

李小三 主编

中国井冈山干部学院

# 发展策略

## 研究报告

党建读物出版社

李小三 主编

中国井冈山干部学院

---

# 发展策略

## 研究报告

党建读物出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

中国井冈山干部学院发展战略研究报告/李小三主编.  
北京:党建读物出版社,2008.12  
ISBN 978-7-5099-0020-8

I. 中… II. 李… III. 中国井冈山干部学院—教学研究—  
研究报告 IV. D630.3

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第141442号

中国井冈山干部学院发展战略研究报告  
ZHONGGUO JINGGANGSHAN GANBUXUEYUAN  
FAZHANZHANLUE YANJIUBAOGAO  
李小三 主编

责任编辑:张 强 封面设计:盛世华光

党建读物出版社出版发行  
(北京市宣武区南横东街6号 邮编:100052 电话:010-58305795)  
新华书店经销 保定市 中画美凯印刷有限公司印刷

890毫米×1240毫米 32开本 8.5印张 209千字  
2008年12月第1版 2008年12月第1次印刷

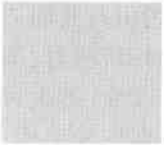
---

ISBN 978-7-5099-0020-8/D·0021 定价:38.00元

本社版图书如有印装错误可随时退换(电话:010-58305909)

---

---



## 序

王宪魁\*

干部教育培训工作,事关高素质干部队伍建设,事关党和国家事业发展全局。党的十六大以来,党中央从推进中国特色社会主义伟大事业和党的建设新的伟大工程出发,作出了大规模培训干部,大幅度提高干部素质的重大决策,并创建了中国浦东、井冈山、延安干部学院。三所干部学院的建成,为干部教育培训提供了重要基地,对于我们继承和发扬党的优良传统和作风、提高领导干部的素质和能力,具有十分重要的意义。

党中央对干部教育培训工作高度重视。2005年3月,胡锦涛总书记在给三所干部学院竣工并正式开学的贺信中,要求三所干部学院要“创新培训内容,改进培训方式,整合培训资源,优化培训队伍,提高培训质量,切实把学院建设成为进行革命传统教育和基本国情教育的基地、提高领导干部素质和本领的熔炉以及开展国际培训交流合作的窗口,努力为党的干部教育培训事业作出自己的贡献”。2006年春节,胡锦涛总书记在视察中国延安干部学院时又提出,干部教育培训要“联系实际创新路,加强培训求实效”。胡锦涛总书记在党的十七大报告中指出,“继续大规模培训干部,充分发挥党校、行政学院、干部学院作用,大幅度提高干部素

---

\* 本文作者系中共江西省委副书记、中国井冈山干部学院第一副院长。

质”。这既是党中央对包括三所干部学院在内的干部教育培训机构提出的新要求,也为干部教育培训工作指明了方向。

中国井冈山干部学院位于革命摇篮井冈山。井冈山及其周边地区有着丰富而独特的红色资源,这是学院开展革命传统教育、理想信念教育的重要载体。李源潮同志兼任学院院长以来,多次对学院工作作出重要批示;2007年12月又亲临学院视察指导工作,主持召开三所干部学院工作座谈会,反复强调学院要用独特的资源、独特的内容、独特的形式、独特的视角对干部进行培训,要形成自己的教育特色。李源潮同志的批示和讲话,强调的核心词汇是“独特”和“特色”,这既坚定了我们坚持“特色立院、创新兴院、人才强院”发展思路和办成“国内独具特色、国际上有影响的新型干部学院”发展目标的信心,同时也鞭策我们进一步研究办学特色、充分发挥办学优势,以取得独特的培训效果。

中国井冈山干部学院自创建以来,在干部教育培训的理念、内容、方式方法、组织管理等方面进行了许多有益的探索,取得了明显的成效。但是,与中央的要求、与学院的培训目标仍然存在着差距。为了高质量地完成中央交给的培训任务,尽快形成学院的办学特色,实现学院的发展目标,学院决定加强办学特色研究,继续努力探索具有自身特色的干部教育培训的新路子,并把“中井院品牌战略研究”、“中井院教法中井院风格中井院风貌中井院气象研究”、“中井院精细化管理研究”作为学院2007年度对策类重点课题,组织精干力量,深入研究。这是总结几年来办学经验、把握办学特点和规律、提升办学能力的需要。这三项课题的确立和研究,具有较强的针对性和现实指导性,对进一步推进学院建设很有帮助。

实施品牌战略,将品牌作为学院的核心竞争力来打造,在实践中逐步形成教学品牌、管理品牌,不断推进学院教学、管理水平的提高,扩大学院在中国干部教育培训体系中的知名度、影响力,有

利于凝聚人才队伍、促进学院可持续发展。

创新教学方法,是干部教育培训机构保持活力的源泉。中井院经过几年的努力探索,教学特色日益凸显,逐渐形成了具有学院特色的教学方法。然而,实践永无止境,创新也永无止境,新时期的干部教育培训工作者必须根据培训的主题、对象、目标的变化,进一步探索独特的教学方法,追求独特的教学效果。

开展中井院风格、中井院风貌、中井院气象研究,通过对培训风格、风貌、气象的形成条件与发展规律的揭示,能够为学院自身提高培训水平、保证教学质量、尽快形成具有鲜明个性和特色的培训风格,提供业务的指导和规范。学院作为一所新型国家级干部学院,秉承优良的革命传统,弘扬井冈山精神,铸就中井院风格、风貌、气象,是历史的昭示,也是现实的要求。

精细化管理是社会分工的精细化和服务质量的精细化对现代管理的必然要求,是建立在常规管理的基础上,将常规管理引向深入的基本思想和管理模式,是一种以最大限度地减少所占用资源和降低管理成本为主要目标的管理方式。精细化管理研究,通过借鉴精细化管理的经验,通过对管理目标的量化和细化,能够达到降低管理成本,提高管理质量和效率的目标。学院实施精细化管理,把各项工作做精做细,有助于充分发掘利用教学资源,最大限度地提升教学效果;也有助于提高教学管理水平和服务水平,使学院的各项工作更加高效、协调、有序运转。

作为对策性的研究课题,不仅要深入总结以往办学的好经验好做法,把握干部教育培训的规律,而且要把研究成果转化为具体的办学思路、措施和方案,最终体现在办学质量和水平的提高上,从而使干部教育培训工作更具特色,更好地适应形势发展和干部队伍建设的需要。学院自创建以来,就积极探索自身的办学规律,并通过总结办学的实践,思考干部教育的一些具有普遍意义的问题,这种积极探索的态度无疑是值得肯定的。现在,学院又把

2007 年度工作对策类重点研究课题集结出版,对进一步推动干部教育培训工作,必将产生十分积极的影响。当然,限于研究者水平,这种思考与探索还是初步的,难免有疏漏之处。如果读者能从本书中得到一两点启发,拓宽干部教育培训视野,完善干部教育培训思路,那么其研究的目的也就达到了。

写了上面的话,以为序。

2008 年 7 月

---

---

# 目录

## CONTENTS

序 王宪魁 /1

### 中国井冈山干部学院品牌战略研究 /1

---

- 一、 中国井冈山干部学院品牌战略的现实意义和目标 /1
  - (一) 品牌与品牌战略 /1
  - (二) 中国井冈山干部学院品牌战略的现实意义 /9
  - (三) 中国井冈山干部学院品牌战略的目标 /12
  
- 二、 中国井冈山干部学院品牌战略的内容与措施 /13
  - (一) 教学品牌 /13
  - (二) 管理品牌 /24
  - (三) 人才品牌 /33
  - (四) 文化品牌 /40
  - (五) 服务品牌 /47

### 中国井冈山干部学院教法研究 /52

---

- 一、 中国井冈山干部学院教法研究的意义 /52



- (一) 中国井冈山干部学院教法研究是实现中央办学要求和功能定位的需要 /53
  - (二) 中国井冈山干部学院教法研究是适应现有办学特点, 应对教学创新挑战的必然要求 /53
  - (三) 中国井冈山干部学院教法研究是学院实施品牌发展战略的必然要求 /55
  - (四) 中国井冈山干部学院教法研究是特色立院、创新兴院的必然要求 /56
  - (五) 中国井冈山干部学院教法研究是干部大培训视野下教学方法创新的必然要求 /58
- 二、 中国井冈山干部学院教法研究的主要任务 /60
- (一) 教法的概念 /60
  - (二) 当前干部教育培训常用的几种方法 /61
  - (三) 中国井冈山干部学院教法研究的主要任务 /61
- 三、 中国井冈山干部学院教法概览 /63
- (一) 情理交融的现场教学 /63
  - (二) 情景模拟的体验教学 /67
  - (三) 触摸国情的实践教学 /72
  - (四) 充满挑战的拓展训练 /75
  - (五) 润物无声的隐性教学 /78
  - (六) 互动研讨的专题教学 /80
  - (七) “寓理于史”的案例教学 /84
  - (八) 澎湃情感的激情教学 /87
  - (九) 生动形象的音像教学 /89

- 
- 四、 中国井冈山干部学院教法的鲜明特色 /90
    - (一) 与时俱进的教学理念 /91
    - (二) 独具匠心的教学设计 /93
    - (三) 别具一格的教学管理 /99
  
  - 五、 中国井冈山干部学院教法初见成效 /107
- 中国井冈山干部学院风格研究 /109
- 
- 一、 风格的含义及其形成要素 /109
    - (一) 风格的含义 /109
    - (二) 风格的形成要素 /111
  
  - 二、 中国井冈山干部学院风格研究的意义 /111
    - (一) 风格研究是创新干部教育培训事业的  
需要 /111
    - (二) 风格研究是形成中国井冈山干部学院  
培训特色的需要 /113
  
  - 三、 中国井冈山干部学院风格的内涵 /115
    - (一) 建筑风格：红色、庄重、朴素、大方，  
园林化、生态化的江南徽派建筑风格 /115
    - (二) 教学风格：含蓄、激情、传统、忠诚，  
大网络、运动式的现场培训风格 /116
    - (三) 管理风格：热情、严谨、规范、适时，  
社会化、人性化的人文管理风格 /117

- 四、提升中国井冈山干部学院风格的措施及对策 /121
  - (一) 形成与革命传统教育相适应的建筑风格 /121
  - (二) 根据不同的专题内容及不同的现场教学情景形成独具特色的教师教学艺术风格 /121
  - (三) 建立以人为本的“人文型”行政管理风格 /124
  - (四) 形成“管理育人”、“环境育人”的后勤管理风格 /125
  - (五) 形成具有“人本意识、科研意识、创新意识”的教学管理风格 /126
  - (六) 形成管理与服务相互促进的学员管理风格 /127

## 中国井冈山干部学院风貌研究 /131

---

- 一、风貌与中国井冈山干部学院风貌的基本内容 /131
  - (一) 风貌 /131
  - (二) 中国井冈山干部学院风貌 /132
- 二、井冈山红色历史与中国井冈山干部学院风貌 /138
  - (一) 井冈山历史留给学院的永恒财富 /138
  - (二) 学院是新时期井冈山精神的缩影 /139
- 三、中国的发展与中国井冈山干部学院风貌 /141
  - (一) 中国发展的成就及其对学院风貌的影响 /141
  - (二) 中国发展面临的挑战及其对学院风貌的影响 /143
- 结语 从软实力的角度看中井院风貌 /145

---

## 中国井冈山干部学院气象研究 /147

---

- 一、 研究中国井冈山干部学院气象的意义 /147
  - (一) 有利于学院深化对办学特点和规律的认识 /147
  - (二) 有利于学院在新一轮大规模培训干部中发挥更大作用 /148
  - (三) 有利于学院实现可持续发展 /148
  - (四) 有利于丰富我国干部教育培训理论体系 /149
  
- 二、 气象和中国井冈山干部学院气象概述 /149
  - (一) 气象 /149
  - (二) 学院气象 /150
  - (三) 中国井冈山干部学院气象 /150
  
- 三、 中国井冈山干部学院形成自身气象的基础分析 /151
  - (一) 办学思路明晰 /151
  - (二) 独特的教学体系正在形成 /153
  - (三) 教学科研一体化工作成效明显 /153
  - (四) 深受学员欢迎的教师与日俱增 /156
  - (五) 学院文化建设 /158
  
- 四、 进一步打造中国井冈山干部学院气象的措施 /160
  - (一) 制定科学的学院发展规划 /160
  - (二) 实施名师工程,加大名师引进和培养力度 /161
  - (三) 提升科研实力,争创更多的重要学术成果 /165
  - (四) 完善学院文化体系,提高学院的核心竞争力 /166

## 中国井冈山干部学院精细化管理研究 /170


---

- 一、 精细化管理概述 /170
  - (一) 精细化管理的起源和原理 /170
  - (二) 精细化管理的主要做法和模式 /179
  - (三) 中国井冈山干部学院推行精细化管理的背景、任务和意义 /183
  
- 二、 中国井冈山干部学院精细化管理的基本内容和主要做法 /187
  - (一) 行政精细化管理 /188
  - (二) 教务精细化管理 /198
  - (三) 学员精细化管理 /209
  - (四) 对外交流与培训开发精细化管理 /212
  - (五) 教学科研精细化管理 /217
  - (六) 人力资源精细化管理 /222
  - (七) 后勤托管精细化管理 /225
  
- 三、 中国井冈山干部学院精细化管理的经验和体会 /231
  - (一) 中国井冈山干部学院精细化管理的基本原则 /231
  - (二) 中国井冈山干部学院精细化管理的主要特色 /233
  - (三) 中国井冈山干部学院精细化管理的经验体会 /239

- 四、 坚持以科学发展观为指导， 大力推进以人为本的精细化管理 /242
  - (一) 以科学发展观指导精细化管理 /242
  - (二) 全面实施以人为本的精细化管理 /244
  - (三) 以科学发展观为指导， 全面推进以人为本的精细化管理的配套措施 /249
  
- 后记 /254

---

---



## 中国井冈山干部学院 品牌战略研究

中国井冈山干部学院(简称中井院)自2003年6月创建以来,历经五载寒暑。承载着党中央的期待与厚望,在中组部、学院理事会和江西省委的领导下,学院院务委员会带领广大教职员工坚持以邓小平理论、“三个代表”重要思想为指导,全面贯彻落实科学发展观,用井冈山精神办好中国井冈山干部学院,圆满完成了党中央下达的培训任务,各项工作步入常态,在教学、科研、管理等方面初步形成特色。为实现“国内独具特色、国际上有一定影响的新型国家级干部学院”的目标,学院要以更加开阔的眼界和思路、更加务实创新的精神,学习和借鉴品牌管理的经验,实施品牌战略,进而培育品牌,努力打造精品,促使学院工作进一步上水平、上层次。开展品牌战略课题研究,对于学院进一步理清发展思路、有效实施好这一战略、提升整体办学能力,具有极其重要的意义。

### 一、中国井冈山干部学院品牌战略的 现实意义和目标

#### (一)品牌与品牌战略

“品牌”是市场经济条件下使用频率最高的词汇之一。品牌是人人所熟悉的,几乎每一个消费者都可以毫不费力地列举出一

大堆品牌名称。然而,品牌又是人们所陌生的,至今尚没有人能提出一个举世公认的品牌定义。不同的人站在不同的角度,以自己独有的方式去诠释品牌。

美国营销学家菲利普·科特勒(Philip Kotler)为品牌下的定义是:品牌就是一个名字、称谓、符号或设计,或是上述的总和,其目的是要使自己的产品或服务有别于其他竞争者。韩光军等在《打造品牌》中认为,品牌是指能够体现产品个性,将不同产品区别开来的特定名称、标志物、标志色、标志字以及标志性包装等的综合体……它是消费者记忆商品的工具,是有利于消费者回忆的媒介。世界著名广告大师、奥美的创始人奥格威在1955年时对品牌作了如下定义:品牌是一种错综复杂的象征,它是品牌的属性、名称、包装、价格、历史、声誉、广告风格的无形组合。品牌同时也因消费者对其使用的印象及自身的经验而有所界定。王海涛等在《品牌竞争时代》中说:严格说来,广泛意义上的品牌包括三个层次的内涵:首先,品牌是一种商标,这是从其法律意义上说的;其次,品牌是一种牌子,是金字招牌,这是从其经济或市场意义上说的;再次,品牌是一种口碑、一种品位、一种格调,这是从其文化或心理意义上说的。何君、厉戟在《新品牌——品牌识别经营原理》一书中认为:品牌不仅是不同企业产品的标识,更多的是营销价值资讯的载体。特定品牌往往代表特定的产品品质、产品风格、服务水平、流行时尚等方面的资讯,这些资讯逐渐被市场广泛了解和接受,在消费者心中就成为特定的消费价值、消费情感的代表。在奥美广告公司,他们把品牌定义为:消费者与产品间的关系……消费者才是品牌的最后拥有者,品牌是消费者经验的总和。联合利华的董事长米切尔·佩利(Michael Perry)先生认为:品牌是消费者如何感受一产品,它代表消费者在其生活中对产品与服务的感受而滋生的信任、相关性与意义的总和。青禾工作室撰写的《大营销——新实际营销战略》一书对品牌这样定义:品牌是一种独立



的资源 and 资本,它是能够进行营运的……品牌是一种知识产权,也可以像资本一样营运,实现增值。《品牌之旅》一文指出:品牌也是一种资产,是一种动态的资产。品牌是在营销或传播过程中形成的,用以将产品与消费者等关系利益团体联系起来,并带来新价值的一种媒介。

综合以上对品牌的定义,我们可以对品牌得出一个整体性的描述:首先,从物质层面上看,品牌是一个名称、商标、标志、牌子,用以区分其他同类或不同种类的产品。第二,从精神层面上看,品牌凝聚着一个企业的价值追求、文化理念,代表着特定的品质、风格,代表着品质的担保及履行职责的承诺。第三,从消费者层面上看,品牌意味着特定的消费价值、消费情感、消费偏好,寄托着消费者的价值认同。第四,从企业层面上看,品牌意味着一定的资源、资产、资本,因而可以用来营运,实现保值、增值。

品牌具有非常重要的意义,其作用和价值在不同领域有着不同的表现。在经济生活中,成功的品牌意味着更高的市场占有率,经久不衰的吸引魅力,能给企业带来源源不断的经济回报。卓越的品牌,是企业竞争力的象征,是优秀企业文化的凝聚,不仅能激发员工自豪感,促进员工忠诚,还能够跨越国界和文化被更多的消费者接受和推崇。

品牌与其说与市场相关,不如说与竞争有缘。或许是市场上充斥着太多的品牌产品这一事实,使人们产生了一种误解,以为品牌纯粹是一个营销概念,只活跃在经济生活中,似乎只有企业界和商界人士才有必要去关注和研究品牌。如果回溯一下中国最近几十年的发展历程,人们会饶有趣味地发现,最初唤醒中国人品牌意识的并不是品牌产品,而是1977年高考制度的恢复。当高等学府的大门又重新向那些有志青年敞开时,出类拔萃、成绩优异的考生进入了清华、北大、南开、复旦等重点大学,其产生的冲击波远远超出了高考本身。一时间,名牌大学不仅成为莘莘学子“面壁十年