

“校企共赢、项目引领”网络与新媒体专业教学改革探索与实践

柳 旭, 赖 丹

桂林旅游学院文化与传播学院, 广西 桂林

收稿日期: 2024年11月15日; 录用日期: 2025年1月7日; 发布日期: 2025年1月14日

摘 要

深入推进校企合作是网络与新媒体这一实践性强、行业变化快的专业产教融合的重要举措。本文从本校网络与新媒体专业校企合作现状谈起, 分析其中存在的问题与不足。结合院校的办学特点, 挖掘校企合作的突破口, 寻找“校企共赢、项目引领”这一教学改革路径。通过有效的课程对接, 将真实项目融入教学板块, 创新评价机制, 助力校企合作的长效发展。

关键词

校企合作, 项目制, 网络与新媒体专业

Collaboration between School and Enterprise Project-Based Teaching Reform in the Specialty of New Media and Networking

Xu Liu, Dan Lai

School of Culture and Communication, Guilin Tourism University, Guilin Guangxi

Received: Nov. 15th, 2024; accepted: Jan. 7th, 2025; published: Jan. 14th, 2025

Abstract

The profound enhancement of collaboration between academic institutions and corporate entities represents a critical strategy for the amalgamation of network technology and the new media sector, an industry characterized by its practical nature and rapid evolution. This treatise commences with an examination of the present state of academic-corporate partnerships within the university's network and new media discipline, proceeds to evaluate the extant challenges and limitations, and

dives into the potential for breakthroughs in such cooperative endeavors. By leveraging the unique attributes of higher education institutions, the paper investigates the “school-enterprise synergy and project-oriented” educational reform trajectory. The integration of actual industry projects into the curriculum, coupled with an innovative assessment framework, is posited to facilitate the sustainable progression of academic-corporate collaboration.

Keywords

School-Enterprise Cooperation, Project-Based Learning, Network and New Media Major

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

2012年由教育部印发的《普通高等学校本科专业目录》中正式增设网络与新媒体专业。2013年,经教育部专业名称修订,本科专业目录中不再保留原有的三个专业,广东技术师范大学、南京师范大学等高校率先设置网络与新媒体专业并开始招生[1]。随着传统媒体势微,新媒体不断涌现壮大,互联网技术普及以及人们生活方式的转变,网络与新媒体专业成为了备受关注的新兴专业。截至2024年,全国有368所院校开设了网络与新媒体专业,随着新媒体人才市场需求的不断扩大,该专业招生和就业形势均较为乐观。

网络与新媒体专业是与市场需求强对接,实践性较强的专业。有效地开展校企对接合作,从专业教学层面来说会及时为教研人员提供业内热点课题、技术变革方向以及人才实际需求。从人才培养层面来说能够有效地提高学生实践能力,将系统的理论知识得以反复练习和检验反思。从学生就业层面来说,帮助学生摆脱学生思维,提前进入半职场状态,有助于学生对企业需求有科学理性的认识,也能够让企业对学校及专业产生信任感,推动就业工作顺利进行。基于专业特性、人才培养需求以及就业形势等诸多因素,网络与新媒体专业进行广泛且深入的校企合作势在必行且意义深远。

2. 网络与新媒体专业校企合作现状

2.1. 主要合作模式及成果

以桂林旅游学院为例,我校网络与新媒体专业于2017年正式招生。经过七年的发展,2022年获批广西壮族自治区一流本科专业建设点,并成为自治区党委宣传部与学校共建新闻学院的主体专业。本专业面向文旅产业、政府部门、新闻出版机构以及互联网行业、网络传媒公司等相关企事业单位培养新媒体专门人才。目前已经产生三届毕业生,在读人数超过五百人,为广西传媒人才发展持续供能。

截至2024年,依托文化与传播学院33个校外实习实训基地,网络与新媒体专业与校企合作单位展开了内容较为丰富、形式多种多样的合作共建。合作模式主要包括联合项目开发、实习实训基地建设、课程共建等。合作内容包括但不限于共研人才培养方案、实习实训学生派驻、互派挂职人员以及共享实践素材等。

经过近两年的探索与实践,网络与新媒体专业的校企合作有了初步的成效。自2022年与临桂融媒体中心建立部校共建合作机制以来,网络与新媒体专业已经组织七次联合实习活动,一次跨校跨区的新闻实践活动,旨在辐射更多学生提高新闻实践能力,提高新闻敏感性和社会责任感,用作品说话讲好中国

故事。在“山水相逢，红色印记”主题实践活动中，参与项目的同学探访十个广西红色旅游胜地，用镜头和文字讲述桂林青山绿水间的红色故事，作品在全国红旅创意策划大赛华南赛区和广西红旅创意策划大赛中获得 30 多个奖项。网络与新媒体教研室结合实践内容和呈现出的问题，集结成案例集反哺教学。对于区域内的科技企业，网络与新媒体专业也进行了联合项目开发，完成了为科技企业文化赋能，给全系产品注入人文故事的校企合作项目，最终作品在广西壮族自治区文化和旅游厅举办的“广西有礼”特色旅游商品创意设计大赛上获得银奖，参加项目的学生也得到了合作方的认可和信任。

2.2. 目前校企合作呈现的问题

虽然目前的校企合作模式取得了一定的成绩，但是隐含着的危机也成为了网络与新媒体专业不得不面对的问题。

问题一是部分校企合作难以落地。结合其他学校的校企合作举措，大多数院校网络与新媒体专业校企合作普遍存在这样的问题，签署合作协议后，企业真正能落地在校园内的项目非常有限。其原因主要在于合作双方人员在时间、精力和目标上难以达成一致。如高校寒暑假的间隔使得企业在长期项目运营有所顾虑，学生产出水平参差导致企业产出面临风险、双方项目参与人员的劳务分配等实际问题。另外企业里的部分项目不适合在学校环境运营，或与人才培养方向有出入等等都导致了学校与部分合作企业没有达到合作预期，最终失去联系。

问题二是校内导师的参与感不强。校企合作过程中，教师往往把学生推给企业，由企业导师制订项目目标，发布工作流程以及作品的审核。

问题三是合作深度不够。校企双方只停留在实习实训这样简单的合作维度上，反馈机制匮乏，合作成果难以形成教学改革成果从而引领人才培养方案的改善。同时还要首先满足学生正常课业需求，校企合作没有真正融入课堂，成为学生课业外的任务。另外校企合作的新媒体作品审美陈旧，新的技术手段缺失，少有创意佳作。长此以往，校企合作表面上看参与的企业越来越多，但是合作的持久度难以为继。

3. 网络与新媒体专业校企合作的突破口

要想让网络与新媒体专业校企合作进入新纪元，驶入高质量发展的快车道，就要遵循时代的新媒体人才需求的呼唤，紧跟地方发展的大方向，才能寻找到突破口。2023 年 9 月国务院正式批复《桂林世界级旅游城市建设发展规划》，这意味着桂林旅游行业发展上升为国家战略。而作为地方旅游院校、应用型本科院校的桂林旅游学院势必要抓住时代赋予的机会。

3.1. 围绕办学特色

根据学校办学特点和地方经济发展走向，网络与新媒体专业的校企合作首先就要更多地倾向文旅产业。既要在传统旅游的不同环节，如“吃、住、行、游、购、娱”进行深入的合作，利用传媒行业优势，为广西文旅宣传贡献力量，又要在文旅的新兴领域下功夫，跨专业地进行校企合作，比如与休闲与健康学院、旅游管理学院、酒店管理学院、大数据学院联合，在乡村旅游、康养旅游、体育旅游、研学旅游等新业态中，广泛深入地进行合作，共同培养文旅传媒人才。

3.2. 服务地方经济

经历了行业寒冬后的旅游企业，从 2023 年开始恢复生机。在与校企合作企业接触的过程中，很多企业提出了利用新媒体手段对旅游产品进行销售的需求，这是校企合作中能够直接服务地方经济，为企业增收的路径。这里既包括旅游产品的电商销售，文创产品的推介以及旅游路线的推广，也包括了对广西区内旅游目的地特色的挖掘和表达。根据近些年文旅热门话题，无论是淄博一夜间成为网红城市，贵州

村超引发的全民狂欢, 还是天水麻辣烫开遍全国, 哈尔滨款待八方来客, 再到黑悟空山西旅游线路的推出, 旅游地的爆火都需要通过共情式的议程设置来引爆。桂林的引爆点在哪里不光是旅游企业需要思考的问题, 也是旅游学院老师在校企合作过程中的需要注入思考的重点。

3.3. 做好文化引领

校企合作要服务地方经济但是也不能全然追求经济效益。在校企合作中让学生体会企业的商业运作逻辑固然重要, 但是融入思政议题、挖掘文化内涵、关注社会公益、塑造学生正确的价值观、文化观也是校企合作追寻的目标。例如与蓝天救援队的合作, 让学生看到社会公益组织运营的艰难, 体会到社会公益事业的价值, 感悟多种价值观的碰撞。与民族博物馆的合作, 让参与项目的师生能够认真调研了解广西少数民族发展历史, 挖掘蕴含其中的文化瑰宝, 从而升腾出对家乡的热爱, 树立对民族文化的自信。

4. “校企双赢, 项目引领”模式的改革方案

要想实现校企合作的高质量推进, 服务好现代文旅产业, 培养卓越的新媒体人才, 建立完善的“校企双赢、项目引领”模式是有效途径。从内容传播与运营实践出发, 利用学生实训促进创业实践产业化。以项目模拟为抓手, 依托学院教学理论和科研成果, 科学规划、全面指导院校 IP 资源孵化[2]。具体改革方案如下。

4.1. 校企合作下教学内容的革新

1. 企业项目需求与课程对接

加强学校与企业的对接, 搭建更加稳固的合作平台[3]。校企合作的前提是深入细致的调研, 调研企业的真实需求, 项目活动的人力及技术要求, 然后与目前人才培养方案中的相关课程进行对接。吸取过去的经验教训, 课程对接应该是长链条的, 跨课程的对接, 这样能够让校企合作项目辐射更多师生, 同时也减轻学校内专业课老师的负担。例如企业要求代运营一个账号, 那么账号图文的设计对接平面设计类课程, 如图形图像处理、新媒体产品设计; 账号内容设计对接新媒体类课程, 如新媒体运营、数据新闻、融合新闻报道; 短视频拍摄和直播对接视频类课程, 如摄影摄像基础、视听语言等课程。与课程对接成功的老师都应该纳入项目组, 共同跟踪项目流程。

2. 企业资源与课程资源的整合

企业经营的核心是逐利, 学校的核心价值是育人, 在此基础上“双向奔赴”才能实现共赢。要想获得企业和学校双赢, 校企合作双方应当开诚布公地摆出双方资源, 共同支持校企项目的落地实施。例如某直播 MCN 公司孵化大量的人物 IP, 作为意见领袖可以在农产品直播销售、文旅活动组织承办上提供流量支持, 那在校企合作中企业是否愿意对接这些优势项目给校方, 还是只提供项目框架, 由校方全权代理, 对于合作的结果验收有很大的影响。同样, 校企合作的校内导师如果能真正履行带学生做校企合作项目的职责, 有效地将项目内容与课程实践项目相融合才能真正在校企合作中效率最大化。

4.2. 实践教学环节项目制方案的拟定

1. 人才培养方案的调整

人才培养方案是专业发展方向的具体体现, 是教学活动开展的基本依据。师生根据这份学习指南、学习地图, 按图索骥就能有计划地, 有层次地完成大学教育过程。在制订人才培养方案的时候, 一定要走访校企合作单位, 倾听用人单位对于实习学生和项目参与者的真实反馈, 尤其是网络与新媒体专业这样一个随时时代变化而不断更新业务内容的专业。如企业普遍反映学生在项目实践中文案能力差, 效率低下, 就要在增加新媒体写作、新闻采访与写作课程中关于新媒体文案写作能力的专项训练, 并且严格遵

守成稿时间。再如过去的人培中的新媒体运营相关实践课程主要针对的是公众号、微博等图文领域的课程,但是在“去公众化”的市场条件下,就要适当降低其实践比例,增加短视频创作、直播等实践项目。同时关注校企合作方行业竞争者的发展,锁定最新的技能要求,尽最大可能消除大学应用类学科教学的滞后性。又如开设 AI 技术与新媒体内容产出、数据可视化、新媒体国际传播等行业前沿课程,及时优化调整人培中的陈旧课程,引发学生兴趣,提高学生的专业素养和行业竞争力。

2. 实践类课程活页教材的开发

面对社会和产业环境的演变,陈旧的教学模式已不足以适应时代对高素质人才的呼唤[4]。在项目制校企合作的方案中,双方导师共同开发活页教材是非常有效的教学改革手段。将对接课程中的实践项目梳理出来,根据企业的需求建立对应模块,制订 SOP,由校内导师讲授课程理论知识,企业导师发布项目要求,提供相应案例,共同指导完成实践项目。例如摄影摄像基础课程的章节中会有场面调度设计的实践项目就可以对接校企合作项目中剧情类视频拍摄,脚本设计中完成场面调度的元素、视点的选择,画面空间等知识点的学习与实践;在拍摄练习中完成对正反打镜头以及动作轴线等知识点的学习;在剪辑中完成对合理越轴,动作顺接等知识点的学习和实践。一个项目活页教案就串联起了整个章节中的所有知识点,并且能够真正体会将知识应用于实际作品创作中的过程。再通过对作品的反馈与修改,了解企业对艺术作品创作的关注点和评判标准。

3. 虚拟演播平台的共建与运行

利用好互联网建立虚拟演播平台能够让校企合作高效地执行。在过去的校企合作中,我们会发现时空的限制是校企合作中令人头疼的问题。学生上课时间固定,企业的项目实施则不可控,常常出现需要学生直播或者产出短视频,但是学生当天并没有对应课程的情况。虚拟演播平台的建立与运行就能灵活应对校企双方时间空间难以一致的问题,减少学生外出的时间和成本,在校内通过虚拟平台完成项目创作,及时交付和反馈。例如在虚拟演播室就可以完成产品直播和短视频的创编,企业导师也可以通过互联网进行复盘和指导。这里也需要学校对场地、网络覆盖、设备搭建、人员管理等做出相应的响应。

4.3. 项目制校企合作机制的可持续发展

校企合作应是长期的、可持续的。随着合作的深入,彼此信任的加深,企业导师应该走进校园,通过讲座、汇报、授课等形式与本专业老师和学生进行沟通,带来行业动态、实战经验以及人生感悟。从理性到感性,从书本到社会实践,从校园到行业一线,架起沟通的桥梁,也能唤起学生对校企合作的兴趣,从而更投入、更有使命感地完成项目。校方也可以根据师资的优势,面向企业进行培训,完成相应的社会服务。例如某景区作为校企合作单位邀请礼宾礼仪课程、新媒体运营课程、公共关系课程的专业教师与从业者进行交流,提高企业的竞争力,提升人力素质,也可以让教师了解行业痛点从而找到科研新方向。总之,无论是企业导师走进来,还是学校导师走出去,都能让未来的合作质量更好、效率更高、持续更久。

另外成立基于项目的专业工作坊也是项目制校企合作机制的有效手段。工作坊能够摆脱课程束缚,以创作团队的形式承接校企合作项目,同时能更大程度地尊重学生的创作意愿。

5. 项目制校企合作的评价体系创新

项目制校企合作的最终落点是建立有效、公平的评价体系。评价主体不仅包括双方导师,还包括团队小组的互评以及项目甲方的评价。在这个多元的评价体系中,校内导师仍然是评价的主体,主要在思想性、主题上要严格把关,不能一味地迎合市场需求,要结合学生在项目运行中对知识的掌握程度、职业素养的体现、个人成长变化、创新意识等诸多元素。企业导师结合甲方的评价也应给出公允的成绩。

项目小组间的互评主要评价学生的团队协作能力,这也是未来执业的重要软实力。在实践项目为主的课程中尽量使用过程性评价方案,减轻学生课业负担,提高学生获得感。

构建项目制校企合作的评价指标,一般包括专业能力、职业素养和作品质量三方面。专业能力包括在项目中学生对于网络与新媒体专业的主题策划、内容创作、平台运营、数据分析等基本能力。职业素养包括在项目协作中学生展现出的职业态度,职业道德、创新能力以及创作效率。作品质量包括产品本身的质量以、企业的认可度以及产生的经济效益和社会效益。

6. 结语

“校企共赢、项目引领”模式下的校企合作是网络与新媒体专业建设的有效路径。高等教育的最终目的是促进个体的全面发展,在与企业的“碰撞”中,师生虽在校园却与行业同频,推动专业理念、技术的更新。企业通过与学校的合作也能激发新的灵感,完成项目预期的同时了解年轻从业者的意愿,实现共赢。

参考文献

- [1] 林嵩,胡艾婧,李光辉.网络与新媒体专业产教融合的现状问题与深度发展思路[J].附件技术师范学院学报,2023(12): 847-848.
- [2] 石蓉蓉,杜银转,汤雪妮.产教融合背景下高效网络与新媒体专业创新实践教学路径研究[J].甘肃教育研究,2022(6): 7-9.
- [3] 安晓飞.校企合作背景下摄影摄像教学的实践探索[J].才智,2024(1): 169-170.
- [4] 温丽君.新文科背景下一流本科专业建设研究——以网络与新媒体专业为例[J].大众文艺,2024(18): 208-210.