产生 4 项校级立项，2 项院级立项，其中，2 个项目分别获得校级社会实践大赛一等奖、三等奖，《玉见非遗：玉石雕刻的跨地域文化共鸣》项目获得 2025 年“知行杯”上海市大学生社会实践大赛一等奖，刷新学院最好成绩。

综上所述，本项目通过长期紧密合作，不仅实现了自身人才培养质量的提升，更在课程建设、师资发展、科研协作、文化交流等多个维度形成了广泛而深入的辐射效应，为深化中外高等教育合作与人文交流作出了积极贡献。

九、形势分析及应对措施

结合 2025 年度师生及用人单位反馈，围绕 2024 年提出的拓展国际合作路径、强化中外融合产教资源整合、完善毕业生跟踪与反馈机制三大整改方向，各项举措已在年度工作中持续推进。在此基础上，对照应用型人才培养新要求，项目仍存在以下需要深化细化的方面：

第一，产教融合机制有待由“点上突破”走向“系统深化”。2025 年启动的数字营销创研中心建设与项目制教学已初见成效，但距系统化的产教融合仍有差距：一是深度共建的“产教融合型”课程数量仍显不足，企业元素融入课程的体系化、标准化程度不够，课程共建仍以单点合作为主；二是企业导师队伍参与教学的稳定性、投入的持续性有待加强，相关聘任、管理与激励制度需要进一步优化。

第二，适应产教融合需求的师资队伍建设仍需加强。2024 年提出的中外协同师资建设已逐步推开，但对照“懂理论、会实战”的复合型师资要求仍有差距：一是兼具深厚学术背景与丰富数字营销实战经验的“双师型”教师仍显不足；二是面向专业产教融合的多元化导师队伍尚未完全成型，企业导师、产业导师来源相对单一、结构不够多元，参与教学的稳定性与协同性有待加强。

针对专业高质量发展中存在的问题，现提出以下整改计划：

第一，深化产教融合长效运行机制。一是课程共建落实落细：聚焦数字营销、品牌策划、跨境电商等专业核心方向，制定产教融合课程建设标准，2026 年与企业共同开发不少于 3 门核心课程的模块化企业实战内容，并配套案例库与实训项目；依托创研中心拓展与头部企业合作，共建产业学院或创新班，探索项目制、订单式培养，推动课程共建由单点合作走向系统共建。二是导师管理规范长效：在现有企业导师队伍基础上，优化选聘、培训与考核办法，确保企业导师深度、稳定参与教学全过程。

第二，持续打造适应产教融合需求的多元化师资队伍。一是拓宽企业导师、产业导师选聘渠道，丰富导师来源与专业结构，吸引更多具有数字营销、品牌运营等实战经验的行业资深人士稳定参与教学。二是支持现有教师赴头部企业挂职、访学，参与前沿产业项目，加快“双师型”教师培养。