



广州华南商贸职业学院
Guangzhou Huanan Business College

广州华南商贸职业学院 组织育人总结计划

附件

行政党群部（组织育人工作组）2025 年 上半年工作总结及下半年工作计划

（字数不超过 2500 字）

第一部分 2025 年上半年工作总结

一、重点工作（推进情况及主要成效）

（一）组织育人团队组建与活动开展

2025 年 3 月成立组织育人团队，共 13 人，涵盖马院周文恩院长及 5 位资深思政教师，行政党群部许曾慧等，各二级学院 5 名思政辅导员负责日常活动组织，党委 1 名专干管理学生教务系统及活动发布。

（二）活动开展与成效

1. 各项活动的开展

“淬火铸魂·先锋锻造” 党校培训班，开展党课 16 场次，惠及 640 人次，提升了学生政治素养、党性修养和责任意识。“志愿红·华贸行” 社区服务项目，发动 1245 名学生参与，开展爱国卫生运动、图书馆志愿活动等，在奉献中增强了学生社会责任与公民意识，锻炼了人际交往、实践

解决问题、领导组织管理等能力。“新时代大学生思政领航课”开展 48 场，覆盖 5940 人次，筑牢了学生的思想根基。“新时代团支部活力提升工程”开展主题团日活动 125 次，参与人次达 8754 人次，培养了学生政治素养、团队协作力与责任担当，增强了组织归属感，提升了创新实践能力。“新时代党员使命践行行动”开展主题党日活动 24 次，2347 人次参与，强化了学生政治素养与责任担当，服务意识和实践能力，党性修养及先锋模范意识得以加强。

“红色基因启蒙”新生教育工程开展 89 次，8140 人次新生受益，为学生大学生活乃至未来人生注入了红色力量。

“先锋国旗护卫队培育工程”开展 13 次，29028 人次参与，激发了学生对祖国的热爱和身为华贸学子的自豪感。

2. 党建品牌创建与示范引领

“一院一品党建品牌创建工程”各学院均已打造专属党建品牌并取得显著成效。信息学院举办国史党史知识竞赛 4 届、红色经典诵读比赛 3 届，参与学生超 400 人次；经济管理学院开展“农业经理人”培训 13 期，培训学员 1107 人，其“果宝实践队”更获评国家级优秀团队。这些品牌的创建，显著提升了学院的党建水平，部分项目还获得了省级荣誉，成为学校党建工作的亮丽名片，同时为学生提供了更多的学习和实践机会，促进了学生的全面发展。

3. 学生获奖情况

在组织育人开展以来据不完全统计共获奖 130 余项。

4. 社会影响力

将“大思政课”融入实习时间，为学生注入精神动力。相关活动被外媒数字联播网、《光明日报》、学习强国等众多媒体报道 12 次。

二、常规工作（推进情况及主要成效）

常规工作主要是围绕日常的思政教育、学生管理与服务等方面展开，为各项重点育人活动的开展提供了有力保障，维持了学校组织育人工作的稳定运行，确保了学生在思想、学习和生活等方面都能得到全面的关注和引导，但未在具体汇报中提及更多细节内容。

三、存在问题与解决思路

（一）存在的问题

1. 品牌融合深度不足

组织育人工作与课程、实践、文化等育人要素的融合可能不够紧密，存在各环节脱节的情况，未充分发挥协同育人作用。各学院在打造党建品牌时，对自身专业优势和学生需求的挖掘深度不够，品牌辨识度提升不明显。

2. 目标设定不够细化

在提升学生综合素养的目标下，新增校外实践基地和开展“红色讲座进学院”活动的规划相对笼统，缺乏具体的数量、类型、周期等细化指标。品牌影响力提升目标未明确具体的宣传渠道、媒体合作对象及预期覆盖范围等。

3. 风险管理不足

在活动开展过程中，可能面临校外实践活动的安全风险、媒体宣传效果不达预期等风险，工作安排中未提及相应的风险评估和应对措施。

（二）解决思路

1. 深入调研各育人要素现状，明确融合切入点，制定详细的融合方案；组织跨部门研讨活动，促进不同育人主体交流经验，探索深度融合路径；定期评估融合效果，及时调整策略。

2. 对目标进行拆解，制定详细的实施计划，明确每个子目标的具体要求；建立目标跟踪机制，定期检查进展，确保按计划推进。

3. 组织专业人员对各项活动进行全面风险评估，识别潜在风险点；针对不同风险制定详细的应急预案，明确责任。

第二部分 2025 年下半年工作计划

一、工作思路

以提升学生综合素养为核心，进一步深化党建引领作用，加强组织育人工作的系统性和协同性，通过优化活动形式、细化目标规划、强化风险管理等措施，全面提升组织育人工作的质量和效果，努力培养具有坚定理想信念、强烈社会责任感和扎实专业能力的新时代青年人才。

二、重点工作（主要举措及目标任务）

（一）深化党建品牌融合

加强组织育人工作与课程、实践、文化等育人要素的深度融合，定期开展跨部门研讨活动，探索协同育人新路径。深入挖掘各学院专业优势和学生需求，打造更具辨识度的党建品牌。实现育人要素之间无缝对接，充分发挥协同育人作用，提升品牌辨识度 20% 以上。

（二）细化目标规划

对组织育人各项工作目标进行详细拆解，制定具体的实施计划，明确新增校外实践基地的数量、类型、周期以及“红色讲座进学院”活动的具体安排。确定品牌影响力提升的具体宣传渠道、媒体合作对象及预期覆盖范围。完成目标拆解和实施计划制定，确保各项工作的可操作性和可衡量性，实现品牌影响力提升 30%。

（三）加强风险管理

组织专业人员对各项活动进行全面风险评估，制定详细的应急预案，明确责任人和应对流程。定期开展风险培训和演练，提高师生风险应对能力。建立健全风险管理体系，确保活动安全开展，提高风险应对能力 50% 以上。

三、常规工作（主要举措及目标任务）

（一）持续开展思政教育活动

按照既定计划，持续开展各类思政教育活动，如党课、团日活动、思政课程等，确保学生思想教育的连贯性和系统

性。保持每月至少开展 1~2 次思政教育活动，覆盖全体学生。

（二）优化学生管理与服务

进一步完善学生管理制度，加强对学生学习、生活等方面的关心和服务，及时解决学生遇到的问题和困难。提高学生满意度至 80% 以上，营造良好的校园学习和生活环境。