

项目建设成果支撑材料

一、课题研究

1	知行合一的校企合作实践教学模式研究——以我院营销与策划专业为例 Y201528	广州城建职业学院	2016.9结题	袁航
2	高职院校技术技能人才培养模式改革的理论与实践研究 GDGZ14Y048	广东省高等职业技术教育研究会	2017.10	袁航
3	职教集团下的高职学生工匠精神培养路径研究	广州城建职业学院	2016.11立项	袁航
4	职教集团下的高职学生工匠精神培养路径研究 GDGZ2016Z026	广东省高等职业技术教育研究会	2016.9立项	袁航
5	“两轮驱动”发展战略下的市场营销学分制研究	广州城建职业学院	2018.6	袁航
6	我国农村新型社区管理模式创新研究——以广东连南地区新型农村社区管理为例 招标课题	中国科学院——国家民委农业信息技术研究与开发联合实验室	2018.12结题	袁航
7	“两轮驱动”发展战略下的市场营销学分制研究	广东省教育管理学 会	2018.9	袁航

广东省高等职业技术教育研究会

粤高职研[2016]06号

课题立项通知

袁航同志：

由广东省高等职业技术教育研究会组织专家评审，经广东省高等职业技术教育研究会理事长单位审批，你申报的课题“职业教育集团下的高职院校学生工匠精神培养路径研究”被批准为2016年度广东省高等职业技术教育研究会重点课题，课题编号：GDGZ16Z026。

立项的重点课题，广东省高职研究会将给予壹千元的经费支持（结题并确认学校当年会费已交后即予拨款），请将你单位账号尽快传真或者E-mail至高职研究会秘书处，以便后续经费拨付；立项的一般课题经费自筹。

接此通知后，请按进度按时完成课题研究，要求在两年内结题，逾期不予结题。课题研究成果公开发表与出版须注明“广东省高等职业技术教育研究会2016年重点/一般课题+课题名称（课题编号）”，最终研究成果（包括阶段性成果）应及时上报广东省高等职业技术教育研究会秘书处备案。

联系人：陈凤娟（13668990373） 吴梓君（18675129962）

梁婕（13610224792）

办公电话：020-38256821

E-mail: gdgznjh@126.com

通讯地址：广东省广州市天河区中山大道西293号广东省高职研究会

邮编：510665

广东省高等职业技术教育研究会

二零一六年十一月四日



证书

课题类别：2015-2016 学年一般课题

课题编号：Y201528

课题名称：知行合一的校企合作实践教学模式研究——以我院营销与策划专业为例

负责人：袁航

课题组成员：邱漠河 张羽 关助意

该课题经审核，准予结题。



证书

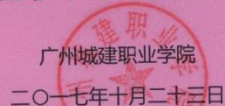
项目类别：校级教研课题

项目名称：职业教育集团下的高职院校学生工匠精神培养路径研究
(Y201638)

项目负责人：袁航

项目组成员：李志强、张振乾、邱漠河、汪德露、赵兰兰

经评审，本项目通过 2017 年验收，准予结题。



广东省高等职业技术教育研究会

粤高职研[2016]06 号

课题立项通知

袁航同志：

由广东省高等职业技术教育研究会组织专家评审，经广东省高等职业技术教育研究会理事长单位审批，你申报的课题“职业教育集团下的高职院校学生工匠精神培养路径研究”被批准为2016年度广东省高等职业技术教育研究会重点课题，课题编号：GDGZ16Z026。

立项的重点课题，广东省高职研究会将给予壹千元的经费支持（结题并确认学校当年会费已交后即予拨款），请将你单位账号尽快传真或者E-mail至高职研究会秘书处，以便后续经费拨付；立项的一般课题经费自筹。

接此通知后，请按进度按时完成课题研究，要求在两年内结题，逾期不予结题。课题研究成果公开发表与出版须注明“广东省高等职业技术教育研究会2016年重点/一般课题+课题名称（课题编号）”，最终研究成果（包括阶段性成果）应及时上报广东省高等职业技术教育研究会秘书处备案。

联系人：陈凤娟（13668990373） 吴樟君（18675129962）

梁婕（13610224792）

办公电话：020-38256821

E-mail: gdgznjh@126.com

通讯地址：广东省广州市天河区中山大道西293号广东省高职研究会

邮编：510665



广东省高等职业技术教育研究会

二零一六年十一月四日

二、论文发表

编号	论文题目	刊物名称	发表时间	作者
lw_1	职教集团建设促进市场营销专业教学研究	教育 1671-5861	2017. 1	袁航
lw_2	高职市场营销专业学生工匠精神培养的路径研究	数码世界 1671-8313	2018. 4	袁航
lw_3	乡村振兴：消解二元经济结构的必由之路	税务与经济 1004-9339	2018. 6	袁航
lw_4	On Knowledge-action School-enterprise Cooperation New Mode	Advances in Social Science, Educa tion and Humanities Research 2352-5398	2015. 12	袁航
lw_5	技术技能人才培养关键环节研究	市场论坛 CN45-1328/F	2015. 3	袁航

全国中文核心期刊

ISSN 1004-9339

税务与经济

TAXATION AND ECONOMY



2018.6

SHUIWU YU JINGJI

本刊特稿

论积极稳妥推进房地产税改革的关键点设计 鹿凤喜 牛 力 1

经济纵横

竞争性国企核心竞争力的提升:现状、探源及反垄断法制完善

——由中美贸易战中兴事件说起 张金艳 7

中国南海不可再生资源跨期开发利用的经济学分析 刘静媛等 15

乡村振兴:消解二元经济结构的必由之路 袁 航 张金山 22

生产性服务业 FDI 对我国制造业效率的影响

——基于交通基础设施水平的门槛效应 郭 帅等 29

政府创新政策对企业创新行为增量的影响

——微观组织学习的视角 刘 明 36

中国新能源汽车商业模式的实践与创新分析 陈志恒等 45

我国养老服务人才培养的现状、问题与对策 王天鑫 韩俊江 52

人口老龄化与收入不平等的时变效应 孙 晔等 58

中国省域综合协调发展水平时空特征研究 叶万军 66

税务研究

产业链视角下各行业营改增减税效应探析 杨志安 李宝锋 72

私营养老金计划税收优惠模式比较及国际经验借鉴

..... 袁中美 郭金龙 80

重大税务案件审理办法的困境与思路 曹福来 90

我国国地税机构合并衍生问题探析 董 蕾等 94

资产负债表债务法下所得税核算的局限性 孟 彬 100

吉林经济

城市居民主观幸福感驱动因素

——基于吉林省长春市的调查与分析 金 明 杨炳成 104

《税务与经济》2018 年总目录 111

[期刊基本参数]

CN22-1210 / F 1979 年 4 月 12 日创刊 P 10.00 元 2000 年 16 期 2018-11

税务与经济

(吉林财经大学学报)

(双月刊)

2018 年第 6 期(总第 221 期)

2018 年 11 月 15 日出版

主管单位: 吉林省教育厅

主办单位: 吉林财经大学

主 编: 武 振

编辑出版: 《税务与经济》编辑部

地 址: 长春市净月大街 3699 号

邮 编: 130117

E-mail

投稿信箱 1: swyjjz@163.com

投稿信箱 2: swyjjg@126.com

网 址: http://swj.cbpt.cnki.net

电 话:

主 任 室: (0431)84539187

经济编辑室: (0431)84539185

税务编辑室: (0431)84539186

编 务 室: (0431)84539188

执行编辑: 纪国义

封面设计: 武 振

英文摘要: 张丽影(译)

冯媛媛(校)

国际标准刊号: ISSN 1004-9339

国内统一刊号: CN22-1210/F

国内总发行: 吉林省邮政报刊发行公司

邮发代号: 12-58

订 阅 处: 全国各地邮局

国外总发行:

中国教育图书进出口公司

国外代号: JSSC-H05

印 刷: 吉林财经大学劳动

服务公司南岭印刷厂

国内定价: 10.00 元

本刊声明: 本刊已入编中国知网及其系列

数据库和超星期刊出版平台, 凡不同意

编入以上数据库的稿件, 请在来稿时声明。

Taxation and Economy
(Journal of Jilin University of
Finance and Economics)
Vol. 35, No. 1, 2009
(Serial No. 223)

Responsible Unit:
Educational Department of
Jilin Province
Sponsor Unit:
Jilin University of
Finance and Economics
Editor in Chief:
Wu Zhen
Editor and Publisher:
Editorial Department of Taxation
and Economy
Address:
3699 Jingyue Street, Changchun,
P.R.China
Postcode: 130117
Executive Editor for This Issue:
JI Guo-yi
Cover Designer: Wu Zhen
Publisher:
Jilin University of Finance and
Economics Printing House
Overseas Distributor:
China Educational Literature Export
Corporation
Overseas Distribution Code:
JSSC-H05
ISSN 1004-9339 CN22-1210/F

The Study on the Key Points of Actively and Steadily Promoting Property Tax Reform	PANG Feng-xi & NIU Li 1
The Promotion of the Core Competitiveness of Competitive State-owned Enterprises: Status Quo, Source and Improvement of Anti-monopoly Law ——From the ZTE Event in Sino-US Trade War	ZHANG Jin-yan 7
Economic Analysis of the Intertemporal Development and Utilization of Non-renewable Resources in the South China Sea	LIU Jing-nuan and Others 15
Rural Revitalization: the Only Way to Dispel the Dual Economic Structure	YUAN Hang & ZHANG Jin-shan 22
The Impact of Productive Service Industry FDI on China's Manufacturing Efficiency ——Threshold Effect Based on Traffic Infrastructure Level	GUO Shuai and Others 29
Impact of Government Innovation Policy on Behavioral Additionality of Enterprises: From the Micro-organization Learning Perspective	LIU Ming 36
Analysis of the Practice and Innovation of China's New Energy Vehicle Business Model	CHEN Zhi-heng and Others 45
The Status Quo, Problems and Countermeasures of the Cultivation of Elderly Care Service Talents in China	WANG Tian-xin & HAN Jun-jiang 52
Time Varying Effects of Population Aging and Income Inequality	SUN Ye and Others 58
Temporal and Spatial Characteristics of China's Provincial Comprehensive Coordinated Development Level	YE Wan-jun 66
Analysis on the Tax Reduction Effect of Replacing Business Tax with VAT in Various Industries from the Perspective of Industry Chain	YANG Zhi-an & LI Bao-feng 72
Comparison of Tax Preference Models of Private Pension Plan and Its International Experience	YUAN Zhong-mei & GUO Jin-long 80
The Prejudgment and Thinking of the Trial Methods for Major Tax Cases	CAO Fu-lai 90
Analysis on Derived Problems of the Merger of Institutions of China's National Taxation and Local Taxation	DONG Lei and Others 94
Limitations of Income Tax Accounting under the Balance Sheet Liability Method	MENG Bin 100
Driving Factors of Urban Residents' Subjective Well-Being ——Investigation and Analysis Based on Changchun City, Jilin Province	JIN Ming & YANG Bing-cheng 104

经济纵横

乡村振兴:消解二元经济结构的必由之路

袁航¹,张金山²

(1.广州城建职业学院 经济与管理学院,广东 广州 510900; 2.梧州学院 商学院,广西 梧州 543000)

[摘要]二元经济结构是发展中国家普遍存在的一种现象。刘易斯认为,只有工业部门劳动生产率不断提升,源源不断吸纳农村剩余劳动力转向工业部门,当农村剩余劳动力消失时,二元经济结构才能消解。而拉尼斯和费景汉则认为,只有农业部门实现以规模化和产业化为标志的现代化经营,工农两部门均衡发展,才能消除二元经济结构。中国二元经济结构目前处于刘易斯两个拐点之间,只有实现农业现代化、农村城镇化和城乡收入均等化,才能跨越刘易斯第二拐点,最终消除二元经济结构。这是我国经济发展能否跨越“中等收入陷阱”,步入世界发达经济梯队的关键。实现乡村全面振兴,达到农业强、农村美和农民富的目标,是我国经济跨越刘易斯第二拐点,从发展走向发达的必由之路。

[关键词]乡村振兴;二元经济结构;刘易斯第二拐点;农业现代化转型

[中图分类号]F303 **[文献标识码]**A **[文章编号]**1004-9339(2018)06-0022-07

一、引言

“三农”问题是关乎我国发展前途的根本性问题。在我国现代化进程中,农业农村现代化是不可或缺的角色。可以说,没有农业农村的现代化,就没有整个国家的现代化,至少是不完整的现代化。农业农村现代化的缺位,不仅难以促使我国国民经济健康良性发展,而且还可能陷入“中等收入陷阱”,导致经济发展停滞、财富分配两极分化和社会持续动荡的后果。这已被拉美国家的发展实践所证实。

我国发展不平衡不充分问题最突出的仍然是农村。为解决“三农”问题,党的十九大作出了实施乡村振兴战略的重大决策。2018年1月2日,中共中央国务院发出一号文件《中共中央国务院关于实施乡村振兴战略的意见》明确提出:“到2035年,乡村振兴取得决定性进展,农业农村现代化基本实现……到2050年,乡村全面振兴,农业强、农村美、农民富全面实现”。如何借助乡村振兴契机,通过农业现代化消解中国二元经济结构,是对党和政府农村工作的考验。

二、农业劳动力转移:二元经济结构理论的核心

衡量一个国家发展程度的指标中,除GDP、国民收入、国际产业链所处位置等因素外,还有一个重要指标就是经济结构发展均衡与否。以刘易斯为代表的发展经济学家研究发现,发展中国家经济普遍存在着以农业为代表的“传统”部门和以工业为代表的“现代”部门,即二元经济结构。发展中国家以农业为代表的传统部门,其特征是自给自足,规模小和技术含量低,既无法使用资本扩大再生产,也无法雇佣工人获取利润。而以工业为代表的现代部门,其特征是能够不断追加资本雇佣工人、技术改造和扩大再生产,并

[收稿日期]2018-04-16

[作者简介]袁航(1970-),男,河南西平人,广州城建职业学院经济与管理学院副教授,市场营销教研室副主任,管理学硕士;张金山(1970-),男,河南西平人,梧州学院商学院副教授,高级经济师,管理学博士。

续获取更多利润。而在发达国家中,农业和其他部门一样,都已走向现代化,二元经济结构已不存在。所以,发展中国家要摆脱贫困走向发达,就必须使经济结构由二变一,使农业从传统走向现代。为此,刘易斯提出了二元经济结构发展模式理论模型。刘易斯认为,发展中国家传统农业由于土地资源有限,资本投入几乎为零,而人口却迅速增长。丰富的人力资源与有限的土地资源不匹配,导致农业劳动力的边际生产率非常低,甚至有一部分劳动力的边际生产率为零。在这种条件下,农业劳动力的收入低下,仅仅能维持家庭最低限度的温饱问题,无法实现扩大再生产,于是陷入“贫困恶性循环”。

如何提高农业劳动生产率和农业劳动者收入?刘易斯认为可通过向城市工业部门转移剩余劳动力来实现。在刘易斯看来,城市工业部门的工资水平在高于农村的生存收入 30% 的条件下,就会刺激农村剩余劳动力流向城市寻找工作机会。一旦农村剩余劳动力全部转移到工业部门就业,农业劳动生产率就自然会提升,农民的收入也会相应增加。^[1]图 1 为刘易斯的农村劳动力转移过程模型,又称刘易斯模型。刘易斯模型主要是通过城乡人口流动的方式转移农村剩余劳动力来实现城乡发展的平衡。

图 1 中,横轴 OL 代表劳动量,纵轴 OD 代表劳动的工资和边际生产率;在纵轴上,OS 代表传统农业部门的生存收入,OW 代表现代工业部门的现行工资水平。可以看出,只要现代工业部门的现行工资水平高于传统农业生存收入水平,现代工业部门所获得的劳动力供给是无限的,所以,劳动供给曲线 WP 是一条与横轴平行的水平线。图 1 显示了现代工业部门的扩张与农村劳动力转移的正相关关系。刘易斯假定现代工业部门中只有劳动和资本两种要素,在既定的资本量下,随着劳动投入的增加,劳动的边际生产率递减,如图中的 D_0P_0 、 D_1P_1 、 D_2P_2 曲线。在 DP 曲线与 WP 直线交点处,当边际生产率等于工资时,工业部门的利润达到最大化。为获得更多的利润,工业部门必须不断地增加资本投入,工业部门将获得的 WP_0D_0 利润用于扩大再生产,于是边际生产率曲线向右上方移动形成 D_1P_1 曲线。同理形成 D_2P_2 曲线。随着资本量的增大,工业部门的劳动生产率在不断地提升,源源不断地吸纳农村劳动力转移到工业部门。这个劳动力转移过程一直持续到农业部门的剩余劳动力全部被工业部门吸纳完为止,即 P 处,此点被称为刘易斯拐点。此时,劳动也像资本一样成为稀缺要素,农村劳动力不再是无限供应。在刘易斯看来,当农村剩余劳动消失时,农业的劳动边际生产率就会相应提升,农村劳动者的收入也会相应增加,从而实现城乡收入均等,二元经济结构消失。

图 1 刘易斯模型

刘易斯二元经济结构模型的意义在于把经济增长过程和劳动力转移过程有机结合起来,通过持续工业化来拉动农业发展和实现城乡收入均等,不仅为发展中国家普遍存在的农村劳动力转移提供了合理解释,而且也与发达国家经济发展路径相吻合,可为发展中国家制定国家经济发展战略提供参考。但该模型最大的不足是只强调通过现代工业部门的不断扩张就能实现经济发展的跳跃,而没有阐明农业产业化发展对消解二元经济结构的作用,忽视了农业发展与工业发展的相互制约和相互促进的关系。

作为刘易斯二元经济结构理论的继承者,美国发展经济学家拉尼斯和美籍华人发展经济学家费景汉通过对刘易斯模型进行发展和完善,形成新的模型,被称为拉尼斯—费模型。见图 2。

拉尼斯—费模型把工业部门的发展和农业部门的发展有机结合起来,描述了二者之间相互依赖和相互促进的关系,突破了刘易斯模型中现代工业可以不受农业发展的制约就能够持续扩张的思维模式。

拉尼斯和费景汉认同刘易斯的拐点理论:当劳动供给曲线由水平变为上升时,无限的劳动供给即告终止,劳动力转移随即结束。但他们认为如果农业发展停滞和人口增长过快,刘易斯拐点则不可能达到,二元经济结构也无法消除。只有在农业生产效率提高,并且劳动力转移速度高于人口增速时,刘易斯拐点才可能出现。

在拉尼斯—费模型中,把劳动力的转移过程划分为三个阶段。

第一阶段是劳动力过剩阶段,即图 2(a) 中 SP' 阶段。这个阶段对应的是图 2(b) 中 AD 部分。图 2(b)

中的 $ORH'CX$ 曲线是农业边际生产率曲线,表示随着农业劳动力的增加,边际生产率递减,其中 XC 曲线处于水平状态,表示劳动的边际产品为零。由于图 2(b) 中 AD 数量的农业劳动力没有任何产出,把这部分人从农业部门移出,对农业生产不会造成任何影响,即不会产生粮食短缺问题。由于劳动边际生产率等于零,农村产生的过剩劳动力从农业部门转移到工业部门,既能满足现代工业部门扩张的需求,又不会影响工业部门现行的工资水平。

第二阶段是劳动力短缺阶段,即图 2(a) 中 $P'K'$ 阶段。这个阶段对应的是图 2(b) 中 DP 部分。该阶段对应的农业边际生产率曲线是 CR ,呈现上升状态。这个阶段劳动的边际生产率大于零但小于制度工资水平(即刘易斯的农业劳动者生存收入水平),农业部门劳动力转移会导致农业产出减少,出现粮食短缺,粮价上涨,进而推动工业部门的工资上涨。在该阶段,劳动供给曲线是上升的。而且,劳动力转移越多,粮价越高,工业贸易条件越恶化,劳动供给曲线越陡峭。如果没有农业生产率的提升,在农业步入产业化和商业化道路之前,工业部门的扩张会自动停止下来,导致工农业发展共同停滞。因此,该阶段成为众多发展中国家经济持续发展的瓶颈。

第三阶段是劳动力商业化阶段,即图 2(a) 中 $K'S'$ 阶段。这个阶段对应的是图 2(b) 中 PO 部分。在这个阶段,由于农业剩余劳动力全部被吸纳到工业部门,农业部门也完全商业化了,农业劳动力工资水平由劳动力市场决定,而不是由制度工资决定。图 2(a) 中的 K' 点叫作商业化点,也叫刘易斯第二拐点。跨过这个拐点,表明农业已经走向产业化经营和资本化运作,二元经济结构随即消失。

基于拉尼斯-费模型,发展中国家经济发展的关键在于突破劳动力转移的第二阶段的发展瓶颈,即如何把农业部门的低效劳动力转移到工业部门。

依据拉尼斯-费模型,要实现二元经济并轨,第一阶段劳动力转移是基础。因为这个阶段农业过剩的劳动力既不能创造农业价值,又不能为工业扩张做贡献,而是一种纯消耗,只有把这部分剩余劳动力转移到工业部门,才能使社会人力资源得到有效配置。而且,这一阶段劳动力转移不会受到阻碍,因为剩余劳动力的转出不会影响农业的总产出,也不会发生粮食短缺问题。第二阶段劳动力转移是瓶颈。因为该阶段劳动力的边际生产率大于零,可能会影响农业总产出,继而引起粮食价格和工业工资上扬。第三阶段是突破。跨过刘易斯第二拐点,表明农业部门已实现以规模化和产业化为标志的现代化经营,劳动力转移走向完全市场化,工农两部门的工资水平都由市场原则来决定,二元经济结构最终消失。

三、工农业均衡发展:消解二元经济结构的关键

拉尼斯-费模型包含两层含义:(1)一国经济良性发展依赖经济结构的平衡,即工农两部门任何一个都不能偏废。(2)产业化经营,特别是农业产业化转型是一国经济走向发达的必要条件。拉尼斯和费景汉认为,消除二元经济的路径是农业生产率的提高及农业部门和工业部门均衡发展。

依据拉尼斯-费模型,实现二元经济并轨的困难存在于第二个阶段,能否找出一种办法来消除该困难,即提升农业结构,实现农业产业化,是对发展中国家的考验。经验表明,凡是经济迈入发达的国家,农业无一例外都是通过产业化经营而保持较高的生产效率。比如美国、加拿大、澳大利亚等国家的农业经营方式都是以高度产业化的大中型农场为基础,欧洲的英国、法国、德国,及亚洲的日本和韩国,农业虽然是中小农场为主,但也都是高度产业化经营,都是通过规模化生产来提升农业劳动生产率。处于刘易斯两

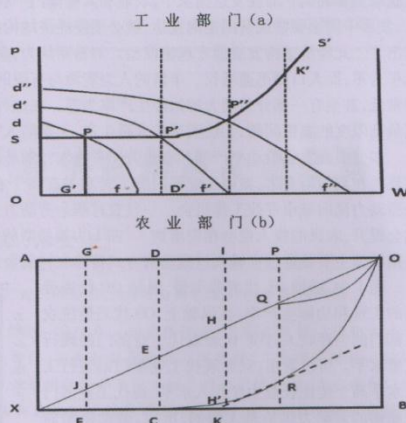


图2 拉尼斯-费模型

个拐点之间的中等收入国家,只有通过高效的农业生产,以降低整个社会的基础成本,才能为经济迈向发达提供坚实的基础保障。

农业劳动生产率的提升对消除二元经济结构的作用,拉尼斯和费景汉给出如下论证。

图 3(a) 表示工业部门扩张及对农村劳动力需求三个阶段,图 3(b)、图 3(c) 表示农业部门生产率变化状况。图 3(b) 中的总产品曲线 OCX 向 OC_1X_1 及 OC_2X_2 移动表示农业生产率在不断提升,图 3(c) 中对应的劳动边际生产率曲线也从最初的 $AS_1t_1t'_1$ 向上移动到 $AS_1t_2t'_2$ 和 $AS_1t_3t'_3$ 。假定制度工资(农业劳动力的生存收入水平)不变,随着农业总生产率的增加,农业剩余也相应提升。图 3(c) 中,随着农业剩余曲线由最初的 S_1O 上移到 H_2O 和 G_3O ,农村剩余短缺点由 S_1 渐次右移到 S_2 、 S_3 。而且,随着农业生产率的持续提高,商业化点(刘易斯第二拐点)也渐次由 R_1 左移向 R_2 、 R_3 。当短缺点与商业化点重合,即 $S_3 = R_3$ 时,标志着劳动力转移第二阶段完成和二元经济结构消失。

农业生产率的增加带来了农业剩余和农业边际生产率双双增加,促使工业部门的劳动供给曲线发生变化。图 3(a) 中,劳动力供给曲线 L_1L_1 随着农业总生产率曲线 OCX 及平均农业剩余曲线 $AS_1t_1t'_1$ 的变动不断下移至 L_2L_2 、 L_3L_3 。表明农业生产率的提升降低了整个社会基础成本,使工业部门的用工成本保持相对稳定,为工业部门扩大再生产提供了低成本劳动力。同时,工业部门的扩张又源源不断地吸纳农业剩余劳动力。

在拉尼斯和费景汉看来,农业生产率的不断提升是保证工业部门扩张和劳动力顺利转移的必要条件。如果农业部门无法摆脱传统落后的生产方式,农业剩余不足,则低效劳动力不可能完全转移到工业部门中。但是,仅仅农业部门生产效率的提升是不够的,必须使因农业生产率的提高所释放出的劳动力与工业部门扩张所需劳动力保持同步,即两个部门必须平衡增长,也即工农业两部门的生产率必须保持同步,并长期保持增长刺激,每个部门的贸易条件都不能恶化。^[2]

四、处于两个拐点之间:我国二元经济结构现状

与所有发展中国家一样,我国经济结构也是典型的二元状态。改革开放四十年来,我国经济取得了长足的发展。特别是人口资源红利吸引了大量外资来华投资劳动密集型产业,使我国成为世界制造业聚集地,被誉为“世界制造工厂”。大量的劳动密集型产业在华落地,为我国农村剩余劳动力转移提供了契机,吸引着农村剩余劳动力源源不断地从农业部门流向工业部门。

2004 年以前,我国农村劳动力在低廉的工资下源源不断地向城市工业企业转移,并形成了我国特有的农民工现象。这是典型的农业劳动力转移第一阶段。但随着 2004 年民工荒的出现,学者们开始关注我国劳动力转移中的刘易斯拐点问题,并展开了广泛的争论。争论的焦点是我国目前是否已经出现刘易斯拐点,是出现了第一拐点还是第二拐点。

国内最早关注刘易斯拐点的学者是蔡芳,他根据中国大陆地区农村转移出的剩余劳动力数量与农村

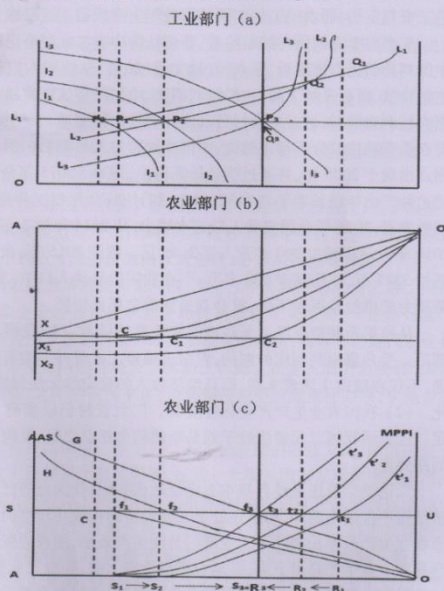


图 3 拉尼斯-费两部门平衡增长模型

户籍劳动力人口占比及农民工工资水平接近城市正规劳动力工资水平等因素来断定中国经济已经达到刘易斯拐点。^[3]该结论的提出,引发了学界激烈的争论,也激发了众多学者们纷纷开展这方面的研究。总体上来看,学界判定刘易斯拐点的方法大都依据两个指标:一是数量判定法,即农民工数量上的短缺与否;二是工资判定法,即农民工的工资是否处于上涨状态。这已成为判定刘易斯拐点的经典方法。^[4]

从当前学者们研究的结论看,普遍认为中国二元经济已越过刘易斯第一拐点。自蔡芳于2005年提出中国刘易斯拐点出现后,张永丽、景文超(2012)从我国人口转换角度出发,预测中国劳动力将于2015年达到峰值,继而开始下降,人口红利消失,中国经济已经跨越刘易斯第一拐点。^[5]柳建平、李孜孜(2015)依据农村调查资料,通过对农村劳动力规模及结构变动、农村外出劳动力规模变动、外出劳动力工资变动及与农业劳动比较分析得出结论,中国刚刚跨过刘易斯第一拐点。^[6]张桂文、孙亚南(2015)认为刘易斯第一拐点出现于2005年,并通过统计计算得出,1994~2015年全国最低工资水平增长率达13.23%,而农业劳动边际产出年增长率平均为32.61%,预计2020年我国将迎来第二个刘易斯拐点。^[7]从国家统计局发布的数据看,2015年全国流动人口首次减少,从2014年的2.52亿降至2015年的2.47亿,减少约500万人,2016年进一步减少200多万人至2.45亿。截至2016年,我国劳动年龄(16~65岁)人口数比2011年降低约3325万,年均减少600多万。^[8]我国的流动人口中,主要是农民工阶层。流动人口的减少表明我国劳动力的供给量逐渐下降,符合刘易斯模型拐点特征。

从拉尼斯和费景汉二元经济结构阶段特征看:(1)我国农村低效劳动力并没有有效转移到城市工业部门。受户籍福利制度的制约,农村进城务工人员并不能有效融入城市中,无法与城市市民享受同等的待遇,不仅在城市生活成本高,而且经济收入的稳定性无法保障。特别是国有企业在就业上并没有实现市场化。(2)我国农业生产产业化程度低。广大农村仍以家庭为单位进行生产经营,规模化不高,产业化不足。这表明我国二元经济处于刘易斯的两个拐点之间,要跨过刘易斯第二个拐点,我国经济发展仍有漫长的路要走。

无论是学界还是政界基本上已经形成共识:我国经济已经跨过刘易斯第一拐点。在这个阶段,二元经济结构不仅远未消除,而且还处于二元经济结构成功转型的关键期和困难期。在拉尼斯和费景汉看来,如果农业生产效率长期低于工业部门劳动生产效率,随着边际生产率大于零的农业劳动力转移到工业部门,会导致农业生产总量下降,推动农产品价格上涨,导致工业贸易条件的恶化,进而导致农业劳动力非农化转移受阻。即使不发生工业贸易条件的恶化,农村剩余劳动力的进一步转移会通过农业平均劳动生产率的提高而带动生存工资水平的提升。如果工业部门的工资水平没有相应的提升,将会影响工业部门对农业剩余劳动力的吸收,从而导致农业效率低下、农村土地荒芜、工业开工不足、工人失业增加。一旦经济增长因农业劳动力转移受阻而中断,导致低效生产劳动力长期滞留在农村,加上工业部门开工不足,工人失业增加,社会形成一个庞大的低收入阶层,社会收入分配差距就很难得到有效缓解。于是,整个社会成为一部分高收入、大部分低收入及极小部分中等收入阶层的哑铃型结构。统计研究表明,在发展中国家的三个阶层中,普遍形成这样的消费结构:低收入群体以自给消费为主,高收入群体以境外消费为主,中等收入群体以国内消费为主。高、低这两个收入群体都无法拉动国内经济,唯独中等收入阶层是拉动国内经济的主力。然而,发展中国家因收入分配两极分化导致中等收入阶层数量不足,无法拉动国内经济,更无法推动工业部门进一步扩张,于是形成社会经济发展滞涨的恶性循环。一国经济在刘易斯两个拐点之间长期徘徊,无法跨越刘易斯第二拐点,就会陷入中等收入陷阱。1952年以来,世界上出现的52个达到中等收入的发展中国家中,有35个国家陷入了中等收入陷阱。^[9]这些国家之所以陷入中等收入陷阱,固然有其各自复杂的主观原因,但根本原因是二元经济结构没有根本消除,即农业没有实现产业化经营与工业部门同步发展,经济结构畸形所致。

这对已经处于刘易斯两个拐点之间的我国经济发出了警示:不彻底消除二元经济结构,就无法促进经济的良性发展,也无法使经济走向发达,而且还有可能陷入“中等收入陷阱”。

五、乡村振兴:消解我国二元经济结构的必然选择

和其他发展中国家一样,我国经济结构之所以处于二元状态,就是因为农业部门与工业部门的发展不均衡,农业部门现代化程度较低。

刘
体
二
出
年
依
及
一
业
劳
发
布
人,
年
降
发
国

工
业
的
待
市
场
化
不
变
长

元
经
济,
如
部门,
农
业
化
产
率
对
农
业
增
人
失
成
为
的
三
收
入
的
法
推
长
期
等
收
其
各
部
门

是
进
经

发
展
不

工农业平衡发展是消除二元经济结构的必要条件。2018年1月中共中央国务院下发的一号文件《中共中央国务院关于实施乡村振兴战略的意见》中明确指出:“没有农业农村的现代化,就没有国家的现代化。当前,我国发展不平衡不充分问题在农村最为突出。”提出乡村振兴目标任务的时间表是“到2020年,乡村振兴取得重要进展,农业综合生产能力稳步提升,农业供给体系质量明显提高,农村一二三产业融合发展;农民增收渠道进一步拓宽,城乡居民生活水平差距持续缩小”。“到2035年,乡村振兴取得决定性进展,农业农村现代化基本实现。农业结构得到根本改善,农民就业质量显著提高”。“到2050年,乡村全面振兴,农业强、农村美、农民富全面实现”。可见,实施乡村振兴的关键就是实现农业现代化,通过农业产业化提升农业综合生产能力和工业供给体系质量,提升农民就业质量,吸纳农业剩余劳动力;拓宽农民增收渠道,缩小城乡居民生活水平差距。最终目的是促进工农部门经济平衡发展,跨越刘易斯第二拐点,消除二元经济结构。可以说,乡村振兴是消解二元经济结构的必然选择。

首先,通过乡村振兴消除二元经济结构符合经济发展规律。纵观世界各国经济发展历程,几乎都经历了一个二元经济发展过程。一个国家或地区从发展迈向发达,都必须处理好工农业平衡发展问题。这是经济发展的客观规律。特别是处于刘易斯两个拐点发展阶段的国家或地区,必须从提振农村经济入手,才能够跨越刘易斯第二拐点。从某种程度上说,农村经济的振兴是一国(地区)经济腾飞的必由之路。美国经济学家舒尔茨认为,对于发展中国家来说,农业在经济发展的起步和转轨阶段至关重要,凡是推行重工轻农的国家无不遇到极大的困难,而给予农业足够重视的国家都取得了较大的成就,高效率的现代农业是一国经济增长的原动力。^[10]包括刘易斯、纳克斯及张培刚等经济学家都认识到了农业发展的重要性,强调优先发展农业。对经济发展处于刘易斯两个拐点之间的我国来说,也必须按经济发展规律办事,实施乡村振兴战略就是遵从经济发展的客观规律。

其次,通过乡村振兴消除二元经济结构符合我国国情。作为一个有8亿农民的农业大国,国情决定了我国经济发展的根本在于农村经济的发展,这不仅仅是个经济问题,也是一个事关国家发展前途的政治问题。从历史经验上看,毛泽东之所以领导中国人民取得了新民主主义革命的胜利,就在于走农村包围城市的道路,邓小平之所以领导中国取得了改革开放的成功,也是先从农村改革入手的。可见,基于我国的基本国情,农村经济活,则整个国家经济活;农村问题解决了,则整个国家的问题就能够迎刃而解。相反,如果忽视农业和农村的发展,国民经济的发展就会走弯路,就会付出巨大的代价。习近平总书记指出:“中国要强,农业必须强;中国要美,农村必须美;中国要富,农民必须富。农业基础巩固,农村和谐稳定,农民安居乐业,整个大局就有保障,各项工作都会比较主动。”因此,实现乡村振兴是基于我国现实国情的必然选择,消除我国二元经济结构,就必须振兴乡村经济。

最后,农业的发展是工业发展的基础和保障。在发展中国家,农业在国民经济发展中处于主体地位,农业通过为工业提供要素贡献、产品贡献、市场贡献及外汇贡献来推动工业的发展。^[11]如前所述,消解二元经济结构的前提条件之一就是工业部门必须不断扩张。然而,工业部门的发展需要一个庞大的需求市场来支撑。从发达国家的经济发展史可以看出,国际市场是一个国家经济起飞的必不可少的要素,英国、美国、德国、日本等国家都有过国家帮助企业开辟国际市场的发展经历。加入WTO后,我国通过与国际市场对接,并利用人口红利实施出口导向发展战略,加快了国民财富的积累,实现了经济高速增长。出口成为拉动我国经济发展的三驾马车之一。但是,由于我国庞大的人口基数及经济体量,从经济安全的角度,只可利用但不能依赖国际市场。海外市场充满不确定性,过分依赖海外市场,国际上任何经济波动或政局动荡都会给我国经济发展带来不利的影响。而且,还可能因为挤压它国的市场份额及长期的贸易顺差而引起贸易争端。所以,我国经济进一步发展必须依托内需,而庞大的农村人口是一个潜力巨大的内需市场。在美国经济学家罗斯托看来,在大众消费阶段,贫富分化将对经济增长产生负面的约束作用,可能形成经济停滞和动荡的危险源。大众消费阶段应该注重内需释放,公平能更好地促进消费。因此,应改革分配制度,消除贫富分化。^[12]罗斯托所谓的大众消费就是指工业化成熟阶段,这个阶段特别依赖市场需求,消除城乡差距和贫富分化是构建内需市场的必要条件。我国现在已经进入中等收入阶段,正接近和准备跨越刘易斯第二拐点。通过乡村振兴,消除城乡差距和贫富分化,可为工业提供一个庞大的内需市场,支撑工业部门进一步发展。通过工农业均衡发展,消除二元经济结构,从而实现经济腾飞。

六、结 语

二元经济结构是一种畸形经济形态,既是一个国家处于发展阶段的标签,也是一个国家迈向发达经济的必经阶段。对于步入中等收入国家的我国来说,能不能消除二元经济结构,是决定我国经济发展能否跨越“中等收入陷阱”,步入世界发达经济梯队的关键。而消除二元经济结构的关键在于消除工农业发展的不平衡状况,促使农业部门在经营方式上脱离传统,走向现代,消除城乡差距。中共中央和国务院高瞻远瞩,发布了关于实施乡村振兴战略的指导意见。任何经济改革要取得成功,必须以富民惠民为立足点。只有实现乡村全面振兴,达到农业强、农村美和农民富的目标,我国经济才能够跨越刘易斯第二拐点,从发展走向发达,真正实现中华民族的伟大复兴。

〔参 考 文 献〕

- [1] William Arthur Lewis. Economic Development with Unlimited Supplies of Labor[J]. The Manchester School of Economic and Social Studies, 1954, (5): 139 - 192.
- [2] 谭崇台. 发展经济学[M]. 上海: 上海人民出版社, 1993: 299 - 304.
- [3] 蔡芳. 中国人口与劳动问题报告[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2007: 95 - 111.
- [4] 屈满学. 中国经济是否达到刘易斯拐点——基于边际生产力的实证检验[J]. 西北人口, 2016, (2): 35 - 36.
- [5] 张永丽, 景文超. 试论中国的人口转变、结构转型于刘易斯转折点[J]. 上海财经大学学报, 2012, (6): 60 - 67.
- [6] 柳建平, 李孜孜. 刘易斯拐点是来还是去——基于四次农村社会调查资料分析[J]. 兰州商学院学报, 2015, (6): 113 - 122.
- [7] 张桂文, 孙亚南. 二元经济视角下中国潜在经济增长分析[J]. 当代经济研究, 2015, (12): 61 - 62.
- [8] 李宇嘉. 从人口“争夺”看城市竞争新格局[J/OL]. <http://opinion.hexun.com/2018-04-03/192763153.html>.
- [9] 金立群. 中国如何跨越“中等收入陷阱”[N]. 人民日报, 2015 - 08 - 11.
- [10] 王英姿. 中国现代农业发展要重视舒尔茨模式[J]. 农业经济问题, 2014, (2): 42.
- [11] 张培刚. 农业与工业化[M]. 武汉: 华中工学院出版社, 1984: 196.
- [12] 魏志奇. 罗斯托的经济增长阶段理论及对发展中国家转型的启示[J]. 经济纵横, 2014, (12): 115.

责任编辑: 任 玲

Rural Revitalization: the Only Way to Dispel the Dual Economic Structure

YUAN Hang¹, ZHANG Jin-shan²

(1. School of Economy and Management, Guangzhou City Construction College, Guangzhou 510900, China;

2. Business School, Wuzhou University, Wuzhou 543000, China)

Abstract: The dual economic structure is a common phenomenon in developing countries. Lewis believes that only the labor productivity of the industrial sector should continue to increase and surplus of rural labor should continue to be absorbed in the industrial sector. Thus, when the surplus labor force in rural area disappears, the dual economic structure can be eliminated. While, Ranis and Fei believe that only when modern operations is achieved in the agricultural sector marked by the scale and industrialization, can the dual economic structure be eliminated by the balanced development of the two sectors of workers and farmers. The dual economic structure of China is currently in the two inflection points of Lewis. Only by realizing agricultural modernization, rural urbanization, and equalization of urban and rural incomes can we leap over Lewis's second turning point and the dual economic structure is eventually eliminated. This is the key that whether China's economic development can stride over the "middle income trap" and step into the world's advanced economic group. To achieve the goal of full revitalization in rural areas is the only way for China's economy leap over the second inflection point of Lewis in order to achieve the goals of strong agriculture, rural beauty, and farmers' prosperity.

Keyword: rural revitalization; dual economic structure; Lewis's Second turning point; transformation of agricultural modernization

- 全国中文核心期刊
- 全国百强社科学报
- 吉林名刊
- 吉林省精品期刊
- 吉林省一级期刊
- 中文社会科学引文索引来源期刊
- 中国人文社会科学引文数据库来源期刊

ISSN 1004-9339



国内外公开发行人 邮发代号：12-58 国内定价：10.00 元

**2014 3rd International Conference on
Science and Social Research (ICSSR 2014)**



**ATLANTIS
PRESS**

Copyright © The Authors

Atlantis Press adheres to the principles of Creative Commons, meaning that we do not claim copyright of the work we publish. We only ask people using one of our publications to respect the integrity of the work and to refer to the original location, title and author(s).

ISSN : 2352-5398

ISBN: 978-94-6252-009-7

Full text available online at <http://www.atlantis-press.com>

**Proceedings of the 3rd International Conference on
Science and Social Research**

June 14-15, 2014. Tianjin

Part. D



**ATLANTIS
PRESS**

Table of Contents

A Comparative Analysis on Carbon Emission Effect of Trade in Eastern, Middle and Western Regions in China Zusha Gu, Juan Li	1
The Progress of Construction of compiling technology course based on different methods Wang Na, Zhang ShiMing	5
Study on the negative influence of mobile phone media on student from ethnic universities and colleges and its countermeasures Mengtian Cui	10
Anxiety and Executive Function Relations Review Xi-ling DANG	14
The Important Role of Process Evaluation Mechanism in College English Teaching Guan Xiang-feng	17
Developing Mathematical Thinking and Innovation Capability of Students in Engineering Mechanics Teaching Yan-xia Wang, Qing-hui Shang	21
Evaluation of the Cooperative Education Based on BP Neural Network-an Empirical Research Ya Tian, Peng Yang	25
The Identity-embedded Technology in the Application of the IPTV Regulatory Platform Xu Lu, Hongwei Ding, Xiang Li, Yong Wang, Jia Guo, Haiying Deng	29
Analysis of Knowledge Structure on Trade and Environment Issue SHen Jun, Jiang Huan, GU Zu-sha	34
Research on Teaching Reform and Practice of Computer Application Foundation Course Yueping WU, Liping Li	39
Information System Management on Concept-Reasoning of Preschool Education Field: Independent Learning Pu Jian-wu	44
Case teaching of maximum power transfer theorem in PV power system Jiyong Li, Dongmei Wei and Yan Huang	49
On the Reform of Teaching Approaches to Circuit and the Improvement of Students' Individual Abilities Wei Dongmei, LI Jiyong, XIONG Xiaoping, GONG Wenying and LI Hui	53
Empirical Study on 3R Strategies in Foreign Language Education	57

Survey on the Structure of city Wall Comprehensive Landscape System Based on the Principle of "Authenticity" and "Integrity"-Take the Xi'an City Wall as an Example	205
Yifei Wang	
Research on Construction of International Logistics Center Relying on Silk Road Economic Belt	211
Yueqin Wang	
Interpretation on Chinese Linguistics from the Language Skills of A Dream in Red Mansions	216
Yueping Wang	
Research on Influence of Sumsung Project on the International Logistics Development of Shaanxi Province	220
Dehong Xu	
Analysis on the Problems Existing in the Development of Current Religious Charities of Our country	225
Shuhua Xu	
Research on the Literature Teaching and Literature Education under the Exam-oriented Environment	229
Wei Xu	
Reflection on Crucial Issues in Enterprise Operation Management	233
Jiangai Xue	
Study on Application of Piano Duet in Piano Teaching	238
Nan Yan	
Sentence Structure Balance in English Translation of Chinese	242
Zhuosheng Yang	
Analysis of Hotel Management Problems and Countermeasures Based on Consumption Cycle	246
Shiying Yang,Mintian Li	
On Knowledge-action School-enterprise Cooperation New Mode	250
Hang Yuan	
Seeking Growth in Solitude Journey - On Thomas Wolfe Angel, Look Homeward	254
Guiying Zang,Hong Yang,Junyan Cai	
Study on The Catcher in the Rye from the perspective of Jewish culture	258
Caiyun Zhang	
Research on the Working Status of Party Member Supervisor Function from the Perspective of Whole Staff Education	262
Kehan Zhang	
Teaching Research in Probability Theory and Mathematical Statistics Modeling Idea	268
Li Zhang	
Characteristic of the Naming of Hotels in Tengchong Heshun Ancient Town	273

On Knowledge-action School-enterprise Cooperation New Mode

Hang Yuan

Guangzhou City Construction College, Guangzhou Guangdong, 510925, China

Keywords: Knowledge-action, School-enterprise cooperation, New mode marketing

Abstract. How higher vocational education training complex, innovative and development-oriented technical and skilled personnel, strengthens learning and training of expertise and professional competence and effectively cultivates talents with personal competitiveness the society need through knowledge-action school-enterprise cooperation, is what we vocational educators should focus on to explore, and based on our usual exploration, we sum up, and form new mode of school-enterprise cooperation to be shared, and initiate more resonance to enhance vocational education teaching level.

Introduction

School-enterprise cooperation, knowledge-action, ability-oriented, knowledge-sufficient scale are the core concepts of higher vocational education, but also are feasible ways to cultivate innovative complex and development-oriented technical and skilled talents. Various colleges, and even research universities are trying to build "school-enterprise cooperation, professional practice first" application-oriented undergraduate education mode, and how to break the current model and try to integrate school-enterprise resource in our particular environment, achieve school-enterprise integration, to achieve knowledge-action unity, and to more effectively develop vocational students' professional hands-on skills to enhance their consciousness and initiative for learning and capacity cultivation is the problem our vocational education and teaching managers should think about deeply. In this paper, based on the new situation that economic development has entered under the new normal, on how vocational education can effectively enhance school-enterprise cooperation, taking Marketing Major of Guangzhou Urban Construction Vocational Institute for instance, combined teaching practice these years we used for exploration and testing, to summarize and find some available and effective practical modes for dissemination, so as to achieve the effect of throwing a sprat, promote deep and extensive development of school-enterprise cooperation in higher vocational colleges.

Situation and problems of traditional school-enterprise cooperation in higher vocational colleges

School-enterprise cooperation that higher vocational colleges have started and continued for many years are mostly ongoing with the aim to establish bilateral teaching cooperation, establish school-enterprise cooperation base, look for practical teaching base and practice base for students and even to cope with educational qualification assessment by Ministry of Education, with is more form than function and running relatively superficially. With poor substantiality and systematicness, it is just about one or some aspects of one course or certain ability, and it is short-term or even just about a teaching visit. The effect can be imagined. After several times, students will feel boring, let alone enhance the ability, and in certain cases even eliminate the interest and consciousness of students to enhance professional practice ability. To sum up, the traditional mode of school-enterprise cooperation, has not sufficient motivation to attract students, to participate, or systematic training of professional ability, and cannot show fully the initiative role of students. In the entire curriculum, theory and ability profession systematicness is not fully standardized, and do not adapt to learning situation and the needs of society due to the arbitrary curriculum setting.

In order to solve the existing problems, and make school-enterprise cooperation more rational and effective, we curriculum research team used the expertise we learned, and experience in the enterprise.

and during recent years school teachers went to enterprises to participate in social practice, went deep into society and enterprises, learned about new employment trends, and development trends of professional training needs, mastered talents training demands under the new era, new normal and new economic development situation, used for education reform and research, deepened and sublimed connotation of school-enterprise cooperation, explored the new theory and practice teaching mode and method suitable for marketing profession in our school. We here make a conclusion for discussion, absorption and application by everyone.

Explore and experiment school-enterprise cooperation new mode of higher vocational students of marketing profession

According to the characteristics of hither vocational education in our school, based on in-depth understanding of student learning characteristics and human nature characteristics, combining with employment needs, we constantly explore and experiment in the teaching practice, and grasp the overall characteristics of contemporary vocational students, such as not liking theory, ambitious, self-centered, fond of performance, lack of ambition, with strong sense of self-protection, fond of the image teaching, only able to timely concentrate, liking teaching method with discussion, less usage of brains and more hands-on practice. In theory teaching, we applied project-oriented, task-promoting, scene settings, more discussion and more hands-on teaching methods. Practical operation combines with theory teaching, and to certain extent the effect is enhanced, but over time, the effect is also discounted. To further enhance the actual work scenarios, highlight students' autonomy, and make participation and responsibilities and rights equal, we had a wide range of exploration, and in-depth study and found some modes and approaches of in-depth cooperation allowing enterprises and schools to try and stick with.

Establish professional short-term order classes, change scenarios, and enhance students' practical competence. Combine with enterprise actual work, based on enterprise project execution, and carry out professional order class with cooperative enterprise. Because in general the project implementation does not take a long time, and do not specify that students have to be employed after graduation, which reduced students' stress of practice due to employment, at the same time arrange short-term business culture education, change school classroom teaching scenes in terms of persons and work, change simple preaching to infusion of business rules and regulations and the overall corporate image, which allows students to have first-line understanding of and grasp content, role, shaping and promotion of corporate image, enables students to develop the personal accomplishment to abide by rules and regulations and safeguard the organization image, also enables them to more intuitively learn and master corporate image design and propaganda.

Then, assign students into the project team to follow up the project, to understand the purpose of marketing, content of marketing and innovation and creativity of marketing planning, to practically learn promotion technology, consumer psychology, advertisement, distribution channel management, internet marketing, etc., and on the job post, specifically and participatorily grasp the content, methods and strategies of the corresponding marketing work. Compared to classroom teaching, the effect is much better. Students can promote their strength and face up to their deficiencies in actual competition work, and learn from the perspective of personal interest. And enterprise will pay for the practice, and also can use a variety of reward and punishment means to carry out education and cultivation of humanity and ethics by hitting students' psychology.

Extensively mine opportunities of enterprises resources used for teaching, and comprehensively train work ability of students. Any enterprise has several functional departments, and for some students who may not like marketing profession, and select wrong profession, we can extensively dig enterprise resources, arrange these students to similar job posts they like, take full advantage of all possible opportunities for all-round development of students, but they still need to learn basic professional knowledge and skills and get assessed, just through this opportunity and resources expand the scope and field of employment of students, and provide individualized instruction for students. Learning with interest has more motivation and better effect.

At the same time, the field of business cooperation covers all business areas. And the participation of professional school teachers and students to participate in internships can help enterprises find new business opportunities, to work together to develop new products, find new markets, substantially expand cooperation areas, deepen cooperation, give play to students' interest and strengths, and exercise their leadership, organizational ability and social skills. And school-enterprise cooperation pursues win-win. Enterprise provides resources for school, and school can also create wealth for enterprise. Such cooperation can be effective and sustainable.

We cooperated with Guangzhou Lisheng Exhibition Services Ltd. We not only participated in original work, including exhibition booths sales, organization and arrangement of exhibition, carrying out practice of order class, but also cooperated with each other, expanded, and participated in other projects, such as "WETHERM ninth anniversary large-scale branding campaign", students assigned by the school participated in and classroom instructor guided; more than a hundred students who are learning "customer relationship management", "brand planning", "channel management and terminal sales" entered the scene for internship for two days, including brand promotion, customers reception, communication with channel and other practice. They worked as employees, and felt ups and downs in practical work experience, and sense of accomplishment after the transaction. Under the guidance of the instructor, present the course knowledge to students, let them understand in practice, then it will much easier to understand the theory.

The school encourages professional teachers while carrying out school-enterprise cooperation, carry out social services of horizontal issues, based on the actual business situation of cooperative enterprises, solve existing practical professional issues with enterprises, and provide diagnosis of customers relationship management and marketing planning for enterprise; they got benefit of nearly 80,000 Yuan for social services. To some extent, use professional knowledge to help enterprises solve the problem, but also create closer relations with cooperative enterprise, making enterprise-school cooperation closer and more effective;

After intensive contacts with cooperative enterprise, learned about the inconvenience of customers on exhibition, and we with business experts and students found business opportunities, and together invest human resources and financial resources for research. Horizontal cooperation, can not only create new business opportunities, but also exercise the ability to create and observe of professional teachers and students. Through cooperation research, we declared corresponding application-oriented national invention, created new operation areas for enterprise, and got praised by enterprise and school.

Cooperative enterprises to participate in construction work training program, but not the only listen to his words. Joint venture, after all, on behalf of the employer community, and they need to graduate on behalf of the community on their demands, but after graduation students can not or may not be on the job this unit, so only has a representative, listen to others, and then extensively absorb other similar or different types of business marketing this demand for graduates, curriculum design training program by full-time teachers, in order to ensure the necessary expertise and the principles taught.

While cultivating cooperative enterprises and related investigations obtained for students' professional ability, and develop a system of cooperative enterprise with professional capacity-building program, what kind of activities and forms of culture which or which of the ability to highlight specific, so the harvest results. During practice and practice time, in strict accordance with the implementation of training programs to develop good practice teaching to train social needs of professional competence. Which reflects the expertise and professional competence in line with the system for professionals to train community's widow.

From simple off-campus cooperation, joint ventures pulling into the school to school. Through cooperation between enterprises and professional educational philosophy, founded the hospital in the hospital, we have to cooperate with E-House China, the establishment of real estate in our SEM Marketing Institute, enterprise management philosophy, employment standards, quality training and professional education combined to create a real estate marketing professionals training base.

Contributed to the strong support of business school curricula, integrated teaching game, card integration to corporate sponsors and experts in the form of questions and carry out professional contests and competitions to promote students' professional learning and professional capacity-building initiative, to enhance students' professional conversion hands ability to effect, guide students to learn professional achievement, innovation and stimulate their professional practice based on professional capacity building. In addition, promote education, while cooperating with the practical operation of part of the professional exam qualifications, for better teaching results. We will organize the school's student conduct market research competition next year, marketing planning competition, network marketing competition, business competition, the students divided into professional and non-professional groups, business experts cooperate topic, do the commentary committee, sponsorship, the school also contributed to the funding of common competition unfold smoothly and efficiently.

Organize students to participate in the province, the country's marketing expertise contest, Department of Steering Group composed of absorbing business people involved in guiding and attract corporate sponsorship, incentives to increase strength, while enterprises with open arms to the winning student, well-paid employment priority, so that we can greatly inspire students to learn professional knowledge, professional ability to cultivate an interest, so as to enhance their learning consciousness and initiative.

Use guide cooperative enterprise, carried out in situ in the campus practice. Full use of school resources and the human resources of these two resources, the creation of the campus combat scenarios, such as cooperation with the supermarket-type business we have established student self management, professional instructor training college campus supermarket, and some lessons especially practice teaching lesson inside can be completed, the students involved, and is autonomous, self-financing, with the independent status of the modern enterprise business person, students can develop the marketing, merchandising and management capacity, and operators should have the discipline, punctuality, efficiency and accountability, teamwork culture.

While taking advantage of the campus of more than ten thousand current and potential needs of staff and students, and make full use of existing resources and school support system of practical teaching requirement, conduct campus fairs twice a year, the introduction of outside enterprises to participate in trade fairs, provided to the students autonomous decision-making, independence and co-operation are outside enterprises to participate in the business environment, competing against fully reflect the level of professional learning and training market research, consumer psychology to grasp, competitive environment analysis, product positioning, marketing strategy, marketing skills, etc, understanding and application, thereby effectively enhance students' professional skills.

Constantly explore and discuss improvements also continue to experiment, we based in Guangzhou Urban Construction College Marketing Major undertaken some reform, but after learning little superficial knowledge, there may be a different school context, does not necessarily have promotional value, but appetizers, mutual learning from each other and improve the level of vocational education and training qualified technical and vocational skills useful talents for the country and society is our aim. We hope that attracted more discussion and consensus.

References

- [1] Song micro investigate the colleges of higher vocational school-enterprise cooperation model. *China Adult Education*. 2011 (02)
- [2] Su Xiaodong, Zhang Canadian music. Exploration and Practice of Vocational Colleges reciprocal school-enterprise cooperation model. *Chinese Vocational and Technical Education*. 2013 (16)
- [3] Xu Bingying. Exploration and Practice of School - enterprise Cooperation Model and Mechanism. *Science and Technology Innovation and Application*. 2013 (31)



9 789462 520097

ISBN-13: 978-94-6252-009-7

**Advances in Social Science,
Education and Humanities Research**



**ATLANTIS
PRESS**

Copyright © The Authors

Atlantis Press adheres to the principles of Creative Commons, meaning that we do not claim copyright of the work we publish. We only ask people using one of our publications to respect the integrity of the work and to refer to the original location, title and author(s).

ISSN : 2352-5398

ISBN: 978-94-6252-155-1

Full text available online at <http://www.atlantis-press.com>

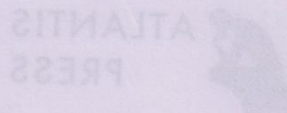


Table of Contents

2015 3rd International Conference on Education, Management, Arts, Economics and Social Science (ICEMAESS 2015)

December 28-29, 2015, Changsha, China

Part A



**ATLANTIS
PRESS**

Thinking on Training Mode of Developmental, Interdisciplinary and Innovative Talents

Hang Yuan

Guangzhou City construction College, Guangzhou, 510925, China

Keywords: Developmental. Interdisciplinary. Innovative. Talent mode

Abstract. With the arrival of the era of knowledge-driven economy, the training of developmental, interdisciplinary and innovative talents with strong adaptive capacity has become the emphasis of talent demand in the current era. How to train high-level developmental, interdisciplinary and innovative talents to adapt to the need of development of the current situation becomes an important issue in Chinese educational field. This paper respectively thinks about training mode of development, interdisciplinary and innovative talents.

Introduction

Talent issue is a priority among priorities concerning the future career development of the country. Institutions of higher learning are main places for training high-quality talents. The process of talent training is an extremely complicated systematic project, mainly involving factors in economy, politics, society and culture. In particular, under the new situation of rapid development of science and technology and world economic integration currently, the value orientation of talents shows a diversification trend. Educational and teaching methods of institutions of higher learning reflect the characteristic of diversification. It is required to establish and improve modern talent training system adapting to various talent characteristics and the promotion of integrated development of human beings, adapt to the objective of training developmental, interdisciplinary and innovative talents under new requirements and provide solid guarantee for the implementation of the strategy of reinvigorating China through human resource development.

Thinking on training mode of developmental talents

Developmental talents refer to new talents with high quality required under the new situation, spirit of innovation and sustainable development ability. Sustainable development mainly refers to delayed effect of development, innovation thought and innovation ability of college graduates after they take a post.

The training mode of developmental talents can be summarized as below: first, improve academical quality. It is required to create a dense academic research atmosphere, allow college students to develop a good learning style of diligence, studiousness, intensive study and thirst for knowledge and participate in various academic activities more consciously during the study so as to feel the rigorous spirit, personal charm and manner of academic leaders and masters in this subject in person and gradually train their strong will of devoting themselves to the development of scientific and cultural undertakings. Second, train humanistic spirit. The intersection and penetration of natural science and humanities have become an irresistible trend of contemporary scientific and technological development. Students of science and engineering should constantly improve their humanistic quality and students of liberal arts should learn some knowledge of science appropriately, thus realizing the combination of liberal arts and science and integration of major. Third, conduct classroom teaching well. In the process of classroom teaching in colleges and universities, teachers should positively transform their educational concept so as to adapt to the need of training developmental talents. Forth, strengthen professional practice. Teaching in practical link is an important content in the training of developmental talents. Professional practice can only be strengthened. It seems especially important for some majors of science and engineering. It is required

Analysis from the perspective of consumers

Micro-factors of product demands are mainly analyzed from the perspective of consumers, mainly including: hobby, income level, feeling, consumption custom, consumer psychology and national habit etc. These factors can to a large extent judge whether enterprise products are accepted by most consumers. Thus, the consumption results directly influence the sales result of the enterprise. Therefore, it is necessary to judge consumption preferences of most consumers according to consumers' consumption factors and expand the consumption group according to the factor so as to increase enterprise sales amount.

Analysis from the perspective of social cultural environment

Human beings live in different societies. Different cultures will be bound to form. Different countries, different regions, different societies and different customs represent different modes of life. In other words, human beings will have different opinions on the same product. So, it is required to attach importance to survey and investigation of social culture and prepare proper marketing strategies during preparing marketing activities. Social culture includes educational level, language, values and customs etc.

Analysis from the perspective of natural geographical environment

For China, there are differences in the north and south. The differences are mainly reflected in season, temperature, climate and landform. Enterprises must consider these differences when carrying out marketing. The property and use of products produced by some large and medium-sized enterprises will be influenced.

Analysis from the perspective of political and legal environment

Enterprise marketing activities will inevitably be influenced by political factor. It adjusts the direction of enterprise marketing activities like an intangible hand. Enterprise marketing activities and standards of behaviors must follow laws and regulations and pay attention to their effects on marketing activities. Political situation, policies, guidelines, international relation and legal environment will influence the direction of enterprise marketing activities. Enterprises should know and flow these.

Composition of enterprise marketing environment

Enterprise

The enterprise is a main constituent part of marketing environment. One of important conditions for enterprise marketing is favorable and solid internal force in the enterprise. Internal force consists of senior management (such as president, factory director and shareholder) and various subordinate departments (such as purchase, technological development, design, project development, finance and production). According to operation directions of each enterprise, internal organizations are also different. Labor division and cooperation among each management will influence marketing management decision and implementation of marketing programs.

Supplier

Compared with other industrial leaders, suppliers have their own scope of work, i.e. provide products and services for buyers and finally gain currency as the remuneration. Suppliers are enterprises or individuals providing raw materials, equipment, energy, funds and other resources for the enterprise in order to guarantee product quality, maximized sales profit and rational price.

Marketing intermediary (third party)

It is an indispensable link in marketing. Most marketing activities need the help of marketing intermediaries who assist the enterprise in promoting and marketing the products to final consumers or other enterprises. Dealing with cooperation relationship with them well can not just proceed smoothly, but also maximize the effects of enterprise marketing planning. Therefore, as market economy develops and social labor division becomes increasingly detailed, the effects and influences of these intermediaries will become larger and larger.

Consumer

Consumers are the target market. They are not just the object of enterprise service, but also the main impetus source for the enterprise to prepare marketing planning. Enterprise marketing activities focus on customers. In the market, consumers continuously raise consumption demands and change the demands. Enterprises can meet consumer demand only through continuously updating or designing new products. Enterprises should not just innovate continuously in order to satisfy customers, but also maintain old consumers. In this way, they will not be eliminated in fierce competitions. Consumers are the "god" of enterprises.

Competitor

Enterprise marketing activities are influenced by various competitors. So, enterprises should be good at discovering the shortcomings of competitors and perfect their marketing activity planning through utilizing competitors' strengths.

Economic benefit brought by standardization

Standardization is the foundation of management scientification

The establishment and operation of enterprise standard system can improve enterprise management level, work efficiency and overall cooperation ability and drive enterprise management standardization, order and scientification.

Main functions of standardization

- 1). It is beneficial to management of production process, reflected in providing product information, popularizing technology, boosting productivity, standardizing competition environment and ensuring interchangeability.
- 2). It can promote production, circulation and abandonment of standard products, enhance social benefit and contribute to protecting the environment, ensuring safety, saving energy and protecting consumers' standards.
- 3). It can promote action rules understood mutually.

Standardization management

Standardization management is an activity to gain the best order and formulate rules for practical or potential problems within the scope of enterprise production and management. Standardization management mainly includes technical standard and management standard which ensure to give play to the functions of enterprise management system.

Technical standard

Technical standard is the best solution gained in the process of long-term technical level and practical experience. Uniform technical criteria are needed in technical activities for coordination.

Management standard

Management standard provides management activities, personnel and business management formulated by the enterprise in order to ensure product quality, improve product quality and achieve product quality objective.

Safety standard

Safety standard is formulated in order to prevent and reduce accidents and change previous poor production and management so as to achieve continuous and stable safety in production.

Purpose of standardization

Educational training

In a bid to produce even product complying with various quality inspection standards within the specified cost and labor-hour, work flow, methods and conditions must be provided and implemented. If working procedure changes in the manufacturing process, or the working methods and conditions change, the products complying with the above standards cannot be produced.

To increase efficiency

The implementation of standardization can maximize productivity within the limited time in the production process and effectively utilize manpower and material resources to ensure product quality and improve work efficiency. The stabilization of product quality and the improvement of productivity can make an enterprise stand firm in the market.

To reserve technology

Work experience of enterprise employees can be kept through text or document to make sure the experience will not lose with staff turnover in future production or operation process.

To prevent recurrence

When old employees leave their posts, they will take away valuable post experience such as solutions and working skills. When the same problems occur in the future, if these methods and skills are not recorded, the production cannot resume. So, without standardization, product quality and time delay will be affected to some extent.

Economic benefit of standardization

Implementation of marketing standardization in large and medium-sized enterprises can bring ideal economic benefit. Implementation of standardization can make the enterprise give play to standard and optimal system benefit. This can not just improve the degree of the demand for standardized object, but also make the enterprise give play to the best functions so as to gain the optimal economic benefit. Without standard or without implementation of the standard, enterprise chaos is inevitable. Besides, the enterprise will soon be eliminated by the market full of fierce competitions. Therefore, marketing of large and medium-size enterprises breaks through traditional standard field for management standard, technical standard and safety standard. Thus, this enterprise will innovate in the fierce platform and then gain the best economic benefit.

Effect and significance of standardization on marketing of large and medium-size enterprises

The development of a large or medium-size enterprise cannot be separated from implementation of standardization. The process of standardization is a process of continuously improving product quality, management level, safety coefficient and economic benefit. Implementation of standardization is a kind of organized activities formulated and implemented by enterprises which take improving economic benefit as the objective and regard completing production, management, technology and marketing well as the main contents. Without the process of standardization, there are no superior management techniques and operation methods. So, the functions and effects of standardization means the objects which had no standards have standards. Through execution of the system, enterprises can gain the best order and status. Standardization is not just a process of shaping the soul of large and medium-sized enterprises, but also a process of sustainable development and harmonious development of enterprises. Thus, standardization is an important content and method to judge scientific management. Standardization has significant effects on improving products, process and services and eliminating technical limitations and shortcomings. Besides, it has important significance for sustainable development of large and medium-sized enterprises and improvement of economic benefit. Implementation of standardization is the pillar and foundation of all objects needing standards. So, implementation of standardization is of great significance for maintaining uniform actions and effective operation of large and medium-sized enterprises.

Overview of effects and significance of standardization on marketing of large and medium-sized enterprises

The effects of enterprise standardization on marketing of large and medium-sized enterprises not just lie in improving management, optimizing techniques and boosting operation safety coefficient, but also lie in improving economic benefit. Implementation of standardization makes large and

medium-sized enterprises create conditions for standardized, scientific, systematical and uniform activities. Therefore, implementation of standardization by large and medium-sized enterprises is important basis for promoting sustainable development and scientific development.

References

- [1] Cheng Qian, Service administration theory underway – overview of China's "service administration" from 2001 to 2004, Chinese Public Administration, 2005
- [2] Huang Yong, Enhancement of renewable resource standardization and promotion of resource-economical and environment-friendly society with circular economy, Collection of academic paper about standardization in memory of the 39th "world standard day", 2008
- [3] Li Kecheng, China's standardization work after joining WTO, Collection of prize-winning paper about standardization in Hubei Province, 2004
- [4] Kuang Hua'an, Zhang Houdong, Quality standardization becoming another focus in international competitions, China metallurgical News, 2008
- [5] Wang Yicheng, Energy conservation, emission reduction and standardization, Transformation of economic development mode and self-dependent innovation – the 12th annual conference of China Association for Science and Technology (Vol.1), 2010
- [6] Sun Honglin, Practice-based standardization is the key point, Collection of academic paper about standardization in 2005, 2005



9 789462 521551

ISBN: 978-94-6252-155-1

Advances in Social Science, Education and Humanities Research Vol.49

ISSN: 2352-5398 Full text available online at <http://www.atlantis-press.com>

《万方数据——数字化期刊群》全文入网期刊 《中国核心期刊(遴选)数据库》收录期刊

管理学家

04 2013

ISSN 1674-1722



9 771674 172096

08

CHINA MANAGEMENT MAGAZINE



我国商业银行经济资本管理的现状及对策研究

何伟

石油石化企业安全管理新思路探析

郑永刚

关于高校行政管理在我国现状及策略

赵玲玲 徐迎华

企业项目管理的文化思考

谢佳卉

知识经济下人力资源管理新趋势

黎艳虹

新时期学校的管理方法刍议

赵应红

浅议马克思主义辩证法在社会管理及其创新中的运用

王寿林

浅谈新形势下思想政治工作在企业管理中的作用

陆继海

管理是管理者的生活

Since 2002

《管理学家》2013年 肆月号 第4期 A
2013年4月30日出版 www.guanlixuejia.com
主管: 中国航空工业集团公司 China Aviation Industry Corporation
主办: 航空工业信息中心 China Aero-Info Center
协办: 中国教育发展战略学会终身教育工作委员会 Chinese Society of Educational Development Strategy Committee for Lifelong Education Research
出版: 《国际航空》杂志社 International Aviation Group

管理学家

社长 President 肖治垣 Robert Xiao
主编 Editor 席酉民 Xi Youmin
学术主编 Academic Editor 李怀祖 Li Huaizu
刘文瑞 Liu Wenrui
执行主编 Executive Editor 慕云五 Mu Yunwu
编辑委员会 Editorial Board
何玉兴 He Yuxing 王秋杰 Wang Qiujie 张新民 Zhang Xinmin
王建国 Wang Jianguo 胡君辰 Hu Junchen 陈劲 Chen Jin
冯耕中 Feng Gengzhong 蓝海林 Lan Hailin 石良平 Shi Liangping
井润田 Jing Runtian 李东红 Li Donghong 郭梓林 Guo Zilin
屠晓光 Tu Xiaoguang 袁志华 Yuan Zhihua 樊晓兵 Fan Xiaobing

地址: 北京市西城区广内大街319号广信嘉园B座21D
邮政编码: 100053

第一编辑室

联系电话: 010-58537668 010-56181805
编辑: 汪莉 李娟 蒋其 杨静 侯春燕
韩琳 贾塔娜 王小虎 李雪娇 郑晓梅
刘晓兰 袁园 李静 孙杰 付靖伟

投稿邮箱: glxjbjb@163.com
通讯地址: 北京市100038信箱32分箱 (100038)

第二编辑室

联系电话: 010-58447321 010-58447327
编辑: 韩丹 董立凤 杨静 郭平平 孙金玲
董莉 李静 李江楠 沈莎莎 史运红
孙伟 张一 韩宁 商雪 夏林雨

投稿邮箱: glxjzss@163.com
通讯地址: 北京市100043-96信箱 (100043)

印刷: 北京世艺印刷有限公司
发行范围: 全国公开发售
定价(1CD): 38元

国内统一连续出版物号: CN11-5630/F
国际标准连续出版物号: ISSN 1674-1722

邮发代号: 2-317 广告经营许可证号: 京朝工商广字第0324号
品牌运营: 北京观天下国际广告传媒有限公司
市场运营: 北京纵观天下科技有限公司
版权声明: 本刊编辑部保留所有权利转载函告编辑部获得授权

目录 Contents

管理观察

- 01 产学研合作与服务地方项目定位 龙镇辉
- 03 关注农村资源环境, 建设生态文明新农村 李敬含
- 04 关于易逝品供应链不确定性研究综述 王 烨
- 05 浅析关于规范企业社会保险内部控制 陈震全
- 06 高龄老年津贴制度研究 师 超
- 07 我国行政管理在新公共管理模式下的改革趋势 付 晓 谢 敏 范 羽
- 08 老龄化背景下延长法定退休年龄的思考 杜 萍
- 09 关于加强城乡居民养老保险经办管理服务能力建设的几点思考 王 伟
- 10 农民工城市化的问题与对策探讨 王梅婷
- 11 网络消费动机与行为研究评述 马 健
- 12 重要客户安全用电管理探讨 刘九顶
- 14 中国传统民俗对农村文化建设的作用和影响分析 王 臣
- 15 构建电子政务 推进政府管理创新 张 静
- 16 我国农业可持续发展面临的资源压力及对策初探 李敬含
- 17 新时期下做好电力企业党建工作的思考 张 印
- 18 反洗钱防范工作的管理研究 孙奎革
- 19PL 食品质量体系建立及持续改进 焦 荣
- 21 新型农村合作医疗保险与城镇居民医疗保险并轨浅析 陈修国 岳 蕾
- 23 商品房项目成本管理方法研究 李 蕾
- 24 浅谈近年来中国内地居民海外采购奶粉现象及对策分析 陈海钰
- 25 聚集经济视角下的河北省优势产业集群发展研究 刘 洁 毕玉辉 刘翠君
- 27 浅析减轻农民负担管理对策 李淑贤
- 28 进一步加强和创新社会管理 杨普兰
- 29 信访工作之浅见 张素艳
- 30 “多中心理论”视角下我国农田水利设施供给模式研究 李注娱 刘 燕
- 31 论政府对网络舆情的有效引导 贺孟琦
- 32 论用社会主义核心价值观引领和谐社会的构建 朱 朱
- 33 廊坊市蔬菜价格波动问题分析 史 浩 李珊珊 李 丹, 等
- 35 探究市场营销的风险管理 陈建斌
- 36 新形势下我国公共危机管理创新必要性、内容与途径 李 芳
- 37 产业布局的战略分析 支帮东
- 38 标准化国际营销及路径 赵卫灿
- 40 基于平衡计分卡的中国医疗改革绩效分析 丛晓曼
- 42 基于科学发展观视角的离退休支部建设 魏建丽
- 43 影响公共政策有效执行的因素及对策 马磊峰

金融与财经

- 44 浅论企业投融资机制及对策 陆秋娥
- 45 基于可持续发展的公办高校财务风险预警控制 黄娟莉
- 47 浅谈发电集团资金集中管理 潘思汉
- 49 经济全球化背景下创意产业发展对策研究 胡 微 肖 巍
- 50 房地产项目建设阶段风险管理研究 张来永
- 52 试析财务预算管理与企业管理创新 卢志锦

- 262 浅谈高职高专专业英语学习者学习策略的培养 沈慧英
262 初中历史高效课堂教学模式 李宏新
263 如何引导男幼师正确对待幼教工作 徐艳虹 侯琳波
264 民办高校国防教育现状分析与对策探讨 胡瑞年 刘 璞 潘 潭, 等
266 学生管理要确立“以人为本”的思想 彭永庆
267 高校贫困大学生心理健康探析与思考 秦洪庆
268 浅谈数学阅读教学 林丽芳
269 浅谈企业经营管理模拟教学 王 杰
270 浅谈盲校一年级盲文教学中的心理培养 高堂堂
271 学前高师生幼儿教师职业认同差异的调查研究 罗 璇
272 现代教育技术在中学物理教学应用中的问题及对策 陆长奎
273 民办高校教务信息管理中存在的问题及对策 刘华相
274 浅谈中职体育课中的游戏教学 裴 力
275 浅谈多媒体技术在语文阅读教学中的实践与研究 张 文
276 谈幼儿早期识字阅读 许桂华
277 关于高校后勤社会化问题的研究 罗远坤
278 民办高校品牌建设研究 俞春英
279 香港中文大学“一校两院”模式对我国高校的启示 王 洋 张艳倩
281 浅谈中职数控实训教学中常见问题的解决措施 周 祺
282 高职教师工作心理压力的现状调查研究 徐继燕
283 探索当前大学生社会实践的模式及改进建议 孙倩茹 李 雪 张志勇
284 新传媒在大学生德育教育的作用 陈炳权
285 读写结合是培养语文能力的有效途径 郑祖旺
286 关于新形势下大学生就业的理性思考 刘光辉
287 提高高职高专学生英语听力能力的有效策略 鞠 曾
288 民办高校教学督导机制的完善与深化 刘 宁
289 项目教学法在中职《电工技能》实训课中的运用 衣普益
290 对教师岗位设置实施工作的思考 吴 忠
291 初中历史教学的语言特点浅析 王 琴
292 浅谈如何解决高校学生欠费问题 吴润玉
293 高校青年教师工作态度的影响因素分析 许亚平
294 职业学校体育教学与就业需求相结合的途径浅析 牙建农
295 浅谈高校辅导员职业化建设 苏祥国
297 虚实结合做好高校贫困生工作 魏建中
298 高中思想政治课堂探究材料选择之我见 刘秀姿
299 构建“学生预习—交流学习—教师点拨—巩固练习—评价和小结”课堂模式的实践和思考 黄首磊
301 经济全球化背景下高校管理问题与策略 周智灵
302 高校毕业生就业指导服务体系的构建 何平波
303 以“就业导向”对高职院校内部就业指导的探讨 吴文广
304 关于大学生心理健康教育的思考 刘 跃
305 运用项目管理探索高校学生工作新模式 张春明
306 浅谈体育游戏在体育教学中的运用 陶 斌
307 《疼痛诊疗学》课堂教学技巧的探索与运用 罗秀英 陈金生 卢振和
308 浅析高校学生管理工作理念的更新 杨 娜
309 职业学院重点专业教学团队建设探析 袁 航 张 珊 曾 祁, 等
211 浅谈多媒体技术在中学物理教学中的应用 赵仕宏
212 在篮球运动中如何运用急停跳投技术 丁绪振
213 农村小学生阅读兴趣的培养 纪伟玲
214 发展重庆高等文化艺术职业教育的必要性分析 宋延军
216 国内大学评价指标体系的分析与思考 秦 力
217 大学生传销行为的成因分析和防范对策 覃 智
218 浅谈情景模拟在酒店英语教学中的应用 甘 霖
220 关于电力类高职院校的校企文化融合策略研究 高欣怡
221 试论提高高职语文课堂教学效果的方法 雷顺福
222 以案例分析为视角浅谈辅导员对高校特殊学生的心理援助 吴 芳
223 浅谈英语定语从句的翻译技巧 朱芬芬
224 项目教学法在《VI设计》教学中的运用 赵珊珊
225 浅谈高职班主任工作的几点体会 董远林
226 基于 AHP 法的《计算机应用基础》课堂教学质量
管理评价初探 覃凡丁 李钦亮 常兴平
227 开放的课堂 自信的舞台 赵玉玲
228 LabVIEW 在虚拟电子学实验设计中的应用 郭维家 李书杰 胡海英, 等
229 脱离汉语发音习惯, 改善中国学生英语口语发音问题 吴啸群
231 浅谈项目教学法在《餐饮服务与管理》课程中的应用 周媛媛 廖文娟
232 论区域培训中心建设中教学管理工作创新 陈 攀
233 浅析法国教育督导制度 何 耀
235 自我效能感与中职英语教学 黄 琳
236 高职《电器控制与 PLC 应用技术》课程教学改革 吕爱华
237 关于管理科学理论对现代高校管理的启示探讨 刘 喆 吴晓峰 石甜甜
238 浅谈当前大学生安全教育与管理 蔡玉梅
239 激发学生学习兴趣的十大策略 黄永合
240 科学发展观指导下的和谐高校后勤建设研究 罗远坤
241 如何激发小学生学习数学的兴趣 林丽乾
242 管理与提升中小学音乐教师基本功的训练 魏莹莹
243 初中数学教学模式思考 赵 丹
244 在地理教学中妙用诗词、谚语和歌曲 冯 勃
245 试分析公共管理学与公共行政学或行政管理学的
“分”与“合” 范 玥 付 晓 谢 敏
246 数学解题常见错误例析 覃塘肖
247 浅谈高校教学管理方法的研究 吴晓峰 刘 喆 石甜甜
248 关于韩语发音教育的几点看法 冯月鑫
管理科学与工程
250 做好施工安全管理的策略探讨 乔俊勇
251 城市地铁工程实施阶段的造价控制 邓 慧
252 浅谈往复压缩机常见故障维修与保养 刘 璋 徐凯霞 任宪强
254 浅谈水电项目施工阶段的成本控制 赵英姿
255 新时期建筑装饰施工的相关问题探讨 黄泽彬
256 市政工程的施工管理 曲军涛
257 关于计算机网络安全威胁及防范措施的分析 韦 玲
258 降低 DF4DD 内燃机车 JZ-7 型制动机故障率措施的探索 郭晓东 王文利 张 顺, 等
259 选煤厂机电设备安装项目管理的技术要点解析 孙旭春
260 工程项目管理模式研究 宋乐本
261 埕东站污水腐蚀原因分析及对策 吴天保
262 抗高温低密度高强度水泥浆体系的应用 赵 强
263 半自磨机运行参数的调整初探 杨福新 吴万荣
264 模因论视角下手机短信语言的变异趋势及其表现 董方吟
265 义 34- 斜 101 井固井技术 朱传强
266 实施阶段工程造价管理的方法探析 蔡 莉
268 复合降粘体系在胜坨油田的研究与应用 孙双立

职业学院重点专业教学团队建设探析

袁航 张珊 曾祁 张耀星/广州城建职业学院

【摘要】 适应我国高职教育特色专业和品牌建设需要，课题组经过对多所高职院校进行调查，分析其现状存在的问题，结合国家的政策方向，社会现实情况，进行职业学院重点专业团队建设策略思考，力图找出解决现存问题的思路与方法，本文即是立足于现实，深入挖分析在问题的基础上，提出了我国高职教育的重点专业团队建设的策略与方法，以资能对相关高职院校的品牌建设有所帮助。

【关键词】 高职院校；重点专业；教学团队

一、前言

自我国高校教育出现高职教育至今已有近20年，这是教育与社会实际需求相结合，为社会服务的大势所趋，也是教育职能的具体体现和教育体制改革的成效，随着我国经济体制改革的不断深入，我国社会也进入到更高层次的市场经济之中，加强创新意识培养，增强自主创新的创造力，进行产业改造、升级，变革经济增长方式，提升企业整个国家的竞争力，实现国家的进一步发展及振兴，都需要我们的教育尤其是高职教育，适应社会经济的发展变革和提水平，从而更好地服务社会，促进社会和经济的发展。

国家统计局对18岁的孩子（高考升学年龄）统计和预测的一组数据，2008年达到最多，为2900万人；2009年是一个下降拐点，将减少为2000万人；到2017年将减少到1070万人。到那个时候全部学生上大学，一部分大学也会招不够学生，这也包括我们的特殊教育学校。还有相当一部分学生还要到国外留学，形势相当严峻。应届高中毕业生数量不断下降，高职院校面临严峻形势，在教育部的指导与管理下，各高职院校为了学校的可持续发展而加强学校的品牌建设，提升自我的竞争力，不断总结和发展高职教育的理念，开展了院校办学资质评估和示范性高职院校的申报、进行重点专业建设、大力开展精品课建设等工作，一定程度上取得了不错的成绩，推动了高职教育的整体发展。但在建设过程中，因为高职教育教学的特点，各高校还存在这样那样的问题，从机制上、人力资源管理上、各方的观念和理念上还有阻碍重点专业建设的不足，本文就存在的问题，以自己的切身经历、实地调查与研究，并提出相应建设性的对策，力求能对各高校重点专业的建设提供些指导性意见。

二、高职院校专业教学团队建设的重要性

教师是人才培养、专业建设、科研水平等品牌建设质量保障体系中的第一要素。没有高专业水平、高职职业道德水平的教师队伍，就不可能培养出高素质的创新人才，当然也不可能成就各高职院校的战略目标，品牌示范院校、重点专业、精品课建设更是奢谈，因此，建设高水平专业教师队伍，加强教学科研团队的建设，始终是高校改革发展中的重要课题。其意义体现在：

（一）有利于专业建设与提升专业发展水平。教师专业水平对高职院校进行教学科研和凝聚人才具有重要意义，是衡量一个学校教学和学术水平与特色的关键指标。专业建设与品牌院校创建的关键是要拥有一支教学经验丰富、学术造诣深厚、能团结带动团队进行教学和科研的学科带头人的队伍，这是创建重点专业、建设品牌院校的人力资源基础。

（二）能够创造学校特色、建立和提升核心竞争力。特色就是质量，特色就是水平。有特色的团队才能有水平，有特色的团队才有生命力，在培养团队的特色中形成和强化优势，构建创新型、成员结构合理、素质技能互补、业务上互帮、竞争合作并举的教学团队，有利于专业创造特色，从而创建并逐步提升学校的核心竞争力。

（三）能够促进教师整体水平的提高，提升人才培养质量，提高毕业生的就业率。教学团队把具有不同专业背景、实际工作背景的教师有机地联系在一起，有利于从多维的视角理解教学，开展教学研究。在教学团队中，大家就各自在教学中遇到的问题进行交流、探讨，并将自身的工作经验形成新的教学理念运用到教学实践之中，可以加深对教与学的深层理解，扩展专业知识面，加强专业技能，改进教学方法，促进实际教学水平的提高。

（四）团队中“以老带新”机制能够切实促进青年教师的成长。青年教师是学校未来发展的希望和主力军，他们的成长需要前

辈的培养和引领。教学团队建设，一方面可以为年轻教师提供向专家学习的机会，另外可以发挥名师的引领示范作用，使他们能够为青年教师提供更多的直接指导和帮助。

三、高职院校在建设重点专业上存在问题

（一）对高职办学的意义理解不到位。市场经济就是竞争经济，竞争的规律就是优胜劣汰、适者生存。做为高职院校这个特殊的领域，竞争靠什么？当然是靠有特色和竞争力的、能为一方经济和社会发展提供合格人才的教学质量。而现实的情况是各高职院校千篇一律的是全类本科大学的微缩版在运行大家都一样，特色建设找不到方向，或者方法不正确，或者仅处于探索的萌发状态，还有不少高职院校，在迷茫后采取升格为本科的方法力图脱离高职行列，进入已有建设模式的本科行列，不再探索高职的教育教学理念，这样对高职院校的未来发展很是不利。

（二）各级领导对学院创建重点专业的目的性和方法掌握还不够深入。经过我们半年来对几所有代表性高职院校的调查了解，成为全国和全省示范性高职院校的学校中，大都是学院领导对重点专业建设、精品课建设、示范性高职院校建设的内涵与方向有比较深刻的理解，能够把握政策、明晰目标方向，并且能够大刀阔斧地指导和支持各专业团队开展建设，对形势把握的准，危机感重，支持力度也大，从而极大地调动了专业教师团队开展重点专业建设的积极性，他们努力深入研究专业现状和社会实际需求情况，立足区域经济，创造自己专业的特色，创建和不断提升专业的竞争力。

而大部分的高职院校，作为领导，即使有教育部的文件指导，他们理解也不透，只是简单地传达，一般的号召，即使是招生形势不容乐观，他们也只以较小的智力与财力支持，也没有思考与实施切实有效的建设方法，专业教师们的积极性很难调动起来，当然创办特色无从谈起。

（三）学院对创建重点专业的支持力度不足。各高职院校似乎还没有感觉到生源减少的严峻现实，还在盲目乐观于现状，从高职院校的办学理念上、对政府办学理念、办学政策的理解上还不深入，对创建学院的自我特色还不重视，以至于只是做为一般的课题去对待，从智力支持（自己深入理解，然后引导和指导教师致力特色的创建）、财力支持上都不能吸引和促进教师倾力投入到学院特色的打造上去。

各级领导只是应景似的在呼吁进行特色建设：提倡建设精品课，鼓励投入重点专业建设、各种场合鼓动甚至是强令老师下企业接触实际、锻炼能力，了解和掌握企业的实际专业需求、人才需求，提高授课的实践性，但具体落实到资金、荣誉和地位，则无实质性的内容，缺乏有力的政策、智力和财力的大力支持，其特色建立的效果也必然不如人意。

（四）人力资源管理上存在问题。高职教育不同于研究型大学，更加突出实用能力的培养，因此需要的教师队伍应该是专业互补、知识与能力互补型的专业知识加职业经历的双师型教师队伍。

但在调查中我们发现，教师队伍的配备还有很多不合理的地方，一般都是相关专业即可的招聘要求，尤其是在专业带头人，专业负责人的配置上，这是一很大的不足。对一般教师而言，相关专业不太远、有些社会实践工作经验即可，但对于团队建设的领导者，专业与非专业有很大的区别，毕竟整个专业的建设、团队的建设上他们负有专业职责，很多都甚至不是本专业的却领导和建设着这个专业，会讲某个专业的一门或几门课，但不是这个专业的，很难进一步完善符合专业体系和社会实际需求的专业建设。更不用说能够带领这个专业团队创建专业特色了。

(五)专业团队建设工作不够深入有效。由于种种的上述原因,致使各专业团队建设缺乏成效,甚至有的是劳民伤财。专业建设必须有配置合理的人力资源,也必须有学校政策和智力、财力的大力支持。缺少了这些再加上外行领导内行,以职称定职位,必然导致专业团队建设流于形式,没有谁愿意多付出少获得形成一种得过且过的“打工心态”文化,专业团队建设只是应付,教研活动是浪费时间;再者是形成的无序竞争,为了多挣钱多获益,各人自成一派,甚至是缺乏公信力的领导下自私自利成风,见利忘义,使竞争成为大家相处的唯一,相互设防,表里不一,而没有了合作共享与共赢,合作共进的组织文化荡然无存。这样还奢谈什么建立特色、成就品牌?

四、高职院校在建设重点专业上现存问题解决策略探讨

(一)加强学院各级领导的高职教育教学理念修养,制订合理的发展战略。高职院校各级领导,必须首先自己深入理解高职教育教学理念,对高职教学的方法与规律有个系统的思考与理解,才能教育和引导好下级领导和专业普通专业教师朝着正确的方向、用正确的方法开展高职教学。其次是制订合理的发展战略,很多高职院校办校的目的不是响应国家号召办好高职层次的院校,而是一旦高职办出个样子,便马上申报已驾轻就熟的本科大学。事实上高职层次的毕业生就现在与未来的发展看,是中国经济与社会发展的重要力量,是国家十分重视的高等教育的一部分,如果下定决心立足于高职领域,以特色立校。宏观设定本校特色所在,在高职院校中创出自己有竞争力,也是一种长久的发展大计。

特色和竞争力如何定位?其实,就是高职教育要有自己独特的东西,形成与其他学校相区别的方面。没有特色就没有竞争力,就没有生存和发展的空间。要在特色中体现高职教育的水平和质量,对每一个高职院校来说,就是要突出重点,形成自我的特色,形成品牌,每个学校都有自己的亮点。从而形成自我独具特色的、能为社会所认可的核心竞争力。各级领导还要身体力行,以自己对于高职教育教学的理解,引导和切实鼓励专业教师团队努力提高高职教学、科研的水平,立足自身岗位创建学院各专业的教学特色,从而实现学校统一特色创建的目标。

(二)高职院校要做好重点专业团队建设在人力资源管理上的工作方面。改变招聘、培训、用人及考核的思路与方法,以学校特色创建为目标,完成各专业教师团队合理的结构、专兼团队建设,实现激励支持、文化建设、薪酬福利保障的制度。

1、以专业带头人为核心,完善用人机制。做好专业团队带头人的遴选工作。团队带头人是团队的核心和灵魂,是确保团队共同目标实现的重要基础。引入竞争机制,切实把具有高尚的道德品质、严谨的治学态度、丰富的教学实践经验、创新的教学思想、较高的专业造诣、较强组织管理能力的人选拔到这一岗位上;建立责权利统一的团队带头人负责制,支持带头人组建或鼓励带头人自主组建教学团队。要对有突出成绩的团队带头人在物质、精神、职称评聘等方面给予优惠性倾斜,努力营造有利于带头人做实事的良好环境;加大对带头人培养的力度,不断提高他们的组织领导能力和自身影响力。

2、加强重点专业教学团队的人事制度建设。要按照开放性和职业性的内在要求,改革人事分配和管理制度;增加专业教师中具有企业工作经历的教师比例,安排专业教师到企业顶岗实践,积累实际工作经历,提高实践教学能力;大量聘请行业企业的专业人才和能工巧匠到学校担任兼职教师,逐步加大兼职教师的比例,逐步形成实践教学主要由具有相应高技能水平的兼职教师讲授的机制;重视教师的职业道德、工作学习经历和科技开发服务能力,引导教师为企业和社区服务;重视中青年教师的培养和教师的继续教育,提高教师的综合素质与教学能力配合“双师型”教师资格认证体系,研究制定高等职业院校教师任职标准和准入制度;加强骨干教师与教学管理人员培训,争取成为在高职教育领域有突出贡献的专业带头人和骨干教师,重视建设优秀教学团队,提高教师队伍整体水平;加强学院积极文化的建设,消除打工文化的泛泛现象。

3、构建合理的公平评价体系,促进教学团队的健康发展。科学合理的评价体系是调动团队积极性、检验其建设成果、提升团队核心竞争力的有效途径。评价体系应紧紧围绕教学团队的内涵与特征、立足于学校人才培养的定位和创建特色要求来设计。在评价内容上,既要注重对团队的课堂教学、实验教学、课程改革等显性成果的公

平评价,又要注重学生素质的提高、学生能力的培养以及团队带头人的影响力、团队的凝聚力等隐性成果的公平评价。在评价方法上,既要注重权威部门及同行的评价,又要注重学生尤其是已毕业走上工作岗位学生的评价,他们对教学改革及人才培养的优劣最有发言权。在评价的环节上,既要注重团队建设终期结果的评价,又要注重建设过程的阶段性监督和考核。

(三)专业团队要致力专业及专业课程设置的改革创建专业特色。针对区域经济发展的要求,灵活调整和设置专业,是高等职业教育的一个重要特色。立足于这个总体特色,各专业教学团队依各级教育行政部门发布各专业人才培养规模变化、就业状况和供求情况,以及教师下企业实习、调查及时跟踪市场需求的变化,主动发现区域、行业经济和社会发展的需要,根据学校的办学条件,针对性地调整和设置专业。要根据市场需求适时调整专业设置情况,建立以重点专业为龙头、相关专业为支撑的专业群,辐射服务面向的区域、行业、企业和农村,增强学生的就业能力。“十一五”期间,国家将启动1000门工学结合的精品课程建设,带动地方和学校加强课程建设。改革教学方法和手段,融“教、学、做”为一体,强化学生能力的培养。加强教材建设,重点建设好3000种左右国家规划教材,与行业企业共同开发紧密结合生产实际的实训教材,并确保优质教材进课堂。

以政策为方向,专业团队负责人要深入研究本专业的实际情况,形成自己专业的重点性、特色方向,在专业的建设上突出高职特色、区域特色、行业 and 教学培养特色。进而带领整个专业团队。目标一致,群策群力,实现本专业的重点化建设、特色建设。

(四)专业团队建设的方法:立足精品课程与重点专业建设实施项目管理

1、以精品课程、课程群、品牌专业的建设为重要载体,大力加强团队建设。精品课程是指具有一流教师队伍和教学内容、合理的教学方法、优秀的教材等特点的示范性课程,是“高等学校教学改革与质量工程”的重要内容,是提高教学水平和人才培养质量的重要举措。而形成一支以主讲教师负责、结构合理、人员稳定、教学水平高、教学效果好的教师梯队是其重要内容。从精品课程建设的实践来看,精品课程建设取得成功师资队伍建设是关键一步,精品课程建设涉及专业建设规划、教学内容构建、教学方法改革、教材编写等诸多环节,决不可能一蹴而就,一支有经验并共同致力于课程建设工作的教学团队,才能建成精品课程;课程群,是指为完善同一施教对象的认知结构而将本专业或跨专业培养方案中若干门在知识、方法、问题等方面有逻辑联系的课程加以整合而形成的课程体系。

课程群建设是当前高校教学改革的重点。它对构建科学合理的课程体系、优化教学过程、提升教师的整体素质、促进人才培养质量关系重大。以课程群为载体建设教学团队,可以使团队成员更好地把握教学技能的沟通、课程内容的整合以及课程结构体系。

品牌专业是指在办学条件、师资力量、人才培养模式、教学内容与课程体系、教学方法与手段、教学管理、人才培养质量等方面具有优势和特色的专业。其建设的主要目的在于提高教育教学质量、培养具有创新精神和实践能力的高素质人才。重点专业教学团队是品牌专业建设的主体,既包括具有较高教学科研水平和创新型的专业带头人,又包括年龄结构、职称结构、学缘结构合理的师资队伍。因此,优化师资结构是品牌专业建设的先决条件。是保障品牌专业建设的根本,把品牌专业建设作为重要的切入点。是为教学团队建设与发展的重要载体。

2、重点专业建设的方法应该实行项目化管理。因为专业教师教学工作的任务重,再施以教学改革、特色建设、完成科研项目,实在是心有余而力不足,比如重点专业建设要开不少讨论会、研讨会。要下企业实习调查、要走访已就业学生了解知识能力情况、就业适应情况,要了解区域乃至整体宏观经济形势,做精品课要了解精品课程建设的要求、精品课建设的特色所在等等都需要时间、精力与资金。要想真正调动起专业教师的积极性,提高工作效率,那么只靠老师的主观性、业余时间单打独斗很难实现,就需要团队合作,需要学院大力支持。

如何才能实现这样的效果呢,我们认为通过各项目组成项目组,适当减少教师的教学工作量,解放一些有创新能力、专业经验丰富的教师形成项目组,选定负责人负责其,其成员分工合作,项目有重

浅谈多媒体技术在中学物理教学中的应用

赵仕宏 / 广西百色靖西县三合初中, 广西 靖西 533815

【摘要】多媒体技术是科学技术高度发展的时代产物,也是知识经济时代教育发展的必然趋势。本文通过总结笔者在教学实践中的体会,阐述了多媒体技术在中学物理教学中的作用以及多媒体技术在物理教学过程中使用时存在的误区。
【关键词】多媒体技术; 中学物理教学; 应用

信息技术的飞速发展,计算机在教育教学上的应用日趋广泛。现在许多学校都建成了校园网,并与 Internet 连接,构成了全方位、多渠道、交互式的教学体系。多媒体技术是指以计算机为核心,综合处理文字、图形、图像、声音、动画以及视频等多媒体信息,并使这些信息建立逻辑连接,以表达更丰富、更复杂的思想或方法,这些教学信息能够在短时间内作用于学生的各个感官,使学生产生一种前所未有的深刻的感受,使用多媒体课件成为一种较为理想的现代化教学手段。

笔者根据几年来的教学实践,就多媒体技术在中学物理教学中的应用、目前存在的问题谈谈几点体会。

一、多媒体技术在中学物理教学中的作用

(一) 利于创设教学情境,激发学生的学习兴趣。赫尔巴特曾说过:“教学应当贯穿在学生的兴趣中,使学生的兴趣在教学的一个阶段都能连贯地表现为注意、等待、探究和行为。兴趣既是教学手段,又是教学目的。”因此,培养和发展学生学习物理的兴趣是调动学生积极性的首要问题。而多媒体技术能将文字、图像、声音、动画、视频有效地融为一体,将教学内容形象、直观、生动地展现在学生面前,使学生仿佛身临其境,激发学生丰富的情感,进而强化学生思维,不断刺激学生的兴趣、乐趣和求知欲,使学生兴趣盎然,充满自信地参与学习和探究,学生被带入了当时情境,学生置身其中,学生的注意力一下就被吸引过去,大大提高了听课的兴趣,求知的欲望也被调动起来。

(二) 化抽象为具体,有利于突出重点和难点。从认知的角度看,学生对事物的认识过程的起点是对事物的感性认识。在物理教学中,学生由于无法理解一些抽象的理论和规律,而对物理产生一种畏惧的心理,阻碍了他们学习物理的情趣。但借助多媒体技术能化抽象为形象,化微观为宏观,化静为动,化远为近,使学生获得充分的感知,从而顺利突破重点,淡化难点。让学生掌握有关物理模型的原理和作用,使抽象的内容具体化,降低了难度,突破了难点,加深了学生的理解。

(三) 模拟实验情境,增强实验教学效果。物理学是一门以实验为基础的学科。在物理教学中,有一部分实验由于受到实验条件的限制,在现有中学条件下无法实现或实验效果不理想,学生只能从理论上理解,给教学带来了一定的困难。如电学中的短路、触电等现象的产生和危害,均可用多媒体动画展示,给学生留下深刻的印象,避免生活中发生类似的故事。引入多媒体技术模拟这些实验,是对物理实验有效的补充,能起到意想不到的效果。

(四) 加大课堂教学容量,有利于教学效率的提高。在传统教学中,课堂教学由于受资源、媒体等因素的限制,常常会被一些与教学内容

无直接联系的事情占去不少时间。如板书、板画、演示实验准备过程等影响了课堂教学时间的充分利用,而利用多媒体速度快、预设性能好的特点,可以做到高密度的知识传授,大信息量的优化处理,许多准备工作以及课堂上与教学无关的操作等待时间都可以省略。利用节省下来的时间,可以引导学生进行课堂讨论,拓展了学生的视野,丰富了课堂内容,激发了学生学习的积极性,培养学生的创新能力,也促进了师生间的双向交流,而且从根本上改变了过去“满堂灌”的教学弊端,给学生较多的时间复习,优化了课堂教学,增加了课堂的信息量,从而提高了教学效率。

二、多媒体技术在物理教学中使用时存在的误区

由于多媒体辅助课堂教学还处于初级阶段,一些教师在认识上还存在“误区”。有的不能正确处理与教学模式之间的关系;有的不能正确处理好课堂四要素之间的关系;有的不能正确定位多媒体教学的作用等问题。这些都阻碍了多媒体辅助物理教学的健康发展,因此必须谨防以下几个误区:

(一) 教育手段与教学思想不同步。笔者发现尽管许多学校拥有比较先进的电化教育设施和多媒体教学设备,教师制作和运用课件的能力也达到了相当的水平,然而学校使用的是现代化技术,反映的却是陈旧的教学思想。整个教学过程大多仍以教师的“教”为中心,多媒体技术在教学过程中也仅仅作为“辅助教”的工具,没有用来“辅助学”。在教学设计中忽视“学生如何参与”的研究,没有为学生创设积极的学习环境。因此对学生信息素养的提高以及创新能力的培养并没有实质性的影响,学生未摆脱被动学习的局面。

(二) 多媒体技术使用泛化。和传统教学模式相比,多媒体辅助教学有着明显的优点:有利于个别教育,可以做到因材施教,提高学生学习的主动性、积极性,有利于发展学生的智能。因此,在一些地区、一些学校便片面追求多媒体辅助教学,甚至形成“无多媒体不成公开课”的局面,而其所谓的多媒体课件,不是简单的文字加图片,就是临时请人帮助自己做上课时使用的教学软件,这样大材小用,造成大量资源浪费。同时使用多媒体辅助教学不仅没有解放教师,反而成了教师的一种负担,使得教师对使用多媒体辅助教学敬而远之,多媒体成了名副其实的“花瓶”。

总之,应用多媒体进行教学必须从实际出发,注重实效,也得得到教师的正确运用,体现“教师是主导,学生是主体,多媒体是辅助”的原则,才能发挥其最大优势,才能更好地为教学服务。

财力和智力支持到位,同时监督与检查、激励与鞭策整个项目组高效完成,进行重点专业建设和精品课程建设的项目化管理,是实现重点专业建设、精品课建设创特色的有效率的方法。

五、总结

本文从高职院校专业团队建设现状出发,通过对多所高职院校的调查分析,项目组对高职教学专业团队建设存在的问题进行了分析,并探索出解决这种现状,有效提升高职院校的重点专业建设、特色和品牌建设的可行之路,希望能够为高职院校提供一点参考意见。

【参考文献】

[1]教育部《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》(教高[2006]16号)。

[2]袁航《人力资源管理中的单位淘汰制》,管理观察 2010 年 7 月学术理论(下)总第 404 期。

[3]袁航《高职院校新任教师以老带新培养机制研究》,中国科技创新导报 2009-08-11 总第 131 期。

[4]苏教高[2012]1号《江苏省教育厅 江苏省财政厅关于实施江苏省“十二五”高等教育教学改革与教学质量提升工程的意见》。

[5]《国家中长期教育改革和发展规划纲要(2010-2020 年)》。

[6]教育部、财政部《关于实施国家示范性高等职业院校建设计划加快高等职业教育改革与发展的意见》教高[2006]14号。

[7]教育部、财政部《关于进一步推进“国家示范性高等职业院校建设计划”实施工作的通知》(教高函[2010]8号)。



职教集团建设促进高职市场营销专业教学研究

袁航

广州城建职业学院, 广东 广州 510925

摘要: 教育部发文大力支持各职业学校建设职业教育集团, 在职教集团运转的背景下, 如何真正有效通过职教集团提升职业教育, 改善职业教育现存问题, 是一个重要的课题, 本文立足于市场营销专业教学, 立足于职教集团探索改善职业教育的途径, 希望能有助于职业教学水平的提升。

关键词: 职教; 市场营销; 人才培养

中图分类号: F713.50-4

文献标识码: A

文章编号: 1671-5861(2017)01-0098-03

当前, 我国正处于全面建成小康社会的决定性阶段和深化改革、加快转变经济发展方式的攻坚时期。落实中央全面建成小康社会、全面深化改革、全面依法治国、全面从严治党的“四个全面”战略布局, 发展中的职业教育必须加快改革创新, 全面提升服务国家战略和人的全面发展的能力, 以适应国家进一步发展战略的现代职业教育的需要。

实践证明, 通过吸收式“拿来主义”学习德国职业教育的“二元制”教育模式, 开展我国集团化办学是深化产教融合、校企合作, 激发职业教育办学活力, 促进优质资源开放共享的重大举措; 是提升治理能力, 完善职业院校治理结构, 健全政府职业教育科学决策机制的有效途径; 也是推进现代职业教育体系建设改革, 系统培养复合型、创新型和发展型技术技能人才, 完善职业教育人才多样化、实用化成长渠道的重要载体; 更是服务我国经济发展方式转变、产业结构调整、“一带一路”国家发展战略、去过剩产能、进行供给侧改革、促进技术技能积累与创新, 同步推进职业教育与经济社会发展的有力支撑。因此, 加快发展现代职业教育, 深入推进职业教育集团化办学作为重要方向。而作为高职教育中的市场营销专业教学如何能够在职教集团这个平台上做的更好, 本文根据国家对于职教集团建设的支持与要求, 结合自身高职教育研究的经验, 做以研究, 力求能够促进市场营销专业的职业教学效果更上一层楼。

1 职教集团建设的背景

为贯彻落实全国职业教育工作会议精神和《国务院关于加快发展现代职业教育的决定》(国发[2014]19号), 2015年6月30日国家教育部出台了《教育部关于深入推进职业教育集团化办学的意见》教职成[2015]4号文, 大力鼓励多元主体组建职业教育集团, 深化职业教育办学体制机制改革, 推进现代职业教育体系建设。

文件要求职业教育集团化办学要坚持以服务发展为宗旨、促进就业为导向, 以建设现代职业教育体系为引领, 以提高技术技能人才培养质量为核心, 以深化产教融合、校企合作, 创新技术技能人才系统培养机制为指导思想和目标任务, 来大力推进职教集团的建设, 从而促进职业教育符合国家经济发展战略的进一步发展与壮大。

职业教育集团的建设需要强化产教融合、校企合作、校校合作、校政合作、校行合作, 推动建设以相关各方“利益链”为纽带, 集生产、教学和研发等功能于一体的生产性实训基地和技术创新平台, 促进校企双赢发展。要强化校校合作、贯通培养, 鼓励应用技术类型高等学校参与职业教育集团化办学, 系统培养技术技能人才, 广泛开展职业培训, 促进人才成长“立交桥”建设。要强化区域合作、城乡一体, 支持优质职业教育集团开展跨区域服务, 深化招生就业、专业建设、课程开发、资源共享、学校管理等合作, 促进区域间职业教育协调发展。

建立的职业教育集团成员要共享招生、就业信息, 坚持校企合作、工学结合, 知行合一, 广泛开展委托培养、定向培养、订单培养、现代学徒制等, 不断提高学生的就业率、创业能力和就业质量。面向职业教育集团内部企业职工开展岗前培训、岗位培训、继续教育, 提升企业职工的技能水平和岗位适应能力。广泛开展职业教育和培训, 提高其就业、再就业和创业能力。

2 当前市场营销专业人才培养现状

由于市场营销专业基本属于文科偏理一点的专业属性, 其教学模式特点还大多停留在教师讲, 学生模拟训练的情况。因为经济性、风险性强的特点, 所以真正将教学付诸实践这方面还很显短板, 根本没法真正将所教内容放入实际中真实操作, 任何一个企业也不可能放手让正在学习的学生去做担责, 失误了甚至会影响企业经营效益的实际工作, 哪怕是学生家里父母有自己的企业。所以, 实际专业能力的培养还真的是教学的一个短板, 还客观存在着与企业实际用人之间的间隙。

总之, 市场营销教学现阶段基本上就是学校自身立足教材理论, 对相应的环节和活动进行非常抽象地讲解与训练, 在很大程度上理论多于实践, 所以学生感觉有些摸不着头脑, 很抽象, 没兴趣, 想实战、想创新但环境不允许, 毕竟现在的一代学生的学习特点, 重实用、轻理论; 好显性, 恶理性; 重结果, 轻过程、自觉性、目的性不足且实际而又浮躁, 所以凡是真的把原理理论放在实际市场运作中教学, 让他们亲力亲为中掌握和验证、总结和提炼, 那么绝大多数人就会兴趣盎然, 都会在很大程度上学得更好, 而要是书本上上学名词、学原理, 模拟训练, 然后考试以理论为主, 会让他们感觉索然无味, 全然没有了学习动力, 教学的效果当然大打折扣。

3 当今市场营销职业教学中存在的问题

经过多年的教学实践及对十多所高职、中职职业教育的院校市场营销专业教学的调查分析, 我们总结出来当今市场营销教学尚存在如下需要进一步改进的问题:

3.1 专业人才培养方案与市场人才需求有些脱节

处于我国产业转型升级、供给侧改革和大众创业, 万众创新的国家经济发展大环境下, 职业教育是立足国家发展战略中居于应用型人才培养的层次, 大量的技术技能性应用人才是国家经济发展的主力军, 也是职业教育坚定的立足点和领域, 职业教育就必须适应变化了的国家经济发展战略和形势, 改革完善专业人才培养方案与教学模式, 从而适应市场上对专业人才的需求。

而市场营销专业现时的人才培养方案还是太注重理论的传授, 对真正变化了的人才市场的需求还是没有很深入地研究与把握, 进而还是基本立足于市场营销理论的灌输, 没有将市场上各待业营销变化的态势与需求带入到市场营销人才培养方案之中, 没有真正汲取社会的变化, 企业进一步发展对人才现时和未来的真正需求融入进课程设置、教学模式与方法甚至是学制的改革之中, 虽然也在不断探索校企合作、学徒制教学, 但从课程设置上还是跟不上时代和社会发展的步伐, 没有真正与企业深入探讨开哪些课更是必需的, 如何设置学时及何时开哪些课是最好的, 还存在着学用两张皮的现象, 还是存在着学生毕业了学完了专业课, 动手能力和知识原理运用能力欠缺, 不符合企业要求, 不能随时上岗随时能做事的现象普遍存在, 还是得再让企业另外花时间与成本进行实际专业岗位能力的训练与培养。没能体现出企业与学校合作办学, 共同融合知识原理与其应用于实际业务中的能力培养的效果。

3.2 教学管理过于死板, 不利于实训课的有效开展

各职业学校也不断地在倡导教学改革, 也时时在要求教师进行教学改革和创新, 大力弘扬校企合作办学、要能力导

向、项目化教学,要企业专业人士进行实践教学,但实际上客观存在着专业人才培养方案中难以合理规划,也没有进行规划,再则,学校的教学管理大都还局限于教室上课,便于教学管理,教师即使是努力联系企业,申请到带学生进入企业开展实践教学,培养实践能力,但教务管理者也不愿,并且也很难同意和支持这种实践教学,并且尚未提出有效的进企业现场教学的管理措施,甚至还会怀疑教师带学生下企业存在着偷偷的可能,不好管理不好评价教学效果,因而出现教师开展实践教学难度。

同时,现代社会以人人为本致使人的生命价值提高,外出教学的风险客观存在,学生一出事学校更是如坐针毡,成本太大,也不太愿意教师带学生进入企业实践教学。再者教师带学生出去企业实践教学,承担的人身风险也较大,包括企业也是如此,因而没有可靠的管理制度上的保障,没有学校、家长、企业、教师和学生各方的理解与制度性灵活保障,必然存在校企合作办学培养人才的运作难度大、效果不尽如人意的可能。

3.3 市场营销专业教学对职教集团平台利用不足
经过努力,在政府和合作企业、行业的大力支持下,我校也建立了广东城职教集团,但成立近一年来,经过调查分析,其实在很大程度上这个职教集团与教学之间形成的促进性没有得到充分发挥,因为种种原因的存在,通过职教集团提升职业教学水平资源并没有达成,一定程度上讲,是对职教集团这个平台资源利用不充分,浪费了这个资源。

专业订单的运行,完善合理的人才培养方案的修订与制定、学校对企业教学、企业拥有的实践场景资源在市场营销教学中都没有得到切实运用和开发。

3.4 教师开展实践教学的能力有所欠缺
职业院校不少教师要么是高校退休的高等教育人才、要么是刚毕业的研究生甚至是本科生为主承担教学任务。很多都没有专业业务一线的实际工作经验,大都属于理论型人才,虽然也有“双师型”教师的认证,但讲的不是工作经验,而是在专业知识外是否获得一个职业资格,对专业在实际中的应用并没有积累实践经验,上专业实践课也就很难有实践课的效果了。

另外还有些教师虽然有多年的行业实践经验,但从教多年后,社会变了,经济形势变了,科技水平也变了,原有的经验也难以与以计算机、互联网、智能化为主的新经济业态的变化相适应。那么这些因素必然影响现代观念下的职业教育,所教与社会市场需求肯定就会有差距、就会脱节。

3.5 教师开展实践教学的动力与积极性不足
如前所述的学生外出实践其实教师所花时间与精力更多的情况下,既要承担学生人身风险,又与学校教学管理常规不相符合,同时也被管理人员或管理制度所束缚与“怀疑”,付出的多,但获得的肯定与认可却不对等,不成比例。因此,教师真正下工夫联系企业现场实践教学要付出更多的努力,发动学生、向学校申请等等一应教学之外的工作确实让人思量后只能裹足不前,得过且过,在校内教学不需要这些麻烦。而且在绩效考核方案中也并未就此给予相应的奖励,所以,结果可想而知。

4 充分利用建设的职教集团平台,改善市场营销专业教学
职业教育集团的建立是要服务国家区域发展战略和主体功能区域战略,统筹成员、学校的专业布局和培养结构,为各地根据资源禀赋和比较优势发展各具特色的区域经济提供人才支撑。而且也是与学校各专业的相合的,建立之初就天然具备了促进专业教学水平,提升实践教学能力,专业教育与企业专业业务实践能力整合教学,以缩短人才上岗能战能力的培养时间的条件和资源。

面对市场营销专业职业教育现存的问题,我们在建设和巩固职教集团建设的同时,就需要结合职教集团这个平台,解决这些存在的问题。切实利用职教集团这个平台,提升我们的市场营销乃至所有专业的教学水平,通过这样的改革,

让学生原来在校学习,再在毕业后开展企业培训的两段时间压缩成为在样内由二者合作教学从而缩短学习的时间。

4.1 通过职教集团成员,结合社会实际需要完善人才培养方案

市场营销专业要充分利用职教集团,广泛听取职教集团内成员的人才培养建议和需求,及时调整市场营销专业的人才培养方案,使所开课程培养的人才技术技能更加贴合市场人才的需求,并且能够真正缩短营销人才的培养时间,使校企合作培养的人才能够有水平、有实际的操作能力地就业,让学校培养的人才与企业的实际人才需求达到无缝对接。

这就需要专业建设委员会更多吸收企业、行业人士参与,需要实行校内专业教师进行驻企业轮训,当然更需要高职院校完善的制度进行保障,从而完善职业院校市场营销专业技术技能人才土壤。

4.2 改革教学管理,促进实践教学灵活有效开展

针对以前和现实传统的教学管理,教学管理部门乃至整个学校需要关注现有的教学管理制度,进行适应现代职教平台下的教学管理改革,不能为了方便和省事,甚至小风险而堵塞企业内实景教学的路,突出实践教学的灵活性,信任教师实践教学辛苦贡献,承认他们为实践教学所付出的更多的努力,以制度促进教师利用职教平台开展有效专业实践教学,创造优良的条件来保证企业现场实景教学的大力展开。

职教集团成员也应该立足于实践教学的一时麻烦或低效,能够培养企业急需并且不用另外更多的培训就能上岗的人才,而加强与学校共同培养市场营销技术技能人才的人力和物力投入,保证现场实景实践教学的有效开展,为企业的可持续发展做前努力。

4.3 充分利用职教集团,促进市场营销实践教学效果

职教集团中众多的企业中的市场营销都是实战业务,而且是具体项目和产品的市场营销业务,能够提供符合现代学生特点的动手乃至动脑创新的学习和培训,比起纯粹的理论学习更有方向性和实操性,也更形象和具体地开发学生学习的潜力与兴趣。

那么,立足于已建立的职教集团平台,校企如何更真诚更双赢地合作育人,需要双方加强研究与实践。做为学校管理者或者学校市场营销专业教师,就需要更广泛地了解职教集团中的企业,他们有哪些业务、有哪些岗位能够与市场营销专业对接,又有哪些是未来的方向需要在专业教学中加以重点突出?企业用人的需求有哪些?需要对应开设些什么课程达成这些素质要求?现有的职教集团中的企业有哪些专业人士可供学校人才培养使用?如何提升自己对于现代企业发展新动态的掌握,如何了解企业的用人需求并转化为合理的教学模式和方法培养符合企业要求的人才?等等都需要通过职教集团这个平台,但又不能只在这个范围去展开。

4.4 提升高职市场营销教师的实践教学能力

对市场营销专业实践经验的欠缺是高职市场营销专业教学水平的短板,它严重影响着本专业实践教学的效果。如何整体提升该专业教师的实践教学能力水平,职教集团提供了良好的资源条件,比如我校开展了暑期教师下企业半个月的实践活动,在一定程度上执行得有力必然能够促进专业教师对现代各类企业市场营销专业岗位地了解,但毕竟时间太短,加之企业对进来的教师没有管理权,所以效果必然大打折扣。然后学校又开展了建立驻企工作站的工作,派遣专业教师半年驻企业带职锻炼,效果就又好许多,但由于学校绩效考核制度没有完全注重这方面的项目,而且因此很少有教师愿意驻企业,并且也还得回来参加学校的一些课外活动,因而这方面的积极性并不大。

这就需要从两个方面下些功夫:一方面是学校这里,需要以制度和措施大力促进、激励教师驻企业,成为既是任务,也可以是“双师素质教师”的评定指标,也是教师得到职称晋升、评先评优的项目;另一方面,企业也要负起责任来,切实给驻企业的教师以真实的岗位,具体的工作任务,当员工进行管理,以真正达成培养和提升教师专业实践能

中国科技经济新闻数据库 教育

教育

国家级优秀科技期刊 维普网全文收录期刊 《中文科技期刊数据库》来源期刊

出版单位 科技部西南信息中心
主管单位 科技部西南信息中心
主办单位 重庆维普资讯有限公司
国内刊号 CN 50-9238/G
国际刊号 ISSN 1671-5861



2017
January 2017

01
第9卷

中国科技经济新闻数据库

教育

2017年1月09

出版：重庆维普资讯有限公司（科技部西南信息中心）
主管：科技部西南信息中心
主办：重庆维普资讯有限公司
编辑出版：中国科技经济新闻数据库《教育》编辑部

总编：车东林
运营总监：胡建春
编委：李红举 黄庆冉 颖孙凤
王西 陈清泉 李佳 王霞
李铭智 兰明 徐鑫 申伟
王建力 陈悦 张健 张美玲
秦瑶 李程 申新刚 顾建来
张涛 张志林 陈辰 唐婷
刘红梅 范琪 张玉兰 田月珑

编辑部电话：(023) 67955103
官方网站：<http://www.cqvip.in>
电子邮件：weipuikan@126.com
公司地址：重庆市北部新区洪湖西路18号上丁企业公园(401121)
美编：易锦琳

国际标准连续出版物号：ISSN 1671-5861
国内统一连续出版物号：CN 50-9238/G
法律顾问：闫军

本刊声明

作者稿件一经录用，均视为作者同意刊载以及同意在本刊合作的数据库及互联网站传播。作者文章著作权的网络传播使用费和本刊稿酬一次性给付。如作者不同意文章被收录，请在来稿时向本刊声明。

目录

幼教教育

餐桌文化之幼儿的饮食习惯研究.....	倪银芳 1
浅析幼儿园教学中有效提问的策略.....	李祥莲 2
历史教学中如何培养学生的思维能力.....	刘学超 3
幼儿园教学游戏化的实施.....	张莉 4
基于建构主义学习理论的幼儿文学教学模式.....	梁永亮 5
素质教育背景下幼儿教育之我见.....	朱爱芳 6
浅谈对幼儿礼仪教育的重要性.....	王西 7
塑造空间下的幼儿模仿能力实践活动.....	赵文晶 8
快乐互动，沟通无限-游戏中幼儿语言表达能力的培养.....	张美琴 9
进行有效区域活动的探究.....	唐登玉 10
农村幼儿园大班教学活动中活用“讨论”策略.....	李燕 11
浅析如何在幼儿教育中实现个性培养和塑造.....	白秀梅 12
基于幼儿教育生活化策略运用的实践探析.....	刘静 13
合理梳理幼儿心理健康与家庭功能之间的关系.....	王晓晓 14
营造支持性学习环境之我见.....	陈昕翹 15

基础教育

高中英语学困生形成原因的调查分析及反思.....	陈娟 16
小学语文朗读教学措施.....	李晓俊 17
游戏在小学英语教学中的应用分析.....	崔来凤 18
如何写教育教学案例、反思、随笔.....	荀丽 19
优化小学数学教研的方法与策略.....	钱振球 20
小学数学教学中数学经验的内涵和教学策略与分析.....	杨水清 21
用信息技术增强初中篮球教学效果.....	周国强 22
初中语文高效课堂阅读教学策略与分析.....	吴仕和 23
小学语文作文教学方法的建议.....	钱文兰 24
小学语文习作教学措施.....	张婢 25
小学英语课堂教学存在的问题及对策.....	邹卓贞 26
小学生数学合作学习现状及其策略使用管窥.....	张志华 27
初中数学课堂教学设计优化的措施.....	周强 28
多媒体应用于初中数学教学的问题与策略.....	龚辉勤 29
用游戏绽放小学体育教学活力.....	邓晓林 30
小学英语口语教学存在的问题及建议.....	王琴 31
试分析初中政治教学瓶颈的突破.....	李华 32
浅谈小学生英语词汇学习中的困难及方法.....	金明霞 33
对初中物理教学中学生有效性学习的探讨.....	任熙 34
初中学生数学解题中的错误及策略分析.....	张峰 35
对小学语文作文教学的研究.....	付振华 36
小学英语教学中口语交际能力的培养探究.....	李莉春 37
赏识教育在小学语文教学中的运用.....	邵富美 38
小学数学教学对于微课的应用分析.....	迟艳丽 39
课外阅读在小学语文作文教学中的重要性.....	文晓霞 40
小学数学教学策略研究.....	夏凉 41
培养小学生学习数学思维的好习惯.....	黄荣 42
小学数学作业设计例谈.....	胡仕文 43
浅谈农村初中如何引导学生学习物理.....	黄达伟 44
让创新成为一种教学习惯.....	王志文 45
提高高中数学教学效率之我见.....	周会军 46
关于小学语文课堂提问技能的研究.....	万涛 47

提高小学高段数学学习的有效性	胡志宏 48
数学课堂教学中的和谐要素	赵雅娟 49
中学体育教学现状调查及思考	董新鹏 50
浅谈小学数学目标教学	程祖芳 51
浅谈新课改下高中生物教学的有效途径	徐国龙 52
小学校本课程如何构建高效课堂	刘晓东 53
关于高中数学小组合作学习的应用思考	万彩云 54
小学语文教学存在的问题及解决措施	王丹丹 55
试论小学数学分数教学的有效策略	郑兴泉 56
浅析提高小学教育教学管理实效的策略	程永珍 57
初中物理教学中学生创新能力培养探析	吴园园 58
小学高年级语文阅读策略教学分析	全建新 59
小学语文阅读教学策略	王 斌 60
谈汉语拼音 b、d 的教学	张学军 61
小学语文教学的有效措施	扎木扎·哈依达尔 62
交互式电子白板在小学数学教学中的应用	许 恕 63
有效促进小学数学课堂师生言语互动	杨 荣 64
浅谈小学口语趣味教学	包玲玲 65
初中数学教学中有效实施兴趣教学的方法	黄 松 66
源于生活，高于生活——小学数学生活化教学探索	谢清华 67
小学数学参与式课堂教学的积极实践	谭喜侠 68
基于生本模式的小学生课堂设计研究	梁 爽 69
新课改时期小学科学课堂有效教学的积极思考	谭海宁 70
课标如何“读懂”学生	王 芳 71
“情”理相融“情”文并茂——低龄儿童看图写话策略	历巧丽 72
试论如何有效提高小学数学的教学成效	彭明珍 73
小学语文教学中创新精神的培养	张雪芹 74
探究小学语文阅读教学有效性	曹爱霞 75
微课在初中语文教学中的应用探究	万剑锋 76
小学教学方法的几点措施	张秀英 77
初中英语阅读课教学反思与对策	余福娇 78
论小学数学教学促进学生思维策略思考	付金平 79
基于高中英语课堂互动教学模式探讨	化树田 80
浅析初中化学教学中存在的问题及对策探讨	刘丽琴 81
小学语文课堂朗读教学有效性探究	廖艳燕 82
初中语文校本课程资源开发的问题及建议	吴莉莉 83
浅谈高中音乐教学如何实现创新	欧阳晓敏 84
小学音乐课堂上游戏教学的应用分析	李亚红 85
试论新课改背景下初中语文有效课堂教学	毛 艳 86
关于高中数学教学中培养学生的创新思维	殷秀丽 87
浅谈高中数学学习困难问题及解决对策	袁小俊 88
高中语文课堂提问教学探究	罗志平 89
灵活运用电子白板打造高效数学课堂	任立平 潘晓华 90
论小学语文阅读方法指导	张永成 91

高职高专研究

新形势下大学生思想政治教育时效性的几点思考	吴 溪 92
浅谈高职学生素质教育	芦用喜 93
简析高中物理教学改革的尝试与思考	李 亮 94
高职公共英语教学质量评价体系构建	贾琳琳 95
高职院校辅导员工作方法创新探索	郭 琪 97
职教集团建设促进高职市场营销专业教学研究	袁 航 98

教学管理

小学课堂教学过渡的方法	陈青泉 101
数学教学中学生逻辑思维能力的培养与发展	刘耀宏 102
初中体育教学现状以及解决措施	刘承艳 103
小学学校管理的现状与策略	刘继光 104
思想政治课教学改革的误区与对策	孙玉洁 105
浅谈初中班主任工作中的工作技巧	高 勇 边保彩 106
农村小学教学管理现状分析及对策	付兴辉 107
以人为本推进学校教育教学管理创新	孙淑芬 108
小学教育管理改革研究	吴春梅 109
浅谈新媒体的应用对高校教育管理的影响	朱 虹 110
在语文教学管理中培养学生创新思维能力	陈 鑫 111
合作学习——让初中英语课堂绽放光彩	闫书锋 112
英语教学中多媒体技术的应用	张大庆 113
浅谈素质教育条件下的班级管理	刘宝君 114
中级技工学校班主任的工作与班级管理心得	包 强 115
大学语文的教育功能研究	邢晓东 116
高中化学教学中存在的缺陷与对策	刘 洋 117
新课程下农村学校班级管理存在的问题和对策分析	贾顶柱 贾 虎 118
互联网+时代高校思想政治教育的改革	苏红梅 119
高中数学教学中的不足与改进策略	张发杰 120
谈小学班主任班级管理的沟通艺术	高慧萍 121

教育前沿

浅谈幼儿的语言表达能力	李玉平 122
浅析小学美术趣味教学	张 于 123
初中英语教学中培养学生兴趣的措施	于永哲 124
经典诵读在小学语文教学中的实施	龙 英 125
良好的预习是成功的一半——初中语文预习教学分析	张汤纯 126
高中人文地理的核心领域与教学策略	赵晓虎 127
关于在高中英语教学中渗透人文素养教育的思考	谷丹丹 128
探讨高中英语教学中的文化教学	杨小平 129
如何激发小学生学习音乐的兴趣	邓林艳 130
浅论古代诗歌题目的几种常见方式和方法	李 红 131
谈小学体育教学中创新方法	林 斐 132
新时期高校汉语言文学专业教学模式的转变分析	李 燕 133
农村初中英语课堂教学低效问题探讨	廖琼芳 134
浅谈历史微课的应用——关于一份调查问卷引发的思考	何 春 135
试论新课改下高中体育教学思路与方法创新	魏 民 136
中学思想政治教育语言艺术的思考与运用	谢 毅 137
俯下身来做好乡村美术教育	张 强 138
高中物理教学中如何提高学生的解题能力	王素荣 139
农村高中生英语听力薄弱的原因分析与对策	黄彬蓉 140
关于高中音乐教育的发展现状及对策研究	刘小丽 141
在初中语文教学中运用信息技术的好处	郭改红 142
高中政治教学中时事政治的应用	高 娟 143
放飞梦想，我是幸福的小学教师	董常利 144
浅析高中班主任与学生和谐关系构建	马 惠 高春慧 145
提高化学课堂教学效率之我见	李金芬 146
浅谈计算机工程管理与应用	谭睿文 147

再者,自我努力。一定要脱去对家人和教师的依赖性,培养自我的社会交际、独立创造、洞察力、学习力、语言文字组织能力,以与自我的职业生涯相一致,从而提高个人适应社会、有潜力发展自己的各项能力。要充分利用与教师与同学的交往学习效果,充分参与各项学习和实践活动,相信教师相信同学,相信能从任何一个人身上能学到我不具备的优点。

这样,学生就能够切实认清自己在学校的天职,明白自己每天应该做什么,同时也能够与教师教学相配合,培养出社会需要和自己能藉此长足发展的能力,以提高自己的成功度和实现自我的价值。

2. 着力培育学生的学习力

所谓的学习能力不是说看书或背书的学习的能力,在一定意义上它是一种模仿力和吸收力,同时也是一种思考力和创新力。就是通过它能发现别人的长处、别人做事的方法,自己没有或是没想到,一经洞察能很快“据为己有”,并且依此不断提高自己的经营管理能力。这是一个做事业的人必须具备的关键能力。

再好的知识,再高的理想,没有自觉地学习、没有思考,没有好的学习方法与习惯,一切都是空洞无物的。因此高职的学生,很需要祛除浮躁、善于认知自我、改造自我,积极行动起来,改变以前那种人小心大、得过且过,对理论知识学习没兴趣,学习没方法、没动力、学习效果差效率低的现状,转变到爱学、想学,有动力学,有方法学,自觉学的状态。这就需要教师引导与教育,督促与激励,从而形成一张真正有用的白纸,可以在老师的指导下,画出最美最有创新有成就感的画来。

3. 在学生学习力具备的基础上培养学生的创新力

在我国进入经济发展的新常态之下,社会、经济发展速度变缓,经济转型、结构调整,传统的生产方式、发展方式面临严峻的生存环境,需要整个社会向科技、创新要生命、要效益。那么创新成为社会的主旋律,做为即将走上社会的高职毕业生大军,承担着企业未来生存和发展的重任。适应社会发展趋势,融入企业岗位做出成绩,当然就需要在学校就培养自己的创新素质与创新能力,从而为踏上社会的大船、游刃有余地遨游人生社会大洋做切实的准备工作,以增强自己毕业就业的竞争力。

(二) 办学理念必须“统一”起来——关心操作训练,更注重学生能力的培养

高职教育既不能雷同于大学教育:提倡学生能力的培养。对学生教育分为相应的能力模块来进行,真正区别于工科高职教育的操作技能的多频次的训练。这些职业能力不是只靠规范和静态的操作实训来实现的,而是要立足于这些前人经验形成的理论结合职业内容、流程环节进行能力培养和提升,从而面对动态出现的实际问题,思考和综合分析后得出有效的解决方法。结合社会实际用人的情况,我们认为,现代的高职学生的专业业技能培养很重要,但职业能力更重要。

1. 观察力乃至洞察力

经管类职业,大都是动态和流程的综合管理,有一些操作

或叫作业性质的岗位,属于工科类操作技能性,比较容易通过动手训练掌握。而动态流程性的综合管理,首先需要基于系统经营管理理论来了解工作的内容和要求,再寻求高效的解决方法。所谓观察力,是一个人对所面对的事和人的一种通过视觉感知的信息,进而在大脑中进行加工形成对事物和人的把握的能力。但这种认识事物的方式,比较浅薄、表面化,主观化。观察的结果与事物自身的相符程度与个人的智力高低密切相关。而洞察力相对于观察力而言是上升了一层。洞察不只停留在事物的表面,而且根据个人观察事物的能力对事物的本质及其相关联的因素等都能全方位深入地把握,能看到常人不能看到的东西。洞察力也能够促使个人更出类拔萃,更能创新、更能发现商机实现个人创业。

2. 人际交往能力

经营管理中整个组织的建设、团队的打造、个人的活力最大的体现是你的人际交往圈子如何。任何以正当的手段能团结一群有能力“敢死队员”的人做领导都是相对稳定有效的。任何一个从事市场营销的人都要尽可能多地拥有自己的“关系户”,人际圈子。这是一个人成功可能性大小的关键性指标,即:是表示认识、控制和调节自身情感的能力(EQ水平)。情商的高低反映着情感品质的差异。情商对于人的成功起着比智商更加重要的作用。情商主要反映一个人感受、理解、运用、表达、控制和调节自己情感的力,以及处理自己与他人之间的情感关系的能力。

3. 语言文字组织能力

就是写和说的能力。高职经管学生将来的工作无不涉及与人交往、与人沟通的环节以及写相应工作的各种应用文,所以语言的修养与写作能力的培养是这类高职学生的必备能力,从而在将来的工作中能够游刃有余地驾驭。

4. 适应能力

就是讲一个人进入某个已经形成的组织工作时,对这个组织的一些规则的融合能力。人是能够改造自然的,但很难说能够完全支配自然。一个人能力十分有限,当你毕业后进入一个已经在运行的社会单位,就进入了一个新的已经成型的小社会,在那里有其自身的文化与为人处事等的定势,在一定程度上要去积极主动适应它,这样自己才能更好地生存与发展。

5. 思考创新能力

创新是当今社会发展、经济转型要求的主旋律,社会进行了新常态,经济结构调,经济转型要求企业要大力投入资源进行创新,创新支撑企业发展,创新成就企业可持续,企业未来的创新人才靠学校培养与提供,那么高职院校对学生思考与创新能力的培养就成为重中之重,这样的学生未来也才有立足之地,也才有竞争力。

6. 自我管理能力

自我管理包括对自己的优势和不足的认识、自我控制能力、自我时间管理、自我能力不足的改善提高等,这些都是与个人将来工作与个人发展、进步密切相关的能力。

力的效果。

4.5 结合职教集团和学校自身的实际, 激发教师创新开展实践教学的动力

因为存在着上述种种的社会、企业和学校方面实际情况之故, 教师结合职教集团开展实践教学和创新实践教学动力不足的现实不足, 所以学校方面为主就要具体解决好这个问题。从而充分利用职教集团, 以制度来保障和促进市场营销专业教师创新开展实践教学的动力。

职教集团中的企业要切实了解国家大力提倡建立职教集团的目的、原则, 结合自身用人需求、企业未来发展, 减少用人成本, 保障人才不断档, 就需要与学校密切真诚合作, 用自己用人理念和能力要求来加入这个专业的学校读书期间的人才工程, 减少未来所招人才的培养成本 (包括时间成本、费用成本和人力成本)。从毕业后企业培养前置到在校学习期间复合培养。从而投入人力、物力和财力来实现, 当然这个成本是远远小于前者的两阶段培养成本的。派遣企业营销人才为在校学生进行实践课教授。

同时企业对学校派驻的教师切实负责地进行管理, 安排实际的专业岗位、具体的工作任务, 一样考核, 甚至可以为驻企业工作的教师合格的再提供一份多样化的“工资”, 象对待自己的员工一样进行管理。以达成学校派驻企业进行实践提升的目的, 也能够让专业教师了解企业的需求进而代替企业进行专业人才培养, 节省企业的员工到校为学生上课的时间。

(上接第 97 页)

和教育, 增强学生之间的凝聚力和集体荣誉感, 同时又可以让学生直接参与管理和实践学习, 提高自身组织管理能力, 建议在学生中间实行“朋辈教育”的管理模式。“朋辈教育”是类似于教学活动中常说的师生之间的“教学相长”, 它是指年龄相仿者利用自身积累的生活经验对周围需要心理帮助的同学、朋友给予心理疏导, 提供等同于心理咨询功能的帮助, 同时通过这种方法促进辅导者自身心理的健康发展。

2.4 开展传统文化教育, 注重真情实感的培养

在学生思想教育理念上, 要结合当前弘扬中国传统文化的新形势, 充分利用中国传统文化中的思想教育理念, 培育学生的道德素质。以“孝”而言, “孝”是人的基本要求, 是中国传统文化的根本之道, 因此辅导员工作中要切实加强学生关于“孝道”的理解和体会。以安徽机电职业技术学院电气工程系学院为例, 该系部学生活动实行每学期不同的主题, 例如 2016 学年该系就实行了以“孝”为主题的一系列主题, 最为典型的是让学生写一封“家书”, 之后老师选取家书中最为感人的文章进行“孝”文化主题班会教育, 给学生观看关于孝道的视频节目, 在征得学生本人同意后并现场有感情的朗读学生的家书, 让学生当下感受到亲情的力量。通过“家书”的形式让学生亲身体验“孝”的真切内涵, 使他们的日常生活和学习进入切实的道德反思中。同时组织有条件的或者附近的家长来到学校参加主题班会, 开展集体活动。这样的学生活动才能真正意义上让学生主动参与并有所体验和收获, 也只有这样的第二课堂才不至流于形式而变得真正意义上的丰富多彩。

而做为管理教师的主体高职院校, 就需要从制度和政策上对派驻企业的教师提供一个要求、激励和监督管理的系统环境。从教师成长的要求上规划专业教师主动下企业, 认真在专业岗位上配合企业工作的心态, 而在待遇上切实保障这些教师的收入不会因为去了企业没有教学而下降, 同时通过监督能够提升与企业合作的深度, 通过激励措施也能够提升教师的地位, 让专业教师更有积极性通过驻企业带职锻炼来提升自己的教学水平。

总之, 职教集团的建立是经过深思熟虑的结果, 是各方都能利益的办学新趋势, 是与学校人才培养水平提高、与企业可持续发展, 更与国家经济发展战略相契合的举措。通过建立起来的职教集团这个平台, 市场营销专业能够改变不容易实景教学、不易突破抽象、笼统理论培养招来即可营销人才的模式, 改变现今教学存在问题的好的途径, 做好了, 必然能够让市场营销的教学上一个新的台阶。

参考文献

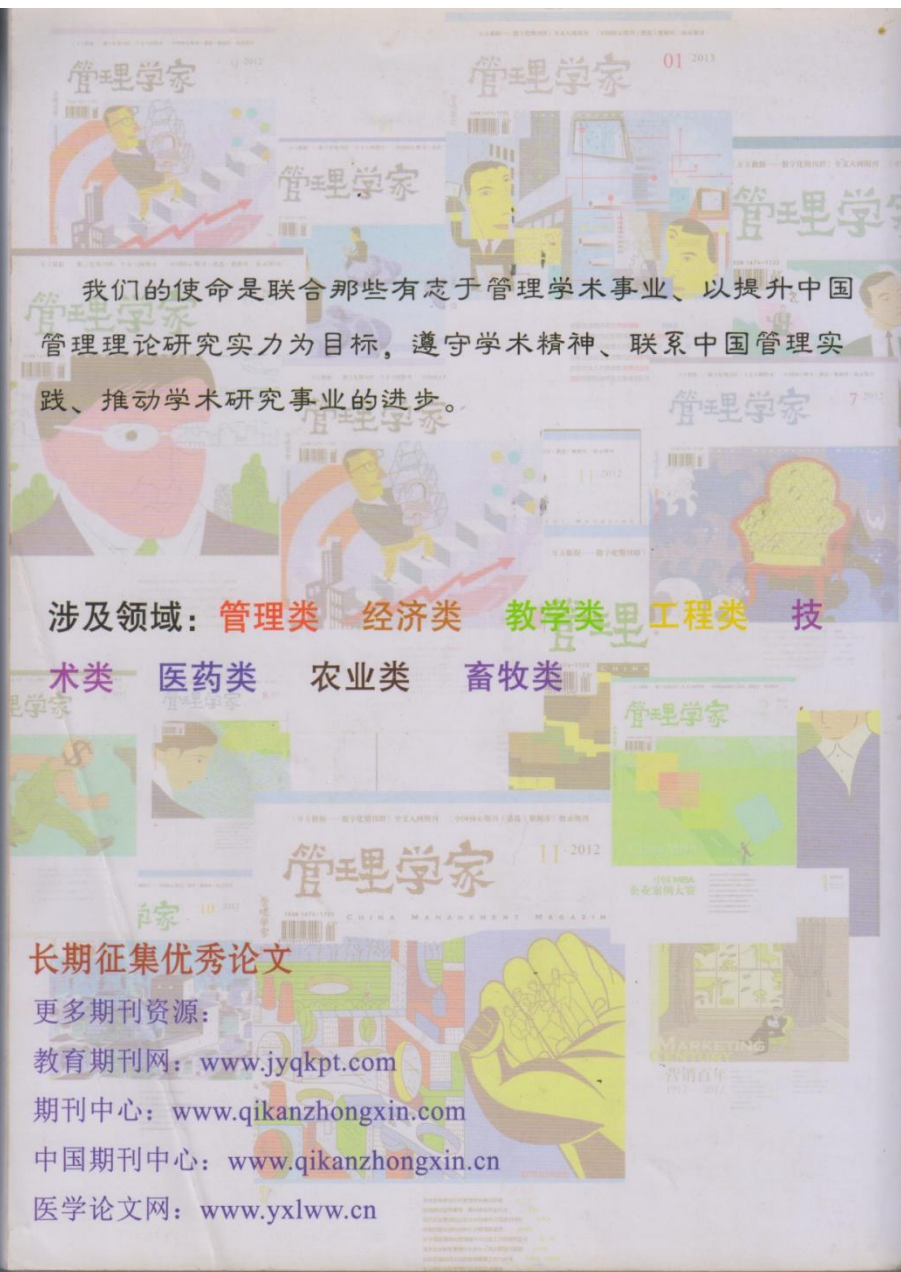
- [1]《国务院关于加快发展现代职业教育的决定》(国发[2014]19号) 2014.5.2
- [2]《教育部关于深入推进职业教育集团化办学的意见》教职成[2015]4号 2015.6.30
- 作者简介: 袁航 (1970-9 出生), 男, 河南省漯河市人, 研究生学历, 广州城建学院副教授, 研究方向: 市场营销、人力资源管理。

式而变得真正意义上的丰富多彩。

综上所述, 辅导员工作方法创新是随着时代的变化而不断更新自己的工作经验, 也只有真正本着为学生服务的宗旨和吃苦耐劳的工作态度才能根本性的实现工作方式的创造性转化, 并以此适应和推动教育领域综合改革的需要。

参考文献

- [1]方宏建. 全国高校辅导员工作研究会会刊[J]. 山东大学. 2013.12
- [2]王书会, 陈莹, 高平. 现代高校辅导员工作理论与实务[M]. 四川科学技术出版社, 2008.
- [3]刘东升. 论我国当前大学生素质教育的要点[M]. 中国成人教育. 2008.10
- [4]马琴芳. 新形势下高校辅导员工作方法创新必要性研究[J]. 才智, 2013 (15): 12.
- [5] 中华人民共和国教育部. 教育部[2006]第 24 号令《普通高等学校辅导员队伍建设规定》第一章. 总则: 第三条.
- [6] 陈莹. 网络平台下高校辅导员工作方法探究[D]. 沈阳航空航天大学, 2014.
- [7] 韩淑华, 臧运洪. 心理健康教育视角下高校辅导员工作策略探微[J]. 传播与版权, 2013 (3): 10.
- 作者简介: 郭琪 (1965.10), 男, 汉族, 本科, 安徽机电职业技术学院中级政工师, 研究领域: 学生党建 德育与心理健康研究, 安徽机电职业技术学院



我们的使命是联合那些有志于管理学术事业、以提升中国管理理论研究实力为目标，遵守学术精神、联系中国管理实践、推动学术研究事业的进步。

涉及领域：**管理类** **经济类** **教学类** **工程类** **技术类** **医药类** **农业类** **畜牧类**

长期征集优秀论文

更多期刊资源：

教育期刊网：www.jyqkpt.com

期刊中心：www.qikanzhongxin.com

中国期刊中心：www.qikanzhongxin.cn

医学论文网：www.yxlww.cn

学术性

创新性

前瞻性

综合性

市场论坛

MARKET FORUM



广西南方有色集团公司铅锌加工厂区

广西壮族自治区发展和改革委员会 主管

广西壮族自治区发展和改革委员会经济研究所

广西宏观经济学会

主办

2015 · 3

(总第132期)

市场论坛

MARKET FORUM

2015年第3期

总第132期

(月刊)

全国公开发行

主管单位:

广西壮族自治区发展和改革委员会

主办单位:

广西壮族自治区发展和改革委员会经济研究所

广西宏观经济学会

学术委员会委员:

任玉岭 钟启泉

社长/总编: 黄永辉

副总编: 韦坚祥 苏 腾

编辑部主任: 丁家玲 副主任: 唐丰姣

责任编辑: 唐丰姣 子 妍

封面设计: 阿 谦

版式设计: 阿 谦

国际标准刊号: ISSN1672-8777

国内统一刊号: CN45-1328/F

广告经营许可证号: 450102281

出 版: 《市场论坛》杂志社

社 址: 南宁市民族大道东段 91 号

兴桂大厦 11 楼

电 话: (0771) 5854254

网 址: jhts.chinajournal.net.cn

信 箱: scitbjb@126.com

邮 编: 530022

印 刷: 南宁市千友印刷厂

订 阅: 全国各地邮局

邮发代号: 48-131

出版日期: 每月 15 日

定 价: 10.00 元

(全年随时可办理订阅)

中国期刊网、龙源国际期刊网、网刊网、
中国学术期刊(光盘版)收录期刊、
万方数据系统科技期刊群、网刊网、
中国学术期刊综合评价数据库来源期刊、
中国核心期刊(遴选)数据库收录期刊

◆改革发展

- 1 广西固定资产投资保持适度增长
居 青 周竞龙 黄新倩 胡冬玉 曾 睿 易 静
- 6 桂林山水甲天下 八桂珠宝冠世界
——关于广西充分利用极为丰富的珠宝资源 发展珠宝产业
成为万亿元特色优势产业和新支柱产业研究与建议 蒋升湧
- 10 粮食价格波动对主产区农户福利影响的实证分析 徐永金
- 13 中国光伏产品出口遭遇反倾销的现状与对策研究 林 熙
- 17 党的十八大与当代中国马克思主义大众化互促关系探微
陆发玉
- 19 管理效率提升的关键性因素及其策略探讨 刘艳辉
- 21 政府采购工作流程再造研究 周 芳
- 24 学习曾国藩的为官之道,加强官德建设 江泳辉 彭龙富
- 26 用牛顿迭代法在 Excel 中计算平均发展速度
黄杰机 赵虎林

◆区域经济

- 28 广西武鸣县文化经济发展研究 韦春灵
- 30 倍增计划背景下广西发展加工贸易存在的问题及对策
杨素琳
- 33 地方政府在打造临空产业集群中的功能定位与作用分析
万泽洲
- 35 主动融入 大力作为
——荆门产业融入长江中游城市群的战略研究 何玉芹
- 38 欠发达地区房地产市场竞争情况调查与分析
——来自广东河源市房地产市场竞争情况的问卷调查
廖远兵

◆企业发展

- 41 互联网金融:小微企业融资新选择 王俊仙
- 44 经济转型视角下我国国有上市企业资本市场公司治理研究
吴 艾 黄明元 侯 丽

本刊理事会名单

名誉理事长单位

广西壮族自治区科技厅

副理事长单位

南宁市人民政府

广西壮族自治区审计厅

广西壮族自治区旅游局

柳州钢铁(集团)公司

广西电网公司

华夏银行南宁分行

河池市发展和改革委员会

钦州市开发投资有限公司

南宁市奥通石化有限公司

广西有色金属集团有限公司

常务理事单位

南宁市发展和改革委员会

柳州市发展和改革委员会

贺州市发展和改革委员会

贵港市发展和改革委员会

大化瑶族自治县人民政府

广西壮族自治区招商促进局

广西壮族自治区国税局

广西医科大学

广西财经学院

广西广能水电有限责任公司

广西壮族自治区广播电视电影局

百色新山开发投资有限公司

理事单位

凭祥市人民政府

桂林市天湖水电站

南丹县水利电力有限公司

广西众艺酒精深有限公司

广西泽源酒厂

百色农业科学研究所

武鸣县胶龙酒精深有限公司

中国信达资产管理公司南宁办事处

北海市发展和改革委员会

宾阳县发展和改革委员会

平果县发展和改革委员会

广西沿海铁路股份有限公司

融水苗族自治县人民政府

凤山县人民政府

梧州百裕实业有限公司

国海证券有限责任公司

中国联通广西分公司

广西星诺投资担保股份有限公司

广西农业外资项目管理中心

广西泰富黄金矿业开发有限公司

玉林市玉东新区管理委员会

天利恒投资有限公司

会员单位

广西壮族自治区地方税务局

百色市电力有限责任公司

靖西县人民政府

贺州市姑婆山国家森林公园

桂林市新社微电子有限公司

南宁糖业股份有限公司

广西桂东电力股份有限公司

北流市人民医院

南宁市第四人民医院

昭平县科学技术局

河池市自来水有限责任公司

海格拉大酒店

47 建筑业营业税改征增值税面临的问题

张玉辉

50 企业文化对企业管理的影响研究

张涛

◆财务管理

52 企业并购的财务问题研究

纪志城

54 会计专业“三段式教学”的实践与思考

姚瑞基

56 财务协同管理平台构建的关键因素研究

田晓彬

59 “岗课证赛”深度融合的高职会计专业课程体系建设与建设

王礼红

◆人力资源

61 企业核心竞争力的培育探讨

——基于人力资源信息管理系统分析视角

龙国卿

64 以技能大赛为契机,深化校企合作人才培养模式

黄莹莹 杨素琳

◆旅游市场

66 旅游业与城镇化相关关系研究

——以张家界为例

张明阳

68 关于旅游行业核心价值观的理论解读

阎友兵 文小连

71 中国西南五省区居民潜在出游力差异性研究

毛艳 吴功亮

74 节能减排背景下桂林市旅游碳排放与经济增长关系研究

付德申 李方犁

◆文化教育

77 咨询工程师(投资)继续教育问题探讨

熊英

79 ArcGIS Engine 在多媒体地理教学中的应用研究

吴柄锋 史正涛 杨惠 苏旺德 曾建军

81 “三本”院校经管专业《经济法》课程体验式教学探析

周利

83 论运用微博在高校大学生中加强“中国梦”宣传教育的对策

刘朝霞

85 “三治”实践教学体系建设存在的问题与对策

邱漠河

87 以人为本视角下的高校教师发展

王中海

89 高职院校物流管理专业建设问题及其对策

李萍萍 吴海军

91 技术技能人才培养关键环节研究

袁航

94 《财务仿真实训》课程开发初探

张珊

技术技能人才培养关键环节研究

袁 航

(广州城建职业学院 广东 广州 510925)

【摘要】我国高职教育时间比较短,大家经验相对不足,面临着我国经济进行新常态状态,经济结构调整、经济转型,要求企业更多地向技术创新发展转变。作为企业主要人力资源输送渠道、在人力资源管理中数量和影响力上起重要作用的蓝领大军的高职院校,一直在探索人才培养方案与体系,如何才能立足社会发展趋势,满足社会对这类人才的需求进行人才培养,文章从几个方面力图对技术技能人才培养进行分析研究,以求获得一些指导高职人才培养的抓手。

【关键词】高职教育 技能 能力 学习力

【中图分类号】F287.5

【文献标识码】A

【文章编号】1672-8777(2015)03-0091-03

现今中国高职教育发展迅猛,立足于技能操作培养的高职教育,如何适应发展的社会实际,在当今经济新常态的环境中,经济发展增速减缓、以中高速发展的企业生存和发展的重点也由单纯的外延式规模发展转向调结构、转模式的创新发展方向。如何以较高水平的人力资源管理与制度政策来促进企业创新,是企业可持续发展的要求,更是社会总体人力资源管理发展的趋势。做为社会较主流人力资源供给源的高校、高职院校,如何因应社会需要,会对学情,培养出社会需要的高职人才,转型社会中也需高职教学单位、管理者深入思考的问题。文章立足于高职院校经管类专业,提出我们对人才培养的基础进行把握的观点与理解。

一、高职培养的人才定位

高职是其培养理念和人才定位,是为我国生产、服务企业培养灰领的高级技术技能工人。因此,教育部提出了高职教育培养人才的原则“知识够用,能力主导”。从事市场经济活动,对我们而言它是一个新体系,必须对市场经济运行的规律全面系统把握、深入理解,而这些是成学科体系的,且将来出现问题的解决方法不是只通过现在多次模拟训练就能全面掌握的,而是要对整个的专业知识、原理、经济运行规律进行整体理解、把握后,经过融汇,形成一种综合的方法论的能力素质,从而面对经济现实中动态出现的问题,掌握其原理结合实际问题生发出解决问题的技巧型方法与策略。

二、高职学情现状

扩招后入学的他们基础较差,学习努力程度、学习习惯的养成、学习方法的掌握等方面都不尽如人意,但学生家长,尤

其是学生个人都受传统习惯的影响,认为上了大学,出人头地、成为了天之骄子。他们可以骂学校的设施不好、怪教师教学水平不高,怪教科书不实用只是说教理论等等,但涉及到个人他们总是以自己是大学生自居,自豪而不够自尊、自控。

这些学生缺乏学习兴趣、学习方法、学习力,不情愿、也没兴趣成为技术工人,但让他们学习理论进行研究又力不从心,甚至也兴趣全无。对显性的很感冒,浮躁有余、踏实不足,自信而又很自卑,一方面不承认自己的不足,另一方面又不允许别人说自己不行。专业学习应付,课余时间活跃、爱玩厌学。这是高职学生们大多数人存在的现实情况。

三、高职复合型、创新型、发展型技术技能人才培养关键环节思考

(一) 学生学习力的培养与开发直接关乎人才培养的成败

1. 加强对高职学生及其家长的求学成才观的引导

首先,树立其正确的求学理念。在高职学生的个人定位上要结合实际,专业教育中改变他们及其家长观念,高职教育是让你积攒工作、生活的能力资本,使你在社会上能踏实立足,培养的是你有利于人生进一步发展的综合能力,具体还是要学、要理解、要思考、要总结甚至上升为结合实际的悟,从而转化为能写、能说、能算、能组织、能洞察事件本质的能力。

其次,做好求学定位。进入高职不是为了培养和提高你个人的理论研究能力,而是立足于技能与个人能力的培养,所以学生个人也要立足于掌握前人总结的经验,也就是现在课本上的系统经济与管理理论,在此基础上加强与实际的联系,多动脑,多联想,多升华前人经验,实现自我能力的培养与提高;

【收稿日期】2015-07-16

【作者简介】袁 航(1970-),广州城建职业学院经管学院教师,硕士,研究方向:人力资源管理。

(三)在统一的办学理念下加强教师队伍的建设,促进技术技能人才培养

培养专业技能,同时进行系市场统经济理论的教育,还要对其素质能力进行重点培养以拓展其就业与事业发展的潜力。要统一于办学者,坚持和贯彻于教学者,自觉于求学者。

“双师型”教师大都长期在社会经营管理领域工作过,且有一定的成就。他们知道要找到工作、要做好工作,要更有前途地发展,从而实现自己辉煌的职业生涯,必须在学校培养和锻炼自己那些方面的能力。在社会上闯荡过“江湖”的这类教师,能以身说教,具备丰富的实战经验,同时又接受过高等院校的理论研习,可以高度引起学生的“实际化”了的求知欲,这样的教师肚中的奇货可居,能让学生崇拜之中信任乃至喜欢,从而产生更大的兴趣。这是切实实现高职教育人才培养目标的关键点!有了这样的教师,实现对学生的技术技能训练与培养,才是有源之水。

(四)在统一理念指导下开发教师的教学模式与方法,完善教学督导评估

针对高职经管学生特点,就必须立足于职业,锚定于专业体系,整个经营与管理的工作内容、工作流程环节构成了这类学生毕业后的职业取向。因此学习力的培养必须始于入学,并且贯穿于学习期间,从教育产生意识认知共鸣的教育,到引导采取行为过程的教育,再逐步发展成为自觉养成有效学习效果的习惯阶段。在此导向下,形成专业培养体系,形成教师可以发挥的教学要求,从而以此为主线,教学模式可以百花齐放,模式不一。

以教学理念和相应的教学效果为导向,以统一的教学理

念和科学的专业课程体系为标准对教师的教学效果进行公正的评估,即让学校督导老师有明确的标准可以执行,减少教师形成的阻力,同时也可以公正评估教师教学效果,促进教师主动积极进行教学方法改革、不断贴近实际,也使教学督导能真正起到效果。不用再做各项行政指令,就能内容丰富的开展各种教学研讨、教学改革,教师也能自觉深入到经营管理的一线去了解市场经济实际对学生各项技能和能力的需求情况,从而调整和改善自己的教学方法、教学内容和教学效果。

结合多年的社会工作和教学工作实践,我们认为,统一高职经管教育教学理念,以学生职位工作技能为基础、以实际能力培养为本,以学生学习力培养为主线、以教学效果论英雄,以满足学生及其家长、社会需求为指针,以督导评估为手段促进教学效果的改善、以有效的激励为导向来建立办学和教师队伍是现代高职能够培养出德才兼备、富有创新的复合技术技能人才的有效方法与机制。

【参考文献】

- [1]姚红. 高职教育办学定位研究[J]. 当代教育论坛, 2009, (2).
- [2]袁航. 复合型、创新型和发展型技术技能人才培养模式研究——以我院市场营销专业为例[J]. 商, 2014, (4).
- [3]吕正兴. 构建技术技能特色的高职教育体系[J]. 岳阳职业技术学院学报, 2006, (2).
- [4]姚红. 高职市场营销专业学生职业能力培养探索[J]. 中国职业技术教育, 2009, (4).

(上接第90页)

询、项目攻关、员工培训等服务,同时培养出企业需要的专业人才,为企业解决一些实际问题,才能对企业有吸引力,才能找到和企业的利益结合点,深层次的校企合作才能顺利开展。因此,学校需要转变观念,尊重企业的利益,立足双方共赢的思路,增强为企业服务和提供人才的能力,和企业积极沟通,才能深化校企合作。

四、结束语

物流业2001年就已经被列入国家经济规划的重点发展项目,近年来,逐渐发展成为一个重要的产业和一个新的经济增长点。与此同时,社会对物流管理专业人才需求也大幅度增加。高职院校要与时俱进,抓住这个契机,加强物流管理专业建设。但建设物流管理专业又是一项长期而复杂的工程,在实际的建设过程中,可能会出现很多的问题,要更新观念,

及时调研,认真分析,全面总结,不断完善专业建设,促进高职教育物流管理专业的发展,培养出更多的符合行业企业生产、管理、服务一线需要的高素质劳动者。

【参考文献】

- [1]朱晓峰,凌海平. 高职院校物流专业建设存在的问题及对策[J]. 物流科技, 2013, (12): 117-119.
- [2]白士强,田明山. 高职院校现代物流管理专业建设的思考[J]. 石家庄铁路职业技术学院学报, 2009, (3): 100-103.
- [3]胡延华. 物流管理专业高职特色教材编写的基本思路[J]. 职教论坛, 2013, (5): 9-11.
- [4]高静娟,王莉. 高职院校物流管理专业校企合作中的几个问题探讨[J]. 物流工程与管理, 2013, (12): 206-207.

高职院校教学管理者、一线专职、兼职教师和政治辅导员众智慧、凝心聚力,共同研究、探索和总结一套符合教学规律、适应社会人才需求的培养模式和工匠精神的培养路径与方法,并在教学和学生管理的实践中不断完善,以指导各专业开展学生的工匠精神培养的实践。

3.2 融工匠精神育人于学生管理和教学之中,以绩效考核促进

在高职院校市场营销专业中,专任教师、政治辅导员应该相互渗透学生的日常生活和思想管理。专业教学应切合社会需要开展,并在教学过程贯穿工匠精神培养和灌输,从一次次教育、一节课专业课、实训课、一次次活动的开展,带动学生们做事、做人、学专业的工匠精神习惯。一旦习惯养成,必然有利于未来在专业工作中取得更大的成就,为专业更大的贡献。

专任教师的自觉性需要学校的绩效考核来指引和激励。本专业的学生自觉性就不高,管理起来就很麻烦,事很多,要让教师除了日常的教学外,更加提升责任感付出更多努力,就必须建立的政策指挥棒,通过绩效考核指标的设计来引导大家做事。通过会议宣讲让大家知道做什么和如何做,并且通过绩效考核结果奖励在这方面做得好的,同时鞭策做的差的。这样通过政策促使教师和辅导员倾力在教学过程中加强工匠精神的宣传、培养贯穿于自己的工作中,真正有利于高职营销专业学生工匠精神的打造。

4.3 加强教风、学风和考风建设,督导各方培养学生工匠精神

与上所言相对应的是在教学过程中要让教师加强责任感,突出工匠精神培养以好的教风贯穿整个教学的知识传授能力培养、课程批改、课后辅导之中。在辅导员老师们的生活和思想管理建立工匠精神基础上,教学会变得更有效,学生们学习的自觉性和努力程度、追求卓越的习惯会更有利于教学的有利展开,只有教师对专业教学更为负责,更加深化工匠精神应用,即进一步养成他们工匠精神习惯。

与教风相辅相成的是学风建设。融合工匠精神进行人才培养和专业教学,培养学生钻研专业、追求更好的工匠精神的习惯,这有助于学生对专业人兴趣性追求,对学习风气的改变,这样学习效果就容易形成和提升。再辅以教学管理部门考风建设,严格考试、评卷和打分,给学生以我要学的氛围,再加上工匠精神培养下的我要学的个人习惯,就能够形成移入骨髓的人的行为习惯和素质。

4.4 强化工匠精神的职业素养培养于职教集团平台实训教学

教师教学就需要在高度责任心的基础上提升自己的专业知识和水平、能力水平和加强对现代经济社会现实情况的了解,在各专业实训课的教学中贯穿工匠精神的传教与培养,形成做事习惯素养,不自觉地都在追求工作和生活中的工匠精神。

我们各高职院校大都建立了校、政、企和行业为主的职业教育集团。这是一个集合各专业理论教学、技能实训教学和行业专家指导、政府政策指引下的职业教学平台。校企深度合作,适应高职教育教学的特点,专业知识与专业实践能力相结合,即切合高职人才培养的目标,也符合高职院校学生的不爱知识爱动手的特点。由企业在职专业人士对学生进行师徒式“现代学徒制”专业技能实践教学,收到了良好的教学人才培养效果。工匠精神的内涵对一线工作的专业人士来说理解更深。将学校育人的理念和培养工匠精神的指导思想再与这些专业人士进行碰撞,从而会更为充实饱满,并且在他们的教学中更进一步地宣传贯彻,加大职业能力培养过程中的工匠精神运用,为最终固化学生的工匠精神,并用于未来的工作实际中,为社会创造财富,做出贡献,会更有成效,也会更加有意义。

5 结束语

经过数年的教学经验积累与课题组多次多方面的调查,掌握了国家的人才培养政策、经济社会对人才需求的培养要求,我们深入实际、探索教学、尤其是结合职业教育集团平台实践教学与学生管理过程中工匠精神培养的路径与方法,总结出了一些可算作经验的一些不太成熟的做法,在很大程度上促进了教学和人才培养目标的达成。通过对学生表现做的调查统计分析,发现确实存在未开展工匠精神培养前,学生对市场营销专业的学习很难深入,应付成份很大。加强工匠精神培养实验性教学后,确实在很大程度上提高了学生想做事、愿学习、愿动手的积极性,教学效果有了较大改善。以此希望能通过此课题的研究促进高职院校工匠精神培养式教学的有效展开。

参考文献

- [1] 工匠精神——理念 <https://baike.so.com/doc/7022611-7245514.html>
- [2] 秋山利辉,《匠人精神》,中信出版社 2015 年 11 月
- [3] 党的十八届中央委员会向中国共产党第十九次全国代表大会的报告 <https://baike.so.com/doc/27011727-28387786.html>
- [4] 天津职业技术师范大学校长,刘欣《弘扬工匠精神 大力推动创新创业》2017 年 10 月 11 日 11:14 新浪财经
- [5] 袁航《职教集团建设促进高职市场营销专业教学研究》《教育》2017.1

作者简介

袁航(1970—9 出生),男,河南省漯河市人,研究生学历。广州城建学院副教授,研究方向:市场营销、人力资源管理。

基金项目

广东省高职教育研究会 2016 年重点课题,职业教育集团下的高职院校学生工匠精神培养路径研究。

校培养人才的方向和指针。中国经济发展依托定位于实业兴邦、制造业固本,因此,高职院校应根据国家发展定位有针对性的培养人才。因此,应该把工匠精神的培养作为高职院校办学指导思想之一。但就现实而言,工匠精神的具体内涵还在探索和归纳之中,同时在各高职院校也还没有形成一套成型的工匠精神的育人模式。

各院校虽然也在大力宣传工匠精神的培养,但真正如何有效推广,如何在学生管理、教师专业教学中贯彻和执行,还缺少一个明确统一的指导思想,还在探索和尝试中。

3.2 生源缺乏工匠精神积淀

工匠精神其实是一种社会文化价值观和人格素养,是一种内化于心、无意识的行为规范。这种精神的培养需要一个漫长的过程和不断地积累沉淀,需要从家庭教育及幼儿教育开始入手。德国在这方面做得比较好。为培养工匠精神,德国从幼儿园时期就强调对孩子进行劳动技能的锻炼。德国教育体系中从幼儿园到初中都开设有诸如木工、钳工、家政等操作实践课程,而且还是必修课。这不仅使很多孩子从小就能够操作机械工具、修理家用电器、开展科技活动、设计制作各种机械模型,从而锻炼了他们的操作能力和动手能力,而且,也使他们接受了严肃认真、一丝不苟、精益求精、追求完美的匠心精神熏陶。为引导直接就业人员尽早入行,德国实行双轨制职业教育体系。所谓双轨制职业教育体系,就是针对职业教育而言。德国除通过小学—文理中学—大学完整系统的教育培养从事科学和基础理论研究的人员外,更多地是通过小学—普通中学或实科中学—职业学校的职业技能培训,培养直接就业人员。德国小学生上完四年级后就要被分流,根据每个人的综合情况升入更高一级的学校。进入职业技术学校的学生,一半时间在职业学校学习,一半时间在企业进行实习。这种教育体系可以让学生理论联系实际,尽早入行,使企业根据自身需要更有针对性地培养专业人才。

正是得益于这种从幼儿园开始培养及双轨制教育体系,德国培养了大批满怀工匠精神和掌握熟练操作技能的高级技工,成为“德国制造”的重要保证。

而我国现在高职在校的学生大都属于九五后,基本属于计划生育政策下出生的一代。他们从小被娇生惯养,缺乏苦难经历,性格上较为散漫,心浮气躁。中国应试教育体制重知识轻实操,教育从幼儿园开始就把大量的精力用于文字的认知,数学的训练和诗词的背诵上,缺乏实际操作训练,导致学生整体动手能力差。而且由于中国文化中重知识轻技能,家长都不看好职业院校,对孩子的培养目标都定位都是要考上诸如清华、北大这些学术型院校。这种工匠精神沉淀的不足、动手操作能力缺失及社会对高职院校的偏见,为高职院校培养工匠精神增加一定的难度。

现在的高职在校生中,没有几个人是因为喜欢技能培养而报考,大多是未被一二本院校录取后的一种无奈的选择。他们把在校学习过程定位于混日子过程,表现在玩手机成瘾、享乐至上,追求物质享受,进取心不足,对理论知识和说教过敏,做事应付

心强,学习力严重不足,遇事得过且过,对未来缺少规划与理想,理想和目标含糊,形成不思进取、应付学业、贪玩成性的学习习惯。

3.3 教学管理相对松散

这类学校教学目标大都不是高分高才,而是能够不挂科顺利送走拿到毕业证为上。在很大程度上不敢严格考试试题难度,教学在一定程度上比较随意,不敢多教知识与原理,所以才有“职业教育知识够用为度”,其实够用也是相对的,只是够用能进行基本的专业操作,未来的发展下的职业生涯那就只能靠自己再行深造了。开卷考试盛行,出题过简单、考试走形式、评分宽松,评分较随意,过分看重平时而对考试分数以低注重,而让大家基本都能“及格”,造成学生第一学期还延续高中学习习惯,一经考试,第二学期始就明白和习惯了只靠考前突击定,靠老师划重点过关。缺乏持之以恒的学习韧劲与追求真知创新的毅力。

教学上说是注重专业能力的培养,但过程中实训教学不多就行,对学生的品质教学不关注、不倾力于学生素养素质的教学,对育人这块关注不够,下力不足。

3.4 学校轻视职业道德培养

人性化管理自然是社会的文明化发展与进步,但对学生是高职这样特点的学生过于人性化迁就,会让他们更为肆无忌惮搞个性张扬,怕学生累,怕学生有危险,怕学生心理承受力不强,怕学生有意见等等,使得学生管理和教学都举步维艰。学生甚至教学和管理甚至要先问一下学生喜欢如何,老师才如何。否则老师被评教时,严格的负责的都是“坏老师”,学生借机报复性评教。

职业道德的培养缺失,只是一味的哄着学生平安无事,却不敢也不能严格塑造学生的人格、素养和将来从事专业工应该具备的职业道德,其实工匠精神培养的就是一种精益求精、爱岗敬业、执着严谨、勇于创新、高度负责的职业道德,只有专业知识和能力还不够,社会反映高职毕业生最多的也就是缺乏吃苦耐劳、坚韧、专注执着、爱岗敬业、高度负责、创新精神的职业道德。

4 培养高职市场营销专业学生工匠精神的路径思考

面对高职院校存在的工匠精神培养的种种问题,需要每一个高职院校的管理者、教师自觉地将工匠精神融入学生管理教学过程之中,切实形成既有专业知识与能力,同时具备工匠精神的真正符合社会需要的人才,才能为我国建成社会主义现代化强国,实现中华民族伟大复兴的中国梦做出自己的贡献。

4.1 形成教育管理和教学的统一工匠精神培养系统思维

要有培养学生的工匠精神,就需要每个教育工作者响应号召,深入研究、系统归纳,形成工匠精神的指导思想,探索创新的工匠精神人才培养路径与方法,并在教学和学生管理工作上具体践行,培养具备工匠精神,能为我国社会发展、国家振兴、实现中华民族伟大复兴的社会急需专业人才。

国家教育研究部门、教育部应该组织开展深入研讨国家教育、人力资源和产业政策,敢于尝试式探索、大胆总结,勇于

精益求精的坚持,大公小私的精神就是我们推崇和倡导的工匠精神体现:

第一,精益求精。做事过程特别注重细节,追求完美和极致,不惜投入时间精力,孜孜不倦,反复改进产品或创新工作思路,精益求精,提高到99.99%。

第二,工作严谨。一丝不苟。做事从不投机取巧,确保每个部件的质量,对产品和服务采取严格的检测标准,绝不轻易提供给客户,对客户的服务做到贴心、高满意。

第三,敬业就是毕生事业,具有高度耐心,专注细微,坚持精益求精品质。工作过程中坚持如一,不断提升产品和服务,因工匠在专业领域上绝对不会停止追求进步,无论是使用设计还是生产流程,服务项目和流程都在不断完善与创新。

第四,工匠精神上专业、品质上敬业。工匠精神的目标是打造本行业最优质的产品,其他同行无法匹敌的卓越产品、提供最优质的服务。

工匠精神在社会生活中又具体体现在个人层面和企业层面,工匠精神是具体的社会工匠精神的内涵。

工匠精神在个人层面,就是一种认真精神、敬业精神。其核心是:工匠精神当作谋生的手段,而是树立起对职业敬畏、对工作执着的信念,对做事效率负责的态度,极度注重细节,不断追求完美,给客户无可挑剔的体验。将一丝不苟、精益求精的工匠精神落实到人每一个环节,做出打动人心的一流产品、一流服务。工匠精神相对的,则是“差不多精神”——满足于超过60%,差不多就行了,而不追求100%。通过这些形而下的表象,工匠精神

追求的是一种形而上的“博爱”精神。早在1560年,一名瑞典工匠参观过埃及金字塔后断言,金字塔一定不是奴隶建造的,只有带着满腔仇恨的人是不可能制造出精美的产品。建造金字塔需要带着爱的人,才会有如此完美的创造。后来,考古学家经过多次探索、考察和比对,用确凿的证据证明:建造金字塔的工匠不是奴隶,而是具有人身自由,并拿工资的专业工匠。工匠精神本质上是一种“爱心”的奉献,一个人只有关爱苍生,珍爱生命,乐于奉献,才会工作专注、爱岗敬业、精益求精、追求完美、一丝不苟和做出精品。每一件精品无不折射出工匠对自然、社会、对生活的热爱的心灵升华和做人境界的提升。

对企业而言,工匠精神在一定程度上是一种企业家精神。工匠精神在:

第一,创新是企业家精神的内核。企业家通过从产品、技术、组织形式等全面创新,从创新中寻找新的商业机会;在获得商业利益之后,继续投入、不断促进创新,形成良性循环。

第二,敬业是企业家精神的动力。有了敬业精神,企业家才会将全身身心投入到企业中的不竭动力,才能够把创新当作自己追求,才能使产品、企业拥有竞争力。

第三,执著是企业家精神的底色。在经济处于低谷时,其他

人也也许选择退出,唯有企业家不会退出。改革开放30多年来,我国涌现出大批有胆有识、有工匠精神的企业家,但也有一些企业家缺乏企业家精神。可以说,企业家精神的下滑,才是经济发展的隐忧所在。

总之,工匠精神既是一种职业技能,也是一种精神品质,更是一种人格境界。其实,放大了看,工匠精神更关乎一个国家的工业文明。一个国家工匠精神的匮乏背后,其实是工业文明的匮乏:品牌、百年老店、匠人、企业文化以及一整套相关的体制机制,乃至社会心理、共识和氛围。

我国制造业存在大而不强、产品档次整体不高、自主创新能力较弱等现象,多少与工匠精神稀缺、“差不多精神”泛滥有关。在市场营销为代表的服务专业上,也有太多的工匠精神缺失,表现在工作应付了事,得过且过,差不多就行,缺乏精益求精、坚持和执着精神。因此,高职市场营销专业学生在校阶段就十分必要进行有成效的工匠精神的培养,形成工匠态度、工匠素质和工匠作风,为我国经济振兴、民族复兴做出人才的准备与贡献。

2 高职市场营销专业及其学习者的特点

市场营销专业是服务性专业,是以良好的服务将符合人们需要的产品销售出去的职业。无论是在产品需求、创新、创意、设计、质量保证和得到好的展示等环节,还是让客户能够省时、省力买到物有所值、甚至是物超所值的产品或服务,都需要营销人员做各方面细致贴心的服务才能赢得消费者的满意与忠诚。这要求营销人员比制造人员更有工匠之心。通过这些工匠精神般的服务,获得消费者的忠诚与信赖,让企业产品获得更大的市场份额,获得更多的利润。

高职类市场营销专业的学生,作为服务于社会生产的高级技能人才培养对象,是需要通过自己的专业知识和专业技能为社会经济发展服务的,更要在自己的工作中体现出时代需要的工匠精神,并内化于心,外化于行。对待自己工作的各个环节,每一个自己服务的客户,要高度负责,做到认真、严谨、精益求精、耐心、专注、坚持、专业、敬业。

这就需要高职市场营销专业教师、班主任、辅导员,甚至是教学管理部门、合作企业,从可能的环节和场所,针对这个专业的特点和高职学生的实际情况,时时处处探索和实施工匠精神的灌输与培养;对学生的实习、实训、考试、管理、生活和课余活动都要体现出对工匠精神培养的高度与严格性,从而在教学和生活的各个方面和环节弥漫出一种工匠精神培养的文化氛围。通过潜移默化,形成一种崇尚工匠精神文化价值观。

3 当下高职院校教育教学中工匠精神培养的缺失状况

3.1 缺少明确统一的指导思想

在当今一带一路建设、供给侧改革、变中国制造为中国创造的“中国制造2025”、中国进入中国特色社会主义建设的新时代的背景下,需要大量更为主动、更为负责任和创造性的富有工匠精神的现代化的劳动者。高职院校肩负着为中国制造和新时代中国特色社会主义建设培育合格的劳动者的使命,必须根据社会的需要来规划学

市场营销专业学生工匠精神培养路径研究

袁航 广州城建职业学院经管学院

摘要:工匠精神内涵是什么,如何在高职市场营销专业学生中贯穿工匠精神培养教育,本文力图通过对新时代中国特色的工匠精神进行内涵挖掘,并融合进高职市场营销专业教学与管理之中,切实探索该专业学生工匠精神培养路径,以期专业如何培养出合格、优秀的社会经济发展需要人才提供指导。

关键词:市场营销 工匠精神 精益求精 路径

习近平总书记在党的十九大报告中提出,我国已进入建设中国特色社会主义发展的新时代。2020年全面建成小康社会、本世纪中叶建设成为现代化的社会主义强国,都提出了对社会建设人才的高需求,只有突破人才需求和培养的瓶颈,才能真正助力于我国社会主义建设的远大战略规划,实现一带一路战略,发展经济、发展社会、惠民兴帮、振兴国家。

国务院总理李克强2016年3月5日作政府工作报告时第一次提出,鼓励企业开展个性化定制、柔性化生产,培育精益求精的工匠精神,增品种、提品质、创品牌。“工匠精神”出现在政府工作报告中,让人耳目一新,有媒体将其列入“十大新词”予以解读。在3月29日第二届中国质量奖颁奖典礼上李克强再次呼吁,各行各业要弘扬工匠精神,打造更多消费者满意的知名品牌,让追求卓越、崇尚质量成为全社会、全民族的价值导向和时代精神。

时代的发展,人们生活水平的提高,所需求的产品和服务也有很大的改观,高档化和个性化需求是当今市场需求变化的总趋势,随着中国经济的崛起,人们物质生活水平的提高,以及庞大中产阶层的出现,中国人的消费结构、消费习惯发生了根本性的变化。30年前,大家都图个廉价实用,只要能够满足基本需求即可,但30年后的今天,“价廉而物不美”已无法满足人们的需求,价格已不再是重要的考量因素人们更在乎的是产品的附加值、创意、技术含量、人文关怀、参与感。

中国目前是制造大国,但却不是制造强国,突出表现在中国的制造业中工匠精神严重缺失。特别是中高端消费品中,无论是在质量、技术、创意及人文关怀方面与欧美、日韩等国存在很大差距,中高端消费品市场长期为欧美、日韩等国所垄断。

随着人口红利的终结和生态成本的计入所导致的总体生产成本的增加,属于劳动密集型和资源密集型的中国制造业低成本优势正在丧失与此同时随着美国等发达国家提出了“再工业化”本土回归“重振制造业”、“工业4.0”的战略思路及东南亚、印度等人力成本更低廉国家的出现,从高低两端挤压中国制造业。成本上升、竞争加剧、内需萎缩、内需不足,中国制造业的全球市场在不断萎缩,中国制造业面临着严峻的生死挑战。

德国、日本这两个在制造业中奉行精益意识和工匠精神的翘楚者也曾经历过粗制滥造的阶段,但德国通过“法律、标准、质量认证”三位一体的质量管理体系,促进了德国制造质量蜕变;日本在上世纪60年代实施“质量救国”战略,促使日本制造打开了欧美和全球市场。因此,培育“工匠精神”,既需要“大国工匠”

等榜样的激励,但更离不开政府的高效作为:完善工匠精神的体制机制、法律法规,并花大力气弘扬的精益文化价值观和崇尚工匠精神的社文化。

当前我们高等教育正由精英教育逐渐向平民教育,尤其高职类院校教育目标定位就是面向普罗大众,培养具有实操技能的人才。职业院校的学生持续发展的基础力量和生力军,也是决定中国制造业竞争力的关键因素。我国职业院校学校单薄,决定了中国制造业的竞争力和生存度强弱。工匠精神的培养并内化于骨髓,就难以培养符合新时期专业人才。鉴于此,我们课程组广泛收集资料,深入校及社会上用人单位,针对在校和已毕业学生进行调研,结合学校教学和专业实际,探索如何有效培养市场营销专业学生的工匠精神,从而提升该专业的教学会培养出符合需求的、高质量的可用人才。

百年大计,教育为本。通过深入开展高职教育的内涵探索和培养这种精神的的教学模式的研究与实践,来实现的工匠精神树立和培养,为社会训练出大量的工匠精神的优秀人才,进而营造出整个社会崇尚工匠精神、工匠精神的社会文化氛围,突破制约我国供给侧改革的我国制造水平、自主创新能力的可持续发展和产品档次的提升,才能使我国由制造大国转型为制造强国。

作为培养生产操作技能人才的职业院校,肩负着历史使命,工匠精神的培养应作为高职教育目标的基础确定作为高职教师,必须认知和把握工匠精神的内涵和重要充分了解高职学生的专业学情、特点,有针对性地在各个方面以一贯之地开展学生工匠精神的塑造与培养。

1 工匠精神的特征与内涵

古语云:“玉不琢,不成器”。工匠精神不仅体现了精心打造、精工制作的理念和追求,更是要不断吸收最前沿应用于自我的工作中创造出新成果。真正的工匠们喜欢认真地雕琢自己的产品,不断改善自己的工艺和工作思路,享受着产品在双手中华的过程和高效率完成工作的愉悦感。真正的工匠对注重细节,追求完美和极致,对精品和执着着的坚持和追求,把品质从99%提高到99.99%,其利却长久造福于后世。

课题组认为,做事追求完美和极致,对工作精益求精

CONTENS

- 355 化工企业自动化仪表的检修与维护策略探讨 胡轩铭
356 工业设计及机械设计制造技术的应用 吕逸武
357 建筑机电设备设计中的节能优化措施 王安东
358 工程建设中机械自动化控制技术及应用之研究 李彪
359 电气自动化技术在电气工程中的应用分析 何清波
360 电气自动化控制设备可靠性探究 王曾瑾
361 汽车安全预防控制系统 王增彩 刘旗 徐立 胡海波 谢恩
362 电力系统及其自动化和继电保护的关系探究 戴立文
363 机械工程及其自动化的创新效果研究 黄煌清
364 浅谈机电自动化在建筑机械制造中的应用 王敬诚
365 PLC 控制下的流水线自动控制系统设计 马晓明
366 普通车床加工工艺对零件加工精度的影响 覃涛
367 机械设计与自动化 张志广
368 如何提高机械加工的质量以及精度 张旺
369 基于有限元模拟的钛合金 TC4 车削仿真研究 王磊
370 机械设备状态监测及故障诊断 陈强 佟秋
371 传感器放大器零点漂移的分析及电路设计 张婷
372 轨道车辆中的复合材料防火分析 孟凡帅 刘小霞 贾焕英 郑廷强
374 模具冲压生产中常见问题及解决方案 张国华
375 矿山机电安全管理 GIS 系统的研究与开发探讨 杨帅 庞勇
377 变电站运行中的设备维修与检查 申宝宝
378 220kV 青轮变电站电气一次部分设计 田万福 杨玥
调查研究
379 中西方国家政治思想体系的差异性研究 程安中
381 公路工程路基路面压实施工技术研究 胡海斌
382 国企安全管理问题探究 黄华莺
383 破解基层国土资源管理难题保障国土资源可持续利用 连冬杰
384 建筑工程管理的现状与控制措施研究 钟振宝
385 光线在摄影摄像过程的应用探究 毛群路
386 地域文化在当代室内设计领域中的应用研究 陈婧
387 大学生心理危机成因分析及对策研究 龚绍波
388 浅谈高校法治建设存在的主要问题及对策研究 彭世金
389 臭氧与固体废弃物联合氧化油酸合成王二酸的研究
陶科宇 史春微 余兴
390 基于工作室项目模式下数字媒体艺术专业教学转型研究 俞敏
392 机电一体化技术的发展趋势及应用研究 侯英男
393 基于移动通信专业校企“混编”教学团队的建设与探究 孙冠男 刘静
394 信息化背景下视觉传达设计专业人才培养模式研究 刘湘 王宇
395 资源共享云平台促进产教深度融合 杨文 位寅生
396 电气自动化技术专业实践教学课程改革的研究 鲁珊珊
397 新时期下高校教育教学信息化结构调整及转型研究 韩雷
398 苏绣与汉绣在艺术表现和运用推广上的比较研究 杨树鹏

- 399 材料装饰画在家居用品中的应用研究 秦俊辉
400 信息技术与职业技能大赛深度融合研究 张宏旭
401 基于后碳社会的美丽宁波建设的问题及对策研究
李佳澄 项旗 姜姗姗 张锦男 柴俊
402 基站存量资源整合的研究 张威
403 基于路径选择的多式联运网络优化研究 刘彦峰
404 一带一路: 甘肃省少数民族特色产业可持续发展研究 穆志超
405 一种利用触控笔实现信息快速共享功能的研究 毛蕊 刘文杰
407 计算机基础实验室的设备维护与管理研究 冯奇
408 电子信息技术应用研究 方茂芹
409 电子信息技术的应用特点与发展趋势 刘晨晖
410 高分子材料成型加工技术的研究 涂港
411 基于云计算和 WSN 的医疗系统架构及关键技术研究 王鹏
412 电子污染产业发展的现状与应对措施分析研究 闫文化
413 基于“互联网+”的高校贫困生心理健康状况及培养措施研究 陈玉明
414 大数据时代高校学生隐私问题探究 刘鹏
416 市场营销专业学生工匠精神培养路径研究 袁航
420 辽宁区域物流运输流程改进的问题与对策研究 唐琦
423 海南省大众跆拳道开展现状与对策研究 董瑞旗
425 景德镇大学生团队陶瓷创业现状分析 郑海林 计镇华
426 城市园林景观中道路与广场的绿地设计研究 江安岑
427 粉煤灰在建筑材料中的应用研究 李珍
428 当前我国土木工程施工技术存在的问题与发展研究 寇国民
429 电气工程及其自动化发展趋势研究 穆云龙
430 计算机网络可靠性及优化措施研究 韦崇顺 凌雪丽
431 风电功率预测综述 王奎 赵明 何成君
432 现代钢铁企业电力系统节能型重构与优化研究 唐京瑞
433 低碳经济下中国省域物流效率研究 沈梦获 杨传明
434 电力财务预算管理的有效策略研究 唐述正
435 电力财务管理中精细化预算的应用探析 姚淑文
436 数字媒体广告与受众关系研究 刘强
437 安徽师范大学网上办事大厅建设探索与实践 周文洁 王云
教育论坛
438 创客教育模式在中学信息技术教学中的应用 许亚红
439 高中地理微课教学的设计及应用分析 曾丽梅
440 大学生思想政治教育应注重的“四个效应” 谢崇华
441 项目教学法在电机与电气控制课程中的应用 黄逸鹏
442 关于学分制下人才培养方案立体化的有关思考 衣振航
443 图像法在高中数学解题中的运用 陈修尧
444 基于“工学结合”的高职院校建筑力学与结构教学改革探讨 尹珍珍
445 大数据下高校网络教学平台的构建与运行初探 詹勤
447 高中生物遗传类问题的相关探索 丁灵

数码世界 Digital Space

2018.04 总第 150 期

本刊为中国学术期刊综合评价数据库来源期刊
中国核心期刊(遴选)数据库来源期刊
中国数据期刊网络出版总库收录期刊
维普中文科技期刊数据库全文收录期刊

计算机技术 /

浅谈程序设计语言编译原理

多媒体技术 /

VR 视频摄制系统的规划与组建
浅析多媒体时代中插画的动态化趋势

通信与网络 /

电子通信中的干扰问题探索
基于 TDOA 的双曲型蜂窝定位技术

定价 28 元

ISSN 1671-8313





三、获得专利

编号	专利名称	类型	专利号	授权时间	作者
zl_1	市场营销用促销台	实用新型	Z12015 2 0245642.8	2015.8.21	袁航、邱漠河
zl_2	一种自动补水集水的竹艺吊装花篮	实用新型	Z12016 2 0090977.1	2016.7.6	邱漠河、邱添嘉、黄瑶
zl_3	一种环保型竹艺烟斗	实用新型	Z12016 2 0090980.3	2016.1.29	邱漠河、邱添嘉、汪深明
zl_4	一种自动滤水式肥皂盒	实用新型	Z12016 2	2017.3.8	邱漠河、

			0648119.4		邱添嘉
zl_5	柜子	外观设计	Z12015 3 0268221.2	2015 12 02	邱漠河、 邱添嘉



证书号第5971218号



实用新型专利证书

实用新型名称：一种双层自动滤水式肥皂盒

发 明 人：邱漠河；邱添嘉

专 利 号：ZL 2016 2 0648119.4

专利申请日：2016年06月28日

专 利 权 人：广州城建职业学院

授权公告日：2017年03月08日

本实用新型经过本局依照中华人民共和国专利法进行初步审查，决定授予专利权，颁发本证书并在专利登记簿上予以登记。专利权自授权公告之日起生效。

本专利的专利权期限为十年，自申请日起算。专利权人应当依照专利法及其实施细则规定缴纳年费。本专利的年费应当在每年06月28日前缴纳。未按照规定缴纳年费的，专利权自应当缴纳年费期满之日起终止。

专利证书记载专利权登记时的法律状况。专利权的转移、质押、无效、终止、恢复和专利权人的姓名或名称、国籍、地址变更等事项记载在专利登记簿上。



局长
申长雨

申长雨



证书号第5349499号



实用新型专利证书

实用新型名称：一种环保型竹艺烟斗

发 明 人：邱溪河；邱添嘉；张珊；汪深明

专 利 号：ZL 2016 2 0090980.3

专利申请日：2016年01月29日



专 利 权 人：广州城建职业学院

授权公告日：2016年07月06日

本实用新型经过本局依照中华人民共和国专利法进行初步审查，决定授予专利权，颁发本证书并在专利登记簿上予以登记。专利权自授权公告之日起生效。

本专利的专利权期限为十年，自申请日起算。专利权人应当依照专利法及其实施细则规定缴纳年费。本专利的年费应当在每年01月29日前缴纳。未按照规定缴纳年费的，专利权自应当缴纳年费期满之日起终止。

专利证书记载专利权登记时的法律状况。专利权的转移、质押、无效、终止、恢复和专利权人的姓名或名称、国籍、地址变更等事项记载在专利登记簿上。



局长
申长雨

申长雨



证书号第5343850号



实用新型专利证书

实用新型名称：一种自动补水集水的竹艺吊挂花篮

发 明 人：邱漠河；邱添嘉；王媚莎；黄瑶

专 利 号：ZL 2016 2 0090977.1

专利申请日：2016年01月29日

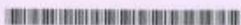
专 利 权 人：广州城建职业学院

授权公告日：2016年07月06日

本实用新型经过本局依照中华人民共和国专利法进行初步审查，决定授予专利权，颁发本证书并在专利登记簿上予以登记。专利权自授权公告之日起生效。

本专利的专利权期限为十年，自申请日起算。专利权人应当依照专利法及其实施细则规定缴纳年费。本专利的年费应当在每年01月29日前缴纳。未按照规定缴纳年费的，专利权自应当缴纳年费期满之日起终止。

专利证书记载专利权登记时的法律状况。专利权的转移、质押、无效、终止、恢复和专利权人的姓名或名称、国籍、地址变更等事项记载在专利登记簿上。



局长
申长雨

申长雨



证书号第3490031号



外观设计专利证书

外观设计名称：柜子

设计人：邱漠河；邱添嘉

专利号：ZL 2015 3 0268221.2

专利申请日：2015年07月23日

专利权人：广州城建职业学院

授权公告日：2015年12月02日

本外观设计经过本局依照中华人民共和国专利法进行初步审查，决定授予专利权，颁发本证书并在专利登记簿上予以登记。专利权自授权公告之日起生效。

本专利的专利权期限为十年，自申请日起算。专利权人应当依照专利法及其实施细则规定缴纳年费。本专利的年费应当在每年07月23日前缴纳。未按照规定缴纳年费的，专利权自应当缴纳年费期满之日起终止。

专利证书记载专利登记时的法律状况。专利权的转移、质押、无效、终止、恢复和专利权人的姓名或名称、国籍、地址变更等事项记载在专利登记簿上。



局长
申长雨

申长雨





四、所获表彰

编号	称号	授予单位	时间	获奖教师
bz_1	优秀教师	广州城建职业学院	2016-9	袁航
bz_2	优秀教师	广州城建职业学院	2016-9	陈明发
bz_3	就业工作特别贡献奖	广州城建职业学院	2017-5	张羽
bz_4	就业工作特别贡献奖	广州城建职业学院	2019-3	张羽
bz_2	优秀教师	广州城建职业学院	2018-9	陈明发
bz_4	先进工作者	广州城建职业学院	2017-9	阚文婷
bz_5	优秀教师	广州城建职业学院	2018-9	张羽
bz_6	优秀党员	广州城建职业学院	2017-6	汪德露



荣誉证书



袁航 同志：

在广州城建职业学院关于开展 2014 届毕业生就业
工作评审活动中，表现突出，荣获 **特别贡献奖**
特发此证，以资鼓励。

广州城建职业学院
二〇一五年四月二十八日

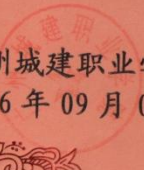


荣誉证书



授予 袁航 同志 2015-2016 学年
“优秀教师”荣誉称号，特发此证，以
资鼓励。

广州城建职业学院
2016 年 09 月 08 日





荣誉证书

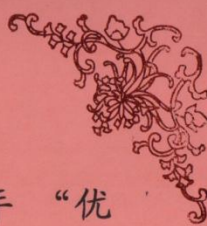


授予 袁航 同志 2012-2013 学年“优秀
教师”荣誉称号，特发此证，以资鼓励。

广州城建职业学院
二〇一三年九月十日



荣誉证书



授予 袁航 同志 2013-2014 学年“优
秀教师”荣誉称号，特发此证，以资鼓励。

广州城建职业学院
2014年9月10日



荣誉证书

袁航 老师：

经学院评审推荐，教务处审核，被评选为 2016 届毕业设计优秀指导老师。

特发此证，以资鼓励！

广州城建职业学院

二〇一六年九月十二日

荣誉证书

袁航 老师：

在 2015-2016 学年生产性实训教学成果展评比活动中，您指导学生完成的《品牌营销策划书》作品，荣获“优秀学生实训成果”，特颁此证，以资鼓励。

广州城建职业学院

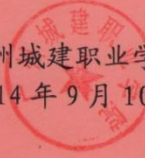
2017 年 1 月 3 日



荣誉证书



授予 袁航 同志 2013-2014 学年 “教
科研和社会服务” 一等奖，特发此证，以资
鼓励。



广州城建职业学院
2014 年 9 月 10 日



荣誉证书



授予 袁航 同志 2013-2014 学年
“教学” 二等奖，特发此证，以资鼓励。



广州城建职业学院
2014 年 9 月 10 日



荣誉证书

汪德露 老师：

被评为 2017 届毕业设计优秀指导教师。

特发此证，以资鼓励！

广州城建职业学院
二〇一七年七月十日



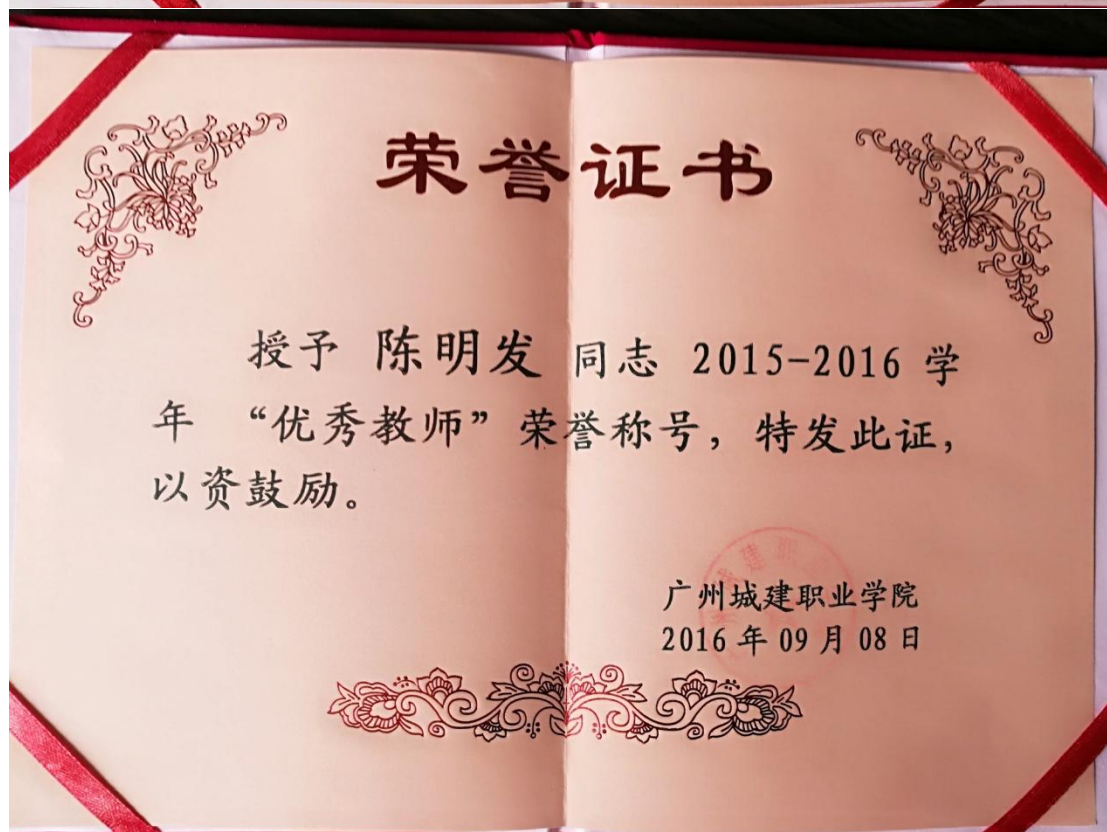
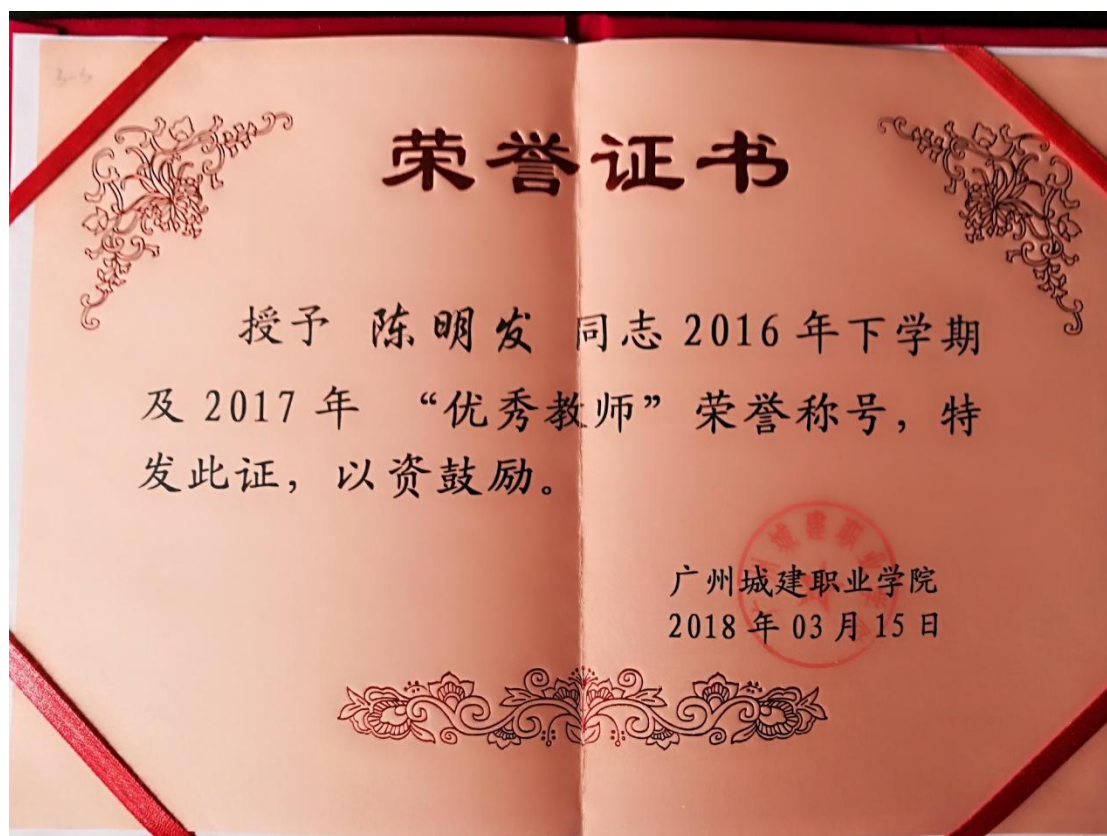
荣誉证书

汪德露 同志：

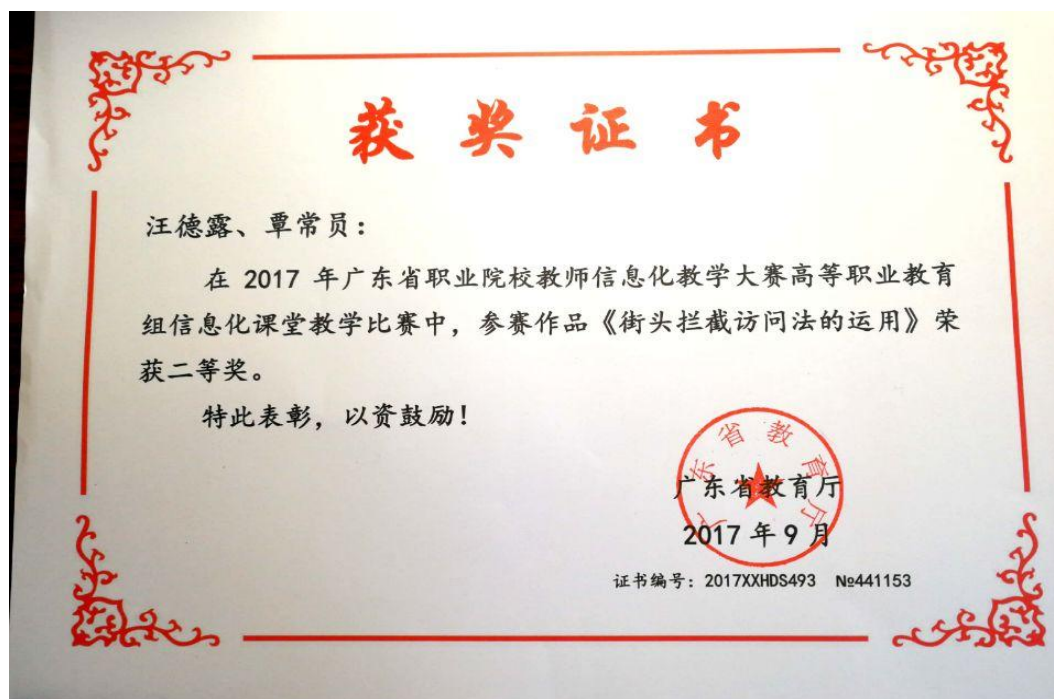
被评为 2017-2018 学年度“教书育人”系列
优秀党员。特发此证，以资鼓励。

中共广州城建职业学院委员会
二〇一八年六月二十八日





五、师生竞赛



荣誉证书

(证书编号: GDGJ2018261031₂)

2017-2018年度广东省职业院校技能大赛
市场营销技能赛项(高职组)

获奖单位 广州城建职业学院
获奖等级 三等奖
获奖学生 吕宗炫 林琼玲 陈冠雄 林诗妮
指导教师 袁航 李荣敏



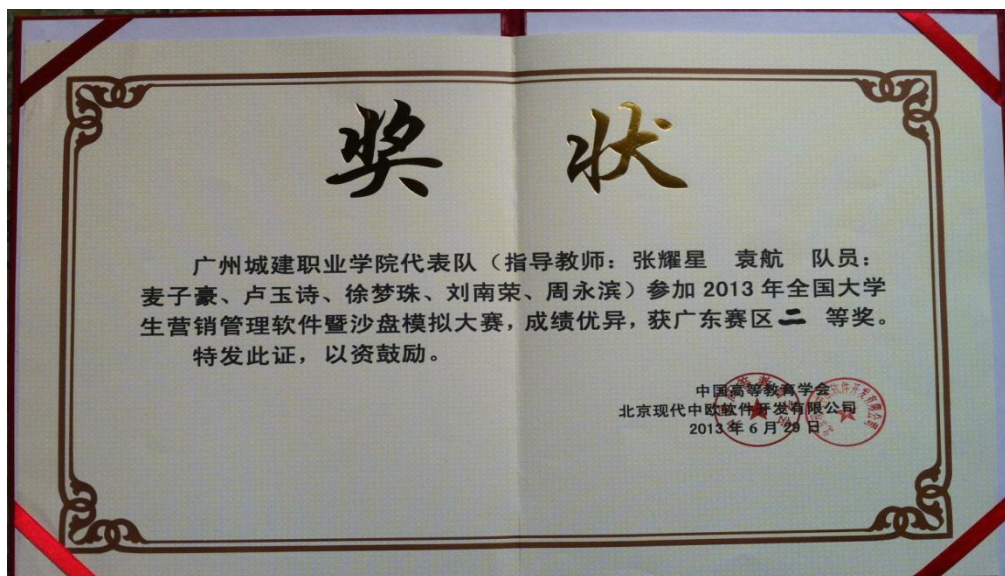
荣誉证书

(证书编号: GDGJ2016041027₂)

2015年广东省高等职业院校技能大赛暨2016
年全国职业院校技能大赛高职组广东省选拔赛营
销技能项目

获奖单位 广州城建职业学院
获奖等级 三等奖
获奖学生 苏晓菲 陈鹏宇 苏俊雄 黄玉婷
指导教师 陈明发 袁航





证书

袁航老师：

您的网络课程《客户关系管理》在广州城建职业学院经济与管理学院 2015-2016 学年第一学期职教能力评比活动中表现突出，荣获网络课程比赛

二等奖

特发此证，以资鼓励。

广州城建职业学院
经济与管理学院
二〇一五年十二月

荣誉证书

袁航、张敬胜、张珊老师：

您教授的《企业经营管理沙盘实训》课程在 2013-2014 学年第一学期“首届整周实训成果展”评比活动中，荣获二等奖。

特发此证，以资鼓励。

广州城建职业学院
二〇一四年二月二十八日

荣誉证书

袁航 老师:

在广州城建职业学院 2014-2015 学年教育教学信息化比赛中表现突出, 荣获微课教学组

三等奖

特发此证, 以资鼓励。

广州城建职业学院
二〇一五年十二月

证书

袁航同志率 广州城建职业学院代表队 参加 2013 年全国大学生营销管理软件暨沙盘模拟大赛, 成绩优异, 获广东赛区 **二** 等奖, 该同志被评为沙盘大赛优秀指导教师。

特发此证, 以资鼓励。

中国高等教育学会
北京现代中欧软件开发有限公司
2013 年 6 月 29 日



六、教材建设

编号	教材名称	作者	出版社	时间
jc_1	客户关系管理实务	袁航、张羽、严先东	上海交通大学出版社	2017-5
jc_2	终端营销实务（第2版）	袁航、张羽、严先东	北京师范大学	2019-2
jc_3	企业经营管理沙盘实训	袁航、张羽	中国传媒大学	2015.5

全国高等职业教育市场营销专业精品系列教材

终端营销实务

终端营销实务

ZHONGDUAN YINGXIAO SHIWU

袁 航 张 珊◎主编

NGXIAO

SHICHA

S

中国铁道出版社

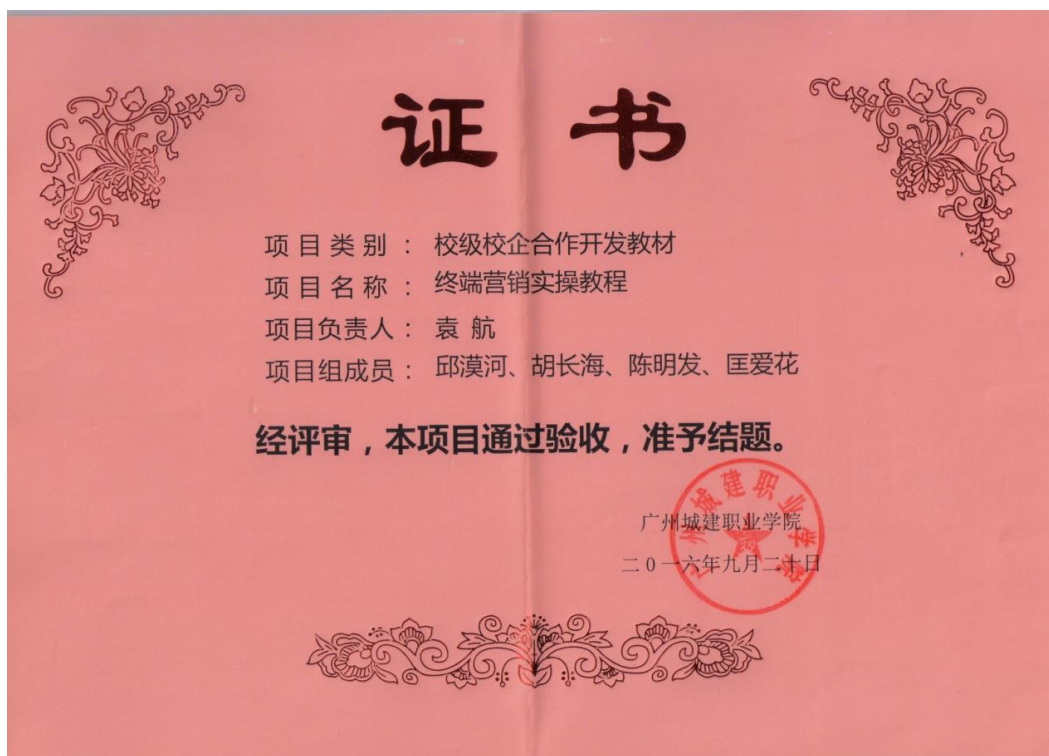


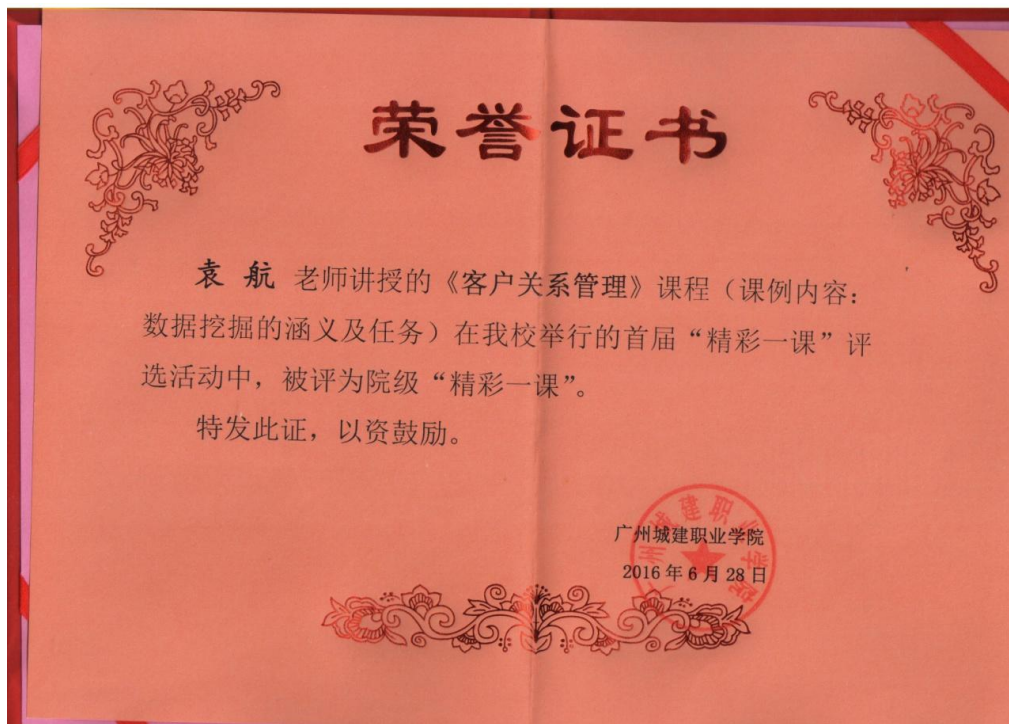
财经管理系列“十二五”精品规划教材

ERP原理 与实操教程

主编 袁 航 等

中国原子能出版社





七、进修培训

编号	名称	参与人	时间
jx_1	教师赴马来西亚考察学习	张羽、陈明发	2018-18
jx_2	学校重点专业学生马来西亚假期交流学习	袁航	2019-2











八、社会服务

编号	项目名称	服务单位	主持人	金额	时间
sf_1	广州立升展览服务公司客户关系管理诊断、会展营销策划	广州立升展览服务公司	袁航	3.5万	2014--2017
sf_2	深圳拓频电子科技有限公司客户关系管理诊断、营销策划	深圳拓频电子科技有限公司	袁航	2.8万	2014-2017
sf_3	温碧泉化妆品公司九周年庆典	广州立升展览服务公司	袁航	2.23万	2016-8

广州城建职业学院
收 据

1011301

2014年6月13日

(内部使用)	今收到 袁航社会服务 35000 + 28000 x 5% = 31500元 项目: 合作企业CDMA现状诊断及网络推广方案
金额(大写)	叁仟 壹佰 伍拾 元 零 角 零 分
备注	¥: 31500
核准:	会计: 财务处 记帐: 出纳: 经手人:

第一联存根(白) 第二联交对方(红) 第三联记帐(蓝)

附件 1: FW 2013~14-023

广州城建职业学院
校企合作项目立项申请书

项目名称: 合作企业 CRM 现状诊断及网络营销策划

项目类别: 社会服务

合作单位: 广州立升展览服务有限公司

项目负责人: 袁航

负责人所在学院: 经济与管理学院

申报日期: 2014 年 5 月 20 日

广州城建职业学院校企合作办公室制

五、学校提供资源或经费投入概算

主要内容提示：不需要学校提供房屋、土地、仪器设备、水电气等资源或投入经费的项目，列出详细的资源需求与供给、经费支出与来源情况。

1. 我方人员赴对方企业进行调查、研讨的办公费用及补贴；
2. 双方多人次来往过程所花费的车费及餐费；
3. 在与深圳拓频通讯设备有限公司合作过程中产生的资料收集和办公费用。
4. 本次项目合作分三期进行，合作单位按期支付服务费用。

第一期从2013年11月2日开始，至2014年1月31日，主要是商谈双方具体合作的项目及内容、成果；制订合作实施CRM诊断的方案策略计划；

第二期从2014年2月10日至2014年4月30日，主要参与深圳拓频公司的CRM现状调查与分析，多人次深入其客户处了解客户的满意度，并进行多人次的客户服务人员、企业营销人员、企业管理层讨论，提交诊断成果和建议。本期一次性收取25000元。

第三期从2014年5月1日至2014年6月30日，主要参与深圳拓频公司的网络营销与电子商务开发工作，经过调查研究，与深圳拓频公司商定电子商务与网络营销的方案，并提交策划案；最后收取协议余额10000元。

项目负责人承诺

六、项目负责人承诺

我保证本申请书所填内容真实。如果获准立项，我与本项目组成员将严格遵守学校有关规定，按计划实施项目，按时完成项目任务和报送有关材料。

项目负责人（签名）：袁利

2014年5月20日

七、项目负责人所在院（系）意见

同意

负责人（签名）：邵汉河 部门公章

2014年5月26日



八、项目审核会签意见

部门	审核意见
教务处	主要内容提示：主要审查项目对实践教学的促进作用、是否符合实践教学的需求、是否有利于提高教学质量及学生实践教学的参与度等。 同意 负责人（签名）：邵汉河 部门公章 2014年6月8日
人事处	主要内容提示：主要负责教师下企业顶岗实践的审查、企业兼职教师的认定等。 负责人（签名）： 部门公章 年 月 日
校企合作办	主要内容提示：主要负责审查合作企业资质、项目是否符合学校发展规划、是否符合学校专业建设规划；合作企业委托学校承担的技术研发、技术服务等横向科研项目或校企共同申报的省市级纵向科研项目的立项审查。 同意 负责人（签名）：邵汉河 部门公章 2014年6月8日
财务处	主要内容提示：主要审查项目运行成本承担单位和方式以及运行收入分配方式的合理性等。 负责人（签名）： 部门公章 年 月 日

附件 1: FW2013~14-022

广州城建职业学院
校企合作项目立项申请书

项 目 名 称: 合作企业 CRM 现状诊断及网络营销策划

项 目 类 别: 社会服务

合 作 单 位: 深圳拓频通讯设备有限公司

项 目 负 责 人: 袁航

负责人所在学院: 经济与管理学院

申 报 日 期: 2014 年 5 月 20 日

广州城建职业学院校企合作办公室制

五、学校提供资源或经费投入概算

主要内容提示：不需要学校提供房屋、土地、仪器设备、水电气等资源或投入经费的项目，列出详细的资源需求与供给、经费支出与来源情况。

1. 我方人员赴对方企业进行调查、研讨的办公费用及补贴；
2. 双方多人次来往过程所花费的车费及餐费；
3. 在与广州立升展览服务设备有限公司合作过程中产生的资料收集和办公费用。
4. 本次项目合作分三期进行，合作单位按期支付服务费用。

第一期从2013年11月2日开始，至2014年1月31日，主要是商谈双方具体合作的项目及内容、成果；制订合作实施CRM诊断的方案策略计划；

第二期从2014年2月10日至2014年4月30日，主要参与广州立升展览服务设备有限公司的CRM现状调查与分析，多人次深入其客户处了解客户的满意度，并进行多人次的客户服务人员、企业营销人员、企业管理层讨论，提交诊断成果和建议。本期一次性收取15000元。

第三期从2014年5月1日至2014年6月30日，主要参与深圳拓联公司的网络营销与电子商务开发工作，经过调查研究，与广州立升展览服务设备有限公司商定会展营销的方案，并提交策划案；最后收取协议余额13000元。

六、项目负责人承诺

我保证本申请书所填内容真实。如果获准立项，我与本项目组成员将严格遵守学校有关规定，按计划实施项目，按时完成项目任务和报送有关材料。

项目负责人（签名）：

袁航

2014年5月20日

七、项目负责人所在院（系）意见

同意

负责人（签名）：刘漠河 部门公章

2014年5月22日

盐城建职业技术学院
经济与管理学院
校企合作办公室

八、项目审核会签意见

部门	审核意见
教务处	主要内容提示：主要审查项目对实践教学的促进作用、是否符合实践教学的需求、是否有利于提高教学质量及学生实践教学的参与度等。 同意 负责人（签名）：[签名] 部门公章 2014年6月8日
人事处	主要内容提示：主要负责教师下企业顶岗实践的审查、企业兼职教师的认定等。 负责人（签名）： 部门公章 年 月 日
校企合作办	主要内容提示：主要负责审查合作企业资质、项目是否符合学校发展规划、是否符合学校专业建设规划；合作企业委托学校承担的技术研发、技术服务等横向科研项目或校企共同申报的省市级纵向科研项目的立项审查。 同意 负责人（签名）：[签名] 部门公章 2014年6月8日
财务处	主要内容提示：主要审查项目运行成本承担单位和方式以及运行收入分配方式的合理性等。 负责人（签名）： 部门公章 年 月 日

附件 2: FW2015~16-020

广州城建职业学院
社会服务项目立项申请书

项目名称: “温碧泉九周年庆典”客户接待与引导
项目类别: 社会服务
服务单位: 广州立升展览服务有限公司
项目负责人: 袁航
申报部门: 经济与管理学院
申报日期: 2015年9月4日

广州城建职业学院科技处制

七、项目负责人所在院（系）意见

同意

负责人（签名）：邵汉河 部门公章
2014年5月26日



八、项目审核会签意见

部门	审核意见
教务处	主要内容提示：主要审查项目对实践教学的促进作用、是否符合实践教学的需求、是否有利于提高教学质量及学生实践教学的参与度等。 同意 负责人（签名）：常解 部门公章 2014年6月8日
人事处	主要内容提示：主要负责教师下企业顶岗实践的审查、企业兼职教师的认定等。 负责人（签名）： 部门公章 年 月 日
校企合作办	主要内容提示：主要负责审查合作企业资质、项目是否符合学校发展规划、是否符合学校专业建设规划；合作企业委托学校承担的技术研发、技术服务等横向科研项目或校企共同申报的省市级纵向科研项目的立项审查。 同意 负责人（签名）：常解 部门公章 2014年6月8日
财务处	主要内容提示：主要审查项目运行成本承担单位和方式以及运行收入分配方式的合理性等。 负责人（签名）： 部门公章 年 月 日