

C1 本科教学审核评估

直面市场竞争的双创人才培养模式——文化与传媒学院龙驹传播实战教学基地

深化高校创新创业教育改革，是加快实施创新驱动发展战略的迫切需要，是推进高等教育综合改革的突破口，是推动高校毕业生更高质量创业就业的重要举措。为践行国家双创教育政策，厚植创客文化氛围，激发大学生的创造潜能，文化与传媒学院专业坚持三大办学理念：实战为基因、数媒为趋势、财经为特色，其中实战型教学贯穿整个人才培养过程，成为教学体系与专业建设的灵魂。

龙驹传播系学院校内创新实践平台，按照“知行合一事上练”的理念，以“真实战、全流程、非赢利”为宗旨开展实践教学，依托校企资源，着力于培养学生创新与创业能力，以适应数字媒体背景下产业发展的趋势与潮流。

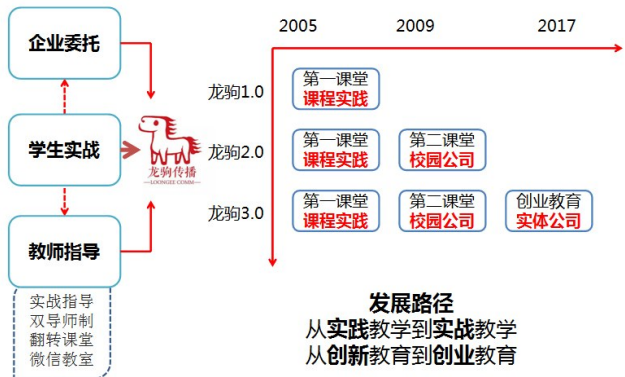
龙驹传播前身是学院2008年创办的模拟广告公司项目。它通过紧密的校企合作，以学生为主导的运营模式，目前已完成了三十多项企业或公益传播项目的调研、策划、创意课题，积累了丰富的实践教学经验，获得了合作方的高度肯定与认可。同时，龙驹传播注重将验证性实践与探索性实践相结合，面对新媒体、大数据、云计算等新技术的挑战，打通第一课堂与第二课堂的界线，打造了龙驹微信课堂等新媒体平台，以前瞻性的姿态探索产业趋势。

经过不懈努力，2014年龙驹传播入选校级校内创新实践基地，2015年龙驹传播被评为北京高等学校示范性校内创新实践基地。以此为契机，龙驹传播内部拓展出龙驹广告与龙驹互动两个实践型公司，分别开展营销传播与数字媒体的运营。2017年龙驹传播获得北京市高等教育教学成果奖二等奖，2018年1月23日《中国教育报》以《这群学生为何被3家500强企业点赞》为题对龙驹传播进行了深度报道，被包括人民网在内的数十家网站做了全文转载。

探索“双创”教育新路径

广告学专业创办于2005年，早期的教学实践以仿真广告项目或参加广告专业赛事为主。但教师与学生均感到这种实践方式与现实市场有较大的出入，难以获得直接市场反馈，无法了解市场真实需求、感知竞争压力，对学生的综合能力培养存在不足。于是广告系在2008年秋季着手创办了模拟广告公司。所谓“模拟”是强调其“非赢利性”，但实质上突破普通校园模拟公司的局限，尽可能采取专业公司的运营与作业方式，关键性的变化是从仿真项目转向实战项目：与市场对接，参与市场竞争，真正承接并完成企业的品牌传播项目。

在国家政策的指导下，历经多年不断摸索，随着龙驹传播的创办和成长，一条双创教学改革实践之路越来越清晰。后期，公司正式命名为“龙驹传播”（全称为龙驹整合传播机构），在校领导的支持下，在合作伙伴的启发下，运作理念与模式逐渐清晰，并不断更新，从实践教学升级为实战教学，从创新教育拓展到创业教育，开创出一条符合学校与专业特征的双创教育新路径。



龙驹传播的基本培养模式与发展沿革

2015年龙驹传播旗下设立了广告公司与互动公司两个子公司。前者主营广告公司的业务，着力于创新教育；后者负责数字媒体运营与创业，着力于创业教育。2016年初，龙驹传播被评为北京市高等院校示范性校内创新实践基地，强化条件建设与制度建设，深化了内部管理，两个子公司的运作显示出鲜明的特性，龙驹传播的发展上了一个新台阶。

广告分公司的运作结合广告学专业教学的主干课程，覆盖广告运作的全流程，包括广告策划、公关策划、广告文案写作、广告调查与效果测评、广告媒介企划、整合营销传播等第一课堂教学内容，也包括由龙驹传播团队自主承接的实战项目等第二课堂教学内容。

互动分公司则是龙驹传播的创业“梦工场”，结合当前大智移云的技术革命，紧跟传媒与广告行业的前沿，寻找市场痛点，勇于尝试与探索，在实践中发现新媒体、新技术类项目的机会。其日常工作除微信公众号运营等工作外，还于2015年基于微信企业号的功能自主研发了“龙驹微课堂”，成为广告教学的线上平台。

践行“双创”教育新作为

贯彻党的教育方针、以国家政策为指导，在北京市及学校的大力支持下，龙驹传播在教学实践中不断探索如何真正落实双创教育，并在运作中逐步形成了课堂实践、创新教育、创业教育三个层面的核心理念。龙驹传播实战型教学的创新点体现在以下四个方面：

真实战：知行合一事上练。广告学专业具有实践性强、交叉性强、知识更新快、工作节奏快的特征，我们的经验与理解是：实践型专业必须脚踏实地、立足市场、参与竞争，在实战中学习实战，在实战中激活知识。因此，不同于一般的校内模拟公司或实践基地，龙驹传播是开展实战的平台，在操作中特别注重：

承接真实项目：企业委托给龙驹传播真正有需求、有痛点的项目，师生团队共同发现问题、分析问题、解决问题，将教学与实战同步进行，通过线下与线上的市场调研与反复讨论，在策略与创意环节真正解决企业的问题，进而真正掌握书本与课堂上的知识，将人才培

养与社会服务相结合。

承接高端项目：龙驹传播的指导教师相信，“办一个县的事，要有一省的眼光；办一省的事，要有一国的眼光；而办一国的事，就要有世界的眼光。”因此在项目的选择上，倾向于承接更有挑战性的项目，服务更有影响力的企业，极大地拓展学生视野与能力。团队提出“服务世界500强”目标，目前已为中国人保、中国邮政、浦发银行等世界500强企业提供服务。

全流程：项目驱动式学习。配合课堂教学开展的实战型教育，强调“全流程”，覆盖广告运作的全部过程，在各个环节引企业项目进入课堂。目前已有广告策划、公关策划、广告调查与效果测定、广告文案写作、整合营销传播、广告媒体企划等6门主干课程采用此方式，1/3—1/2的教学时间用于实践，在实战中学习实战，在实战中深化知识。除第一课堂教学外，也包括第二课堂由学生自主承接市场客户委托的相关实战项目。

当今数字技术的快速迭代，广告业发生着日新月异的变化，课堂教学无法同步更新。龙驹传播摆脱单纯依靠课堂教学模式，而是根据真实项目的现实需求，由教师引导学生自主学习，辅之以由一线从业人员与专家组成的“数字邦系列讲座”，在实践中检验效果。及时跟踪、充分利用新技术、新媒体，引进大数据和云技术，使用众筹、众包等协作模式，面向未来的潮流与趋势去运营广告与数字媒体。在这种理念下，目前龙驹与企业达成意向：在实战教学中由学生团队直接投放数字媒体广告，通过传播与销售效果来考核广告策划、创意与媒体策略。

两个贯通：教学不止于教室。龙驹传播将第一课堂与第二课堂有效贯通。一方面，第一课堂与各主干课程相结合，包括完善学分评价、毕业设计等教学环节与真实项目的协同机制。另一方面，优化课堂教育与公司实践的关联。龙驹传播通过翻转课堂方式做好常规教学，通过解决业界的具体问题，使学生对现实复杂的运作有充分的感知，提高学生创造性解决问题的能力。在此基础上，创造性地开展独立于课程之外的教学实践，促进专业学生摆脱教师的护佑，单独面对市场、独立解决问题。龙驹传播已经拥有一定的行业与社会影响力，即有定期广告运作与媒体运营的实践，又有企业慕名而来，形成稳定的项目来源，由学生主导的龙驹传播管理团队自行承接。

龙驹传播将线下教学与线上教学同步打通，2015年在自主研发的“龙驹微课堂”，编程优化了微信企业号的功能，使之适应翻转课堂的教学。充分利用新媒体开展教学，融合多平台、多媒体、多技术、多时空将过去有限的课堂教学扩张到无限，学习中理论与实践的紧密结合不仅跨越了教室、教师的藩篱，更越过校园的围墙让毕业生和社会受益。这既是真实教学平台又是学生创业项目，2018年正在推出的3.0版本更新后将服务于翻转课堂，并拟向教育界推广。

面向创业：创业精神与能力的锻造。龙驹传播目前是一个非实体、非赢利的校园公司，重点训练学生的项目实操能力与组织管理能力。在此基础上，把握创业教育的内核，有意识地培养学生的创业意识、创业思维、创业技能。龙驹传播已经与多个创业孵化器（如中财科技园、优客工场）沟通，服务创业类企业，鼓励长期合作。这种“与创业者同行”的理念让学生先服务创业，再参与创业，最后尝试自主创业。龙驹传播正在搭建“四有创业平台”，首先有空间，目前在优客工场已经有联合办公空间，能够与创业者在同一个空间里去共同创业；其次有项目，龙驹传播团队能够为创业者提供营销与传播的服务，甚至将来可以将中央财经大学的更多学生资源融入其中，提供投融资与法律的咨询服务；第三有指导，在此与创业者同行的过程中，我们的学生也能够得到精益创业团队校外导师的辅导。如果在此过程中，学生能够萌发出一些创业的想法，我们将其对接资源；最后是有资金，有资金的支持与介入。龙驹传播下一步洽在中央财经大学资产管理公司的支持下注册为实体公司，迈出创业的关键一步。

强化“双创”教育新成果

发挥示范作用。刘延东同志在深入推进高校创新创业教育改革座谈会上强调，要把创新创业教育融入人才培养体系，改革教育教学内容方法，改进课程，强化实践。大力推进高校与政府、社会、行业企业协同育人，开展实质性、高水平的国际交流合作，吸引优质教育资源，促进科研成果转化。

龙驹传播正是教学改革中强化实践的成果，目前已成为北京示范性校内创新实践基地。龙驹传播在实现广告学专业学生全体参与、多次参与的同时，秉持开放与共享的态度，扩大辐射范围。实战型项目积极吸纳中央财经大学各个院系的优秀人才参与其中，在全校或校际范围进行推广，例如在娃哈哈挑战赛，就曾与北京林业大学组队。这些尝试最大限度地辐射各学生群体并使之受益，也使得“做真实项目、做高端项目”的理念产生了影响力。

完成委托项目。在服务国家加快转变经济发展方式、建设创新型国家和人力资源强国战略举措的教育理念之下，龙驹传播走出校园，与市场对接，参与市场竞争，真正承接企业项目，将教学科研、人才



王瑛琪校长带领文化与传媒学院广告系师生与中国人保健康高层交流

培养与市场融合在一起。龙驹传播已完成企业委托项目三十多项，其中多数为上市公司、行业领先企业，项目成果得到企业的高度评价。

龙驹传播完成的实战项目（截至2017年底）

第一课堂已完成项目	1. 2009年康比特广告运动策划 2. 2010年银河证券品牌传播方案 3. 2011年丽泽金融商务区传播方案 4. 2012年正山堂金骏眉品牌传播方案 5. 2013年功学社音乐中心广告计划 6. 2014年霾星人鼻用净化器传播方案 7. 2015年四海宜家营地旅游策划 8. 2017年人保健康一卡通广告策划项目 9. 2017年中国邮政“邮乐网”广告策划案 10. 玛卡西尼：地球炮灯一小时活动 11. 安踏：企业文化媒体传播 12. 爱奇艺：与青岛啤酒的世界杯联合营销 13. 九牧王：绅士节策划 14. 培训师资格认证微信公众账号 15. 金龙湖旅游地产策划 16. 乐融金融公关活动策划 17. 中节能LED智能玻璃营销推广策划 18. 风投机构投资峰会策划 19. 北大秦皇岛科技园广告文案 20. “说吧”汉语中心广告文案 21. 中国人保健康一卡通市场调查 22. 龙驹传播公司经营管理调查分析报告 23. 优梵艺术互联网家具整合营销计划 24. AAA糖友空间整合营销传播项目 25. 金号毛巾广告传播全案 26. 浦发银行全国大学生金融知识传播公益项目
第二课堂已完成项目	1. 2015年丹麦诺维信公益传播项目 2. 2015年东风汽车营销传播项目 3. 2016年皇龙二锅头广告运动 4. 娃哈哈营销精英大赛（部分学生组团参与,获得创意优胜奖） 5. 伊利营销精英大赛（部分学生组团参与，获得全场最高奖） 6. 现代汽车广告创意大赛（部分学生组团参与，一举包揽前四名，赢得8.5万奖金） 7. 第六届大学生公关策划大赛，一支团队获得一等奖，两支团队获得二等奖 8. 第十五届广告艺术节，获得学院奖大赛金奖一项，企业奖银奖一项

学生参赛获奖与就业情况。龙驹传播这一实战型学习平台的核心是学生的创意创新与创业能力培养。通过真实市场的锻炼与专兼职教师的指导，学生成为最大的受益者。

以2016年为例，在伊利营销精英挑战中，12级广告系学生顾萌荣获头等奖，被伊利集团直接录用，目前在市场部任职。在第五届现代汽车大学生广告创意大赛中，15级广告系代表队从全国近700支大学生参赛队伍中脱颖而出，最终一举包揽了前四名，共获得8.5万元的奖金，并得到中国青年报的报道。获奖学生的共同体会是能力源自平时实战训练获得的“市场感”，充分体现了真实项目对学生能力的全方位提升。

通过龙驹传播培养的学生也获得了用人单位的高度评价，在当前毕业生供大于求的大背景下反而成为市场追捧的热点，优秀人才供不应求，促使很多用人单位提前来预定毕业生。龙驹传播第一届的两位负责人洪观、杨少康分别被海航与首航集团市场部提前录用。

迈出创业一步。在本科生课堂教学、实践教学、实战教学的演进中，创业教学的态势已经自然形成。龙驹传播得到北京大学创业营、优客工场、小饭桌创业课堂等机构的支持，推动学生的精准创业教育与参与式创业实践。未来将与我校科技园合作建立实体分支公司，深化创新创业教育，真正实现产学研融合。

龙驹传播顺应了新媒体环境下产业发展趋势与潮流，满足了信息社会需要。经过8年来的实践，学校、企业、社会三者有机地融合在一起，实现了教、学、做相统一，取得了可观的成效，有利于人才培养与行业要求的对接。多样化的项目执行，不但全面锻炼了学生职业能力，增强了学生的责任心、独立能力、执行能力和团队合作能力，更培养了学生发挥创意思维，进行创新与创业的能力。龙驹传播既是深化高等教育教学改革、提高人才培养质量、促进学生全面发展实践的果实，更对促进毕业生充分就业、以创业带动就业有探索和示范的意义。

（本版稿件由教务处提供）



文化与传媒学院广告系同学包揽2016年“现代汽车”大学生广告创意大赛前三名