

# 教育部高等学校心理学类专业教学指导委员会

---

## 关于举办全国高校心理学专业本科生创新创业论坛的通知（第一轮）

全国高校心理学专业本科生创新创业论坛旨在落实立德树人根本任务，助力学生掌握基本理论、研究技能与实践应用，提升科学研究、团队合作、学科交叉以及实践转化等实力，展示心理学魅力与科研创新成果，传播产学研融合的最新理念，从而强化心理学解决关键科学问题和回应国家重大战略和社会需求的能力。论坛由心理实验设计、现实问题解决以及心理学产品设计等三个分论坛组成，定于 2021 年 12 月至 2022 年 4 月在华东师范大学中山北路校区举行。

### 一、组织机构

#### 主办单位：

教育部高等学校心理学类专业教学指导委员会

#### 承办单位：

华东师范大学心理与认知科学学院

#### 秘书处：

华东师范大学为论坛秘书处单位，下设论坛办公室，落实论坛的各项具体工作。

### 二、参与对象与名额

全国高等院校心理学专业学生，年级为 2018、2019、2020、2021 级。各校根据论坛设置内容和要求开展校内论坛，选拔优秀项目参加全国论坛，每所学校原则上推荐各分论坛不超过 1 个项目。

### 三、论坛流程

三个分论坛均包括报名、选拔和展示等三个阶段。

#### （一）论坛设置

2021 年全国高校心理学专业本科生创新创业论坛涵盖心理实验设计、现实问题解决及心理学产品设计等三个分论坛。

##### 1. 心理实验设计分论坛：

（1）实验设计需为原创作品，参与者需要提出心理学领域的研究问题，并利用相关的知识和理论设计具有可行性的实验方案。

（2）参与形式：个人（大学本科生）。

（3）选拔：根据论坛组委会的主题建议，选择合适的研究主题，设计实验方案，重点考核心理学研究问题表述的准确性；实验设计的科学性与可行性；亮点与创新性；文本的可读性。

提交材料内容需包含立项依据与研究问题、研究设计与方法、数据结果与解释以及研究特色与创新点四项内容（详见附件 4）与配录音讲解 PPT 的小视频（5 分钟以内）。

(4) 展示：组委会将从报名参与者中推选 12 件作品入围现场展示环节，提供组委会提供的新命题，在一定时间内设计相应的研究方案，并现场展示和答辩。

## **2. 现实问题解决分论坛：**

(1) 运用心理学的知识、技能，创造性的分析现实中的心理学问题，总结现状并提出解决方案。

(2) 参与形式：2-3 人团队（均为本科生）。

(3) 选拔：根据论坛组委会的主题建议，选择合适的问题，剖析主要形成原因并提出解决方案。评审重点考核**现实问题表述的准确性；解决方案的科学性与可行性；亮点与创新性；作品的表现力。**

提交材料内容需包含问题的重要现实意义、问题形成的主要原因、可能的解决方案、特色与创新点等四项内容（详见附件 5）。鼓励在此文本的基础上，提交多媒体形式的作品材料（如小视频、配录音讲解的 PPT 等，限时 5 分钟）。

(4) 展示：组委会将从报名团队中推选 12 个团队入围现场展示环节，并提供命题，要求参与团队在一定时间内提出相应的问题解决方案，入围团队需要完成现场答辩。

## **3. 心理学产品设计分论坛：**

(1) 运用心理学的原理，针对教育辅助、心理健康、心理测评、社区治理等领域存在的现实问题，设计具有创新特点和应用价值的心理学产品。

(2) 参与形式：5 人以内的团队，鼓励跨学科组队，但负责人需为心理学专业学生，参赛成员应均为本科生。

(3) 选拔：参考但不局限于论坛组委会的上述主题，选择合适方向，依据心理学的基本原理设计相关产品。重点考察产品设计的必要性；设计方案的可实施性及可推广性；亮点与创新点；计划书的可读性。严禁抄袭剽窃他人作品，侵犯他人知识产权，作品中参考的中英文文献应表明清晰。

提交材料内容需包含产品需求及潜力分析、产品设计方案、产品特色与亮点、产品推广应用方案等四项内容（详见附件 6）与配录音讲解 PPT 的小视频（5 分钟以内）。

(4) 展示：组委会将从报名团队中推选 12 个团队入围现场展示环节，入围团队需要在此阶段完成现场答辩。重点考察项目完成情况；项目成效；项目可持续性；答辩技巧及表达能力。

## **（二） 实施办法**

1. 校级展示。2021 年 11 月至 2012 年 2 月 15 日。各校根据通知相关要求组织校内论坛，参加院校原则上在各分论坛推荐不超过 1 个项目。

2. 网上报名。2022 年 2 月 15 日至 20 日推荐项目提交报名材料到论坛官网（多媒体材料的格式要求及论坛官方网址将在第二轮通知中发布），文件命名格式为“XXXX 分论坛+学校+学院+姓名”；2022 年 2 月 21 日至 25 日，主办方对提

交材料进行审核；2022年2月26日至3月中旬，主办方组织专家评审。

3. 现场展示。2022年4月16日在上海举办全国高校心理学专业本科生创新创业论坛，由第一阶段入围的选手自愿参加第二阶段的评比，若入围者放弃报名，则自动列为优秀作品三等奖。

心理实验设计类和现实问题解决类分论坛参与者（团队）需在规定时间内完成命题方案，并完成现场答辩；心理学产品设计类作品需要完成答辩并进行现场演示。

若因疫情防控工作要求，展示会第二阶段无法如期举行，组织机构将启动预案，具体安排另行通知。

4. 论坛评奖。三个分论坛均设置一等奖、二等奖和三等奖；组委会专家评审团根据评审规则对各参与者（团队）进行评优。

#### **四、报名条件与资格审查**

1. 报名学生应为“中国高等教育学生信息网”注册的普通全日制在校学生，并提供学校教务部门盖章的在学证明。

2. 每位报名者只能以个人或团队成员身份参加一个分论坛项目。

#### **五、官方网站**

全国高校心理学专业本科生创新创业论坛：

（网站地址在第二轮通知时发布）

## 六、注意事项

本次论坛坚持鼓励原创的原则，所有提交作品不得来自已有的教师科研项目或研究工作，违者将取消参与资格。

教育部高等学校心理学类专业教学指导委员会  
(由主任单位北京大学心理与认知科学学院代)

2021 年 11 月 1 日



## 附件 1

### 心理实验设计分论坛作品主题建议及内容要求

#### 一、 选拔阶段：可供参考的主题（包括但不限于）

心理实验设计可围绕以下心理学领域中的具体科学问题进行探索和创造：

1. 感知觉、运动及其整合
2. 意识与注意
3. 记忆与学习
4. 思维与智能
5. 情绪动机、压力与健康
6. 语言习得
7. 儿童认知、语言、情绪发展
8. 社会认知与社会化行为

#### 二、 选拔阶段：实验设计与研究报告模板（见附件 4）

参照以下提纲撰写，要求内容翔实、清晰，层次分明，标题突出。

1. 立项依据与研究问题(简要阐述研究意义、国内外研究现状及发展动态分析，需结合科学研究发展趋势来论述科学意义；明确提出具体的研究问题与假设。  
附主要参考文献，建议 1500 字以下)。
2. 研究设计与方法（此部分为重点阐述内容，包括研究对象、实验设计、技术路线、关键技术等说明，建议以图例辅助陈述）。
3. 数据结果与解释（包含具体研究结果呈现，可借助图表辅助呈现，对结果的解释工作）。
4. 研究特色与创新点。

### 三、 评分标准

1. 研究问题表述的准确性 (20%): 包括对国内外研究现状的准确梳理 (10%), 研究问题提出具有逻辑性 (10%);
2. 实验设计的科学性与可行性 (40%): 包括实验设计能够精准解答研究问题 (10%); 实验设计的变量设置与操控精准有效 (20%); 实验设计具有精巧性特征, 可推广性特征 (10%);
3. 亮点与创新性 (20%): 包括实验设计思路具有创新性与新颖性;
4. 文本的可读性 (20%): 包括文本语言具有专业性与规范性 (10%); 文字逻辑缜密, 条理清晰 (10%)。

附评分标准细则 (请审阅, 不对外发布):

	优 (90-100)	良 (80-90)	中 (70-80)	差 (60-70)
1. 研究问题表述的准确性 (20%);	国内外现状描述精准到位; 研究问题提出的逻辑性非常强	国内外现状描述比较精准到位; 研究问题提出的逻辑性比较强	对国内外现状有一定描述; 研究问题提出有一定逻辑性	国内外现状描述不到位; 研究问题提出无逻辑性
2. 实验设计的科学性与可行性 (40%);	实验设计非常好地回答研究问题; 实验设计的变量设置与操控非常精准、有效; 实验设计具有非常好的精巧性与可推广性特征	实验设计比较好地回答研究问题; 实验设计的变量设置与操控比较精准、有效; 实验设计具有比较好的精巧性与可推广性特征	实验设计基本回答研究问题; 实验设计的变量设置与操控基本精准、有效; 实验设计具有初步的精巧性与可推广性特征	实验设计无法回答研究问题; 实验设计的变量设置与操控未做到精准、有效; 实验设计无精巧性与可推广性特征
3. 亮点与创新性 (20%);	实验设计思路非常具有创新性与新颖性	实验设计思路比较具有创新性与新颖性	实验设计思路创新性与新颖性一般	实验设计思路不够创新性与新颖性



<b>4. 文本可读性(20%)。</b>	文本语言具有非常强的专业性与规范性；文字逻辑非常缜密，条理非常清晰	文本语言具有较强的专业性与规范性；文字逻辑较缜密，条理较清晰	文本语言专业性与规范性一般；文字逻辑缜密性与条理清晰性一般	文本语言不具有专业性与规范性；文字逻辑不够缜密，条理不够清晰
-----------------------	-----------------------------------	--------------------------------	-------------------------------	--------------------------------

#### 四、 选拔与展示的设置

- 1. 选拔阶段：**组委会提供可供参考的主题（见第 1 条）。参加者参考相关主题，提前准备参赛作品。专家评委基于提交的作品，给出评分，根据得分高低评选一定比例选手，进入展示阶段。
- 2. 展示阶段：**组委会在论坛前一天公布命题。展示者根据给定命题，在一天时间内给出现实验设计方案，形成一份 ppt 文件。第二天，展示者基于 ppt 文件，当场进行答辩展示。专家评委基于现场答辩，给出展示阶段的评分。根据前期选拔作品评分（50%）和答辩表现评分（50%），得到最终成绩。

## 附件 2

### 现实问题解决分论坛作品主题建议及内容要求

#### 一、 选拔阶段：可供参考的主题（包括但不限于）：

1. 如何提高团队合作效率
2. 如何助推个体慈善意愿
3. 如何促进理性消费
4. 如何规划职业生涯
5. 青少年手机依赖问题
6. 当代大学生焦虑问题
7. 留守儿童社会适应议题
8. 精神疾病去污名化议题

#### 二、 选拔阶段：现实问题分析与解决方案模板（见附件 5）

参照以下提纲撰写，要求内容翔实、清晰，层次分明。可基于提纲，自拟标题。

1. 阐述问题的重要现实意义（结合目前国内外现状和趋势阐述）。
2. 剖析问题形成的主要原因（此部分为重点阐述内容，包括重要的理论依据、相关事实与证据支撑等，建议以图例辅助陈述）。
3. 提出可能的解决方案（基于原因给出对策，并评估对策的可行性）。
4. 特色与创新点。

#### 三、 评分标准

1. 现实问题表述的准确性（20%）。包括对国内外现状有准确描述（10%），能

基于现状凝练出关键性现实问题（10%）；

2. 解决方案的科学性与可行性（40%）。包括对问题形成的主要原因有准确描述（10%），能基于原因给出有针对性解决方案（10%），解决方案具有科学性（10%），解决方案在实践层面具有可行性（10%）；
3. 亮点与创新性（20%）。包括问题剖析视角新颖（10%）；问题解决方案有创造性（10%）；
4. 作品的表现力（20%）。逻辑清楚、表述清晰（10%）；讲解生动、具有感染力（10%）。

附评分标准细则（请审阅，不对外发布）：

	优（90-100）	良（80-90）	中（70-80）	差（60-70）
<b>1.现实问题表述的准确性（20%）；</b>	国内外现状描述精准到位；关键性现实问题表述非常清晰。	国内外现状描述比较清楚；关键性现实问题表述比较清晰。	对国内外现状有一定描述；关键性现实问题有一定的表述。	国内外现状描述不到位；关键性现实问题表述不清晰。
<b>2.解决方案的科学性与可行性（40%）；</b>	原因描述非常准确；解决方案非常有针对性；科学性强，可行性高。	原因描述比较准确；解决方案比较有针对性；科学性较强，可行性较高。	原因描述一般；解决方案的针对性一般；科学性一般，可行性一般。	原因描述不够准确；解决方案不够有针对性；科学性较差，可行性较低。
<b>3.亮点与创新性（20%）；</b>	问题剖析视角非常新颖；问题解决方案非常有创造性。	问题剖析视角比较新颖；问题解决方案比较有创造性。	问题剖析视角的新颖性一般；问题解决方案的创造性一般。	问题剖析视角不够新颖；问题解决方案不够有创造性。
<b>4.作品的表现力（20%）。</b>	逻辑非常清楚、表述非常清晰；讲解非常生动、感染力极强。	逻辑比较清楚、表述比较清晰；讲解比较生动、感染力较强。	逻辑一般、表述清晰度一般；讲解生动性一般、感染力一般。	逻辑不够清楚、表述不够清晰；讲解不够生动、缺乏感染力。

#### 四、 选拔与展示的设置

1. **选拔阶段：**组委会提供可供参考的主题（见第 1 条）。参加者参考相关主题，

提前准备参赛作品。专家评委基于提交的作品，给出评分，根据得分高低评选一定比例选手，进入展示阶段。

2. **展示阶段：**组委会在论坛前一天提供两个命题。展示者根据给定命题，在一天时间内给出现实问题分析与解决方案，行成一份 ppt 文件。第二天，展示者基于 ppt 文件，当场进行答辩展示。专家评委基于现场答辩，给出展示阶段的评分。根据前期选拔作品评分（50%）和答辩表现评分（50%），得到最终成绩。

### 附件 3

#### 心理学产品设计分论坛作品主题建议及内容要求

一、 可供参考的主题（包括但不限于）：

1. 教育辅助相关产品
2. 心理健康相关产品
3. 心理测评相关产品
4. 用户画像相关产品
5. 人力资源管理产品
6. 社区治理相关产品

二、 心理学产品设计方案模板（见附件 6）

参照以下提纲撰写，要求内容翔实、清晰，层次分明。可基于提纲，自拟标题。

1. 产品需求及潜力分析
2. 产品设计方案
3. 产品特色与亮点
4. 产品推广应用方案

三、 评分标准及细则

1. 选拔阶段

评审项目	权重	评审内容
1.产品设计的必要性	20%	把握现实行情与市场需求，并据此开发具有针对性的产品，有一定的市场潜力和推广价值。
2. 设计方案的可实施性及可推广性	40%	在商业模式方面，强调设计的完整性与可行性，以及盈利模式的合理性。 在机会识别与利用、竞争与合作、技术基础、产品或服务设计、资金及人员需求、现行法律法规限制等方面具有可行性。
3.亮点与创	20%	突出原始创意的价值，不鼓励模仿。在教育辅助、心理健康、

新点		心理测评、社区治理等方面有突破和创新。
4. 计划书的 可读性	20%	计划书、原始数据及资料的完整性； 计划书文字表述、成果表达规范性。

## 2. 展示阶段

评审项目	权重	评审内容
1. 项目完成情况	30%	对照产品设计方案检查完成情况； 项目创新性程度（一般创新、集成创新、原始创新）； 项目当前营收情况；
2. 项目成效	30%	对学生创新性思维、自主学习能力、实践能力、团队合作能力和组织协调等能力及素质的培养； 项目所取得的成果（论文、作品、专利等）；
3.项目可持续性	20%	项目的持续生存能力； 经济价值和社会价值适度融合； 创新研发、生产销售、资源整合等持续运营能力；
4. 答辩技巧 及表达能力	20%	项目总体情况介绍； 科研训练过程描述的完整性； 是否正确回答评委的问题。

## 四、 选拔与展示的设置

- 1. 选拔阶段：**组委会提供可供参考的主题（见第 1 条）。参加者参考相关主题，提前准备产品设计方案。专家评委基于提交的方案，给出评分，根据得分高低评选一定比例选手，进入展示阶段。
- 2. 展示阶段：**选拔通过后，展示团队需根据提交的产品设计方案，产出相应的产品，并将产品的介绍凝练成一份 ppt 文件，在此阶段进行答辩演示。专家评委基于现场答辩，给出最终评分。

附件 4

心理实验设计分论坛报名表

选题	名称				
	选题方向				
申请者	姓名		学号		
	专业		年级		
	联系电话				
机构单位	名称				
	地址				
	性质	A 高校    B 科研单位    C 其它		邮编	
选题摘要					

项目设计内容	<p>一、 立项依据与研究问题（简要阐述研究意义、国内外研究现状及发展动态分析，需结合科学研究发展趋势来论述科学意义；明确提出具体的研究问题与假设。附主要参考文献，建议 <b>1500</b> 字以下）：</p> <p>二、 研究设计与方法（此部分为重点阐述内容，包括研究对象、实验设计、技术路线、关键技术等说明，建议以图例辅助陈述）</p> <p>三、 数据结果与解释（包含具体研究结果呈现，可借助图表辅助呈现，对结果的解释工作）</p> <p>四、 研究特色与创新点</p>
--------	---



--	--

附件 5

现实问题解决分论坛报名表

选题	名称				
	选题方向				
负责人	姓名		学号		
	专业		年级		
	联系电话				
团队成员	姓名 1		学号		
	专业		年级		
	姓名 2		学号		
	专业		年级		
所在单位	名称				
	地址				
	性质	A 高校    B 科研单位    C 其它		邮编	

选题摘要	
------	--

项目设计内容	<p>一、 阐述问题的重要现实意义（结合目前国内外现状和趋势阐述，附主要参考文献和相关数据，建议 1500 字以下）</p> <p>二、 剖析问题形成的主要原因（此部分为重点阐述内容，包括重要的理论依据、相关事实与证据支撑等，建议以图例辅助陈述）</p> <p>三、 提出可能的解决方案（基于原因给出对策，并评估对策的可行性）</p> <p>四、 项目特色与创新点</p>
--------	--

附件 6

心理学产品设计分论坛报名表

选题	名称				
	论坛类别	心理学产品设计	选题方向		
负责人	姓名		学号		
	专业		年级		
	联系电话				
团队成员	姓名 1		学号		
	专业		年级		
	姓名 2		学号		
	专业		年级		
	姓名 3		学号		
	专业		年级		
	姓名 4		学号		
	专业		年级		
机构单位	名称				
	地址				
	性质	A 高校    B 科研单位    C 其它		邮编	
产品简介	(500 字以内)				

产 品 设 计 内 容	<p>一、 产品需求及潜力分析（300 字以内）</p> <p>二、 产品设计方案（300 字以内）</p> <p>三、 产品特色与亮点（300 字以内）</p> <p>四、 产品推广应用方案（300 字以内）</p>
----------------------------	---