

产教融合促进广东省广告高等教育创新发展的路径研究

袁玉华

广东交通职业技术学院格物创新 & AI 空间心智工作室 广东省广州市 510000

摘要: 随着数字媒体技术不断进步, 广告行业快速变化, 广东高校的广告教育也面临不少挑战, 比如课程内容落后、实践教学薄弱、学生能力与行业需求不匹配。本文通过调研和理论分析, 总结了当前的教育现状, 发现了产教融合过程中的问题, 并提出了改进方向: 更新课程体系、加强校企合作、提升教师实践能力。在推动高质量发展的背景下, 广告教育需要走向“融合赋能、协同进化、系统重塑”的新模式。这将有助于培养更符合行业需求的人才, 推动教育与产业共同进步。

关键词: 产教融合; 广告高等教育; 课程改革; 校企合作

一、引言

随着新技术的发展、媒体环境的变化以及消费方式的升级, 广告行业正在经历从传统传播到智能化、社交化、多样化的转型。广告公司越来越重视创意能力、数据分析和技术整合, 对广告人才也提出了更高的要求, 包括跨领域能力和创新能力(张扬, 2025)。

高校作为人才培养的重要平台, 需要及时跟上行业的步伐, 对课程内容、教学方法和培养机制进行系统更新。广东作为广告产业的重要地区, 其教育改革探索不仅关系到本地经济转型, 也具有全国示范意义。然而, 目前很多高校的广告专业在课程设计、与企业合作的广度与深度, 以及教师的行业经验方面仍存在明显短板, 影响了学生的综合能力和就业适应力(陈润钿 & 罗依琳, 2025)。因此, 如何建立更加高效的“产教融合”机制, 推动广东广告教育的结构性改革和可持续发展, 已经成为一个迫切需要解决的问题, 具有很高的研究价值和现实意义。

二、文献综述与理论支撑

(一) 国内外研究进展

欧美国家在广告教育方面非常重视学科融合和实战能力培养, 课程内容涵盖数字营销、人工智能广告应用、用户行为分析等新兴领域, 而且学校与企业之间的合作机制已经非常成熟。在我国, 自从国家出台了《职业教育改革方案》和《产教融合建设型城市名单》等政策后, 广告教育与行业之间的合作逐渐增多。但问题依然存在, 比如合作层级较低、效果不明显、反馈周期过长等(李萍, 2022)。尽管广东拥有强大的广告产业基础, 但目前还没有形成具有全国影响力

的“产教融合”示范体系。

(二) 理论基础

在当前教育体系和产业结构同时发生深刻变化的背景下, 广告教育的改革和创新也需要扎实的理论支持。从四个核心理论方向出发, 可以构建出一个更加多元、融合的理论框架, 为未来教育改革的路径规划和模式设计提供有力参考。

1. 什么是产教融合? 让教育更贴近行业实际

产教融合的意思是高校要和产业紧密合作, 不只是教知识, 还要把学生放到实际环境里培养, 让教育真正成为行业创新的一部分(赵阳, 2021)。通过一起设计课程、共用教学平台、共同制定机制、联合培养师资, 高校和企业可以共同培养更贴近市场需要的人才, 解决“学了不会用”的问题。

在广告教育中, 可以把课程内容和实际项目结合起来, 让学生在真实的环境中学习; 搭建学校和企业一起用的实验平台; 邀请行业里的导师参与教学, 打造既懂理论又有实战经验的“双师型”教师团队。同时, 还要改进评价标准, 把行业专家也纳入教学反馈中, 让教学更有针对性, 真正实现理论和实践的结合。

2. 教育创新理论: 让教学更灵活、更贴近学生 and 行业

现代教育需要不断创新, 不只是改课程内容, 还要更新教学目标和人才培养的理念。教育创新理论提倡开放的教学方式, 鼓励跨学科结合, 并采用多种多样的评价方式, 让教学更加全面、灵活。

在广告专业中, 创新可以帮助我们更好地融合创意与技术, 提升学生的批判性思维。比如, 通过模块化课程设计、项目驱动学习和建设产学研合作平台, 学生可以系统地学习

品牌策略、视觉传播、媒体管理等实用技能。

同时，教学要更关注学生的学习体验，采用“以学生为中心”的方法，结合过程性评价和同伴互评，让教学过程更加灵活，更能适应不同学生的发展需求。

3. 传播学理论：用新的媒介思维改造广告教育

传播学是广告专业的重要基础，尤其在数字媒介迅速发展、受众行为不断变化的今天，它变得越来越重要。广告不再是单方面的信息输出，而是一个包含媒介特点、观众心理和传播效果的互动过程。

在这个理论指导下，广告教育应该引导学生转变角色，不只是“内容的生产者”，而是“传播生态的建设者”。具体来说，教学可以包括以下几个方面：

如何根据不同媒介（如社交平台、短视频、AI算法推荐）选择合适的传播策略；

如何用数据分析方法了解用户的行为和心理特点；

如何运用先进技术（如眼动追踪、点击率分析、分享率统计）评估广告的传播效果。

这些内容能帮助学生真正掌握现代广告运作的思维逻辑与操作方法，让他们成为懂策略、懂用户、懂技术的复合型人才。

4. 技术融合与产业转型理论：“技术+创意”驱动的教育范式变革

技术融合与产业转型理论指出，人工智能、大数据、区块链、虚拟现实等新兴技术正深刻改变产业结构与劳动方式，也重塑着高等教育的教学逻辑与育人模式（李文军 & 李巧明，2021）。广告产业的数字化转型，促使高校必须构建“技术+创意”双向驱动的人才培养模式。

在实践层面，这一理论强调“技术融入课程”与“创意嵌入实战”的双路径建设。例如，在广告创意课程中引入AI文案生成与大数据洞察分析，在传播策略课中引导学生使用A/B测试与用户路径追踪等工具，在视觉设计课程中融合AR/VR互动体验设计，从而打破“创意与技术两张皮”的教育困境。同时，还需推动校内外资源的技术共享，构建以“平台+项目+工具”为基础的跨界学习空间，强化学生的系统化技术理解与跨领域整合能力。

广东省广告教育的改革应以多元理论支撑产教融合进程。包括校企协同逻辑的产教融合理论、强调教学革新的教育创新理论、赋予媒介理解的传播学理论，以及推动技术融

入教学的产业转型理论。该框架既指导地方实践，也为全国教育现代化与人才对接提供借鉴。

三、调研方法与数据分析

为深入掌握广东省广告教育中产教融合的实际情况，研究团队开展了问卷调研与深度访谈。样本情况：涵盖12所高校广告专业的学生与教师，共收集有效问卷483份；访谈对象包括企业管理层、广告教育专家及教学负责人。

分析指标：课程契合度、教学实效、企业岗位需求、校企合作深度、师资专业背景等。核心发现：

课程更新滞后：多数学生认为课程偏理论，缺乏实用性，未覆盖诸如社交广告、电商直播、AI绘图等新兴领域；

实践教学不足：约七成企业表示，高校实习以短期和非项目制为主，学生实际问题解决能力欠缺；

企业参与有限：课程共建率不足20%，企业在教学反馈与课程调整中参与机制不完善；

师资行业脱节：约八成教师缺乏广告行业实践经验，难以确保课程内容与行业动态同步。

四、问题剖析

（一）课程内容跟不上行业变化

现在很多广告专业的课程还是以传统理论为主，缺乏对新兴技术和行业趋势的系统了解，教学内容比较零散，实操环节也不够。结果是，很多毕业生进入职场后发现自己还得“从头学起”，很难迅速上手。

（二）学校和企业合作流于表面

目前的“校企合作”多停留在建立实习基地、办讲座的层面，缺少一起设计课程、互派教师、共同开展科研等深入合作。企业普遍反映课程太偏理论、不够贴近岗位要求，而学校方面也很少及时根据企业反馈调整教学。

（三）教师缺乏行业经验

很多高校教师与广告行业联系不够紧密，课程内容多来自书本和文献，缺乏实战经验。这种情况导致学生难以真正掌握行业所需的技能，偏离了“培养应用型人才”的目标（王雪梅等，2021）。

五、对策建议

（一）构建跨界融合课程体系

增设“数字广告创作”“用户行为数据分析”“AI视觉设计”等课程模块；与技术类院系（如计算机、人工智能等）开展联合授课；形成“理论+项目+技术+创意”多维驱

动教学模式。

(二) 深化校企协同育人机制

(1)、建立“双主体”课程开发机制，企业深度参与课程设计与考核；(2)、推动“企业案例进课堂”，设置学期制项目任务；(3)、设立“广告产教融合实践基地”，建设线上线下实训平台。

(三) 推动教师行业化转型

(1)、建立“教师挂职锻炼计划”，每两年派出教师赴企业参与项目实践；(2)、鼓励教师承担校企横向课题，引导其研究方向向行业转移；(3)、开展“教学工作坊”与“数字广告沙龙”等活动，促进教师教学理念与手段革新。

(四) 强化制度保障与政策引导

(1)、依托广东数字经济发展战略，设立“广告产教融合专项基金”；(2)、将产教融合纳入高校绩效考核、专业评估体系；(3)、鼓励建设“粤港澳广告教育协同创新联盟”，整合区域资源，打造协同育人共同体。

六、“三核驱动·四环协同”产教融合创新发展模型

(一)、模型概述

该模型以“教育创新”“产业需求”“技术进步”三大核心为驱动基础，构建“课程重构—教学改革—校企协同—人才输出”四个协同环节，实现高校与广告行业在结构、机制、内容和资源上的深度融合，推动广告高等教育高质量发展。

(二)、模型结构

1. 三核驱动系统 (Three Core Drivers)

驱动核	内容描述
教育创新 (Education Innovation)	教学理念、课程体系、教学方法与评估机制的全面变革，实现从“知识灌输”向“能力培育”转型。
产业需求 (Industry Demand)	基于广告行业数字化、智能化、社交化等趋势，明确企业对复合型、创新型人才的多样化诉求。
技术进步 (Technology Integration)	引入 AI、大数据、VR 等新兴技术，重塑广告传播逻辑与教育内容，实现学科交叉与实践升级。

四环协同路径 (Four Collaborative Rings)

协同环节	具体机制与策略
课程体系重构	推动课程体系革新，可采用“跨领域融合+项目驱动+数据引导”的设计思路，将数字广告、社交平台传播、数据分析及新媒体应用有机结合。
教学模式革新	教学实践方面，可引入反转课堂、混合授课、情境演练与真实项目导向模式，全面提升学生的应用能力与创新素养。
校企协同机制	构建“共同开发课程—协同科研—共享资源—双向评估”机制，实现教育端与产业端的深度联动。
人才输出优化	用能力画像帮我们看清学生的特长与潜力，搭建合理的评价体系，让学校教学、人才培养和企业用人都更配合、更高效。

七、结论与未来展望

广东的广告高等教育正处在一个重要的转型期，正在向“更有创意、更有技术、更贴近行业需求”的方向发展。产教融合不只是更新课程内容，更是推动整个教育体系革新的关键方式。

本文结合理论研究与实际情况，提出了多项发展路径，包括重建课程体系、优化合作机制、整合教学平台、提升师资能力，目的是为广东乃至全国的广告教育改革提供有价值的参考。

展望未来，我们应该深入了解新时代广告人才需要具备哪些能力，比如创意设计、技术运用、品牌策略和文化洞察等。同时，也要建立更全面、多元的评价机制，让教育内容与行业需求更好对接，帮助广东建设成为全国广告人才培养和教育改革的示范区域。

参考文献：

[1] 张扬. (2025). 人工智能背景下科技期刊新质生产力内涵,要素,模型,价值转移重构及发展策略. 中国科技期刊研究, 36(2), 135.

[2] 陈润钿, & 罗依琳. (2025). 新质生产力背景下大学生就业能力提升研究. Advances in Social Sciences, 14, 788.

[3] 李萍. 产教融合背景下广告人才培养模式研究 [J]. 现代传播, 2022(6).

[4] 赵阳. 高等教育产教融合协同育人机制探索 [J]. 教育发展研究, 2021(3).

[5] 李文军, & 李巧明. (2021). “十四五”时期数字创意产业发展趋势与促进对策. 经济纵横, (2).

[6] 王雪梅, 许志强, 郝雯婧, & 陈锦宣. (2021). 智媒时代传媒人才“双创”教育多维融合路径研究. 重庆大学电子音像出版社有限公司.

课题项目：中国高等教育学会 2024 年度高等教育科学研究规划课题重点课题 (项目编号: 24GG0301)。

作者简介：袁玉华 (1978—)，男，汉族，中国江西省赣州人，博士，从事美术学、环境设计、广告学、城市规划与园林景观设计及建筑历史与理论的人才培养、学术研究和设计实践。