

2023 年省示范性产业学院申报书

学校名称（盖章）：	广东机电职业技术学院
产业学院名称：	数字营销产业学院
主要合作单位名称 ¹ （盖章）：	广州升谱达音响科技有限公司
依托二级院系名称 ² ：	物流学院
产业学院院长：	蒋小龙 
项目负责人：	蒋小龙 

广东省教育厅

2023 年

¹ 主要合作单位限一个。

² 如为独立设置的产业学院，可不填依托二级院系名称。

填写说明

一、请逐项认真填写，空缺项填“无”。有可能涉密或不宜大范围公开的内容，请勿填写。

二、申报内容力求实事求是、真实可靠，文字表达严谨规范、简明扼要。

三、专业名称和代码以《职业教育专业目录（2021年）》等文件为准。

四、格式要求：表中各项内容用“小四”号仿宋字体填写，单倍行距；签名处应使用黑色钢笔或签字笔；表格栏高不足处可自行增加，排版务求整洁清晰、页码连贯。

一、基本情况

产业学院全称	升谱达数字营销产业学院					
挂牌成立时间	(2021年5月13日)		独立设置		○是 √否	
办学场所	<input checked="" type="checkbox"/> 学校内部 <input type="checkbox"/> 企业内部 <input checked="" type="checkbox"/> 产业园区 <input type="checkbox"/> 其他独立办学场所					
共同参与的管理机构	广东营销学会、大夫山文体创意园管委会		依托的二级院系		物流学院	
共建专业点及年招生规模	共建专业点名称(限填5个)		专业代码	年招生规模	省级以上重点专业立项情况	
	1	市场营销	530605	360	否	
	2	工商企业管理	530601	240	否	
	3	现代物流管理	530802	360	是	
合作单位名称及产业类型	合作单位名称(限填5个)				合作单位性质 ³	
	1	广州升谱达音响科技有限公司			企业	
	2	广东营销学会			行业协会	
	3	大夫山文体创意园			产业园区	
	4	广东肉联帮生鲜控股有限公司			企业	
	5	广州置家房地产代理有限公司			企业	
项目负责人基本情况	姓名	蒋小龙	政治面貌	中共党员	党政职务	物流学院副院长
	学历	研究生	学位	在读博士	专业职称	副教授、经济师
	工作年限	20年	办公电话	02061362872	产业学院职务	产业学院院长
	主要职责	1. 作为产业学院执行院长,全面统筹协调产业学院运营与管理,与行业协会、企业方共同设计校企协同的专业群人才培养模式; 2. 负责建立和完善产业学院培训模式、体系、制度和流程;完善产业兼职教师引进与使用机制,开展校企导师联合授课、联合指导,打造高水平教学团队; 3. 全面推行“行校企精准对接、精准育人”模式,深入开展1+X证书制度试点,根据课程体系校企共建产教融合实践教学示范基地;				

³ 合作单位性质分为: 地方政府、产业园区、行业协会、企业、其他。

	主要工作经历	<p>1. 2004年2月至今就职于广东机电职业技术学院，目前担任物流学院副院长一职，分管校企合作、社会服务、国际交流等工作，担任工商企业管理专业带头人、数字营销产业学院院长；</p> <p>2. 2018年来主持省部级课题4项，参与国家级课题2项，主持市厅级课题3项、校级课题6项和2016年校级教学创新团队；</p> <p>3. 2018年来，项目负责人注重产学研合作，加强与急需打造数字营销体系企业的调研与深度合作，积极为企业发展出谋划策，获得企业横向技术服务8项，到账经费52万元，与本产业学院依托单位-广州升谱达音响科技有限公司达成23万元的横向技术服务项目；</p> <p>4. 2018年来发表学术论文共15篇，其中独撰12篇，SCI论文2篇，EI期刊论文3篇，均发表在具有一定影响力的经管类国内外期刊上，主编《连锁门店运营管理》和《商务谈判与推销技巧》等6本教材的编写；</p> <p>5. 2019年以来，与200家企业、协会、学校构建湾区创客联盟，指导校友企业40余家，被20余家大中型企业聘为管理顾问，深入开展产教融合，以真实经历做到科教融汇、产业沿用一体化。</p> <p>6. 2020年以来，项目负责人联系的4家合作单位获得“省级产教融合型企业”培育单位（广东省第一批、第二批）；主持省级大学生创新创业训练计划1项（2021年被认定），负责的2家企业获得2020年、2022年两次获得校级“优秀校企合作项目”；</p> <p>7. 2021年以来担任中国连锁经营协会校企合作委员会常务委员、广东省连锁经营协会校企合作委员会副主任委员；</p> <p>8. 2021年8月，项目负责人撰写的校企合作案例“政校行企四方共建“亮眼工程协同服务平台”获得职业教育“十三五规划”产教融合优秀案例。</p>
--	--------	---

<p>校企合作经历</p>	<p>1. 2021年5月与行业龙头企业深度融合构建服务平台，构建了同音响龙头企业广州升谱达音响科技有限公司、房地产代理龙头企业广州置家房地产代理有限公司、零售龙头企业广州钱大妈农产品有限公司、广东营销学会等企业、行业协会联合组建的“数字营销产业学院”，开启校企合作新纪元；</p> <p>2. 2019年-2022年作为工企专业带头人和校企合作项目分管领导，对百胜（广东）餐饮有限公司、广州置家房地产代理有限公司等企业开展“双主体，三融合，四联动”的现代学徒制人才培养模式，探索具有在新零售基础上的数字营销的现代学徒制育人模式；</p> <p>4. 2020年至今和广州市升谱达科技有限公司、广州极创信息科技有限公司、广州市置家房地产代理有限公司、广州钱大妈农产品有限公司、广东亮眼科技发展有限公司开展订单班合作，融入行业先进标准、运营模式建成产教融合新标杆。依托企业强大的商业平台、专业团队、合作伙伴和校企合作网络，整合产业链、创新链、教育链，加快资源聚集与突破创新，助推专业人才培养、技术创新和科技服务能力实现快速提升。由于产教融合成效显著，广东亮眼科技发展有限公司和广州极创信息科技有限公司等4家企业被广东省发改委评为广东省第一批产教融合型企业（培育），广东亮眼科技发展有限公司也被评为广东机电职业技术学院优秀产教融合型项目；</p> <p>5. 2021年主持广东机电-亮眼校外实践教学基地1项（校级）并通过验收；</p> <p>6. 2022年主持校级产教融合实训基地——数字零售产教融合实训基地1项，校外创新创业孵化基地1项，将企业资源引入校内教学，打造真实企业运营项目，并和企业开展共计50多万的社会横向服务项目；</p> <p>7. 在教学工作中，将合作企业具有丰富实践经验的优秀管理人员、岗位技术能手，通过兼职教师的形式直接参与到专业授课工作中，与学校专任教师共同承担《零售直播技术》、《电子商务运营》、《人力资源管理》、《商务数据分析》等核心课程授课。充分利用行业企业专家优势，让学生在专业课程的学习中即可学习到本专业最前沿的技术、最具有前瞻性的理念。企业兼职教师专业课授课课</p>
---------------	---

	<p>时比例达 59%，真正实现校企师资队伍双向流动、互通有无。</p> <p>8. 产学研深度融合，校企合作共同开发 1+X 证书。通过与中国连锁经营协会、南京奥派科技股份有限公司合作，共同开发 1+X 证书，完成职业技能等级证书教材和学习资源开发，将证书培训内容有机融入课程教学内容，将专业课程考核标准与证书评价标准有机统一，实现课程考试和证书评价同步。</p>
--	---

产业学院教师基本情况		教师总人数	正高级	副高级	中级	初级	企业教师数	学校教师数	具有企业背景的学校教师数
	教师数	16	2	2	6	0	6	10	6
	占总人数比例	100%	12.5%	12.5%	37.5%	0%	37.5%	62.5%	37.5%
产业学院人才培养基本情况		在校生总数	其中：现代学徒制学生数		其中：订单培养学生数	与主要合作单位开展现代学徒制学生数		与主要合作单位开展订单培养学生数	
	人数(人)	400	90		300	30		200	
	占总人数比例	100%	22.5%		75%	7.5%		50%	
产业学院专任教师简表									
序号	姓名	出生年月	学校教师/企业教师	职称	职务	承担教学/管理任务			
1	蒋小龙	1981.8	学校教师	副教授	物流学院副院长	运营管理			

2	邱琦	1■8.5	学校教师	讲师	专业主任	项目跟踪、任务分解与落实、《新媒体营销》课程教学
3	杨未昌	1■9.9	学校教师	讲师	物流学院党总支副书记	学生管理、就业指导
4	张炜文	1■8.7	学校教师	讲师	专任教师	《电子商务运营》课程教学
5	邹晓	1■1.6	学校教师	高级讲师	专业带头人	社会培训、技术服务
6	郭秀颖	1■4.3	学校教师	教授	物流学院院长	战略管理
7	周会青	1■1.8	学校教师	教授	物流学院副院长	机制保障
8	杨晶	1■6.1 1	学校教师	讲师	专任教师	《房地产营销策划》课程教学
9	敖芬芬	1■7.9	学校教师	讲师	专任教师	《新媒体营销》课程教学
10	杨惠琼	1■4.8	学校教师	讲师	专任教师	《网络创业》课程教学
11	韩继坤	1■0.1	企业教师	无	广州升谱达音响科技有限公司总经理	《客户关系管理》课程教学
12	张玲玉	1■2.8	企业教师	无	广州升谱达音响科技有限公司市场总监	《商务谈判》课程教学
13	胡壮健	1■2.8	企业教师	无	广州升谱达音响科技有限公司总经理	《数字团队管理》课程教学
14	徐鑫	1■3.7	企业教师	高级人力资源师	广州置家实业集团董事	《数字团队管理》课程教学
15	黄令涛	1■7.1	企业教师	高级人力资源师	广州贝壳科技有限公司校园负责人	《房地产营销实务》课程教学
16	黄河	1■5.1 2	企业教师	经济师	广物汽贸股份有限公司	《汽车营销实务》课程教学

					实战商学院 院长、经济 师	
--	--	--	--	--	---------------------	--

二、组建背景与发展定位

（一）组建背景

本产业学院旨在为提高人才培养质量，使高校培养的人才有针对性，更加适合数字营销类企业发展的需要，物流学院决定根据自身办学特点与基础，以市场营销、工商企业管理专业群为基础，联合广州市升谱达音响科技有限公司、广东营销学会等行业企业在 2021 年 5 月建立“升谱达数字营销产业学院”，2022 年 6 月“升谱达数字营销产业学院”获得校级立项，2023 年，合作企业广州升谱达音响科技有限公司注入 20 万元专项资金用于建设产业学院。

1.主要考虑和组建的必要性

（1）后疫情时代市场对数字营销技术人才的需求逆袭大涨

疫情后期，线下销售渠道需要重构，通过新技术新模式开拓市场，成为危机下中小企业突破困境的重要手段，利用数字化营销技术连接获客，可带动中小企业复工复产、加快转型。在整体经济低迷、就业环境下行之际，市场对数字营销技术人才的需求逆袭大涨，为社会提供大量的潜在就业机会，这对于国家落实稳就业保就业、推动我国产业转型、夯实新基建、提升服务水平具有重要意义和体现。而对于广大职业院校来说，完善数字营销培训体系，正是以实际行动响应国家“复工复产”的号召。

（2）发展需求，营销数字化助力基础支柱行业转型升级

重点领域基础支柱行业是一个国家经济的命脉所在，它们能否与时俱进，决定了国家经济的盛衰。早在 2018 年，中国数字经济规模就已达到 4.7 万亿美元，成为全球第二大数字经济体。当前，以数字经济为代表的新经济，已经成为中国高质量发展的新动能。全球经济已进入数字时代，我国重点领域基础支柱行业向数字化转型已是势所必然，且初显成效。2020 年 4 月，腾讯研究院通过对 1638 家企业调查显示，调研的企业整体数字化水平处于中等以上，超过一半的企业工作流程数字

化已在 40%以上，许多中小企业借助成熟的数字平台与物流系统，改变了传统的销售方式。但是，对比欧洲的 46%和美国的 54%，我国企业数字化转型不到 10%的比例还有巨大的上升空间。

(3) 行业需求，新技术、新岗位、新业态

数字营销行业过去主要靠市场刺激“野蛮生长”，从事数字营销工作并未被视为正式职业，但这种情况在 2019 年 7 月人力资源社会保障部、市场监管总局、国家统计局联合发布的《中华人民共和国职业分类大典（2015 年版）》第三批 9 个新职业的颁布后有了根本性的改变。“互联网营销师”赫然在列。这看似偶然，实质必然。数字营销虽是新兴行业，但它是互联网营销含着金钥匙出生的“宠儿”，无论在广告公司、咨询公司、数字化媒体和技术公司，还是在具有成熟品牌的企业或者初创企业都是重中之重的一部分。由于数字营销不可或缺，从事数字营销相关岗位的人也备受重视。《中华人民共和国职业分类大典（2015 年版）》将其列入门下，可谓是全球数字化浪潮下的顺势而为。

(4) 市场需求，改善供给与需求失衡

数字营销具有许多前所未有的竞争优势：能够将产品说明、促销、客户意见调查、广告、公共关系、客户服务等各种营销活动整合在一起，进行一对一的沟通，真正达到营销组合所追求的综合效果。这些营销活动不受时间与地域的限制，综合文字、声音、影像、网片及视听、数字营销用动态或静态的方式展现、并能轻易迅速地更新资料，同时消费者也可重复地上线浏览查询。中国数字营销行业市场规模约为 3871 亿元，同比增长 23%。近年来，数字营销行业发展速度较快，数字经济带动数字营销行业快速发展。

迅速壮大的数字营销行业，对人才的需求日益迫切。但 Google、腾讯、阿里、字节跳动、新浪、百度等互联网巨头大规模招聘具有丰富经验的数字营销人才尚且不易，许多中小微企业更是“一票难求”。由于招不到合适的数字营销人才，导致许多企业营销团队都存在不够专业、对客户认知不足、服务模式单一、效率低、营销不力等问题，营销效果大打折扣。

2.实施基础和可行性

(1) 市场营销专业群具有稳定的办学规模且规模较大，生源质量好，报到率保持在较高水平。2021 年市场营销专业招生 350 人，工商企业管理专业招生 250 人，现代物流管理专业招生 420 人，专业群综合报到率为 93.87%，在校生规模为 2000 余人。

(2) 产业学院就业质量高，用人单位满意度高。据创新强校统计数据显示，2020 年，专业群毕业生总数为 780 人，初次就业率为 98.77%，其中：本省市就业率为 90.59%、对口就业率为 76.52%，2018 届年底就业率为 98.67%、用人单位满意度达到 100%，显示专业群面向广东省区域经济发展定位准确、就业率和就业对口率较高，毕业生半年以后就业率达到 98.58%，专业人才培养的社会适应性较好，用人单位满意度高。

(3) 构建“课证岗赛”融合的课程体系，实施了行动导向教学改革。构建了“课证岗”融合的课程体系。专业课程教学内容与行业资格考试大纲、行业标准、规范有机融合，特别是具有地方特色的广东省有关标准、规范融入到教学内容中。

(4) 建设了优质核心课程和教学资源库。校企合作开发了数本校本工学结合教材、以及 10 余门网络课程，为市场营销专业群人士提供了极好地学习交流平台。“教、学、做”一体化，实施了行动导向教学改革。将专业核心课程安排在校内实训基地或校外实践教学基地教学，“教、学、做”一体，强化学生专业技能的训练。

(5) 拥有雄厚的实训室基础条件，为高技能人才培养提供硬件环境。学院双高建设经费 5,000 余万，智慧零售产教融合实训基地建设经费有保障，设备维护、材料损耗经费补充有保障。近三年，平台累计投入实训耗材金额约 457.4 万，每学期生均实践教学费用支出平均为 910 元/生，学生实训学习质量得到了有力支持与保障。

(6) 校企合作基础良好，依托政校行企四方培养数字营销人才。市场营销专业 2019 年成为广东省第二批高职教育“现代学徒制”试点专业，与广州市置家房地产代理有限公司合作办学。2020 年广州市置家房地产代理有限公司和广州市艺居建材有限公司和市场营销专业联合申报第一批广东省产教融合型培育企业获立项。广州市置家房地产代理有限公司被评为我校优秀合作企业。校企共建课程，把企业优质教师引进课堂。和广东链家房地产经纪有限公司联合教授《房地产营销策划实训》课，和广东首出科技有限公司联合教授《电子商务运营》，邀请电商直播团队

讲授《新媒体营销实训》，深受学生好评。

（二）发展定位

1.产业学院的性质定位

升谱达数字营销产业学院以资源共享与合作共赢为目标，依托我校市场营销专业、工商企业管理专业和现代物流管理专业，且具有健全的运行机制，主要服务于粤港澳大湾区营销行业企业的新型办学方式。产业学院发挥了我校科技和人才优势，以互联网和相关服务业、房地产业、汽车业、商务服务业、制造业、零售业等发展需求为导向，构建区域经济社会发展与科教融合、校企合作的发展道路相结合的人才培养模式。为粤港澳大湾区营销行业的发展培养数字营销技术人才。

2.产业学院的主要功能定位

(1)教学研用基地

校企双方根据专业协同培养、社会服务的需要，利用各自资源优势，采用多元投资方式，共建共享集专业教学、双创教育、社会服务等多功能于一体的教学研用基地。

(2)高素质“双师型”教师队伍建设

完善校企互聘互训机制，共同组建产业学院实践教学指导委员会:实施产业导师特色岗位，针对企业高级数字技能大师和高级营销大师工作室和劳模工作室:开展项目课程的校企导师的联合授课、联合指导，打造高水平教学团队。

(4)高效率社会服务的开展

利用学校和企业的师资、技术、基地等资源条件，针对粤港澳大湾区中小企业的数字营销技术提升、品牌建立和销售推广等开展培训:为粤港澳大湾区房地产、汽车、制造、商务服务类企业提供智能支持、技术服务。

3.依托专业情况

广东机电职业技术学院市场营销专业隶属于广东省高水平专业群——现代物流管理专业群，紧密结合先进的教学理念和教学模式，依托校企合作对接产业链，致力于培养适应粤港澳大湾区新经济形势需要的高素质高技能市场营销人才。

市场营销专业成立于 2010 年，专业开设后，一直紧密结合先进的教学理念和教学模式，积极探索“岗课赛证”融通育人，重视产教融合、校企合作，是省级现代学徒制试点专业和省中高职贯通培养三二分段试点专业，目前有 3 个省级产教融合型企业获得立项，2 个校级校外实践教学基地（其中 1 个被推荐为省级校外实践教学基地），1 个校级创新创业孵化基地。近年专业在省级学生技能竞赛、创新创业竞赛、教学竞赛中取得优异成绩，获得省级学生技能竞赛一等奖 3 项，省级二等奖 6 项，省级三等奖 5 项，省挑战杯二等奖 1 项，省级创新创业计划 1 项。

4.合作项目情况

围绕产业学院建设，主要开展如下几方面工作：

1.行校企共同搭建服务平台。2021 年 5 月与行业龙头企业深度融合构建服务平台。构建了同音响龙头企业广州升谱达音响科技有限公司、房地产代理龙头企业广州置家、零售龙头企业广州钱大妈农产品有限公司的“数字营销产业学院”，为本专业深入开展产教融合工作奠定了坚实基础。

2.学校组建专业团队为企业申报政府类项目。2020 年广州升谱达音响科技有限公司、广州市置家房地产代理有限公司和广州市艺居建材有限公司和市场营销专业联合申报第一批广东省产教融合型培育企业获立项。2021 年贝壳科技有限公司和市场营销专业联合申报第二批广东省产教融合型企业获立项，2022 年广州升谱达有限获得广东省“专精特新”小巨人企业。

3.构建校内、校外实践教学基地。依托专业群内广东省产教融合型企业，打造校级乃至省级校外实践教学基地，2021 年置家和链家校外实践教学基地通过校级验收，置家-机电校外实践教学基地获学校推荐参加广东省高职教育校外实践教学示范基地评选。

4.开展横向技术攻关。围绕产业学院建设、企业发展，组建专业团队为企业打造数字营销团队，做好数字营销人才建设规划，横向技术服务到账资金 23 万元。

5.卓有成效的开展定向订单班培养计划。从 2019 年以来，市场营销专业为企业开展四期订单班，培养订单班学员达到 150 多人，参加企业顶岗实习人员达到 120 人，订单班学员为企业创造产值达到 5000 万元。

三、建设基础

(一) 产业学院简介

升谱达数字营销产业学院是广州市升谱达音响科技有限公司与物流学院基于双方长期深度合作上经过近半年时间筹划，于2021年5月18日正式成立。产业学院隶属于广东机电职业技术学院物流学院，在学院、企业内同时挂牌，成立教学管理组织机构。教学管理组织机构人员由物流学院领导、教师和企业负责人共同组成，设置产业学院组织架构，设院长一名、执行院长两名、校内老师七人、企业专家十人、订单班班主任一名，共同管理订单班，第一期订单班共吸纳56名学员。

构建产业学院旨在整合行校企资源，打造实践性强、技能高的社会需求人才培养、培训体系，提升物流学院市场营销、工商企业管理专业同学综合能力，具备在音响、快消品等商贸流通领域、文体产业进行数字营销的相应技能，同时通过产业学院为纽带深化行校企合作，推动营销及工商企业管理的专业建设。

(二) 合作单位简况

	合作单位名称 ⁴	广州升谱达音响科技有限公司		
	法人代表	韩继坤	联系人	胡壮健
	单位性质	民营企业	联系人职务	人事总监
	主管单位	广东省工商管理 局	联系人电 话	020-34799032
基本 情况	已接受共建专业点 实习学生数(人)	100	已接受共建专业点 毕业生就业数(人)	102
	合作开展现代学徒 制试点学生数(人)	0	合作开展订单培养 学生数(人)	153
	已支持学校兼职教 师数(人)	5	已捐赠和准捐赠设 备值(万元)	0
	简况(着重说明合作单位的行业地位、具备的资质和条件、经营状况、校企合作经历等)			

⁴ 如有多个合作单位，可自行增加表格。

广州市升谱达音响科技有限公司成立于 2007 年，注册资本： 600 万(元)统一社会信用代码：91440113696928228H，运营中心位于广州市番禺区大夫山文体创意产业园，生产制造中心位于番禺区沙头街莲湖村工业区。是一家专业音视频解决方案供应商。公司有 1 栋设备生产厂房和独立的国内营运中心，总人数 300 多人。

广州市升谱达音响科技有限公司致力于无纸化会议、分布式综合管理平台、全数字会议系统、公共广播、专业扩声的研发、生产、销售。我们秉承“专业专注，至诚相伴”的经营理念，竭诚为广大客户提供服务。SPDPA 自进入市场以来，坚持以市场需求为出发点，持之以恒追求创新。SPDPA 设立了“总部平台+办事处”的创新服务模式，由总部提供优质的产品和技术支持，办事处为客户提供本地化的服务，目前已经在北京成立分公司，在上海、河南、四川、湖南、山东、广西、江西、福建、湖北、贵州、云南、安徽等地设立了十几家办事处，创新的服务模式得到了越来越多客户的认同和支持。

广州市升谱达音响科技有限公司是广东机电职业教育集团成员单位，积极与我校开展项目化教学、人才培养方案论证、新型现代学徒制人才培养、大学生校外实习实训基地和校园招聘等合作，深化校企合作，呈现产教融合新特色。目前我校市场营销专业共有 59 名同学在广州市升谱达音响科技有限公司工作。2021 年 5 月与音响龙头企业广州升谱达音响科技有限公司的“数字营销产业学院”，开启校企合作新纪元，2022 年升谱达数字营销产业学院获得校级立项。

(三) 管理体制与运行机制

1.产业学院管理体制

①成立"产业学院"管理委员会

为确保数字营销产业学院有序动作，组建产业学院管理委员会，负责制定"产业学院"章程、管理规章制度、工作实施细则和推进计划。管理委员会成员由物流学院

与升谱达公司共同派员组成，实行管委会领导下的院长负责制，由管委会负责聘任院长、副院长，指导编制产业学院工作规划。

②"产业学院"管理委员会下设"产业学院管理办公室"，开展产业学院的日常管理工作。数字营销产业学院隶属于广东机电职业技术学院物流学院，办公室设在1栋602教室。产业学院教学管理组织机构人员由物流学院领导、校内教师和企业专家、课程教师等共同组成。

表1 产业学院组织架构及人员设置

单位	成员	职责	工作内容
广东机电职业技术学院	蒋小龙 (物流学院副院长)	产业学院 院长	组织、协调产业学院部体 工作布置
广东机电职业技术学院	邱琦 (营销专业主任)	产业学院 副院长	订单班课程师资
广州市升谱达音响科技 有限公司	韩继坤 (升谱达公司总经理)	产业学院 执行院长	产业学院软硬件建设、产 学研项目统筹
广东机电职业技术学院	杨未昌 (物流学院党总支 副书记)	产业学院 副院长	产业学院日常运营管理、 培训、订单班、课程质量 监控、课程体系构建等
广东机电职业技术学院	张炜文(物流学院培训主 管)	产业学院 培训部主任	产业学院日常运营管理、 培训
广州贝壳科技有限公司	黄令涛 (广州贝壳科技有限公司 校园部经理)	产业学院培 训部副主任	负责双师型教师培训、教 师培训基地的建设
广物汽贸股份有限公司 实战商学院院长	黄河 广物汽贸股份有限公司实 战商学院院长	产业学院教 育教学管理 中心主任	制定人才培养方案和培 训课程标准
广州市升谱达音响科技 有限公司	张玲玉 (升谱达公司副总经理)	产业学院培 训师	订单班课程师资
广东机电职业技术学院	王晨 (工企专业主任)	产业学院 培训师	订单班课程师资

广东机电职业技术学院	殷华 (物流专业带头人)	产业学院 培训师	订单班课程师资
广东机电职业技术学院	邹晓 (专任教师)	产业学院 培训师	订单班课程师资
广东机电职业技术学院	叶永丰 (专任教师)	产业学院 培训师	订单班课程师资
广东机电职业技术学院	杨惠琼 (专任教师)	产业学院 培训师	订单班课程师资
广东机电职业技术学院	杨晶 (专任教师)	产业学院 培训师	订单班课程师资
广东机电职业技术学院	敖芬芬 (专任教师)	产业学院 培训师	订单班课程师资
广州市升谱达音响科技有限公司	刘洪 (升谱达公司行政经理)	产业学院 培训师	订单班课程师资
广州市升谱达音响科技有限公司	胡壮健 (升谱达公司人事经理)	产业学院 培训师	订单班课程师资
广州市升谱达音响科技有限公司	卢丹洁 (升谱达公司销售经理)	产业学院 订单班班主任	订单班课程师资
广州市置家实业集团有限公司	李韶美 (广州市置家实业集团有限公司董事)	产业学院 培训部主任	产业学院日常运营管理、 培训

2.产业学院运行机制

①发展动力机制

数字营销产业学院建设是政策驱动、需求驱动和创新驱动共同作用的结果，其中政策驱动是外部推动力，需求驱动和创新驱动属于内部驱动力。

政策在数字营销产业学院建设中起到引导、约束作用，规范了数字营销产业学院建设的指导思想、目标要求、具体任务和体制机制保障，是数字营销产业学院从自发建设走向自觉建设的关键一步。需求驱动力来源于学校和企业在面对外部挑战和竞争时的应激反应，而只有通过以知识共享为中介的校企深度合作才能解决企业面临的风

险挑战，利用好各自的优势资源与特殊能力。创新是数字营销产业学院建设与发展的根本动力，主要包括制度创新和文化创新。“多元化、混合型的组织产权结构更多地具有包容性和开放性，有利于最大限度地实现社会资源的优化配置和合理使用。”

②信息共享机制

数字营销产业学院是由人、财、物和信息构成的开放系统，其中人、财、物等要素都要通过信息的形式在系统中流动，信息是组织间沟通和决策的基本依据。要提高数字营销产业学院的运行绩效，就要建立组织间的信息共享机制，包括个体信息组织化与组织信息对称化等。

③利益分配机制

数字营销产业学院作为深化产教融合、校企合作的模式改革，其重要指向之一便是重新调整利益关系，实现利益合理分配。数字营销产业学院，充分实现优势资源互补构建“人力资源+知识资本+资金”的利益互补方式。学院提供高水平研发人员和学生作为人力资源和知识资本输入，企业为学校人才培养和技术研发提供资金，包括实习实训基地建设、技术创新研究中心、创新创业实践中心建设经费等，也为学校提供企业知识转化为教学知识的资源和条件。

（四）已采取的建设举措

1.落实责任，统筹安排

每年年初，产业学院根据建设工作目标和产业学院自身的进度安排，指导编制出相应的年度计划，细化分解任务，责任落实到人，确保顺利推进建设工作。年末做好工作总结，凝炼先进经验等。

2.加强管理，严格要求

在产业学院对日常管理上，严格要求，多措并举，以此推动产业学院的健康发展。

①产业学院安排相关老师、管理人员专门负责，及时了解学生的学习、工作和生活动态，对学生的教学过程和安全切实负起教育管理责任，各项管理规章制度“上墙”。

②把课堂搬进企业，实施学校、企业双导师制，按照人才培养方案不折不扣完成教学任务，确保人才培养质量。

③产业学院制定专项的教学计划，围绕着企业的业务设立课程，以此提高课程的实用性。

④落实企业导师制，注重导师教学过程管理和评价，所有教学过程要“留痕”。

⑤根据人才培养方案的课程设置，学校与企业导师联合研究教学方式、方法和考

核办法。

⑥在企业期间，做好人才培养相关课程的教学、考核与评价工作，教务秘书要做好教学过程材料的收集、分析和存档工作。辅导员要做好学生管理、评优、奖惩和安全等方面的工作。

3.校企合力，共建专业

各二级学院要依据区域、行业经济发展及产业转型升级需求，在进行广泛调研的基础上，与企业合作建设专业；共同成立专业建设指导委员会，共同制定人才培养方案，共同开发核心课程和教材，共同参与教学，共同评价教学效果等。

2019年市场营销专业与广州市置家房地产代理有限公司合作办学。2020年广州市置家房地产代理有限公司和广州市艺居建材有限公司和市场营销专业联合申报第一批广东省产教融合型培育企业获立项。广州市置家房地产代理有限公司被评为我校优秀合作企业。

2020年以来，与广州市升谱达音响科技有限公司合作，融入行业先进标准、运营模式建成产教融合新标杆。联合广州市升谱达音响科技有限公司开展社会培训，培训经费30000元。培养商贸流通运营管理人才。为适应商贸流通发展需要，使培养的学生成为高层次高素质技术技能型人才，工商企业管理专业从2018年开始与百胜餐饮（广东）股份有限公司以“订单班”+“顶岗实习”合作模式，培养适应商贸流通发展需要的运营管理职业岗位，能够从事数据分析、品类管理、客户关系管理、团队管理以及运营支持管理等工作的高素质技能型人才。依托升谱达强大的商业平台、专业团队、合作伙伴和校企合作网络，整合产业链、创新链、教育链，加快资源聚集与突破创新，助推专业人才培养、技术创新和科技服务能力实现快速提升。

2022年升谱达数字营销产业学院获得校级立项，获得学校5万元专项资金，为产业学院建设提供更好的发展机遇。

2023年广州升谱达音响科技公司与我校达成横向技术服务项目，企业为建设产业学院建设加大投入，到账资金20万元，为校企合作、产业学院建设高质量发展奠定坚实基础。

4.培育团队，提升能力

二级学院教师要定期到企业挂职锻炼，了解新技术、新工艺，改进教学方法，积累教学经验，打造“双师型”教师团队。企业高层管理人员或技术人员到学院兼职授课，参与产业学院管理、教学工作。

5.共建基地，构筑平台

数字营销产业学院与升谱达公司共建产学研基地、学生创新创业基地、学生实习

基地等，构筑起校企深度融合的合作平台。充分利用合作方拥有的设备优势和社会资源，为学院教师搭建校企合作平台，联合申报科技项目，共同完成科研任务，共建产学研合作示范基地。在不影响企业正常生产经营活动的情况下，校企行业联合建立学生创新创业基地、学生实习基地。

（五）已取得的建设成效

1. 人才培养效果显著

数字营销产业学院主要培养高层次应用型数字化营销人才和运营支持管理人才，累计参与培养学生 354 人，学生专业对口率达 86.77%，用人单位满意度达 90%以上，通过鼓励学生通过参加职业技能竞赛、挑战杯比赛、学术作品竞赛、“互联网+”创新创业大赛等各类赛事，提升学生专业综合素质，近 3 年获得各类荣誉达 12 项，其中 2021-2022 和 2022-2023 连续两年获得互联网直播营销一等奖。

2. 社会服务能力得到提升

2020 年至今，注重社会服务促成效，服务社会能力显著增强，学院积极开展各类专业技能培训，近 3 年来累计开展对外培训、技能鉴定培训达 40 项，培训 3857 人次，进一步提升学员对外服务培养的影响力。

积极与行业、企业对接，共签订合作协议 39 份，其中深度合作协议 1 份、校企合作合作协议 2 份、产教融合战略合作协议 36 份。

2023 年产业学院院长蒋小龙与合作企业完成横向技术服务项目，到账资金 20 万元，其他团队成员与 10 余家企业完成共计 100 多万元的社会横向服务项目，为企业增收 2000 余万元。

3. 校企合作现代学徒制试点，成效显著

2018 年与世界知名企业百胜餐饮集团合作现代学徒制，培养商贸流通运营管理人才。为适应商贸流通发展需要，使培养的学生成为高层次高素质技术技能型人才，工商管理专业从 2018 年开始与百胜餐饮（广东）股份有限公司以“订单班”+“顶

岗实习”合作模式，培养适应商贸流通发展需要的运营管理职业岗位，能够从事数据分析、品类管理、客户关系管理、团队管理以及运营支持管理等工作的高素质技能型人才。

2019年市场营销专业成为广东省第二批高职教育“现代学徒制”试点专业，与广州市置家房地产代理有限公司合作办学。2020年广州市置家房地产代理有限公司和广州市艺居建材有限公司和市场营销专业联合申报第一批广东省产教融合型培育企业获立项。广州市置家房地产代理有限公司被评为我校优秀合作企业。

3. 双师培训取得良好的成果

2019年以来，校企合作共建师资，建立优势互补、资源共享的校企共同育人机制。据统计，目前我专业共有30名授课老师，其中学校专任老师15名、企业兼职老师15名。团队内多名教师有着丰富的专业技能竞赛指导经验，曾在广东省职业院校教学能力比赛中获得省级荣誉。

在教学工作中，将合作企业具有丰富实践经验的优秀管理人员、岗位技术能手，通过兼职教师的形式直接参与到专业授课工作中，与学校专任教师共同承担《市场营销》、《新媒体营销》、《新媒体营销实训》、《连锁店设计与开发》、《门店运营管理》、《人力资源管理》、《零售直播技术》等核心课程授课。充分利用行业企业专家优势，让学生在专业课程的学习中即可学习到本专业最前沿的技术、最具有前瞻性的理念。企业兼职教师专业课授课课时比例达59%。，真正实现校企师资队伍双向流动、互通有无。

（六）资源投入与支撑条件

一、行、企业资源投入情况

广州市升谱达音响科技有限公司、广东营销学会、广州置家实业集团等作为产业学院合作企业、行业协会，依托行业、企业资源对产业学院建设进行了软硬件资源投入，具体如下：

1. 引入成熟的产业学院管理模式。广州市升谱达音响科技有限公司与省内同类高职院校开展了产业学院项目试点，并有良好的运行模式和管理机制，与我校共建“数字营销产业学院”，将较为成熟的产业学院管理模式进行优化迁移，并选派韩继坤总经理担任产业学院副院长，负责产业学院项目管理。

2. 产教融合教学资源投入。广州置家实业集团、广州贝壳科技有限公司依托自身强大的商学院资源，将企业真实业务脱敏为实训资源，用于产业学院订单人才培养，并安排学生进入贝壳、置家、链家等关联企业进行岗位实践，2018-2022年已有营销专业、工商企业管理专业学生进入房地产关联企业进行顶岗实习和就业。

3. 产业学院运行管理平台和竞赛平台投入。广州市升谱达音响科技有限公司参照企业信息化管理系统开发了产业学院运行管理平台，可直接用于产业学院日常管理和运行档案管理。

4. 资金投入情况

目前学校与广州市升谱达音响科技有限公司开展横向技术服务，累计到账经费已经有23万元，广州极创信息科技有限公司技术服务经费到账4万元，广州置家实业集团培训经费1万元已到账，有力支持产业学院的正常运行与可持续性发展。

二、学校资源投入情况

物流学院通过优质资源整合，搭建了一流的网络教学、线下实践、培训评价、就业服务等综合平台，拥有主要培训评价场所9个，电脑数量400台以上，室内面积达1000多m²，操作技能教学设备总值将近1300万元。主要场所包括：多媒体实训室、技能实操室。

1. 多媒体实训室

多媒体实训室主要是多媒体机房，能够满足日常产业学院教学科研工作，分别学

校南校区 1-102、1-401、1-403、1-503、17-103 等，超过 350 个教学工位。

2. 技能实操室

包括新媒体营销与直播实训室、摄影与后期制作实训室等，累计实训面积超过 400 m²，工位达 300 个，硬件包括硬件：长城台式一体机、服务器、神州数码交换机，打光灯、投影仪、摄录一体机、长形桌子 20 张软件、新媒体营销平台实训系统等。主要面向市场营销专业和工商企业管理专业，提供新媒体营销、网络直播、商务场景模拟、新零售线上线下实训教学，目前授课课程包括实训课程《新媒体营销》和《营销策划实训》等课程。

（七）政策支持与保障情况

1. 政府、行业协会政策支持

广东省发展改革委、广东省产教融合促进会充分贯彻产教融合政策，依据“《产教融合促进法》”，在调动企业参与产教融合校企合作、解决人才教育供给与产业需求的结构性矛盾等方面做了大量推进工作，广东机电职业技术学院作为广东省产教融合促进会副会长单位及省发改委基层联络点，积极响应政策支持，2016 年以来培育产教融合型企业 102 家，2019 年立项省级以上产教融合型企业 72 家，其中，广州市升谱达音响科技有限公司、广州置家实业集团、广州贝壳科技有限公司被立项为省级产教融合型企业。

2. 企业专项资金支持

产业学院运行经费主要来自于：订单班培训经费、企业捐赠、校内教学经费支持。订单班培训经费由产业学院向行业人才需求单位提供的培训课程所得收入，目前培训经费已经有 30000 元到帐；企业捐赠主要是以升谱达企业为核心的深入合作企业对产业学院日常教学进行的软硬件、资金的捐赠；校内教学经费主要是指在产业学院订单班日常授课所需费用由物流学院承担，相关费用发放参照学校制度执行。

3. 保障资金扶持

学校将加大示范性产业学院财政支持力度，对立项省级示范性产业学院实现三级

配套机制，在省教育厅财政配套经费的基础上，实现学校自筹配套，产业学院联合企业资源实行企业行业配套，三位一体确保产业学院建设经费投入，并确保建设任务按期开展。学校将确保专项资金按照建设规划方案落实到位，专款专用：根据建设内容科学预算项目建设经费，将配套资金纳入年度预算，保证项目能如期实施。各产业学院与合作企业积极拓展业务，通过技术服务、科技成果转化等多渠道筹集建设资金。项目组严格执行财经和采购的法律法规要求，严格执行上级有关项目经费管理制度，实行项目经费预算、审批和支出。

4. 场地支持

物流学院通过优质资源整合，搭建了一流的网络教学、线下实践、线下培训等综合场所，拥有主要培训评价场所 9 个，电脑数量 400 台以上，室内面积达 1000 多 m²，操作技能教学设备总值将近 1300 万元，其中营销类实训场地包括新媒体营销与直播实训室、摄影与后期制作实训室等共计 760 m²，资产多达 240 万元，能够满足产业学院开展人才培养、教学科研、社会服务等任务。

5. 生源支持

招录学生方面，我院近五年生源保持稳定，其中市场营销和工商企业管理专业在校学生每学年均保持在 500 人以上。

6. 其他支持

学校能够提供相对集中、面积充足的物理空间，有独立的开展产学研合作的实习实训基地，每年提供稳定的经费支持；学校将产业学院建设纳入改革与发展中长期规划，制定专项建设方案，赋予产业学院建设和运行管理一定的自主权限，并在政策制定、资源配置等方面予以倾斜，初步形成理念先进、顺畅运行的管理体系，建立了《物流院校企合作贡献度（项目负责人）评价办法》、《物流学院企业兼职教师聘用工作流程》等制度，鼓励教师开展产业学院建设的任务。

四、建设方案

（一）建设目标

以“政院校企、共建共享、协同创新、融赢未来”为原则，以破除人才供给侧与供给侧结构性矛盾为核心，以培育适应数字经济发展需求的新时代专业人才基础为根本，以汇聚“专精特新”企业资源要素为依托，以构建互补、互利、互动、多赢的新型产教融合平台为目标，建设特色鲜明的省级示范性产业学院。



建设目标

“政产学研”协同创新平台

1. 打造高职复合型数字营销专业人才培养高地

数字营销产业学院以产业需求为导向，依托广东省高水平专业群，打破专业群壁垒，构建“1+N+S”人才培养体系，稳步推进1个高水平专业群建设，设置N个微方向和S个校企合作订单班，其中数字营销微方向为市场营销专业的重点发展方向，并通过与行业协会（广东省中小企业发展促进会、广东营销学会等）、企业（广州市升谱达音响科技有限公司、广州市置家实业集团、广州贝壳科技服务有限公司等）多维协同建设品牌订单班，探索“通识+专业+产业”的知识和能力培养体系，打造四链融通育人模式，构建“多主体、多维度、多层次”的数字营销人才培养体系。

专业名称	微专业方向数量	微专业方向名称	班级名称
现代物流管理 (三年制)	2	智慧物流方向	物流 A1 班 物流 A2 班
		冷链物流方向	物流 B 班
工商企业管理	2	创新创业方向	工企 A 班
		连锁管理方向	工企 B 班
关务与外贸服务	2	国际物流方向	关务 A 班
		跨境电商方向	关务 B 班
市场营销(三年制)	3	数字营销方向	营销 A1 班 营销 A2 班
		房地产营销方向	营销 B 班
		汽车营销方向	营销 C 班

构建“1+N+S”人才培养体系



广州升谱达音响科技有限公司韩继坤总经理为订单班授课



置家“高级营销技能人才培养基地”授牌仪式

数字营销产业学院以**企业真实运营项目**为载体，引入合作企业数字生态全产业链的人才需求、技术标准、职业认证体系以及企业真实项目案例、人才培养模式，将教学内容分解融入到生产过程中，校企共建“通过企业运营项目的研发推进项目化教学人才培养”的“**项目工场**”，最终实现校企深度协同育人，使得人才培养及技术服务可以有效服务于区域数字经济发展，实现学校、企业、学生三方共赢。



与企业共同推进“项目工场”

2. 打造营销管理技术服务高地，打造一流的社会服务基地

深入挖掘各利益相关者资源，明确各方利益关系，产业学院以“共建共享共赢”为原则，充分发挥政府推动和市场引导作用，整合政府、学校、企业、行业在政策、人才、资金、硬件方面的资源，广引产业英才，共同在专业建设、技术研发中心、师资队伍、实训基地、技能大师工作室等方面开展深度合作。

以共建的社会服务平台为载体，共同打造校企融合的**数字营销产业学院混编师资队伍**，构建产业及教育高端智库。深入开展产学研合作，共同建设融合发展的高质量师资队伍，共同培养复合型高质量技术技能人才，共同为地方区域产业经济发展提供人才支持、技术服务、员工培训、成果转化等服务。力争平均每年承接纵向科研项目或申请发明专利不少于**3项**，平均每年横向技术服务到账金额不少于**60万**，年平均培训人数不少于**1000人**。

表 1 产业学院近两年培训情况一览表

年份	培训项目名称	培训对象	培训人数	培训天数
2022	广州春沐信息科技有限公司培训	企业员工	5	1
2022	广州探迹科技有限公司培训	企业员工	7	1
2022	广州维实信息科技有限公司培训	企业员工	9	1
2022	生鲜电商物流实战培训	企业员工	20	1

2022	惠州中职学校直播电商素质提升培训	校外教师	47	7
2022	惠州中职学校教师综合素质提升培训	校外教师	51	5
2021	广州升谱达新员工综合能力提升培训	企业员工	240	6
2021	视保企业经营及业绩提升	企业员工	250	15
2021	退役军人社会适应能力培训	退役军人	130	10
2021	跨境电商培训	农牧民	100	5
2021	林芝电商培训	农牧民	280	12
2021	退役军人社会适应能力培训	退役军人	130	10
2021	中小企业商创孵化成长体系	企业员工	30	2



2023 年产业学院技术服务项目到账款

3.促进教育教学改革，提高教育质量，输出数字营销地方标准和教学标准

聚焦四个维度，架设校企协同育人新航道，对接“师资、课程、项目、标准”四个维度。由学校牵头，组织企业行业专家深度参与课程建设、设计课程体系、优化课程标准、融通课岗赛证，实现产业链与教育链的深度对接融合。力争建成省级精品在线开放课程 1-2 门，校级精品在线开放课程 5-6 门，省级规划教材 1-2 本，特色专业群资源库 1 个，参与国家职业教学标准制订 1 项，学徒制或订单班招生人数平均每年不少于 30 人，省级专业技能竞赛一等奖不少于 3 个/年，省级及以上教学团队或创新

团队 1 个，省级大学生校外实践基地 1 个。

广东机电职业技术学院专业建设指导委员会名单

二级学院	专业	序号	工作单位	姓名	聘用职务
物流学院	市场营销	1	广州置家集团董事长	徐鑫	主任委员
		2	广东机电职业技术学院	邱琦	秘书
		3	广州城市职业学院	李艳娥	委员
		4	广东机电职业技术学院	邹晓	委员
		5	广东机电职业技术学院	周会青	委员
		6	广物汽贸股份有限公司	钟月华	委员
		7	广州市升谱达音响科技有限公司	韩继坤	委员
		8	广东营销学会	蔡淦锦	委员
		9	贝壳找房（北京）科技有限公司	薛红蕾	委员

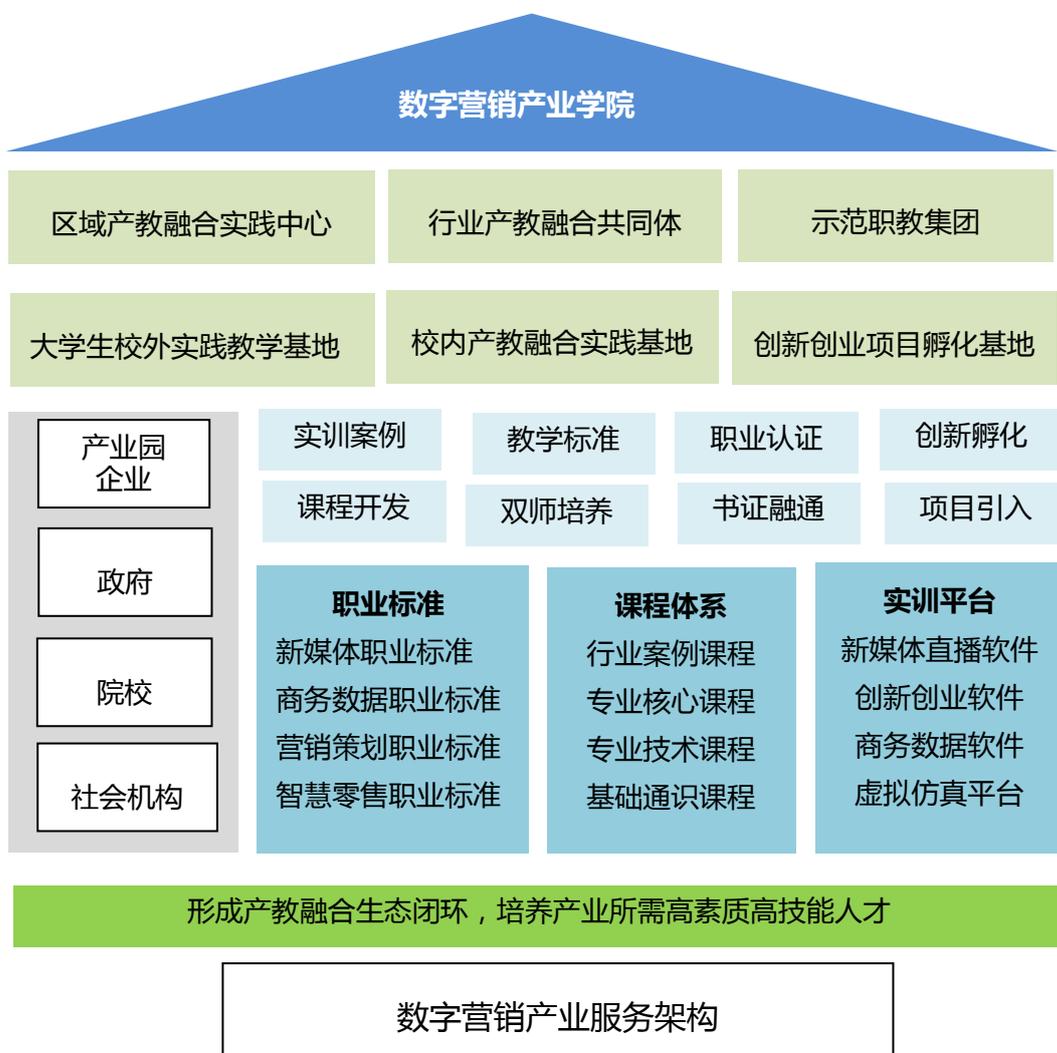


聘请企业专家为产业学院建设出谋献策

（二）建设思路

1. 以数字营销产业学院为依托，打造高水平产教联合体

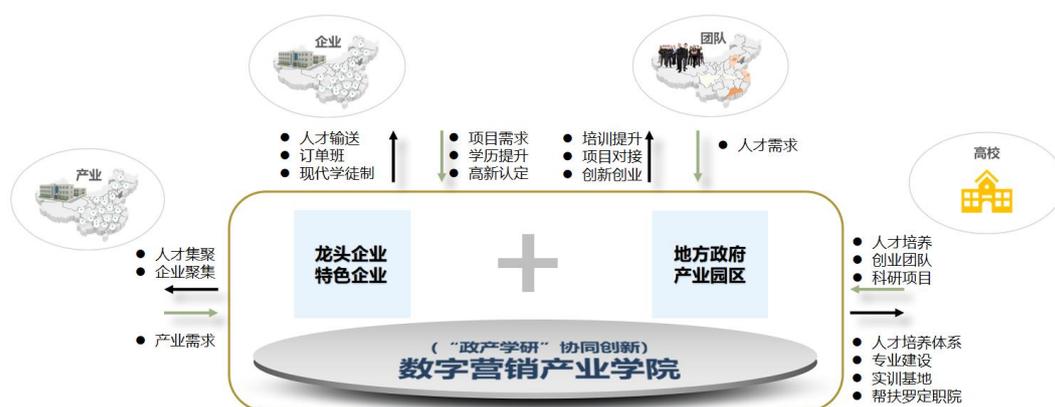
根据《关于深化现代职业教育体系建设改革的意见》《关于开展市域产教》发展市域产教融合体和行业产教融合共同体两翼，充分发挥政府统筹、产业聚合、企业牵引、学校主体作用，以青年创新产业孵化基地、广州市岭南电子商务产业园等为基础，以广东省中小企业发展促进会、营销学会等社会机构为桥梁，联合广州市升谱达音响科技有限公司、广州市置家集团有限公司等数十家数字化转型企业，建立“人才共育、师资共培、技术共推、成果共享”协同创新体系，促进产业经济高质量发展功能的市域产教联合体。



2.加强动力机制建设，建立多方共赢合作生态

打造校政行企“四位一体”特色数字产业学院，需要完善**顶层设计**，从管理模式、信息沟通、利益共享等多方面进行系统谋划，要改变“校热企冷”的窘境，激发企业、行业协会参与产教融合的活力。

通过建立校政行企“**利益共同体**”，推动行业企业等多元主体真正参与职业院校的办学管理，参与重大决策部署。**高校**发挥人才输送、学历提升、培训提升、技术创新方面的优势，真正做到以数字产业需求培养专业人才，同时确立企业在教学过程的办学地位和完善相关实践教学规定，为产业学院的顺畅运行提供知识、人才、教学保障。**协会**发挥办学引导作用，作为桥梁协调各方资源，同时促进学院、企业/产业园和协会形成项目共同体，共同推进市场项目的落地。**政府**发挥制度根本保障作用，给予其余三方政策支持和资金支持。



“政校行企”多方协同培养数字营销人才

3.校政行企整合优势资源，以人才集聚提升产业层次

坚持“**建体系、搭平台、创模式、促融合**”的建设路径。

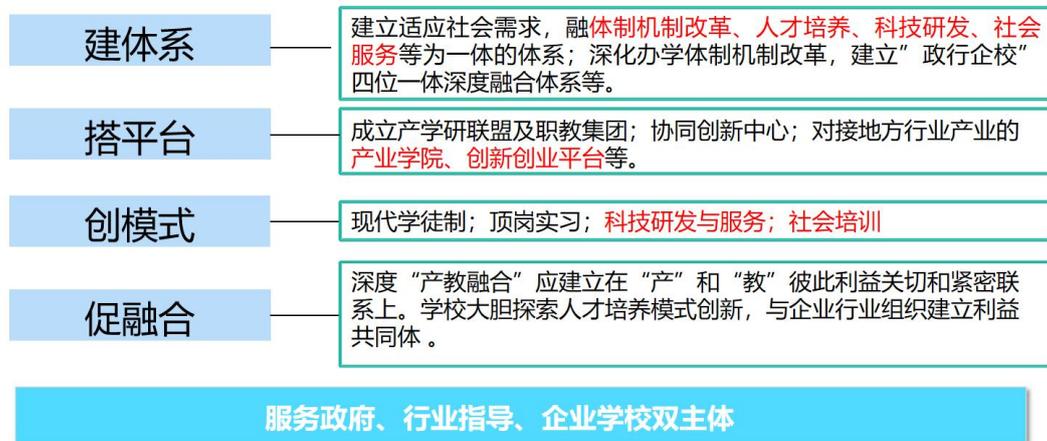
首先搭建体系。实行理事会领导下的院长负责制，双方共建《数字营销产业学院办学章程》、《产业学院办公室运行制度》、《产业学院教师队伍建设工作方案》等制度性文件，保障产业学院人权、事权、财权合法有效，治理科学高效、顺畅运行。

其次，搭平台。建立数字营销产业学院大师工作室、创新创业工坊、数字工厂等平台。校政行企共建的数字工场是一个链接政府、学校、企业、协会的用人平台、一个人才孵化器、一个整合行业企业资源并赋能企业的方式，能够实现从学生到未来“现

场工程师”的转化，最终服务于当地的数字技术产业。

第三，创模式。突破专业壁垒，实现跨界融合，整合核心专业群资源优势，集中力量发展数字营销方向。推动校企师资专兼结合双向流动，深化课程建设和人才培养改革，探索“学—研—产”三阶段育人模式，注重把创新创业孵化成果、技能竞赛成果、技术创新成果、课程建设成果、人才培养效果等作为重点考核指标。

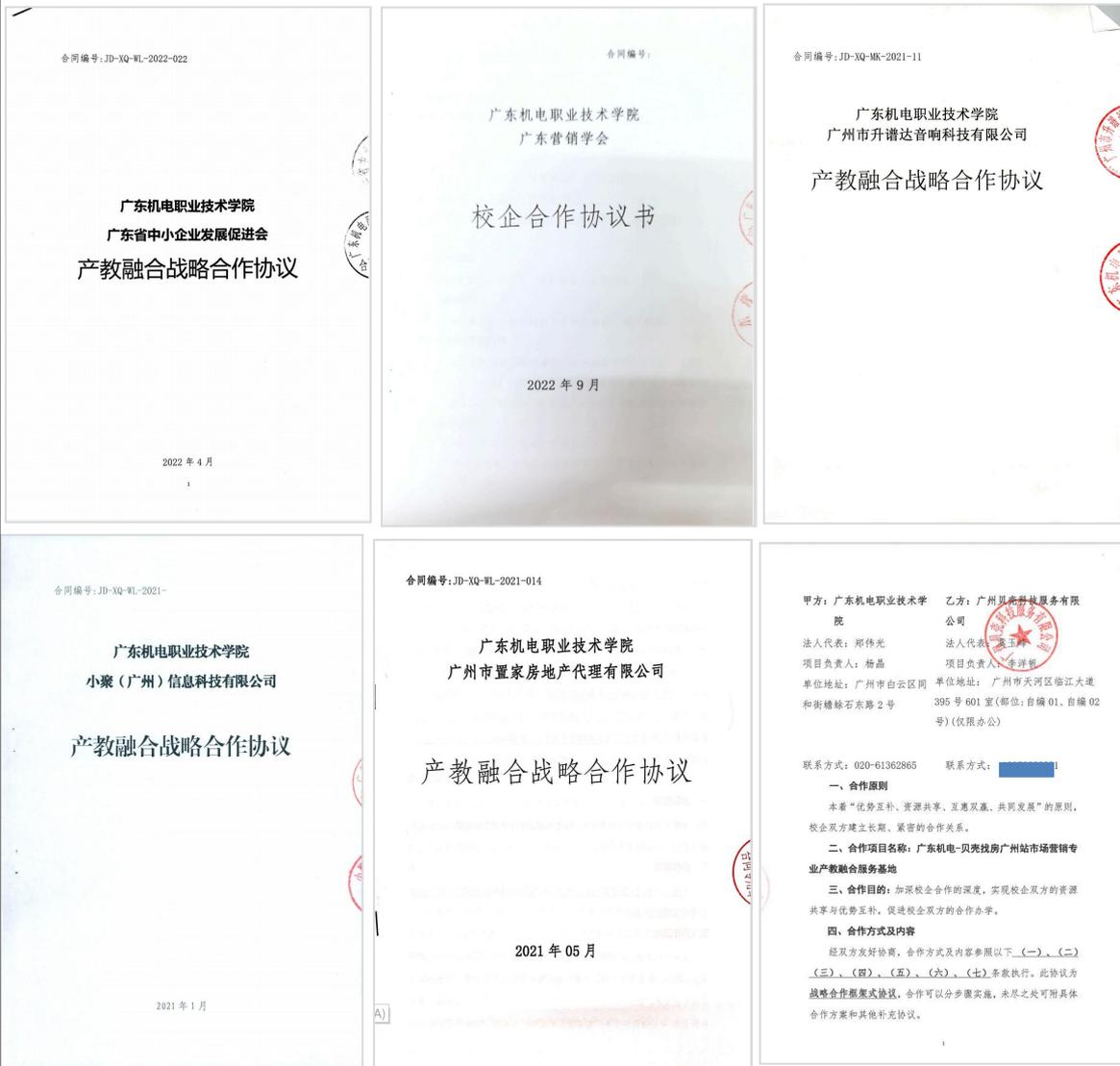
最后，促融合。实施“平台+项目+团队”的实践能力的培养方针，依托行业企业的优势产业资源与行业企业培训教育的实践教学体系，输出一批优秀职业能力培训课程用于实习实训以及培训服务，有效支撑数字人才培养。



(三) 建设内容

1. 构建以产业学院为载体的四方协同平台，打造利益共生共同体

数字营销产业学院深入挖掘各利益相关者资源，明确各方利益关系，建立由政府、学校、企业、行业等十多家单位组成的理事会，形成四方协同育人长效机制。学校分别与广东省中小企业发展促进会、广东营销学会等社会机构，以及广州市升谱达音响科技有限公司、广州市置家集团、小聚信息科技有限公司等数十家数字化转型企业签订产教融合战略合作协议。



与行业协会、企业签订产教融合战略合作协议

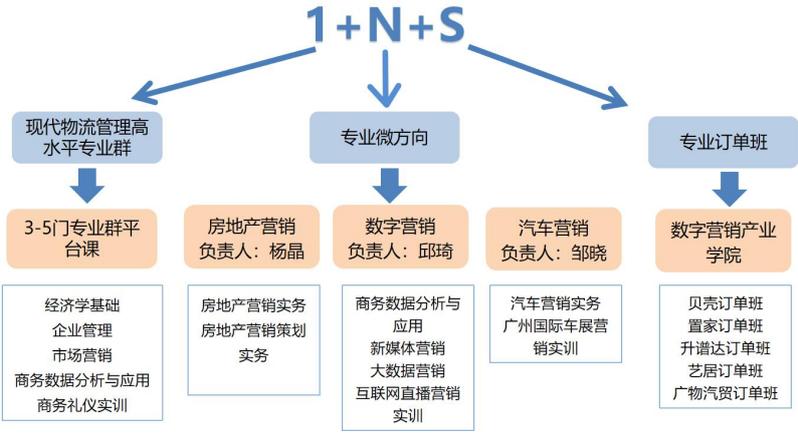


与广东营销学会商讨产业学院建设

积极探索“公有控股”的混合所有制合作模式，由各成员单位组成董事会，采取董事会领导下的院长负责制，共同制定权力制约机制和监督保障机制，明确学校和企业的职能范围、权利内容，最大限度地发挥多主体联合办学的优势和效应，充分鼓励行业协会、企业提供政策、场地及经费支持产业学院建设。

2.构建以产业需求为导向的跨学科专业群，打造人才培养共同体

改变以往单一专业设置，在数字营销产业学院建设跨学科的高水平专业群，一方面可以充分整合不同专业的优势资源，把商贸流通中的四流：商流、物流、资金流和信息流链接起来，另一方面能够培养既通晓供应链知识又熟悉数字营销关键技能的专业人才。



构建“1+N+S”跨专业育人模式

3. 仿真与真实环境交替实训，实现学生职业能力和职业素养的梯度提升

产业学院以订单式培养为起点，开展现代学徒制培养，逐步推进产教融合，积极探索双主体人才培养模式。主动适应数字经济时代营销数字化人才需求的新形势，进一步加强升级校内虚拟仿真实训基地建设，配合学校营销类专业人才培养体系的构建和课程建设，在满足基本教学要求的同时，构建教学实验、师资培训、技能测试“三位一体”实践教学主体，满足“认识实习”、“专项实训”、“综合实训”、“岗位实习”各阶段实践教学任务要求，完善专业群实践教学条件，完成教育部要求的专业升级与数字化改造工作。匹配现代社会对数字化人才需求，满足学校专业+数字化人才培养的需要。



认识实习



专项实训



综合实训



岗位实习

根据合作企业及行业的个性需求，实行“订单班”、“学徒制班级”式人才培养模式，培养符合区域数字产业需求的特色应用型人才，订单班和学徒制班级由企业和学校联合管理和考核。在建设期内，产业学院实施订单培养在校生规模占比 30%以上（年均 150 人以上），另外着力提升学生在实际操作中掌握数字营销技能，综合素质和能力得到明显提高，在建设期内争取学生参加省级及以上竞赛并获得 4 个以上一等奖。



共建订单班



共建学徒制班级

4. 聚焦专业建设，构建校企共建共享新生态

(1) 多主体共研，开发校企合作教材。

根据行业发展变化和岗位需求，深入分析数字营销业务岗位对应的典型职业任务，将原有的专业课程进行设计或者整合，与企业、行业共同构建“以工作过程导向”课程体系，共同制定课程标准、开发校企合作教材，学校与合作单位共同组织开发《连锁企业人力资源管理》等 5 种以上校企合作教材。在教学中融入 1+X 职业技能证书考核相关知识，契合行业岗位需求进行改革。如《新媒体营销》课程融入新媒体技术 1+X 职业技能证书考核知识点，从新媒体营销策划、新媒体内容设计、新媒体数据复盘等模块提升学生新媒体技能。



被评为 2022 年度 1+X 新媒体技术优秀试点院校



与泰国教育部共建鲁班工坊输出职业标准

(2) 建设精品核心课程，重点突出职业实践课程建设

在企业专家和课程专家指导下，根据核心课程标准，实施精品课程建设，力争在建设期内完成《商务数据分析》、《新媒体营销》等 5 门以上优质核心课程建设。

86	物流学院	商务礼仪实训	专业核心课	吴利红	钟劫、陈广仁、王晨、蔡志福、张兰、张韵轩、焦秀娟
87	物流学院	电子商务运营	专业核心课	邱琦	李敏、戴雪娇、毕家俊、庄俊坚等
88	物流学院	新媒体营销	专业核心课	邱琦	敖芬芬、杨惠琼、毕家俊、关梓颖等

2022 年校级金课立项公示

在产业学院课程建设过程中，要重点突出职业实践课程建设，构建“校内实训—专项课程实训—产业学院专项实践—产业学院顶岗实习”思维一体的人才培养模式，打造“课内与课外、校内与校外、实训与实战、仿真与全真”于一体的实践教学体系。

秉承“以赛促学”理念，将技能竞赛与日常教学有机融合，把反映行业先进水平的新工艺、新技术、新规范渗透到教学改革中，开展项目化教学，实现竞赛和课程的融通，强化学生的实践操作能力，提升学生综合实践的水平。同时通过邀请产业学院专家担任竞赛指导教师，做好各类重点竞赛项目的培育工作。



学生专业技能竞赛获奖证书

5.实施产教融合，建设真实环境的生产性实训基地

行动导向理念下的课程体系和理实一体化课堂教学模式的构建需要具备集课堂教学、培训强化、技能鉴定、社区服务的多功能实训基地，而这些仿真的实训基地的配备和真实的企业实践还是有差距的。专业基于与升谱达公司多年合作的基础，同时在推进工学交替、订单培养的合作方式中校企双方都取得了互信互认，因此双方本着互赢的方式共建共享生产性实训基地——“升谱达数字营销实习基地”，满足学生校内数字营销岗位实践需要，确保能为学生岗位实践提供必要实训设备的使用需求。学生在真实工作环境下参与学习，使人才培养模式真正符合行业的要求。



49	智慧物流创新创业基地	17 栋 103	现代物流管理	陈广仁	张 兰、杨惠琼 梁 钦、黄佳楠 蔡志福、周日升 邱 琦
50	数字零售创新创业基地	1 栋 703	工商企业管理	陶 峥	钟 劫、王 赞 陶 金、张韵轩 杨惠琼、刘 倩
51	全媒体运营双创工场	1 栋 601	市场营销	邱 琦	杨 晶、黄佳楠 杨惠琼、敖芬芬
52	国际供应链双创中心	1 栋 602	关务与外贸服务	曾 敏	任雪娇、林叶青 罗晓斐
53	湾区创客联盟创新工作室	1 栋 701	现代物流管理 高水平专业群	张韵轩	蒋小龙、陶 金 钟 劫、钟伟民 王 赞

校内数字营销实训基地

6.优化师资队伍，校企共建“双师型”教师队伍

数字零售产业的迅猛发展势必需要大量高素质的实用性人才，而这些人才的培养势必需要一支理论与实践融为一体的“双师型”队伍，在市场营销专业建设中提升专业教师的教学水平和实践能力显得尤为重要。在推进校企合作的过程中，首先有计划的安排教师利用暑假和寒假时间到企业实践，为了解数字营销岗位等进行实践，为行动导向课程的构建做好教师理念的更新和转变。教师通过企业实践了解行业发展态势，掌握业务发展变化，做好搜集记录，从而在课堂教学中进行完善和改革。在建设期内，产业学院 **20%（4 位教师）** 以上的专任教师到依托单位广州升谱达音响科技有限公司等企业开展实践锻炼。深入开展校企师资融通，建设期内保证来自合作单位的兼职教师占比不低于专任教师总数的 20%（4 位企业兼职教师），产业学院专兼职教师团队

力争成功申报省级教学团队或创新团队 1 个。



产业学院院企客座教授、专家聘任仪式

8. 锚定行业前景，提升社会服务能力

数字营销产业学院是面向数字化时代零售服务行业对高素质人才需求，而与行业协会、优质龙头企业共建的产教融合校企合作平台，构建了线上线多平台融合的实践教学资源库，学生可以获得更实用、实践、尖端的实践教学资源，深度体验数字化零售和商业模式创新的应用场景，并参与产学合作和创新研究建设期内，在建设期内产业学院实现非学历培训到账额达到 10 万元以上；横向应用技术研发项目到账经费达到 20 万元以上。

表 数字营销产业学院近两年横向技术服务到账经费

年份	企业名称	技术服务到账经费
2023	广州升谱达音响科技有限公司	20 万
2022	广州升谱达音响科技有限公司	3 万
2022	广州置家实业集团有限公司	1 万
2022	广东链家房地产经纪有限公司	2 万
2022	广州艺居建材有限公司	2 万
2022	致融信息咨询（广州）有限公司	2 万

（四）建设计划

一、总计划

建设分2个阶段实施：

1. 2023年1月1日-2024年6月31日

建设进程：（1）设立数字营销产业学院管委会，建立运行机制；（2）确定专业建设内容和任务，开展1+X证书制度试点，共同制定人才培养方案，开发课程和教材，开设订单班；（3）开展教学和实训；（4）合作研发音响新产品。

2. 2024年7月1日-2025年12月31日

建设进程：（1）建设教师企业实践基地，建立产业学院教师工作室，充实教师企业实践。（2）建设创新创业实践教育基地，开发相关课程和教学内容，推进创新创业训练项目的实施。（3）成立线上销售团队，采用直播和短视频营销手段，策划和销售产品。（4）开展技术服务、社会培训和课题研究。

二、具体计划

1. 产业学院人才培养计划

数字营销人才培养体系的融合是关乎专业能否提升办学水平的关键。主动适应数字零售变革需求，瞄准高端音响供应链岗位群，动态了解新技术、行业转型升级对高层次应用型数字化营销人才和运营支持管理人才的新需求。在产业学院专业指导委员会的带领下每两年展开行业企业调研，职业岗位（群）能力调研，建立数字化营销人才培养方案的动态优化机制。升级人才培养质量标准，将新型职业人才培养质量观贯穿专业建设全过程，鼓励学生通过参加职业技能竞赛、挑战杯比赛、学术作品竞赛、“互联网+”创新创业大赛等各类赛事，打通第一课堂和第二课堂，建立有效链接，培养学生的实践能力、创新创业能力、学术研究能力、职业精神和素养，提高学生岗位胜任能力和社会竞争力。加强人才培养质量的跟踪调查，对每一届毕业生进行就业率、用人单位满意度等方面的调查，实时关注人才培养质量，反馈专业培养定位。

表3 订单班人才培养相关建设任务

项目	建设任务	建设措施与方法
人才培养定位	1. 专业建设指导委员会每两年定期开展职业岗位（群）能力调研	1. 成立政、校、行、企四位一体的专业建设指

	2. 遵循数字化营销人才成长规律，建立人才培养方案动态优化机制	2. 深入调研，校企共同研制
人才培养质量	1. 打通第一、第二课堂，提高学生社会竞争力	1. 指导学生参加职业技能竞赛、互联网+等各类赛事
	2. 指导学生参加“1+X”证书，通过率达85%	2. 集中进行考证培训
	3. 力争就业率达95%以上，用人单位满意度达85%以上	3. 定期对每一届毕业生进行人才培养质量跟踪调查

2. 课程资源建设计划

对接音响销售行业先进标准，引入音响业、零售业新技术、新工艺、新规范，联合行业专家、企业运营管理专家、高水平专业群职业教育同行，协同开发企业数字化营销课程教学标准，搭建具有社会适用性的课程体系，构建专门面向零售业培养数字化营销人才的课程资源，建成一批在线开放课程。建设基于专业群的教学资源开发与共享体系，打造成成熟的专业平台课体系。

表4 课程资源相关建设任务

序号	建设任务具体内容
1	聚焦企业数字化营销人才培养，对接数字化营销职业标准，将数字化工具纳入教学内容，校企合作共同制定课程标准
2	承担专业平台课程《职业规划与就业辅导》、《商务礼仪》、《市场营销》资源开发共享
3	建设新媒体技术、品类管理1+X职业技能等级证书配套课程、职业技能系列课程、实训实践项目
4	建设一批在线开放课程，如《新媒体营销》《客户关系与管理》《商务礼仪》等
5	“专业核心课+专业技术技能课”完成混合式课程建设
6	专业课构建融合创新创业教育特色的课程体系

表 5 产业学院课程体系列表（部分）

课程名称	任课教师	课时	授课时间	授课内容
个人职业规划培训	杨未昌	16	第一学期	第 1-4 学时：角色自我认知重要性及认知错位的根本原因 第 5-8 学时：团队个人角色定位及三个维度 第 9-12 学时：团队个人角色有效转换路径 第 12-16 学时：情景模拟演练
商务礼仪训练	吴利红	16	第二学期	第 1-4 学时：讲授礼仪概述、职业形象、仪容仪表仪态 第 5-8 学时：社交礼仪，语言沟通、电话礼仪、餐宴礼仪、线上交际礼仪 第 9-12 学时：商务礼仪，见面礼仪、谈判礼仪、邮件礼仪、会议礼仪 第 12-16 学时：情景展示，现场情景演示。
有效商业沟通培训	蒋小龙	16	第二学期	第 1-4 学时：详细分析沟通失败原因，讲述沟通三原则 第 5-8 学时：分层次介绍不同群体之间有效沟通技巧 第 9-12 学时：有效沟通的六个步骤 第 12-16 学时：有效线上沟通技巧
员工执行力养成训练	胡壮健	16	第三学期	第 1-4 学时：介绍升谱达公司人事制度包括人才配置、人才培养、人才激励、人才考核、人才晋升、人才调配等 第 5-12 学时：职业规划要点讲解 第 12-16 学时：与客户实战沟通技巧讲解
团队合作训练	马伟锋	16	第四学期	第 1-4 学时：讲授礼仪概述、职业形象、仪容仪表仪态 第 5-8 学时：社交礼仪，语言沟通、电话礼仪、餐宴礼仪、线上交际礼仪 第 9-12 学时：商务礼仪，见面礼仪、谈判礼

				仪、邮件礼仪、会议礼仪 第 12-16 学时：情景展示，现场情景演示。
企业文化 培训	韩继坤	16	第四学 期	企业文化重要性及养成
新媒体营 销	邱琦	16	第四学 期	新媒体工具使用、新媒体营销策划

3. 教师教学创新团队培训计划

产业学院关注专业带头人、教学团队的专业建设、教学、科研、社会服务、国际化服务等多方面能力的提升及发展。提高培训工作的计划性，加大对专业带头人、教学团队专业能力培训的力度与个性化发展的支持。充分利用校企合作实践共同体、学术带头人培养计划、湾区创客联盟、华南电商产教联盟、技能竞赛团队等项目，将其打造为专业师资队伍发展的动力之源。规范企业兼职教师选聘与使用程序，充分利用学校鼓励引进企业兼职教师的政策，发挥企业兼职教师在特色课程建设、教学资源开发、校内教师专业能力提升等方面的带动作用，在这个过程中培育一批企业骨干兼职教师。

4. 实践教学基地建设计划

优化数字营销产业学院，改革实训基地建设模式，突出实训基地在数字化营销能力方面的教学功能，发挥广东机电职教集团、湾区创客联盟、BMI 商学院在零售技术创新方面的平台功能，为提升教师与学生的知识迁移与运用、数字化营销能力搭建更为稳定的育训结合平台。逐步完善战略性合作企业遴选及调整机制，保障校企合作深度及质量。不断深化同广州升谱达、广州置家、广东营销学会、中国连锁协会等企业行业的合作，突出培养学生数字技术方面的能力，如：新媒体技术、大数据技术等。改造校内模拟实训基地，改造后实训基地突出三个结合：（1）企业数字化营销专业技能训练、企业数字化营销专业技能考证、企业数字化营销新兴技术培养与数字化创新的结合；（2）学生社团活动、教学活动与服务战略合作企业的结合；（3）企业数字化营销人才教学实训与学生作品展示的结合。升级、完善现有校内实训基地的设备和设备。将基于核心企业的教学门店建设集运营、教学与零售技术开发为一体的实训基地。建设适合订单班教学的教学场地。

5. 应用开发与社会服务计划

通过产业学院联合会、零售行业龙头企业、优秀院校等资源，建设校企协同育

人平台，为零售企业提供咨询、诊断或培训服务。联合行业龙头企业开展“1+X”新媒体技术、品类管理证书项目以及企业数字化营销人才培训项目。指导3-5家院校开展数字营销课程标准等相关工作。围绕企业数字化营销的核心技能，建设国内首个零售数字化营销创新技能服务平台，重点开发新媒体技术、数据分析技术、项目开发及运营的相关标准等，向企业、相关院校推广。服务“一带一路”和“大湾区”建设，开展海外零售数字化营销人才研修班，专业实训基地接收境外高校学生研习等国际化合作办学项目的建设，提升专业建设的国际化视野和水平，大大提升人才培养的层次。

表6 应用开发与社会服务相关建设任务

序号	建设任务具体内容
1	发挥产业学院协同育人功能，聚合校企资源服务市场经济
2	行业企业、协会、专家一起研发数字化营销人才相关培训资源
3	形成职业数字营销核心技能课程标准，并辐射带动3-5家院校
4	培育“1+X”证书认证师资团队，服务行业企业
5	建设数字化营销创新技能服务平台
6	开展海外数字营销人才研修班

6. 扩大国际交流与合作计划

(1) 积极参与“一带一路”和粤港澳大湾区建设。培养国际化技术技能人才，增强企业数字化营销专业产教协同能力，探索援助发展中国家职业教育的渠道和模式，吸引“一带一路”沿线国家学生研修留学，建立与国外院校教师互访、学生交流机制，定期进行师生互访交流活动。

(2) 开展中外学生国际培训与交流。通过企业数字化营销专业开设的国际化课程、举办或参加国际学术交流活动及国际化培训，拓展国际视野；通过多形式、多渠道开展学生短期出国(境)交流学习项目，优化知识结构，培养国际交往和竞争能力；

通过联合中国连锁协会，面向“一带一路”沿线国家和地区招收留学生，开展学历教育和数字化营销多个证书培训，实现教学培养国际化。

(3) 服务中资企业“走出去”。主动服务升谱达、名创优品、逸马等中资企业“走出去”，助力中国企业实现新零售的飞速发展；做好人才蓄水池，为国家“一带一路”战略培养国际化新零售企业数字化营销人才。

表7 扩大国际交流与合作相关建设任务

序号	建设任务具体内容
1	开发《品类管理》、《新媒体营销》等国际化课程
2	举办或参加国际学术交流活动
3	举办或参加国际化培训

7. 加强科研支撑计划

为提升市场营销、工商企业管理专业的科研与社会服务水平，将联合行业协会、音响行业、房地产行业、直播行业、零售业龙头企业、优秀院校等资源，以协同育人为推手，提升科研能力。

(1) 建立提升科研能力的工作与管理机制。科学研究与社会服务是提升人才培养质量、支持专业可持续发展的基础。工商企业管理专业将加大力度强化专业带头人、教研室主任、中青年骨干教师的**科研意识**与社会服务能力，支持教师通过挂职锻炼、社会兼职、访学、参加高层次学术会议等形式提升科研水平，引入具有较高科研水平或社会服务能力的高层次人才。

(2) 创新“**行业—企业—专业**”联动的产教研融合长效机制。依托京东教育研究院粤港澳大湾区分院推动科研成果与行业应用的贯通问题。京东研究院立足广州番禺职业技术学院，服务本区、全市、全国，通过区—市联动，将京东人工智能、无界零售、大数据、跨境电商等方面的技术经验优势与粤港澳大湾区特色产业资源优势有机结合，助力地方特色产业发展。依托京东人工智能、大数据、无界零售、跨境电商等方面的资源及主流技术研发能力，结合粤港澳大湾区的现代零售业与职业高等教育实况进行人工智能、跨境电商、零售数字化等创新性研究，推动京东技术及业务场景在职业教育领域的推广与应用。

(3) 联合机构搭建教师科研平台。联合校内外机构共建现代服务业研究中心、零售创新技术服务中心，搭建教师科研平台。开发零售行业数据研究、零售行业人才

发展研究、以创业教育中心为平台的小微企业发展研究等项目。

表 8 科研支撑相关建设任务

序号	建设任务具体内容
1	建立提升科研能力的工作与管理机制
2	创新“行业—企业—专业”联动的产教研融合长效机制，依托京东教育研究院粤港澳大湾区分院推进科技项目实施
3	联合机构搭建教师科研平台

8. 特色举措

(1) 提升教师科研能力，依托广东营销学会、湾区创客联盟、中小企业发展促进会、新零售创新技术服务中心等平台，联合数字营销行业核心紧密合作企业，创新“行业-企业-专业”联动的产教研融合长效机制，力争解决科研成果和行业应用贯通的问题。不断强化专业带头人、教研室主任、中青年骨干教师的科研意识与科研能力，围绕专业培养学术带头人与研究团队，形成适应人才培养需求的研究体系，形成有一定社会服务能力和社会影响力的研究成果。加大全体教师，特别是专业带头人、教研室主任、中青年骨干教师的**科研能力培训**，支持教师通过挂职锻炼、社会兼职、访学、参加高层次学术会议等形式提升科研水平。作为区域知识创新主体的高层次职业教育，将以区域产业特色为建设和发展依据，发挥自身应用性、创新性、前瞻性特点，以科学研究成果、人才培养输出、学科专业建设满足新零售产业、企业技术成果应用和创新诉求，将**研究成果转化为解决实际生产问题**的技术，通过技术发展和创新实现现有知识和研究水平的提升。

(2) 依托升谱达数字化营销人才培养基地、行业龙头企业深化校企合作，全面升级人才培养模式，持续改进和提升人才培养质量。围绕现代零售业，深化校企合作，与核心紧密合作企业切实做好协同育人。基于数字化营销人才全面升级人才培养知识结构，进一步更新完善技术技能培养体系；在原有以“学校为主导”的培养基础上，依托核心紧密层合作企业，以“企业为主导”先培养一批懂行业、懂企业的“双师型”教师，然后基于企业数字化营销人才培养不能脱离实践这一特性，完善校内生产性实训基地，让学生有充分时间走入真实市场，以在岗学习为本位，切实培养学生数字化营销能力与知识的迁移及运用能力。

(3) 对接行业先进标准，联合开发职业数字营销课程标准，辐射带动同类院校专业建设。对接行业先进标准，引入零售业新技术、新工艺、新规范，建立适合企业

数字化营销课程教学标准。推动数字化营销专业联合 500 强企业及行业龙头企业、领军企业，共同建设高水平专业。扩大数字化营销专业职业人才培养模式的试点成果和实施范围。在职教集团基础上，联合行业协会、音响龙头企业、高等职业院校等，以输出品牌、教学标准和资源等方式成立连锁型职业教育集团，为现代零售业、音响业培养数字化营销人才。

(4) 加强国际交流与合作，引进国际先进标准，探索专业国际认证，加强与境外高水平院校的交流。提升专业国际化水平的主要措施有：一是对接国际零售、数字营销职业标准，将其引入到教学内容与教师培养体系；二是尝试配合战略合作企业国际化进程，开设国际化数字管理人才培养项目；三是对接美国商科专业 ACBSP 认证；四是积极开展联合竞赛、短期研修、夏令营等多种形式的学生交流活动。

(五) 保障措施

学校已制定完备的保障措施，从组织、制度、经费和监控等 4 个方面为产业学院各项任务推进提供有力支撑。

1 加强组织领导

学校成立示范性产业学院建设工作专班，统筹协调解决示范性产业学院在立项、建设、发展过程中的重大问题。专班成员单位要加强协同配合，形成工作合力，推动各项任务目标落地落实。各二级学院参照学校做法，成立二级学院工作专班，明确组织架构，完善配套措施，细化责任目标，简化工作流程。原则上示范性产业学院共建协议签订后三个月内落地启动，各二级学院要按程序做好申报、立项等工作。学校相关职能部门会同各二级学院建立从宏观决策到具体执行，从组织协调到日常管理，从上到下，各司其职的完整组织体系，为示范性产业学院建设的顺利实施提供强有力的组织保障。

2. 健全激励政策

学校通过深化人事制度改革，建立以创新和贡献为导向的激励制度，完善《内部管理体制改革的实施细则》、《人事分配制度改革办法和实施细则》、《岗位绩效考核办法》等系列管理制度，项目建设纳入部门和专业绩效考核，提高教师参与示范性产业学院项目建设的积极性。绩效评价结果作为调整项目资金支持额度的重要依据。对落地示范性产业学院招聘的教授(或博士)及以上人才给予一定的编制支持。落实科技扶持政策，鼓励和支持示范性产业学院加强创新平台建设和课题研究，优先推荐申报市级以上各类创新平台、科技计划项目和科学技术奖励。对于破解“卡脖子”关键技术难题的成果，在申报省级以上重点研发计划和科学技术奖励时予以重点推荐。

3 保障资金扶持

学校将加大示范性产业学院财政支持力度，对立项省级示范性产业学院实现三级配套机制，在省教育厅财政配套的经费的基础上，实现学校自筹配套，产业学院联合企业资源实行企业行业配套，三位一体确保产业学院建设经费投入，并确保建设任务按期开展。学校将确保专项资金按照建设规划方案落实到位，专款专用：根据建设内容科学预算项目建设经费，将配套资金纳入年度预算，保证项目能如期实施。各产业学院与合作企业积极拓展业务，通过技术服务、科技成果转化等多渠道筹集建设资金。项目组严格执行财经和采购的法律法规要。

（六）预期成果

1. 课程体系建设

在建设期内，建成省级精品在线开放课程 1-2 门，校级精品在线开放课程 2 门，特色专业群资源库 1 个。

2. 人才培养

在建设期内，产业学院实施订单培养在校生规模占比 40%以上(年均 200 人以上)，行业企业一线兼职教师承担的专业课教学任务授课课时占学校专业课总课时的 20%以上(年均 60 课时以上)。学生在实际操作中掌握数字营销技能，综合素质和能力得到明显提高，学生参加省级及以上竞赛并获得 4 个以上一等奖。

3. 科研成果

在建设期内，学校与合作单位共同组织开发《新媒体营销》《零售直播技术》等 5 门以上课程，出版校企合作教材《连锁人力资源管理》等 5 种以上教材，联合依托单位共同申报课题，每年获校级不少于 2 项或省级不少于 1 项，切实取得实效。

4. 师资建设

在建设期内，产业学院 30%（6 位教师）以上的专任教师到依托单位广州升谱达音响科技有限公司等企业开展实践锻炼，来自合作单位的兼职教师占比不低于专任教师总数的 30%（6 位企业兼职教师），产业学院专兼职教师团队力争成功申报省级教学团队或创新团队 1 个。

5. 实训基地建设

在建设期内，力争成功申报省级大学生校外实践教学基地 1 个，省级校内实训基地 1-2 个。

6. 社会服务

在建设期内，建立数字营销产业的人才培养基地，为社会提供更多的专业人才，非学历培训到款额不少于 20 万元，横向应用技术研发项目入帐经费不少于 50 万元，平均每年面向社会培训人数不少于 3000 人次。

7. 技术创新

在建设期内，企业的研发和生产能力大幅提升，向市场推出 2 款新产品，年均销售额增长 15%，经济效益明显提高。

五、审核意见

产业学院院长审核意见	
经审核，表格所填内容属实，本人对所填内容负责。	
签名： 	日期：2023.5.31
主要合作单位审核意见	
校企双方合作基础良好，同意申报省级示范性产业学院。	
单位（公章）： 	日期：2023.5.31
学校审核意见	
经审核，表格所填内容属实，广东机电职业技术学院作为合作主体单位将大力支持数字营销产业学院的建设，承诺给予资金和相关资源的配置。	
学校（公章）： 	日期：2023.7.5