

慧科HUIKE

参与高等职业教育人才培养年度报告 (2023)

慧科教育科技有限公司

广东酒店管理职业技术学院

二〇二三年十二月



目 录

一、概况	1
(一) 企业规模、行业背景、企业治理	1
(二) 参与职教的条件、沿革	2
二、参与办学	4
(一) 企业参与办学的形式	4
(二) 企业参与高等职业教育办学所取得成效	4
三、资源投入	5
(一) 经费和物力投入	5
(二) 人力资源投入	5
(三) 参与授课情况	6
四、参与教学	6
(一) 专业建设	9
1. 构建校企共育的“模块化”课程体系	9
2. 参与制定人才培养目标	11
3. 参与教学计划调整	12
(二) 学生培养	13
1. 创建校企合作班	13
2. 实施“德技并修”人才培养模式	13
3. 采用项目式教学	14
4. 实施企业化评价模式	15
(三) 师资队伍	15
1. 教学团队建设	15
2. 企业方教师团队建设	16
3. “双师”素质教师培养	17
五、参与学生管理	18
(一) 加强大学生思想政治教育	18
(二) 加强学生职业素养教育	18
六、助推企业发展	19
(一) 职工队伍建设	19
(二) 企业研发能力	19
七、服务地方	19
八、保障体系	20
(一) 院校治理	20
1. 校企合作制度保障	20
2. 组织保障	20
(二) 政策保障	20
九、问题与展望	22
(一) 存在的问题	22
(二) 未来展望	22

一、概况

（一）企业规模、行业背景、企业治理

慧科教育科技有限公司(简称慧科集团) 创立于2010年8月,是中国高等教育和新职业教育领域领军企业,致力于让每个人都能公平和便利地获取优质教育服务,实现可持续职业成长。作为产教融合的坚定践行者,慧科通过产学合作,以创新教育理念和前沿技术培养新经济下的新人才,构建产教融合新生态,以人才赋能支持中国产业升级。

在高等教育领域,慧科打破校企合作壁垒,通过“慧科高教”和“慧科职教”将来自产业的理念、技术、资源整合输送给高校,通过产业学院、专业共建,实验室共建、训练营、在线课程等模式,携手高校共同培养新经济时代下创新型、复合型、应用型人才;以教育科技智能云平台——“慧科云”为院校、教育机构、企业和个人提供集科技赋能、动态连接、信息共享、数据融合为一体的技术支撑。

作为教育部产学合作协同育人项目的专家组成员单位,慧科集团积极配合国家“十二五”“十三五”规划中大力发展大数据、人工智能、云计算、虚拟现实、物联网、5G 技术等新科技为核心的战略性新兴产业的需求及指导意见,响应党的十九大报告提出的深化产教融合重大改革任务,以实现新起点上的人才供给侧改革为目标,通过深度产学融合模式培养满足新时代发展的创新型人才。

慧科集团拥有领先的教育产品和解决方案研发实力，整合了 3,000 多名产学研师资，通过先进的研究方法、实验室等资源将前沿技术转化为教育产品，并率先推出涵盖前沿科技、新商业、创新创业三大领域的近 20+个专业体系。服务覆盖从大学生、初入职场到职场精英的完整职业生命周期，打通从教育入口到出口的可持续发展链条，构建出慧科集团特有的 OMO 教育生态系统。

慧科集团始终践行让教育从产业中来到产业中去的发展路径，通过与阿里巴巴、腾讯、百度、华为等 300+家行业巨头及垂直行业顶尖企业深度合作，以产教融合整体解决方案赋能北京航空航天大学、复旦大学、上海交通大学、浙江大学、对外经济贸易大学、贵州大学、上海立信会计金融学院、常州大学、江西财经大学、北京开放大学、福州职业技术学院等近 2000 余所硕、本、专不同层次高校，累计共建 300 余个专业、产业学院、实验室，成功培养了 5,000,000+名高校学生。此外，慧科还通过开课吧与后厂理工学院帮助超 4,000,000+名互联网领域在职人士职业提升和职场进阶。为产业持续培养和输送高端创新型人才和应用型人才。

（二）参与职教的条件、沿革

为优势互补，资源共享，共同提升技能型人才培养、培训的水平和质量，在国家大力推行产教融合、工学结合职教改革的教学背景下，广东酒店管理职业技术学院与慧科教育科技有限公司进行深度校企合作，2021 年双方以“腾讯广告数字营销合作学院”为基础，

开展电子商务、市场营销以及数字媒体技术专业共建，并于 2022 年开始招生。

腾讯广告数字营销合作学院三个专业方向，由校企合作项目严格按照协议规定从招生宣传、教育教学、人才培养方案制定、师资培训、日常管理、顶岗实习及学生就业等方面采用专业共建共管方式进行运作。

二、参与办学

（一）企业参与办学的形式

本公司与广东酒店管理职业技术学院建立校企合作关系，共建电子商务、市场营销、数字媒体技术专业。根据企业自身发展需要，与广东酒店管理职业技术学院共同确定了招生方向及招生规模；根据用人标准，校企双方共同制定人才培养方案、专业教学计划及课程标准等。通过专业共建，充分发挥双方资源优势，适应市场发展需求，为企业培养具有良好职业素质及较强操作技能的应用型人才。

学院与企业合作的主要形式有：一是企业参与人才培养方案的制定；二是企业为学校提供兼职教师；三是学校与企业共同承担教学任务；四是企业为教师提供师资培训（线上/线下）；五是校企双方实训设备共享；六是企业接受学生实习；七是校企联合，解决技术难题。

2021年广东酒店管理职业技术学院与慧科教育科技集团共建专业。2022年开始第一届招生，现有在校生398人，其中电子商务130人，市场营销19人，数字媒体技术249人。

（二）企业参与高等职业教育办学所取得成效

企业根据市场的需求情况，充分发挥自身优势，有针对性地培养实践技能较强、符合市场需要的技术技能型人才，使更多的学生毕业就能顶岗，或者经过企业的短期培训即能适应岗位需求，让优质的毕业生成为学院的品牌，提升企业与学校合作的信心。

三、资源投入

(一) 经费和物力投入

学院积极通过多种渠道、多种途径筹集资金，确保学院建设经费的投入。学院与企业广泛开展校企合作、工学结合，共建实训室。

企业方将投资市场价值 300 万元（以第三方评估为准），以满足合作专业教学为出发点，目前已引入企业场景的 9 个直播舱、慧科数字大学慕课平台的部署等。同时计划提供数字媒体技术专业的企业工作室，直播实训室，电商专业，市场营销专业的国赛平台软件等，市场价值 200 万左右（以第三方评估为准），满足学生在校期间的实训项目需求。

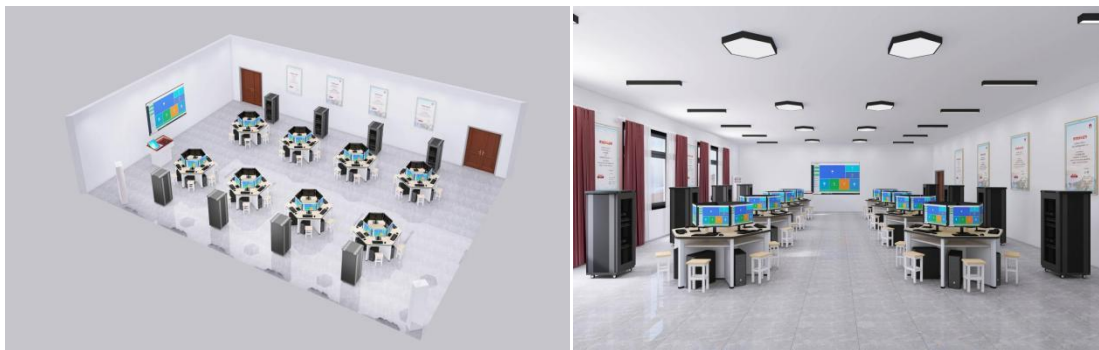


图 3-1 企业投资共建实验实训室（参考图）

(二) 人力资源投入

为解决学校师资问题，学校在双方合作的基础上，学校可引进企业方兼职教师，具体数量及承担的教学内容可由双方协商决定。

慧科教育科技有限公司拟投入教师

序号	专业方向	数量	驻校岗位
----	------	----	------

1	数字媒体技术	2	讲师
2	电子商务	1	讲师

(三) 参与授课情况

公司将参与三个专业方向专业核心课程、专业拓展课程教学，在引入慧科教育集团的同时，并引进新的企业标准课程，使用企业方实战化教材，完成技术授课教师培训，开展相关技术实训课程教学设计，编写实训指导书等。在授课课时上，慧科教育科技有限公司分别承担三个专业方向 640 课时的理论及实践教学。

数字媒体技术专业教学计划进程表

模块	课程类别	课程性质	序号	课程编号	课程名称	学分	课程类型	学时合计	理论	实践	一学年		二学年		三学年		考核方式		
											一	二	三	四	五	六			
											18	18	18	18	18	18			
专业基础课	专业基础课	必修	1		设计心理学【慧科】	1		18	18	0			√				▲		
		小计					1		18	18	0	0	0	0	0	0			
	专业能力模块	专业核心课	必修	2		互联网产品设计 UXD 项目综合实训&腾讯广告创意实训营【慧科】	6		108	36	72			√				▲	
			小计 (6-8 门)					6		108	36	72	0	0	0	0	0	0	
				3		商业视觉交互设计项目实训营 1 (基础端、中端商业项目： 运营宣发物料、活动 KV、H5、公众号运营向交互设计、抖音特效、表情包制作)【慧科】	7		126	36	90				√				▲
				4		商业视觉交互设计项目实训营 2 (中高端、高端商业项目：小程序、移动端界面开发等【慧科】	7		126	36	90				√				▲

			5	商业视觉交互设计项目 实训营 3(高端、全链路、 大厂类商业项目:网站、 APP 界面开发等)【慧科】	7		126	36	90						√	▲
			6	商业视觉交互设计项目 实训营 4(全链路、博物 馆、艺术园区、文旅景 区类商业项目:多终端 交互界面开发、沉浸式 交互展陈/装置场景设 计、XR(AR、VR、MR)交 互体验设计等)【慧科】	7		126	36	90						√	▲
			小 计		28		504	144	360							
			专业合计		36		630	198	432							
说明: w 表示集中周数; ○ 表示考试; ▲表示考查。																

2022 级电子商务专业群教学计划进程表

模块	课程类别	课程性质	序号	课程编号	课程名称	学分	课程类型	学时合计	理论	实践	一学年		二学年		三学年		考核方式			
											一	二	三	四	五	六				
											18	18	18	18	18	18				
专业能力模块	专业群共享课	必修	1	C12820741	电子商务概论	4	B	72	54	18	4							▲		
	电子商务专业核心课	必修	1	C12810833	网店美工	3	B	54	18	36			3						▲	
			2	C12810933	电商社群冷启动实战	3	B	54	18	36			3						○	
			3	C12811033	电商内容优化与运营	3	B	54	18	36			3						○	
			4	C12811134	电商业务数据分析	3	B	54	18	36				3					○	
			5	C12811244	电商平台精准投放	4	B	72	24	48				4					○	
			6	C12811364	短视频创作与运营	6	B	108	60	48				6						▲
			7	C12811445	腾讯广告数字营销实训营	4	B	72	24	48						6				▲
			8	C12811565	电商直播商业项目实训营	6	B	108	48	60						9				▲
	电子商务专业限选课	限选	1	C12800824	跨境电子商务	2	B	36	18	18						2			○	
			2	C12800923	淘宝网店铺实务	2	B	36	18	18				2					▲	
			3	C12801025	1+X 网店运营推广	2	B	36	18	18					2				○	
			4	C12801124	电子商务案例与实践	2	B	36	18	18					2				○	
			5	C12826124	网页设计	2	B	36	18	18					2				▲	
			6	C12801324	企业经营沙盘	2	B	36	0	36					2				▲	
			7	C12801424	电子商务法规	2	B	36	18	18					2				▲	
	综合能力课程			1	TS2000006	养成教育	1	C	20	0	20	√	√	√	√	√				▲
2				C12812825	电子商务专业群实训项目	2	C	40	0	40						√			▲	
3				BY2000001	顶岗实习	16	C	416	0	416							16w		▲	
4				BY2000002	毕业设计(论文)	4	C	156	0	156						4w			▲	

说明: w 表示集中周数; ○ 表示考试; ▲ 表示考查。

市场营销专业教学计划进程表

模块	课程类别	课程性质	序号	课程编号	课程名称	学分	课程类型	学时合计	理论	实践	一学年		二学年		三学年		考核方式	
											一	二	三	四	五	六		
											18	18	18	18	18	18		
专业核心课	必修	1	C12826033	用户画像分析训练营【慧科】	3	B	54	28	26			3						○
		2	C12826233	短视频入门训练营【慧科】	3	B	54	28	26			3						▲
		3	C12826343	互联网内容营销训练营【慧科】	4	B	72	36	36				4					○
		4	C12826434	用户增长转化训练营【慧科】	3	B	54	28	26					3				○
		5	C12826564	短视频创作与运营【慧科】	6	B	108	48	60					6				▲
		6	C12826385	腾讯广告数字营销实训营【慧科】	8	B	144	48	96							6w		
			1	C12802485	直播带货实战【慧科】	8	C	144	0	144						6w		▲

说明: w 表示集中周数; ○ 表示考试; ▲ 表示考查。

四、参与教学

(一) 专业建设

1. 构建校企共育的“模块化”课程体系

腾讯广告数字营销合作学院三个专业方向的培养以职业岗位对实用型人才的职业能力和素质要求为出发点，通过岗位调研、企业调研、从业者调研、毕业生反馈和院校调研等途径，全面了解三个专业方向的人才市场需求情况，确定腾讯广告数字营销合作学院专业就业岗位对人才在知识、技能、能力及素质等方面的具体要求，设计开发专业课程体系。以就业为导向、以工学结合为主旨，构建融入校企共育的“模块化”课程体系。课程体系设计如图所示。

课程类型			开设课程
一级名称	二级名称	门数	
公共基础素质模块	必修课	2 3	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、思想道德与法治、形势与政策、马克思主义中国化进程与青年学生使命担当、大学生心理健康教育、大学体育1-4、大学生职业生涯规划、军训理论、军事技能、高职英语1-2、信息技术、高等数学、应用文写作、社交礼仪与廉洁修身、劳动教育、创新创业教育、中华优秀传统文化、安全教育
	选修课	4	美育类、其他类
专业能力模块	平台共享课程		7 经济学基础、会计学基础、管理学基础、金融学基础、统计学基础、网络营销、电子商务概论
	专业核心课	电子商务专业	8 图像设计基础、电商社群冷启动实战、电商内容优化与运营、电商业数据分、电商平台精准投放、短视频创作与运营、腾讯广告数字营销实训营、电商直播商业项目实训营
		现代物流管理专业	8 物流管理概论、国际贸易实务、供应链管理、仓配运营与管理、项目管理学、物流管理案例分析、物流财务管理、生产运作管理
		金融服务与管理专业	8 国际金融实务、商业银行经营与管理、互联网金融财务管理、证券投资分析与实训、金融市场基础知识、保险理论与实务、证券市场基本法律法规

		大数据与会计专业	8	财务会计、审计学、成本会计实务、税务会计、财务管理、管理会计实务、综合实训（会计软件应用）、初级经济法（初级职称）
	专业拓展课	电子商务	5 (7选5)	跨境电子商务、淘宝网店实务、移动电子商务应用、电子商务案例与实践、网页设计、企业经营沙盘、电子商务法规
		现代物流管理		冷链物流管理、智慧物流实训、仓储与配送、物流法规、管理会计、ERP沙盘模拟实训、物流装备与技术
		金融服务与管理		个人理财、金融监管学、区块链基础与应用、中央银行学、财务报表编制与分析、银行业务技能实训、金融风险
		大数据与会计		管理
			会计模拟实训（手工）、小企业会计实务、财务报表编制与分析、金税财务应用、Excel在财务中的运用、纳税筹划、ERP沙盘经营实训	
综合能力模块		素质能力	4	顶岗实习、毕业论文、毕业综合实训项目、1+X证书培训

图 4-1-1 电子商务专业课程体系结构图

课程类型			开设课程
一级名称	二级名称	门数	
公共基础素质模块	必修课	22	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、思想道德与法治、是形势与政策、马克思主义中国化进程与青年学生使命担当、大学生心理健康教育、大学体育 I-IV、大学生职业生涯规划、军训理论、军事技能、高职英语 I-II、计算机应用基础、高等数学、应用文写作、社交礼仪与廉洁修身、劳动教育、创新创业教育、中华优秀传统文化、国家安全教育。
	选修课	4	美育类、其他类
专业能力模块	专业基础课	7	管理学基础、商品学基础、经济法基础、会计学基础、市场营销基础、经济学基础、统计学基础
	专业核心课	7	用户画像分析实训营、短视频入门训练营、互联网内容营销训练营、用户增长转化训练营、短视频创作与运营实战、腾讯广告数字营销实训营、推销理论与实务
	专业拓展课	5 (7选5)	消费心理学、营销渠道开发与管理、ERP经营管理沙盘新媒体策划与写作、服务营销、会展营销、品牌管理

综合能力模块	素质能力	4	顶岗实习、毕业论文、养成教育、直播带货实战
--------	------	---	-----------------------

图 4-1-2 市场营销专业课程体系结构图

课程类型			开设课程
一级名称	二级名称	门数	
公共基础素质模块	必修课	22	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、思想道德与法治、形势与政策、马克思主义中国化进程与青年学生使命担当、大学生心理健康教育、大学体育 I-IV、大学生职业生涯规划、军训理论、军事技能、高职英语 I-II、计算机应用基础、高等数学、应用文写作、社交礼仪与廉洁修身、劳动教育、创新创业教育、中华优秀传统文化、国家安全教育。
	选修课	4	美育类、其他类
专业能力模块	专业基础课	6	Premiere Pro CC 视频编辑基础教程、Illustrator 平面设计、CINEMA 4D 基础与实例、Maya 动画制作、Photoshop 图形图像处理、3DS MAX 软件基础
	专业核心课	7	人机交互设计（慧科）、设计思维与设计心理学（慧科）、计算机视觉与图像处理（慧科）、视频特效及后期剪辑制作（慧科）、Web 前端及体验设计（慧科）、数字媒体技术项目实训营 1（中高端、高端商业项目：小程序、APP、Web 程序设计等【慧科】、数字媒体技术项目实训营 2（基础端、中端商业项目：短视频拍摄、抖音特效、数据科可视化、动态动画设计）【慧科】
	专业拓展课	5（7 选 5）	摄影与摄像基础、设计基础、Flash 基础与制作、设计色彩、影视精品分析、广告创意设计、剧本创作
综合能力模块	素质能力	3或4	顶岗实习、毕业论文、养成教育、数字媒体技术项目实训营 3（高端、全链路、大厂类商业项目：游戏设计、影视后期、XR(AR、VR、MR)交互体验设计等）【慧科】（4个）

图 4-1-3 数字媒体技术专业课程体系结构图

2.参与制定人才培养目标

电子商务人才培养目标：本专业坚持立德树人，德技并修，面向广东省及区域电子商务服务、电子商务应用领域等行业企业，培养德、智、体、美、劳全面发展，具有从事本专业对应的职业素养、创新精神和创业意识，掌握现代商务管理和电子商务运营等基本理论和专业

基础知识，具备数据分析、营销策划、网络营销、网店运营、商品整合、客户服务、网店开设、网店装修、跨境贸易等能力，能够从事电子商务网络运营与推广、网店客户服务、网店开设与装修等岗位工作的高素质技术技能人才。

市场营销人才培养目标：本专业培养德、智、体、美、劳全面发展，具有良好的职业道德、职业素养、实践能力和创新创业意识，精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展能力，面向第三产业以及相关企业，掌握市场营销方面专业知识，有较强实践动手能力，并具有相关从业职业资格证书，能从事市场营销工作的具有熟练技能的高素质技术技能人才。

数字媒体技术人才培养目标：本专业培养本专业培养德、智、体、美、劳全面发展，掌握计算机科学技术学科与数字媒体技术专业的基本理论、基本知识、基本技能和基本方法，具备良好的技术素质和一定的艺术修养，具有一定的计算机动画、视频、游戏等数字作品的设计、制作和技术创新能力，具备一定阅读外文资料和持续发展的能力，服务于传媒及文化产业相关领域进行技术应用及开发、制作、传播、运营或管理等相关工作的高素质应用型人才。

3.参与教学计划调整

通过与企业多形式、深层次的互动与合作，加强产学研三方对接力度，逐渐形成更具有竞争力和社会适应力的专业结构，以更好的服务于区域经济发展。定期深入开展社会调查，分析行业、企业现状及

发展趋势,并充分考虑到人才的现实要求和未来需求,结合地方特点,科学地进行人才预测,以适应社会发展和技术进步,使专业设置更具针对性。

企业根据社会发展需要和区域经济特点,进行市场调研,形成调研机制,并根据调研结果,动态进行人才培养方案、课程标准、教学计划的制定与修订,着重开展职业技术、教育培训等领域的研究,开展校企合作,探索产学研结合办学之路。

(二) 学生培养

1.创建校企合作班

慧科集团与广东酒店管理职业技术学院共同开设电子商务、市场营销、数字媒体技术校企合作班,校企建立了课堂教学和实践教学体系,并特别注重教学方式的转变,通过开展项目教学、案例教学、场景教学、岗位教学增强了教学的实践性和针对性。通过“做”与“学”的教学途径,加强学生职业能力培养,实现“学中做、做中学”。

2.实施“德技并修”人才培养模式

以企业用人标准和培训标准,校企共育复合型技能人才的理念为指导,校企共同实施“德技并修”的人才培养模式,全面提升人才培养质量。

为切实落实人才培养,更符合企业用人需求。慧科采用团队式约束管理方式,腾讯广告数字营销合作学院学生自上企业课程开始即以

小组形式进行管理。每一个小组为独立个体存在于班集体中，每一小组成员人数一般为 7-10 人，设立小组长一名，班主任及讲师在后期班级管理及学习过程中，均以小组的形式推进各项工作，如以小组为单位进行活动策划。



图 4-2-1 小组学习进行活动策划

3.采用项目式教学

慧科集团采用项目式教学方式进行授课。PBL 教学渗透在整个专业体系中。在实施的整个流程中，首先，要明确课程的教学目标，对应的培养岗位以及培养能力素养；其次，PBL 基于工作场景和真实任务，做真实的项目准备、筛选和设计；最后，整个项目的项目产出可以通过外部评价，并反馈评价。



图 4-2-2 项目式教学流程

4. 实施企业化评价模式

课程考核评价按照企业真实考核过程，与企业真实项目考核模式对接，对每一阶段的项目完成情况及时进行考核评价，注重考核学生的安全意识、环保意识、质量意识、效率意识和成本意识，并考核学生每个项目的总体完成情况，达到使学生了解企业项目实施与考核全程，适应企业考核的目的。

（三）师资队伍

注重“产学研”结合，学院今后可组织专业骨干教师外出到企业方交流学习，在专业建设、课程建设、实习基地建设等多方面与合作企业进一步进行了切磋、深化合作，互通有无共同进步。

1. 教学团队建设

根据校企合作、工学结合人才培养要求，通过培养、引进和聘用相结合方式，实行专业带头人进企业深造，骨干教师、青年教师通过

国培、省培技术培训，联合慧科集团教师开展互联网+等培训措施，建设一支师德高尚、熟悉高职教育规律、教学质量高、具有较强的专业技术应用能力和国际化视野、专兼职结合、结构合理、理念先进的“双师”素质、“双栖”型省级优秀教学团队。

2.企业方教师团队建设

目前企业方派驻学院全职教师3人，其中运营管理人员1人，驻校班主任1人，讲师1人，下学期常驻校人员增至5人，所有教师均为本科以上学历，今后还会根据三个专业方向的专业核心课程、专业拓展课程的教学安排选派全职/兼职教师若干名，专业课教师均为从事电子商务、市场营销、数字媒体等行业3年以上，拥有丰富实战经验的资深从业人员，所有兼职人员均已通过企业方师资认证培训，且每年寒暑假进行继续教育，更新行业发展知识及相关教育理念。

慧科教育科技有限公司驻校教师团队

序号	姓名	毕业院校	驻校岗位
1	徐乐彬	吉林大学	驻校运营负责人
2	陈媛媛	韶关学院	驻校班主任
3	赖杰星	广东工业大学	高级讲师
4	田水波	河北地质大学	高级讲师

3. “双师”素质教师培养

通过电子商务、市场营销、数字媒体三个专业方向的技术培训项目，学习企业行业先进理念，现时慧科将利用假期对学院老师进行专业集训，协助学院师资培养和人才梯队建设。

五、参与学生管理

（一）加强大学生思想政治教育

1、组织开展形式多样、内容丰富，贴合学校实际、贴近学生生活的主题教育活动，努力提高大学生思想道德修养与全面发展能力。

2、进一步完善心理危机预警机制和心理健康教育体院，做好心理危机干预工作；召开心理健康教育与咨询专题研讨会，掌握心理健康教育的最新动态，增强工作的针对性。

（二）加强学生职业素养教育

1、开展形式多样的职业素养教育，如职业生涯规划讲座、认识自我教育、企业与我的专业等；开展素质拓展训练活动，让学生们更为融洽地与群体交流、合作，增强学生之间的凝聚力，增强学生的集体意识和责任意识。



图 5-2-1 数字媒体技术专业介绍

2、逐步导入慧科教育职业素养课程体系。

六、助推企业发展

（一）职工队伍建设

慧科集团每年假期可对学院老师进行专业集训，协助学院师资培养和人才梯队建设。

（二）企业研发能力

慧科集团积极与合作院校开展教学资源开发。并建有教育科技智能云平台——“慧科云”为院校、教育机构、企业和个人提供集科技赋能、动态连接、信息共享、数据融合为一体的技术支撑；数字化人才在线教育平台——开课吧以及专注前沿互联网技术领域的创新实战大学——后厂理工学院为职场人士赋能，实现职业提升、专业进阶和可持续成长。

七、服务地方

慧科集团依托多年培训教育优势，积极承办师资培训，收到高校一致好评。这些社会培训服务能帮助地方高校完备师资体系，并协助高校申报科研项目，取得了良好的社会效果。

八、保障体系

（一）院校治理

1.校企合作制度保障

在学校校企合作理事会指导下，深化与慧科教育科技有限公司的合作，深度共建校企合作班；建立健全腾讯广告数字营销合作学院三个专业方向的校企合作规章制度；深化专业内部机制建设，健全腾讯广告数字营销合作学院教学质量保障机构和运行机制。

2.组织保障

为确保校企合作与专业建设的顺利实施，成立以二级学院院长为组长，专业带头人、骨干教师和行业专家为主要成员的专业建设领导小组，对专业建设方案的整体实施工作进行统一协调、指挥、监督、组织和实施。小组下设“项目实施工作小组”，负责该项目的建设与发展。实施项目管理机制，将专业建设任务分解为子项目建设，对子项目进行检查、跟踪，保证各子项目按照既定的质量标准按时完成。

（二）政策保障

当前，校企合作已经成为国内众多地区解决用工不足和学生就业难的主要突破手段。《国务院关于印发国家职业教育改革实施方案的通知》提出把职业教育摆在教育改革创新和经济社会发展中更加突出的位置，推动校企全面加强深度合作。

政府制定相关政策和措施鼓励企业参与。对有资格参与职业教育的企业给予优惠政策，如贴息贷款、税收减免、财政补贴、立项优先等。通过政策、法规和制度的建立，使那些生产条件完善的企业成为参与职业教育的资格企业，明确其责任和义务，明确校企双方在“结合”中各自的地位作用、权利义务和相互关系等。

九、问题与展望

（一）存在的问题

校企合作的体制机制方面还不完善，校企合作育人的模式还需进一步优化，校企合作的广度与深度还存在不足，校企还没能形成紧密型共同体，还需进一步深化校企合作。

（二）未来展望

公司将积极参与校企合作办学，完善适用于互联网四个专业方向专业招生现状的校企联合招生制度，参与学院招生，基本实现招生。完善独具特色的基于“工学结合、德技并修”的人才培养模式，参与完成适用于不同生源的人才培养方案的制定工作，形成特色鲜明的专业培养体系。实现内容丰富、交互性强的优质教学资源共享。参与建立融实践教学、产品生产、职业技能培训与鉴定、技术服务功能于一体的校内生产性实训基地和校外实训基地。参与教学考评体系的建设，提高人才培养质量。实现人才培养服务、社会培训服务、技术创新服务、技术推广服务、资源共享服务、科普教育服务，为企业培训更多高素质员工。