

“双创赛”驱动下专业课程改革的理性审视与实践路径

——以网络与新媒体广告课程为例

王 芹, 刘掇辰*

琼台师范学院文学院, 海南 海口

收稿日期: 2025年9月29日; 录用日期: 2025年10月25日; 发布日期: 2025年11月3日

摘 要

本文以“双创赛”为驱动, 基于网络与新媒体广告课程, 理性审视了专业课程改革中的现实困境与双创赛融入课程改革的必然逻辑。从教学目标重构、课程内容优化、考核方式创新、教师资源建设等角度探讨了专业课程改革的实践路径, 进而实现全面培养、双向赋能、动态评价、多元育人的改革效果。该实践路径将显著提高学生的创新意识和专业能力, 为网络新媒体广告相关专业课程的教学改革提供理性思考和实践经验。

关键词

双创赛, 课程改革, 理性审视, 实践路径, 网络与新媒体广告

A Rational Examination and Practical Pathways of Professional Curriculum Reform Driven by the “Double Innovation Competition”

—A Case Study of the Network and New Media Advertising Course

Qin Wang, Nuochen Liu*

School of Liberal Arts, Qiongtai Normal University, Haikou Hainan

Received: September 29, 2025; accepted: October 25, 2025; published: November 3, 2025

*通讯作者。

文章引用: 王芹, 刘掇辰. “双创赛”驱动下专业课程改革的理性审视与实践路径[J]. 教育进展, 2025, 15(11): 6-14.
DOI: 10.12677/ae.2025.15112000

Abstract

This paper, driven by the “Double Innovation Competition” and based on the Network and New Media Advertising course, rationally examines the practical challenges in professional curriculum reform and the inherent logic of integrating these competitions into the reform process. It explores practical pathways for curriculum reform by reconstructing teaching objectives, optimizing course content, innovating assessment methods, and enhancing faculty resources. These measures aim to achieve comprehensive talent development, mutual empowerment, dynamic evaluation, and diversified education. This approach will significantly enhance students’ innovative awareness and professional skills, providing both theoretical insights and practical experience for teaching reform in related fields such as network and new media advertising courses.

Keywords

Double Innovation Competition, Curriculum Reform, Rational Examination, Practical Pathways, Network and New Media Advertising

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

“双创赛”是以创新与创业为核心导向的系列竞技活动,以“创新性、可行性、价值影响”为核心评判维度。双创赛一方面聚焦新技术突破、新兴业态探索与创新模式构建,鼓励参赛者立足前沿领域提出兼具社会价值与市场潜力的解决方案,以创新性为竞争优势[1]。另一方面为创业项目搭建资源整合平台,通过对接政策与资本资源,推动创新成果转化[2]。网络与新媒体广告课程依托新媒体技术发展全链条,通过教学设计,助力学生在数字营销领域捕捉就业与创业机会,要求学生有敏锐的市场洞察力与创新能力,需紧跟 AIGC (生成式人工智能)、程序化广告、私域流量运营等学科前沿[3]。因此本文以网络与新媒体广告课程为例,将“中国国际大学生创新创业大赛”“挑战杯”两个双创赛事引入课程的设计与教学环节中,在理性审视专业课程改革的基础上,探讨双创赛驱动专业课程发展的实践路径。

2. 文献综述

2.1. 国外研究现状

2.1.1. 项目式学习(PBL)理论与实践研究

项目式学习(Project-Based Learning, PBL)“真实问题驱动、主动探究建构”为核心,其理论源头可追溯至 John Dewey 的实用主义教育理论, Dewey 在《民主主义与教育》(1916)中提出“做中学”(Learning by Doing)理念,强调教育应与实践场景结合,通过解决实际问题实现知识的内化与能力迁移[4]。此后,美国教育家 Howard Barrows 将 PBL 引入医学教育领域(1969),明确其“问题导向、小组协作、教师引导”的核心要素,为 PBL 在应用型学科的推广奠定框架[5]。Bell (2010)在《Project-Based Learning for the 21st Century: Skills for the Future》中进一步细化 PBL 的实施标准,指出“真实项目情境、持续探究过程、成果外化输出”是确保 PBL 效果的关键,这一观点被后续传媒类课程教学研究广泛引用[6]。

2.1.2. 产教融合机制在应用型学科中的探索

产教融合作为衔接高等教育与行业需求的核心路径,其国际实践以德国“双元制”教育为典型。Bailey (1992)在《The Double Helix of Education and the Economy》中分析德国双元制时指出,“企业深度参与课程设计、实训环节与考核评价”是其成功关键,这种模式使学生在毕业前即可适配行业岗位需求[7]。美国社区学院的“契约式产教融合”也具有参考价值, Bailey (2004)在《Working Knowledge: Work-Based Learning and Education Reform》中提到,美国部分社区学院与谷歌、Meta 等科技企业签订“人才培养契约”,将企业真实数据(如用户画像数据、广告投放效果数据)嵌入课程,实现“教学-实训-就业”的无缝衔接[8]。

2.1.3. 竞赛驱动型教学的模式与局限

竞赛驱动型教学以“目标激励、实践检验、成果转化”为核心,其理论基础可追溯至 Kolb 的体验式学习理论(1984),该理论强调“具体体验-反思观察-抽象概念-主动实践”的学习循环,而竞赛恰好为这一循环提供了完整场景[9]。

2.2. 国内研究现状

2.2.1. 项目式学习(PBL)理论与实践研究

国内学界对 PBL 的研究聚焦于应用型学科的适配性改造。针对网络与新媒体广告领域,张莉(2021)在《项目式学习(PBL)在网络与新媒体广告创意教学中的应用研究》中通过实证分析发现,现有 PBL 教学虽能提升学生创意能力,但在“前沿技术整合”(如 AIGC 工具应用、程序化广告操作)和“商业逻辑训练”(如私域流量变现路径设计)方面存在明显短板,难以匹配数字广告行业对“技术+创意+商业”复合型人才的需求[10]。

2.2.2. 产教融合机制在应用型学科中的探索

在传媒与广告领域,赵心(2023)《新文科背景下广告学双创人才培养路径探析》通过案例分析发现,广告学专业校企合作多停留在“案例分享”“短期实习”层面,未将企业核心数据(如用户画像、投放监测数据)与课程绑定[11];政策层面,教育部职业教育与成人教育司(2020)《职业教育产教融合赋能提升行动实施方案》鼓励“赛教融合”[12],但潘彩霞(2024)《高职院校创新创业教育与专业教育协同育人的实践路径研究》调研显示,地方院校面临跨学科统筹难、企业参与动力不足等阻力[13]。

2.2.3. 竞赛驱动型教学的模式与局限

国内竞赛驱动型教学研究中,针对传媒类专业来看,邱飞(2023)在《“双创”背景下传媒专业竞赛驱动教学的模式构建》中以重庆文理学院为例,提出“竞赛内容进课程、竞赛流程进课堂、竞赛成果进考核”的思路,但该研究未涉及“如何整合跨学科师资、如何对接企业资源以提升项目可行性”等关键问题[14]。此外,毛露甜(2024)在《“专创融合”背景下竞赛与课程融合的实践——以微生物学课程为例》中提到,竞赛驱动教学需避免“重结果轻过程”倾向,现有考核多聚焦竞赛获奖等级,忽视学生在项目中的“过程性成长”(如团队协作、问题迭代、技术应用)[15]。

2.2.4. 现有研究不足与本文的理论创新、实践特色

综合国内外研究来看,PBL、产教融合、竞赛驱动型教学虽已成为应用型学科改革的重要方向,但在网络与新媒体广告课程中的应用仍存在三方面不足:一是单一模式应用为主,缺乏系统整合,现有研究多单独探讨 PBL 或竞赛驱动,未将“项目驱动(PBL)-资源整合(产教融合)-目标激励(竞赛)”三者有机结合,难以形成闭环;二是前沿技术与商业逻辑融入不足,多数研究未充分覆盖 AIGC、程序化广告、私域流量运营等数字广告前沿内容,导致教学与行业发展错位;三是实践机制不完善,如跨学科师资团队建

设、动态考核机制、项目成果转化等关键环节缺乏可操作的路径设计。

基于此,本文的理论创新体现在两点:其一,构建“PBL+产教融合+竞赛驱动”的三维整合框架,将PBL的“项目链”、产教融合的“资源链”、竞赛驱动的“目标链”深度绑定,弥补现有研究单一维度的局限;其二,深化竞赛驱动的理论适配性,将“互联网+”“挑战杯”等双创赛的“创新性、可行性、社会价值”评价标准转化为课程目标维度,同时融入数字广告前沿技术,丰富PBL在数字营销领域的理论内涵。

本文的实践特色聚焦三个“突破”:一是突破资源瓶颈,通过“高校-平台型企业(如抖音、小红书)-广告主”三方协同,将企业真实项目、实时数据与AIGC工具嵌入课程,解决产教融合浅层化问题;二是突破考核僵化,构建“过程(30%)+结果(50%)+转化(20%)”的动态评价机制,将竞赛参与、团队协作、项目落地效果纳入考核,避免“重结果轻过程”;三是突破师资局限,组建“广告专业教师+计算机/市场营销跨学科教师+行业实操人员+企业导师”的多元团队,解决竞赛指导中“技术支撑不足、商业逻辑薄弱”的问题。

3. 专业课程改革的现实困境

3.1. 行业发展与专业课程的错位失衡

随着数字经济的快速发展,行业对人才的需求从专一技能转向“前沿技术应用+创意+商业逻辑”的复合型能力。但传统课程体系一直存在“重知识传授、轻能力培养”的弊端。虽然高校目前提高了实践学时的比例,但是师资与实践平台建设却滞后于行业发展。例如,网络与新媒体广告课程的教学还局限于普通教室,缺乏“AI创意实训平台”“程序化广告模拟系统”等专业工具支持;课程设计以“静态案例分析”为主,未系统覆盖AIGC的广告创意应用(如如何用AI生成符合品牌调性的短视频脚本)、私域流量的运营方法(如基于用户画像的社群内容推送逻辑),缺乏行业前沿案例导入以及市场洞察力、创新能力与团队协作能力的系统训练,导致“专业课程培养难以跟上行业发展”的普遍问题。

3.2. 专业课程改革中的结构性矛盾

3.2.1. 课程之间各行其步

专业各类课程在教学目标和授课计划方面按各自节奏推进,彼此缺乏协同与统一规划。课程之间在内容衔接、教学节奏上未能形成有机配合,可能造成学习体验不连贯或培养效果弱化。例如,“网络广告理论”课程讲授广告策略的基本框架,但未与“新媒体技术应用”课程的“AIGC工具操作”衔接,导致学生虽掌握“策略理论”,却无法用AI工具将策略转化为具体创意;“广告效果分析”课程教授基础的数据指标(如点击率、转化率),但未与“市场营销实务”课程的“私域流量运营”结合,学生难以理解“私域用户的复购率如何反哺广告投放策略”,最终造成“理论与前沿应用”的脱节。

3.2.2. 课程资源面临瓶颈

课程改革中,授课内容、授课方式、以及教学环节设计都面临资源整合的瓶颈。目前的课程资源多停留于案例分享层面,企业真实需求、行业数据资源未能深度嵌入课程设计中^[16]。例如,网络与新媒体广告教学中常使用书本案例,缺乏抖音、快手等平台的实时流量数据支撑,致使教学场景的真实性被削弱。

3.2.3. 考核方式束手束脚

课程考核方面,部分院校仍以传统考试或者个人作业为主,而且规定专业核心课必须采用试卷考

核, 完全忽视了课程的特殊性。例如, 试卷考核多聚焦“广告理论定义”“传统案例分析”, 未涉及“AIGC 创意方案设计”“程序化广告投放报告撰写”“私域流量运营方案策划”等实操内容; 个人作业的形式(如撰写一篇广告策划案)无法考核“团队协作”(如程序化广告投放中的“数据岗-策略岗-创意岗”配合)、“路演答辩”(如双创赛中对项目可行性的阐述)等竞赛与行业必备能力[17]。这种考核方式不仅占用大量课程时间, 更导致学生对前沿技术应用、团队协作的重视度不足, 难以适应双创赛与行业岗位的需求。

3.3. 赛教融合改革中的机制缺失

3.3.1. 培养目标殊途不同归

专业培养目标与教学内容本应侧重一致性, 但因教学规定中理论学时占比过大, 导致课程目标与双创赛评价标准(创新性、可行性、团队能力、社会价值等)脱节。这进而引发双创赛与课程教学协同性不足、企业资源嵌入不充分、师资指导能力薄弱等问题[13]。

3.3.2. 政策激励与实施阻力的博弈

尽管国家政策鼓励“赛教融合”, 但赛教互促的实施仍面临多重阻力: 其一, 双创赛成绩尚未纳入学科评估核心指标, 致使部分院校“重科研轻竞赛”; 其二, 教师绩效考核侧重论文与纵向课题, 参与竞赛指导的积极性不足; 其三, 跨学院协同缺乏统筹机制, 计算机、商科等专业的资源共享渠道不畅。

4. “双创赛”融入课程改革的逻辑必然

4.1. 价值逻辑: 双创教育与专业教育的共生关系

从学科属性看, 网络与新媒体广告作为应用型学科, 兼具艺术创意、技术应用与商业运营三重属性, 与“双创赛”强调的“创新性、可行性、商业价值”高度契合。“双创赛”作为实践载体, 能够弥补传统课程中“创意停留于纸面”“技术脱离产业场景”的缺陷, 通过真实项目驱动, 形成“以赛育创、以创促学”的良性循环。这一融合模式符合新文科建设对跨学科复合型人才的培养要求, 也是破解高等教育“供给侧”与行业“需求侧”结构性矛盾的关键路径。

4.2. 内在逻辑: 教育范式的转型需求

在成果导向教育(OBE)框架下, 课程改革需从“知识输入”转向“能力输出”[18]。“双创赛”通过设定明确的能力目标, 如市场分析报告撰写、网页设计、公众号运营等能力要求, 倒逼课程内容与行业技术工具接轨, 推动教学从“模拟训练”向“实战结果”升级。此外, 竞赛能够激发学生主动整合跨学科知识, 如完成“私域流量运营”参赛项目时, 学生需结合计算机专业的“用户画像技术”(分析私域用户需求)、商科的“商业模式设计”(规划变现路径)、广告专业的“内容创意”(设计社群运营内容), 实现“被动学习”到“自主建构”的范式突破。

4.3. 导向逻辑: 政策引导的双向联动

国家从政策层面出台了一系列措施鼓励大学生创新创业能力培养[19]。在“双创”战略推动下, 高校需通过双创竞赛与课程改革的联动, 破解“大赛热、专业创业冷”的困境。双创赛作为实践载体, 能够整合校企资源、激发学生创新潜能, 成为连接课堂教学与创新创业实践的桥梁。通过有效的课堂训练, 学生能够快速适应竞赛中“跨专业组队-快速迭代-商业路演”的全流程挑战, 而这种挑战也是专业课程在顺应时代发展过程中应向学生提出的要求。

5. 双创赛融入课程改革的实践路径(见图 1)

5.1. 教学目标重构：从掌握知识到全面培养

5.1.1. 路径导向

以双创赛评分标准(创新性、可行性、社会价值)为基准，重构课程目标，强化“数据分析－创意策划－商业孵化”全链条能力培养。

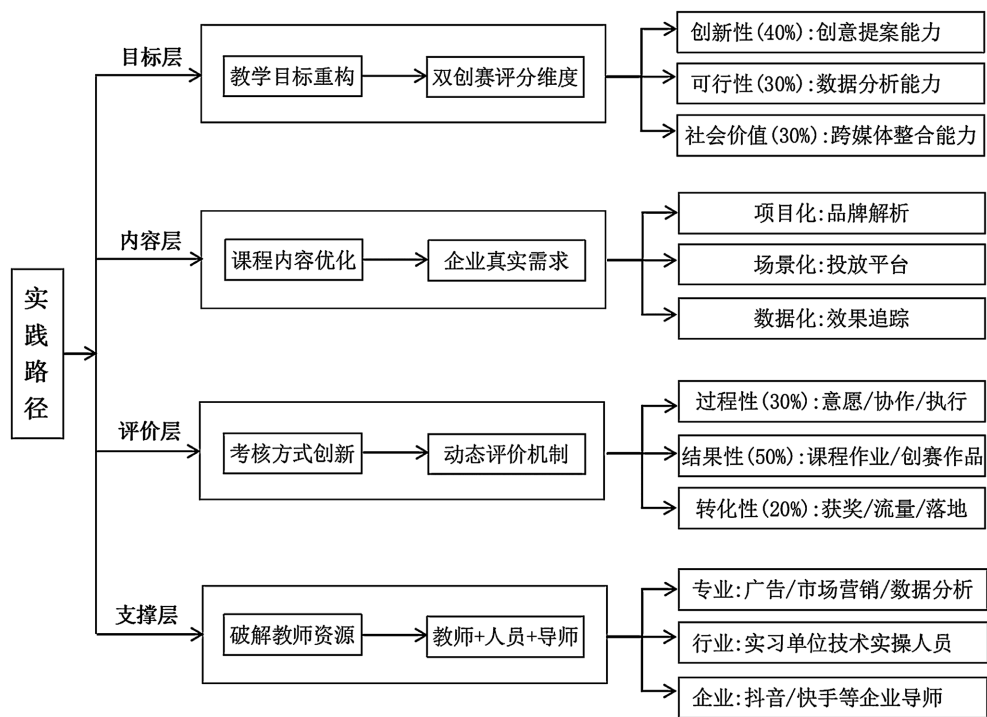


Figure 1. The implementation path of professional curriculum reform driven by the “Innovation and Entrepreneurship Competition”

图 1. “双创赛”驱动专业课程改革的实施路径

5.1.2. 路径展示

网络与新媒体广告课程需重点培养创意提案能力(创新性)、市场数据分析能力(可行性)、跨媒体整合能力(社会价值)。首先设置“数据分析－创意策划－商业孵化”目标模块，引导学生完成从数据采集到方案落地的培养过程。其次合理设定目标模块的占比，形成由数据分析能力－可行性(30%)、创意策划－创新性(40%)、跨媒体整合－社会价值(30%)组成的教学目标体系。最后结合“互联网+”“挑战杯”比赛中的要求分别细化三个模块的教学目标维度。

5.1.3. 实施效果

将“双创赛”评分标准中的“创新性”“可行性”“社会价值”指标纳入教学目标体系后，教学设计环节可紧密结合大赛动态，学生参赛积极性得以大幅提升。在模块化教学目标重构下，学生能迅速理解并适应大赛评价要求，将课堂成果转化为大赛作品。更重要的是，获奖项目进一步转化为教学案例库，更切实地引导学生把握专业知识与双创赛的能力衔接要点。例如武汉大学《基于微博平台的音频社交的小程序创意方案》，以“创新性、可行性、社会价值”为核心，针对痛点设计功能，实施后，校内试点用户留存率达 45% (高于行业音频产品 20%均值) [20]。

5.2. 课程内容优化：从理论精讲到双向赋能

5.2.1. 路径导向

以企业真实需求驱动课程设计, 理实协同开发链条式课程内容, 构建“项目化 - 场景化 - 数据化”环节式教学内容, 实现理论与实践的双向赋能。

5.2.2. 路径展示

首先将实践与理论对接, 开展项目化训练。例如引入抖音、小红书平台的真实品牌项目, 与网络与新媒体广告课程中的品牌定位、竞品分析、用户画像分析、广告内容排版等理论知识相结合。其次将相应的技术工具引入教学实践, 如将 AIGC 创意平台(句易网 AI、Canva 可画 AI)、程序化广告模拟系统(巨量学实训平台)、私域运营工具(企业微信客户画像系统)嵌入教学, 模拟真实工作场景。最后, 对品牌投放的实施效果进行复盘评估。通过第三方统计平台和自带统计功能的平台, 追踪项目的播放量、互动率、转化率等指标, 开展数据化训练, 以此形成“品牌解析 - 投放执行 - 效果追踪”的链条式学习闭环。

5.2.3. 实施效果

通过双向赋能, 课程实现了理论与实践的深度融合。通过“项目化 - 场景化 - 数据化”的环节式教学, 学生逐渐掌握专业理论与项目实践的协同应用, 在实操中能为竞赛项目设计推广方案, 形成培养创新实践能力的教学闭环。例如, 我院学生在“挑战杯”中获省级二等奖的“乡英智伴”项目, 依托课程生成的推广方案, 在抖音、快手、小红书等平台开展多渠道推广, 并在微信公众号定期发布推文以吸引用户。贵州交通职业技术学院通过校企联合开发真实项目, 整合专业优势与数据资源, 构建了课程学习与竞赛实践的双向赋能模式, 其项目成果不仅被博鳌论坛收录, 还在国际展会中展出[21]。

5.3. 考核方式创新：从强识记忆到动态评价

5.3.1. 路径导向

将大赛节点纳入教学设计, 考核方式分为过程性考核、结果性考核以及转化性考核三个阶段, 形成“过程 + 结果 + 转化”动态评价机制, 量化学生阶段性表现。

5.3.2. 路径展示

建立全面的过程积分制, 占比设置为 30%。将参赛意愿、团队协作、执行强度等表现纳入专业知识的平时考核, 如项目选题调研、方案初稿撰写、小组分工配合等。其次制定科学的结果评分制, 占比设置为 50%。结果性考核(50%)以课程作业或竞赛作品为核心, 结合双创赛评价维度(创新性、可行性、社会价值)评分, 如完整商业计划书、广告投放方案、路演 PPT 等; 转化性考核(20%)关注作品的实际落地效果, 包括竞赛获奖等级、项目流量数据(如短视频播放量、粉丝增长)、商业合作意向或项目孵化进展等。

5.3.3. 实施效果

通过采用“过程积分 + 结果评分 + 转化赋分”的阶段化动态考核方式, 学生能积极备战双创赛, 主动将专业知识与大赛要求结合, 以实战经验夯实专业知识, 以竞赛成果反哺课程成绩。例如, 贵州交通职业技术学院将项目完成度、技术突破性等指标纳入课程考核, 构建动态评价体系, 突破传统考核模式, 充分体现了“做中学、学中做”的一体化教学理念[22]。

5.4. 破解教师资源：从资源瓶颈到多元育人

5.4.1. 路径导向

整合校内资源, 组建跨学科师资团队, 开展校企合作项目, 融合教师和行业资源, 打造“专业教师

+ 行业人员 + 企业导师”多元育人团队。

5.4.2. 路径展示

首先组建由广告、市场营销、计算机与大数据专业教师构成的跨学科指导团队。在深耕大赛的过程中, 指导团队教师可分享实战经验、整合学生资源, 这些成果案例也能应用于各自的授课环节。其次聘请行业实操人员参与教学环节与项目演练, 从学校实习单位中挑选与网络与新媒体广告专业契合度高的技术实操人员, 以数据化、场景化方式开展实践训练。最后引入企业导师负责项目孵化与评审: 启动企业导师计划, 接入平台(如抖音、小红书)的实时数据接口(如用户画像、流量趋势等), 为课程实训与竞赛项目孵化提供支撑; 在临赛阶段, 企业导师从创新模式、市场潜力、社会价值等维度对参赛 Demo 进行业界评审[11]。

5.4.3. 实施效果

由于“双创赛”在高校中愈发受到重视, 尤其是“挑战杯”“互联网+”等赛事已被纳入教师考核指标, 因此以“双创赛”为驱动构建多元育人团队具备了实施基础。学生通过多学科教师与业界专家的联合指导, 参赛作品质量得以大幅提升, 项目落地可行性显著增强。这一模式同时提升了专业课程的教学效果, 推动了动态考核方式的完善。例如, 暨南大学新闻与传播学院《声海——讲好家国故事, “话”出湾区青年同心圆》项目, 构建多元育人团队: 跨学科校内导师进行指导, 行业人员参与, 企业与社会资源帮扶。该项目累计产出音频 8000 余条, 全网收听量超 12.6 亿次, 获“互联网+”国赛金奖及志愿服务大赛金奖, 充分体现多元育人的协同效果[23]。

6. 结语

“互联网+”“挑战杯”等双创赛事为网络与新媒体广告课程改革提供了重要契机。本文立足课程教学实际, 结合 AIGC、程序化广告、私域流量运营等学科前沿, 深化了“行业需求与课程错位”的问题剖析, 揭示了双创赛融入课程的价值、内在与导向逻辑, 提出“教学目标重构 - 课程内容优化 - 考核方式创新 - 师资建设”的实践路径: 通过将赛事标准与前沿技术能力结合, 提升学生参赛积极性与成果转化率; 通过嵌入行业前沿工具与真实项目, 实现理论与实践的双向赋能; 通过动态评价机制, 量化学生的前沿技术应用能力; 通过多元育人团队, 破解“前沿技术指导不足”的瓶颈。四个路径环环相扣, 形成“赛教相携”的良性循环, 不仅为网络与新媒体广告课程提供了可复制的改革范式, 更弥补了现有研究中“学科前沿 - 理论框架 - 实践路径”的闭环缺失, 为新文科背景下应用型学科教学改革提供了理论参考与实践样本, 对推动高等教育与行业需求精准对接具有重要意义。

基金项目

2025 年度海南省高等学校教育教学改革研究项目“赛教相携: 基于创新创业类竞赛的专业课程教学优化研究”(项目编号: HNJG2025-160)阶段性成果。

参考文献

- [1] 马琰, 徐微. “互联网+”创新创业比赛背景下高职学生职业能力提升与创新创业教育结合的探究[J]. 辽宁丝绸, 2024(1): 118-120.
- [2] 何海燕, 孙中武, 覃拥灵. 以学生科技竞赛促创新能力发展——以“挑战杯”为例[J]. 教育教学论坛, 2024(1): 177-180.
- [3] 管梦婷. 新媒体技术在广播电视广告设计中的应用——评《网络与新媒体广告》[J]. 中国高校科技, 2022(11): 111.
- [4] Dewey, J. (1916) Democracy and Education. Free Press, 82-95.

- [5] Barrows, H.S. (1986) A Taxonomy of Problem-Based Learning Methods. *Medical Education*, **20**, 481-486.
<https://doi.org/10.1111/j.1365-2923.1986.tb01386.x>
- [6] Bell, S. (2010) Project-Based Learning for the 21st Century: Skills for the Future. *The Clearing House*, **83**, 39-43.
<https://doi.org/10.1080/00098650903505415>
- [7] Bailey, T.R. (1992) The Double Helix of Education and the Economy: Executive Summary. The Institute on Education and the Economy.
- [8] Bailey, T.R., Hughes, K.L. and Moore, D.T. (2004) Working Knowledge: Work-Based Learning and Education Reform. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203463956>
- [9] Kolb, D.A. (1984) *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development*. Prentice-Hall, 41-53.
- [10] 陈术合, 张莉. 基于智慧教学的 PBL 教学模式在传媒类专业课程中的应用研究——以新媒体产品设计与项目管理课程为例[J]. 传播与版权, 2023(17): 106-109.
- [11] 赵心. 新文科背景下广告学双创人才培养路径探析[J]. 大众文艺, 2023(12): 193-195.
- [12] 国家发展改革委等部门关于印发《职业教育产教融合赋能提升行动实施方案(2023-2025 年)》的通知[EB/OL]. https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202306/content_6886061.htm, 2023-06-28.
- [13] 潘彩霞. 高职院校创新创业教育与专业教育协同育人的实践路径研究[J]. 创新创业理论研究与实践, 2024, 7(6): 74-76.
- [14] 邱飞. “双创”背景下传媒专业创新人才培养体系研究——以重庆文理学院为例[J]. 中国广播电视学刊, 2023(11): 38-41, 47.
- [15] 毛露甜, 王春玲, 王艳君, 等. 专创融合背景下“互联网+”创新创业大赛与微生物学课程赛教融合的实践[J]. 微生物学通报, 2024, 51(10): 4292-4304.
- [16] 苏杰. 基于 5G 时代背景下的“双创”模式和学科竞赛实践教学教学改革研究[N]. 市场信息报, 2025-03-10(013).
- [17] 夏凡吴双, 李苗青, 侯雅乔. 打造赛课融合模式培养一流创新人才[J]. 创新创业理论研究与实践, 2022, 5(21): 144-146.
- [18] 江敏, 李小玲. 成果导向教育理念在大学生物理实验竞赛培训教学中的应用思考——创新实践课程教学设计优化路径[J]. 科技风, 2024(28): 89-91.
- [19] 陈宝文, 马国栋. 以竞赛为载体培养大学生的创新创业能力[J]. 高等职业教育(天津职业大学学报), 2017, 26(1): 53-56.
- [20] 中华人民共和国教育部. 教育部关于公布第七届中国国际“互联网+”大学生创新创业大赛获奖名单的通知[EB/OL]. http://www.moe.gov.cn/srcsite/A08/s5672/202202/t20220222_601209.html, 2022-01-27.
- [21] 徐廷霞, 杨阳. 道路与桥梁工程专业的职业本科人才培养研究——以贵州交通职业大学为例[J]. 教育教学论坛, 2024(25): 181-184.
- [22] 黄敏. 交旅融合背景下旅游管理专业产教融合研究——以贵州交通职业技术学院为例[J]. 大学, 2023(22): 56-59.
- [23] 暨南大学. 暨大这支团队获“互联网+”大创全国金奖! [EB/OL]. <https://mp.weixin.qq.com/s/5CC4BUqZDr8ow09MXMCrjw>, 2022-12-02.