

浙江万里学院德国品牌应用科学大学联合学院

2024 年度自评报告

浙江万里学院德国品牌应用科学大学联合学院（许可证编号：MOE33DEA02DNR20232356N，以下简称“联合学院”）2023年4月经教育部批准成立，是由我校与德国品牌应用科学大学共同举办的非独立法人中外合作办学机构。现将联合学院2024年度办学情况报告如下：

一、办学基本情况

(一)机构和项目情况

联合学院以国际化人才培养为核心，坚持应用型、国际化办学定位，融合德国品牌应用科学大学教育理念与优质资源，构建“学科特色化、产教研融合化、资源协同全球化”的发展路径。学院以德国“品牌科学”学科体系为核心，结合国家与地方产业转型升级需求，打造“艺+商+媒”跨学科融合的“品牌建设”专业群，有效填补国内“品牌科学”学科空白，凸显新兴交叉学科特色。

在人才培养定位上，学院确立应用型、国际化、高素质的人才培养目标，借鉴德国双元制产教融合模式，构建“校内实验中心-校内研究中心-校外实习基地-国际合作基地”的“四位一体”实践平台，通过企业课题导入、企业导师参与、OBE项目制教学，精准培养服务品牌建设全产业链的专业人才。目前，学院开设视觉传达设计（Brand Design）、广告学（Brand Communication）两个专业，采用“4+0”模式培养，学生全程在浙江万里学院学习，修业合格后可同时获得浙江万里学院毕业证书、学位证书以及德国品牌应用科学大学学位证书。

(二)中外方参与更新培养方案情况

为顺应人工智能领域快速发展的趋势，学院持续优化人才培养体系，对2025级培养方案进行了针对性的课程更新。本次调整主要聚焦选修课程与跨学科平台课，在保持核心课程不变的前提下，积极融入AI相关元素，以增强学生的前沿技术素养与跨领域实践能力。具体调整包括：将原“图形创意”课程升级为“创意技术与AI”，强化创意表达与人工智能工具的结合；新增“网络直播技术”选修课，回应数字经济与新媒体传播的人才需求；同时增设跨专业平台课程，促进不同学科背景学生的知识融合与协作创新。

（三）本年度招生和毕业生情况

联合学院招生纳入国家普通高等学校统一招生计划，通过全国普通高考录取，严格执行国家统一招生政策，与浙江万里学院招收中国籍学生执行相同招生政策和标准。视觉传达设计与广告学两个专业每年各招生 90 人。2024 年招生工作成效显著，两专业均完成满额招生，生源质量稳步提升。录取分数和位次较 2023 年实现大幅跃升，生源质量与数量实现“双提升”。

省内招生中，广告学（中外合作办学）专业表现尤为突出，录取位次较去年上升 15286 位，录取平均分提高 18.2 分，高考平均分为 561.1 分，与学校同专业普通类差距仅为 2.7 分；视觉传达设计（中外合作办学）专业平均分为 538.8 分，与学校同类型非中外合作专业分差仅 2.9 分，专业认可度持续提高。

省外招生同样取得突破，两专业录取分数全面上涨。其中，视觉传达设计专业涨幅较为显著，在贵州省的录取最低分较 2023 年提高 237 分，在内蒙古的录取最低分提升 144 分，省外竞争力显著增强。

（四）学生规模和师资队伍情况

截至 2024 年底，学院在校生规模为 268 人，教师 30 人，生师比为 8.93:1。教师队伍中，外籍教师 11 人、中国籍教师 19 人。师资队伍主要通过德方派驻、中方自有教师与国际招聘三种渠道组建。本年度外籍教师中，3 名为国际招聘教师，8 名为德方派驻教师，其中德方派驻的全职教师占比 75%，兼职教师占比 25%。

学院在引进外籍教师的同时注重本土师资培养，目前有 1 名教师在职攻读博士学位，另有 4 名教师有读博意向。

（五）延期变更和参加评估情况

为进一步完善“品牌科学”学科体系，学院于 2024 年 7 月向教育部申报增设艺术与科技（Design & Technology）“4+0”本科专业。由于学院尚未完成一个完整的培养周期，本年度未安排参加相关办学评估。

二、党建思政工作

浙江万里学院德国品牌应用科学大学联合学院获批后，学校党委遵循“三同步”原则，设立中德品牌学部党总支，由联合学院院长张宜平同志担任党总支书记，其作为机构联合管委会当然成员进入领导班子。学部党总支在校党委领导下开展工作，2024 年全年充分发挥政治核心作用，将立德树人贯穿教育教学全过程。

程，推动党建与中外合作办学业务深度融合，成效显著。

(一) 重点工作开展情况

1. 筑牢意识形态防线

学部党总支严格落实意识形态工作责任制，成立领导小组，制定实施办法，将其纳入述职考评。加强马克思主义理论宣传教育，坚定师生“四个自信”，反对错误观点与不良倾向。强化阵地管理，建立定期分析研判和风险防范制度，落实讲座“双审制”、宣传内容“三审三校”及教材选用把关制度。聚焦爱国主义教育，结合中外合作办学特色，开展中华传统文化、民族复兴中国梦等主题教育。每学期至少召开一次意识形态风险研判会，做好敏感节点风险排查。

2. 深化思政教育实效

构建“思政课程+课程思政+日常思政+生活思政”四维联动育人格局。规范设置思政课程，开设《习近平新时代中国特色社会主义思想概论》等5门课程，计15个必修学分；依托教改项目，开设非遗文化等特色课程，通过项目化教学、双语宣讲等形式传播中国文化。全面推进课程思政，跨学科重组课程体系，建立思政分中心，构建四年“PSB 一贯制”爱国主义思政体系，2024年学生完成各类品牌赋能项目13项。搭建日常思政实践平台，与12个单位建立实践基地，开展“行走的英语课”“星宝唐宝，阳光伴跑”等志愿活动，举办“One World One Dream”等跨文化交流活动，促进中外学子文化交流。

3. 规范师德师风建设

重视长效机制建设，2024年开展师德师风专题学习，实现中外教师全覆盖；成立师德师风建设小组，建立日常督察制度，每季度自查并上报；在教师考核、招聘等工作中实行师德师风“一票否决制”，做好外方教师上岗前规范教育与教学引导，2024年未发现师德师风问题。

(二) 加强党组织与党员队伍建设

党总支下设教工、学生两个党支部。截至2024年12月，教工支部有党员19名，学生支部18名；本年度发展党员9人（教工1人、学生8人），新增入党积极分子61人。严格落实各项议事规则与组织制度，全年完成中心组学习10次、党总支委员会10次，各支部累计召开支部大会4次、主题党日活动4次。

(三) 薄弱环节与主要挑战

一是意识形态工作精准化与韧性不足，外方教育资源价值理念鉴别引导难度大，国情教育与价值引导需更精细设计和专业应对。二是思政教育针对性与亲和力有待提升，现有模式与学生特点、国际化视野融合创新不足，课程思政有机渗透存在难点。三是党组织自身建设面临新课题，党支部活动吸引力、党员教育管理持续性有待增强，在高知群体及外方人员中开展党建工作的方式需创新。

（四）下一步工作思路

一是构建精准防控体系，细化外方教育资源意识形态风险评估与审查流程，组建联合评议小组；创新教育引导方式，加强网络舆情监测与引导队伍建设。二是创新思政工作模式，鼓励中外教师共建教学团队，开发特色教学案例；打造主题实践品牌，加强辅导员与学业导师协同。三是激发组织内生动力，优化党支部设置，丰富活动形式，完善党员联系服务机制，加大优秀人才发展党员力度，提升党组织战斗力。

三、教育教学工作

学院以育人为本，深耕教育教学改革，确立“跨文化、跨学科、应用型”核心育人特色，持续深化“艺+商+媒”跨界整合人才培养路径，通过系统融合优质企业资源与国际化课程体系，着力构建实践导向鲜明、多方协同联动的育人生态，推动教育教学质量稳步提升。在此过程中，相关教学改革成果丰硕，由学院主持完成的教学成果“中德深度合作的交叉复合型‘品牌建设’人才跨专业培养模式探索与实践”获得 2024 年宁波市高等教育教学成果奖二等奖；参与完成的学校国际化办学相关成果获特等奖、一等奖。

（一）国际化课程设置

视觉传达设计与广告学两个专业严格遵循双方协议要求设置课程、配备相应师资，确保引进德方教育教学资源的数量和质量。

2024 年度，我院视觉传达设计、广告学两个专业均按教学计划完成课程开设与国际化教学任务，具体情况如下：

视觉传达设计专业本年度共开设课程 45 门，总计 78.25 学分。其中，公共基础课 15 门（20.75 学分），专业课 30 门（57.5 学分）。在国际化课程建设层面，专业引进德方课程 8 门（21 学分），占全部课程的 17.78%；师资配置上，德方教师承担专业核心课程 8 门（21 学分），课程门数占比 17.78%、学分占比

26.83%；从教学时长维度统计，德方教师所授核心课程教学时数达336学时，占专业全部教学时数的26.83%。

广告学专业本年度共开设课程42门，总计83.25学分，其中公共基础课17门（31.75学分），专业课25门（51.5学分）。专业同步推进国际化教学落地，引进德方课程7门（18学分），占全部课程的16.67%；德方教师负责专业核心课程7门（18学分），课程门数占比16.67%、学分占比21.62%，其授课的核心课程教学时数为288学时，占专业全部教学时数的21.62%。

（二）教学质量

联合学院遵循教育教学质量保障要求，在质量管控上构建全流程、多层次体系，2024年度各项保障措施实施情况如下：

1. 完善常态化例会制度，建立中德教学院长周例会、全院教学周例会、教研室周例会、外教例会及外教-协同教师例会五级会议制度，并实施教研室集体备课制度，有效促进教学信息共享、共性问题研讨及教学经验互鉴。2024年度，学院累计召开各类教学会议14次，开展备课与说课6次，实现教学问题及时解决、教学改革举措快速落地，教学规范化管理水平显著提升。

2. 强化院级督导制度，组建由院领导、专业负责人及骨干教师构成的8人院级督导委员会，聚焦国际化办学特色，通过日常巡课、随堂听课、专项检查、定期复盘等方式，开展全流程教学督导。2024年度，院级督导累计开展巡课10次，随堂听课105次，覆盖视觉传达设计、广告学等全部专业课程，听课覆盖率达100%；召开督导工作例会9次，有效规避教学风险，提升课堂教学质量。

3. 构建三位一体评教制度，通过“学生评教、督导评教、同行互评”拓宽评价反馈渠道，及时调整中外合作办学人才培养需求。2024年度，各项评教工作全面落地：组织学生评教87次，参与学生268人，覆盖全部任课教师及课程，学生评教平均满意度达88.05%；督导评教结合课堂教学、实践环节、教学文件等维度，完成33名中外方教师的专项评价；开展中外教师交叉听课17节次，有效优化教学策略，提升人才培养适配性。

（三）师资队伍建设

本学年，学院以中德合作办学为契机，锚定高层次师资引育与科研能力提升双目标，持续强化师资队伍建设，获得多项标志性成果。

在高端人才引育方面，学院引进的德籍顶尖专家 Sandra Groll 教授成功入选宁波市甬江创新人才项目，获专项支持资金 50 万元。

在师资团队协同科研攻关层面，中德教师充分发挥学科互补优势，联合申报科研项目取得突破。学院获批国家艺术基金项目 1 项（120 万元）、省市级项目 10 余项。德籍教授撰写的品牌科学专著由 Springer Nature 出版，提升学院国际学术影响力。中方教师同步发力，发表 SCI 论文 4 篇、A&HCI 论文 1 篇、CHI 顶会论文 1 篇及其他各级别论文 20 余篇。

四 产教融合

本年度，学院积极深入企业，拓宽学生的实践锻炼与就业渠道，累计访企 12 家，邀请企业进校 16 家。同时，学院大力推进产学研深度融合，新增 8 个产教融合实践基地。成功引入以视觉中国为代表的行业内知名文化创意企业作为战略合作单位，合作成立“数智协同创新发展中心”；与本地老字号品牌昇阳泰建立产学研战略合作关系，以项目制形式复兴老字号品牌，共同推动文化传承与创新。新增社会服务项目 26 项，为科研成果的社会化转化注入新的活力。

四、人才培养成效情况

(一) 学生竞赛获奖成果丰硕

学院积极推动学生参与各类竞赛，充分发挥国际化办学与学科交叉优势，助力学生实现竞赛能力突破。在大学生创新创业训练计划项目中，共立项 12 项，其中含国家级 9 项、省级 12 项，依托项目发表论文 11 篇，获得专利 1 项；学子在学科竞赛中表现亮眼，获得 A 类竞赛——全国大学生广告艺术大赛全国三等奖 1 项、全国优胜奖 3 项，还获得米兰设计周中国高校设计学科师生优秀作品展浙江赛区一等奖及全国三等奖等多项重要荣誉，竞赛育人成效显著。

(二) 扎实推进学生国际视野与跨文化交流能力培养

学院以多元活动与特色课程为载体，全方位提升学生国际视野与跨文化交流能力。

成功举办第二届新生晚宴，邀请中德两校领导、教师代表、全体新生及家长代表等 300 余人共聚交流，构建师生家长三方交流平台，营造浓厚国际化校园氛围，有效增强新生归属感与身份认同，为其跨文化学习生活奠定坚实基础。

创新实施“1+3”导学营，覆盖全体新生，通过行业前沿分享、专业导引、专题工作坊等形式，促进学生知识融通与技能提升。开设“跨文化戏剧实验”特色课程，以英语舞台剧创演为主线，着力提升学生跨文化沟通与团队协作能力。年内，学生完成经典故事《九色鹿》的现代改编并成功公演，获得师生广泛好评。

搭建跨文化交流平台，常态化开展“行走的英语课”“中英文角”“世界青年说”等特色交流活动，并结合中国文化体验之旅开展系列实践项目。全年累计开展各类跨文化活动20余场，参与学生覆盖各年级，有效增强了学生的文化认同、沟通能力与国际素养，营造了开放融合的国际化成长氛围。

学院注重在社会课堂中锤炼学生本领、坚定理想信念。2024暑期，学院组建了10支暑期社会实践队伍，参与师生89人次，累计获校内外报道79次，包括21家国家级媒体，11家省级媒体。2支队伍获评校级优秀实践队。学生在服务社会中拓宽视野、增长才干，实现理论与实践深度融合，进一步坚定了理想信念。

（三）学生升学与就业

因学院办学时间尚短，未历经完整学制周期，目前无毕业生升学、就业相关数据。

五、财务管理情况

联合学院严格遵循《中华人民共和国中外合作办学条例》及其实施办法、《高等学校财务制度》等相关法律法规，以及《浙江万里学院德国品牌应用科学大学联合学院财务管理办法（试行）》等内部制度，规范开展财务管理工作。学院在浙江万里学院财务体系内设立专门账户，独立核算，实行专款专用、收支两条线管理，确保资金使用安全合规。联合学院按学年收取学费，以人民币计收学费和其他费用。收费项目和标准符合国家有关规定，并在招生简章中向社会公布，无任何违规收费行为。

2024年度学费收入1656.68万元，经费主要用于教育教学活动、师资队伍建设、教学条件改善、质量保障及双方合作必要的管理运行等，所有支出均符合规定用途，有效支撑了办学活动的顺利开展与质量提升。2024年度已委托具备资质的第三方审计机构对财务收支情况进行审计，审计报告已按要求提交至中外合作办学年报系统。

六、组织管理情况

联合学院实行联合管理委员会(以下简称“联管会”)领导下的院长负责制。联管会作为最高决策机构，由中德双方校领导及相关负责人共同组成，负责审定发展规划、年度计划、财务预决算、重要人事任免等重大事项。2024 年度，联管会共召开两次定期会议，并举行一次中德两校校长专题工作会议，就专业建设、师资配备、质量保障、财务运行等关键议题进行深入研讨与决策，机制运行顺畅，双方协作紧密。

日常管理中，联合学院坚持并不断完善党政联席会议制度，确保各类重要事项在充分讨论与民主协商的基础上形成决议，有效保障决策过程的民主化、科学化。同时，学院严格执行党委民主生活会制度，不断加强领导班子思想政治建设和作风建设；全面落实党务公开制度，营造公开透明、风清气正的管理氛围。

办学过程中，学院管理团队始终重视与学生的常态化、制度化沟通。各班设有教学、生活、安全等信息员，定期收集班级学生的意见与建议；设有舆情反馈机制，及时掌握相应各类动态及诉求。每学期开展学院领导班子与学生代表的专题座谈会，聚焦共性问题与深层需求。2024 年度累计召开学生座谈会 2 次，各类反馈协调会 8 次，及时回应并解决学生在学习、生活等方面的合理关切。

七、依法办学及办学规范性情况

学校及联合学院始终坚持将依法办学、规范运作作为事业发展的生命线，严格遵循国家关于中外合作办学的各项法律法规与政策要求。本年度，经全面审查，各项办学活动均符合规定，未发现任何违规情形。

在招生录取工作中，学院严格执行经教育部核准的招生计划与培养模式，招生过程公开、公平、公正，未发生任何超规模招生或委托中介机构参与招生的违规行为。

在人才培养过程中，学院严格执行已在主管部门备案的培养方案与教学计划，课程设置、教学内容与考核标准均符合双方约定及中国相关规定，未擅自变更外方合作主体、核心课程体系或既定的“4+0”培养模式。

在教学资源使用方面，学院建立了严格的教材选用与审核机制。所有境外教材均经过学院专业初审、学校教务处形式审查，并最终报学校党委审定备案后方可投入使用，确保了内容的适用性与合规性。师资配备符合合作协议要求，外方

教师承担的课程门数与授课时数均达到并超过了规定的标准，保障了优质教育资源的实质引进与教学质量的稳定。

八、合作办学辐射成果

中德联合办学项目凭借扎实的办学基础、创新的培养模式，成功入选“浙江省中外合作办学优秀案例”“宁波市第五届教育改革创新优秀案例”，为助力区域发展新质生产力增势赋能。

学院搭建多元学术交流平台，拓宽国际化学术资源辐射面。成功举办第三届“中德品牌创新论坛”、第五届移动研究大会暨首届品牌传播国际论坛、“老字号·新国潮”创新设计展，通过平台搭建有效增进了国内外学术互动交流，凝聚了全球学术研究力量，共同推动品牌传播领域的创新发展。同时，面向全校师生开设“国际品牌创新”“海丝文化交流”两大系列讲座，累计举办 25 场。邀请国内外行业专家、学术大咖担任主讲嘉宾，内容涵盖国际品牌运营、跨文化传播、海丝文化传承与创新等多个领域，让全校师生共享优质国际化学术资源。

加快“走出去”交流步伐，展现办学和科研成果国际影响力。学院受邀参加在德国萨尔布吕肯举办的第九届“中德论坛：高层次应用型人才培养”，并在大会上做《跨学科品牌类人才培养的双元制实践》的报告；在浙江省中德“双元制”试点工作研讨会上做项目主题汇报，为全省“双元制”办学试点工作提供了可借鉴的实践范例；学院师生代表赴澳门参加亚太传播论坛，在论坛上做专题论文分享，并集中展示学部在人工智能与传播融合领域的最新研究成果，进一步提升了项目在国际学术领域的影响力。

九、形势分析及应对措施

在当前全球地缘政治格局深刻演变、国内教育对外开放迈向高质量发展阶段的宏观背景下，联合学院的办学事业既置身于重要的战略机遇期，也面临着内外环境变化所带来的多重挑战与潜在风险。一方面，国际关系的复杂性与不确定性可能传导至教育合作领域，表现为学术交流渠道受限、外方师资派遣周期延长或合作意愿波动等潜在连锁反应；另一方面，随着中外合作办学领域的整体扩张，生源市场对办学质量、特色与回报提出了更高要求，持续提升专业吸引力成为关键课题。同时，中德双方在文化背景、教育理念及管理实践上存在的客观差异，也对深度融合与高效协同构成了现实挑战。

为积极应对上述形势，确保办学行稳致远，联合学院将系统规划并实施以下举措：

(一)建立涉外风险动态评估机制。学院将设立专项工作小组，跟踪研判国际教育政策与地缘政治动向，重点研判其对师生交流、课程实施、资源引进等方面 的潜在影响，提前制定应急预案。

(二)强化办学特色与核心竞争力建设。学院将紧密对接浙江省乃至长三角地区 对品牌、设计、科技融合领域的高端人才需求，进一步聚焦与德国品牌应用科学 大学的优势资源，推动“品牌科学”理论与中国市场实践深度融合，增强在招生 与就业市场的长期吸引力。

(三)深化跨文化管理融合与协同效能。学院将持续优化联合管理委员会的议事 规则与决策流程，完善常态化沟通协调机制，通过定期举办中德双方管理团队与 骨干教师的联合研修、工作坊及文化交流活动，增进相互理解与文化互信，推动 形成理念共通、行动协同的高效治理模式，为办学质量提升提供坚实的组织保障。