

廖进球 徐大佑 / 主编

中国 商务管理创新 与改革开放 30 年

贵州人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国商务管理创新与改革开放 30 年/廖进球 主编.

—贵阳:贵州人民出版社,2008.7

ISBN 978-7-221-08094-3

I. 中... II. 廖... III. 商业史-中国-1978~2008

IV. F729

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 079514 号

责任编辑 程立 金海洋

封面设计 唐锡璋

书 名 中国商务管理创新与改革开放 30 年

主 编 廖进球 徐大佑

出版发行 贵州人民出版社

社址邮编 贵阳市中华北路 289 号 550001

印 刷 贵阳通达印务有限公司

787×1092 毫米 16 开本 23.5 印张 520 千字

2008 年 7 月第 1 版 2008 年 7 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-221-08094-3/F·765 定价:38.00 元

序

廖进球

全国高校商务管理研究会是全国各高等院校自愿参加的从事商务管理教学和理论研究,为企业提供咨询及人员培训的群众性学术团体。全国高校商务管理研究会的宗旨是适应社会主义市场经济发展的需要,团结全国各高等院校商务管理学科教师,交流教学经验和科研成果,为企业提供咨询和人员培训,推动商务管理创新,为中国现代商务管理学科建设和发展作出贡献。

时代呼唤商务管理创新,推动商务管理创新是研究会今后一段时期的重要任务。管理学大师熊彼特将创新分为产品创新、工艺创新、市场创新、供应来源创新和组织创新等方面。其中市场创新、供应来源创新和组织创新可以纳入商务管理创新的范畴。从微观层次来讲,商务管理创新是企业针对新经济条件下的技术进步、市场需求和竞争压力等外部环境的变化,通过细分市场发现新的市场机会,整合企业可以使用的内外部资源,调节企业的组织结构,再造生产服务流程,从而为企业的产品和服务保持竞争优势。通过对商务管理创新的深入研究,既可以整合丛林似的众多管理理念和方法,又便于发现新的突破口和创新点。从这个意义上讲,构建商务管理创新理论体系,可以更准确地把握全球化竞争中企业管理变革的趋势,认识商务管理创新的规律,具有重要的理论意义。另一方面,商务管理创新已成为企业管理决策的基本内容,成为企业核心竞争力的重要组成部分。因此,有必要从管理实践的需要出发,系统地分析和总结各种商务管理模式产生的原因及其生存和发展的条件和基本规律,帮助企业提高商务管理水平。

研究会自成立以来,为推动商务管理创新,把每年年会的优秀论文结集出版。在2006年的年会上,将商务管理的零售产业竞争与战略管理、营销管理、品牌管理、物流管理以及商务管理教育等方面评选的80多篇优秀论文结集出版,命名为《中国商务管理创新研究2006》,由中国财政经济出版社出版;同样,在2007年年会上,研究会将教育管理、产业竞争、品牌管理、企业伦理、人力资源管理、物流管理、营销管理、战略管理等方面评选的70多篇优秀论文结集出版,命名为《中国商务管理创新研究2007》,由企业管理出版社出版。这

些都说明研究会为商务管理理论的发展、为提高企业的商务管理能力作出了自己的贡献。

2008年是我国实行改革开放30周年,具有十分重要的纪念意义。在这30年中,中国经济高速发展,经济体制从计划经济过渡到逐步完善的社会主义市场经济,在传统经济体制中处于从属地位的流通业已发展成为国民经济的先导产业,商业作为流通业的重要组成部分也取得举世瞩目的成就,对外贸易额已跃居世界前列,吸收外资和对外投资合作已位居发展中国家首位。改革开放孕育了全国高校商务管理研究会,为此,研究会也将纪念改革开放30周年作为今年年会的主题,研究会倡议各理事单位就30年商务管理改革发展的历程,商务管理改革开放的经验和教训以及未来商务管理发展的趋势,开展专题研究,撰写高质量的论文,组织多种形式的纪念活动,努力推动商务管理创新。

本书汇集了各理事单位撰写的关于商务管理创新的论文50多篇,这些论文都紧紧围绕着我国改革开放30周年的商务管理问题,内容涉及商务管理教育、零售产业发展、战略管理、营销管理、品牌管理、物流管理、人力资源管理、企业伦理等,其视野开阔,观点明确,对策切实而具体。相信这些研究成果能对中国商务管理学科的发展起到一定的促进作用,相信各位读者阅读本书后,必能有所启发、有所收获。

2008年5月

目 录

序	廖进球(1)
---------	--------

第一篇 商务管理教育

团队化教与学的教学方法探讨	孙晓红 闫 涛(3)
加强工商管理类专业建设的思考	董 原 张力岩(10)
高职市场营销专业课程体系的改革与创新	赵五一 李 萍(14)

第二篇 产业发展

河北省清河县羊绒产业发展的困境与出路	王春和 张立辉(21)
中国外资零售业 30 年发展	郑淑蓉(26)
我国快递企业服务失误的原因及服务补救措施	张永强 王 娜 井宏建(36)
浅谈市场转型期我国百货业态的竞争策略	陈亨溉(43)
中国服务与流通产业的发展	王 刚(50)
我国流通产业的“超发育”与政府管制的变革	陈海权(54)
贵州制药行业发展研究	陈小静 涂江华(61)

第三篇 战略管理

驱动市场:一个模型构建的思路	沈占波 张新国(69)
企业商务能力与商务能力的构建	周泽信 杨 柳(77)
我国中小企业“走出去”问题浅析	陈汉林 程 婷(83)
我国家族企业规范化管理的对策探析	刘益星 姬孟丹(89)
企业信息化应用模式分析	王 箬 于晓胜(95)
浅谈运用 EVA 进行盈余质量分析的环境治理问题	钟向东 肖 强(104)
企业文化对战略决策的影响	王志杰 侯丰丰(110)
零售商业模式的要素组合分析:四大连锁超市的比较	盛 亚 吴 蓓(116)

第四篇 营销管理

顾客产品知识与顾客价值的关系研究——以手机产品为例	周建庆 许基南(129)
---------------------------------	--------------

构建中国产品质量电子监管网的理论框架与市场推广对策	邵振廷	于卓	(134)
波士顿矩阵的基本假设的谬误及改进		周振平	(138)
营销联盟对象选择的理论与方法分析	纪春明	彭正银	(143)
企业商务创新的文化维度研究		林青	(151)
企业营销创新的内涵及其策略		庞鸿藻	(156)
论电子商务在我国农产品贸易中的应用	于仁竹	程新	王晓辉(162)
从“艳照门”事件看企业明星代言	吕庆华	刘颖	(168)
河南省商业自愿连锁发展阶段及思考		王桂朵	(173)
消费碎片化时代下的营销策略	熊洋	孙永菊	杜旭徐大佑(179)
中小企业公益营销的误区及校正		魏锦	(186)
我国商业性文化演出市场特征与营销模式研究		王尧艺	(190)
浅析网络游戏消费者行为	罗浩橙	张允鸣	(197)

第五篇 品牌管理

自有品牌对连锁商业品牌战略的影响分析		朱瑞庭	(203)
品牌国际化进程中的跨文化冲突对策探讨	周玫	张炳凯	(211)
品牌形象前因及后向影响理论研究			
——概念模型与研究问题		沈鹏熠	(217)

第六篇 物流管理

网络环境下基于 SCOR 模型的中国农产品供应链			
构建策略研究	廖进球	黄丽娟	(225)
基于闭环供应链管理的企业物流战略转换	周利国	张慧	(233)
我国粮食流通宏观调控体系建设研究		侯立军	(241)
用供应链管理思想提升中国第三方物流的国际竞争力		徐莉	(249)
迎接国际化挑战 加速我国物流现代化建设			
——以南京地区物流业为例	袁界平	宫鹏远	(256)
工业园区物流发展规划的设计与构想			
——泰州永安洲工业园物流规划实例分析	吴国英	雷卫中	(262)
控股型集团采购支持系统构建与管理探讨		吴金椿	(270)
我国第三方物流企业开展物流金融服务之思考		唐振龙	(276)
虚拟供应链结构及运作模式研究	王胜洲	吴雪	(280)
再制造和制造准备次数变动的周期盘点库存系统			
生产策略研究	袁开福	高阳	(286)
企业原材料安全库存的精细化管理	肖强	钟向东	(294)
中小物流企业的出路:物流联合商社		赵胤斐	(300)

第七篇 人力资源管理

基于心理所有权理论的企业员工组合

- 激励模型研究 袁 凌 肖 蓉 李贵龙(307)
- 一项不可或缺的管理职能:和合 张卫东(313)
- 西方劳资关系理论中的控制劳方论思想及启示 安增科(319)
- 企业的激励与理性激励 李 津(323)
- 贯彻人本管理 解决农民工短缺 张 霞(328)

第八篇 企业伦理

- 现代商业准则与商业法律的思考 张大成(335)
- 我国企业社会责任缺失问题研究 朱景晖 李廷湘(341)
- 农村消费安全与流通企业的社会责任行为选择 李 颖 鹿海祥(347)
- 基于全球伦理准则的标准化/本地化
- 以创建全球性品牌为目标 王新新 杨德锋(353)
- 企业运营中社会资本的作用、表现及其投资 李飞霞 李志兰 周利国(361)

第一篇

商务管理教育

“团队化教与学”教学方法探讨

孙晓红 闫 涛

(渤海大学管理学院)

摘 要:“团队化教与学”教学方法是适应 21 世纪人才培养的一种有效的教学方法。本文从教学理念、对课堂的重新界定与认识以及团队化教与学的运行组织、实施方式、学习资源、考核方案等方面进行了分析和探讨,以供商务管理类专业高等教育有效地组织教学提供参考。

关键词:团队化教学理念 教学方法 终身学习 网络学习

“团队化教与学”是以培养教师和学生合作意识与创新精神为目的,以建立教学或学习团队为途径,以项目管理、团队调研、专业竞赛、模拟公司为载体,将企业经营活动的实际问题引进课堂或在课堂外建立起一个仿真的、乃至真实的企业经营环境,引导师生以团队为单位主动进行专业教研和学习,培养团队成员整体搭配、系统思考、以团队智商共同解决实际问题的教学方法。该教学法源于渤海大学单凤儒教授的模拟实践教学法,之后经过不断总结提炼在渤海大学商务管理类专业应用性较强的课程中开始推广和应用。

实施团队化教与学教学方法既有助于提高高校教育质量,体现贯彻教育部相关文件精神的需要,也有助于培养师生探究、动手、创新、合作的意识,体现新时期社会对高等专业人才在学习能力、创新能力、实践能力、交流能力和社会适应能力等方面的训练需要,从实践运作效果看反应良好。

一、实施“团队化教与学”的教学理念

21 世纪的学习型社会是在网络化的信息平台上建立起来的,在学习内容、学习方式、学习机制、学习管理方式、学习观念等方面有其独特的要求。现代教育观念下的高等学校向学生提供的已经不仅仅是课堂教育的教学资源,而是立体化的教学资源。为此,要求学校和教师要树立先进的教学理念,适应 21 世纪经济现代化、市场化和国际化的需要,适应商务管理类专业高等教育国际化和本土化的双重趋势,承继传统,面向未来,以开放的视野和未来化的眼界来探索财经类专业人才培养的新模式,通过对学生的思想品德、专业理论、活动能力、身体仪表等方面的训练使我们培养出的人才具有自主、开放、健康的人格;包容的、系统的思维方式;主动学习和交流的能力;创造和自我超越的能力;各

(一) 终身学习的理念

（二）工作学习化、学习工作化的理念

（三）不断创新学习的理念

二、重新认识和界定课堂

（一）课堂是师生之间交往、互动的舞台

（二）课堂是引导学生探究、发展的场所

(三) 课堂是教师教育智慧充分展现的场所

课堂情景是极其复杂的且动态变化的,即使教师备课准备再充分,也难以准确预见。

到课堂中会出现的特殊情况。师生心态的变化、知识经验积累状况的变化、课堂空间的变化等都时刻挑战着教师的智慧。因此,教师要能够根据变化的情形不断地调整自己的行为,根据自己对课堂各种各样信息的综合把握,即时做出判断。只有充分发挥教师自己的智慧,把学生置于教学的出发点和核心地位,应学生而动,应情境而变,课堂才能焕发勃勃生机,课堂上才能显现真正的活力。

三、“团队化教与学”的运行组织

(一)精心打造教师团队

团队化教师队伍是以课程或项目为单位组建教师团队,首先根据对课程或项目的把握程度、责任心、影响力等方面的情况推选出课程或项目负责人,由负责人作为该团队的核心人物负责教师团队的组建和运行工作;其次,打破专业和教研室等部门界限,在全院、全校乃至社会范围招募团队成员,本着互补原则(即团队成员在知识、能力、性格、年龄、职称等方面互补)、合理分工原则(即根据教师的比较优势,对课程或项目进行分段教学和研究,团队教师各负其责,共同完成课程或项目任务)和适度规模原则(即根据课程教学时数或项目工作量合理确定团队规模)组建教师团队。

由于团队成员是在自愿的前提下加入团队的,并且依照个人的擅长和相对优势进行了合理分工,因此教师的积极性高、凝聚力比较强,既有利于教师在更为宽松的环境中开展科研、教研和专业实践活动,多出个人成果,又有利于为学生接触专业前沿领域和投身专业实践提供一个平台。

(二)科学组建学生团队

即让学生以兴趣和项目为基础自愿形成不同的学习团队,各学习团队的成员允许跨越年级和专业的限制自由组合,团队可以是稳定的也可以是灵活的,团队的负责人可以固定人选也可以轮换担任。学习团队的管理模式是自我管理,视团队的性质与活动内容不同,学生可以聘请专业教师或由学院指派相应的教师为该学习团队做指导或顾问。

以此形成的高绩效的学习团队通常具有以下基本特征:一是共同目标明确;二是具备实现目标所需要的基本技能;三是相互依赖,每个人对团队内其他人的品行和能力都充分信任;四是有效的沟通,团队成员信息共享、相处融洽;五是团队领导既起协调与指导的作用,又起表率的作用;六是团队内部有合理的角色分配,团队外部有必要的资源 and 环境。

四、“团队化教与学”的实施方式

现代的学习方式主要指的是从以网络为平台的,旨在建立起师生、生生、师师之间打破时空界限进行互动的网络中的交流、沟通的学习方式。团队化教与学的多种学习方式主要包括:

(一)团队教研

团队教研是提升教学有效性,从而实现优质教学的一种有效方式。教学的有效性依赖于教师有效的“教”——即促进学生“学”的“教”,它有两层含义:一是直接的促进,即

通过教师的教使学生学得更多、更快、更好、更深,起到立竿见影的作用;二是间接促进,即通过教师的教使学生学会学习,掌握学习方法,提升学习能力,从长远的角度看最终达到不需要教。

通过团队教研,一是从着眼于人的发展的角度出发,根据零售学课程的特点和学生的认识水平精选教学内容,紧随零售热点问题,抓住教学重点,突破教学难点,使每节课都让学生有实实在在的认知收获和科学感悟;二是进一步明确了学生的主体地位和教师的主导作用,在课程教学中,既注重调动了学生学习的主动性和积极性,又引导学生进行深入的思维和有深度的交流讨论,培养学生独立学习的能力和学习责任感;三是促进教学、实践与科研相生,通过团队教研,教师们在教学、实践、科研等方面形成了好的思路和做法,并投身于研究和应用,对外密切了校企联系、扩大了社会影响,对内加强了教学的针对性,提升了教学层次和科研水平。

(二) 课堂教学

在团队教研的前提下,教师精讲基本知识和基本理论,在必要的课堂知识讲授的基础上,由师生或由学习团队共同设计与策划,采用案例教学、小组学习、角色扮演、学生授课、录像教学等多种形式为学生提供在团队内参与和尝试的机会,鼓励学生主动学习、相互促进,培养学生主动的合作意识,训练学生的专业基本技能。

(三) 课外学习

构建各种课外延伸教学系统,在校内外开展各类专业学习和实践活动,鼓励学生合作、探究、竞争、奋进,拉近学生与社会的距离,为学生提供更广阔的学习与训练空间。如学生学术研究会、卖场服务质量监督、读书报告会等项目管理活动;假期社会调研、地方经济状况及商场调查等专题调研活动;参加 GMC(国际企业管理挑战赛)比赛、管理沙盘对抗赛、推销大赛、广告大赛等专业竞赛;由学生发起组建模拟公司并自主经营,模拟体验企业运作的真实场景和过程,磨练学生的意志,锻炼学生的胆识,培养学生勤奋、务实、科学、守信的做人品质和工作作风。

(四) 网络学习

一是将任课教师的授课内容上网共享,在课程学习中由老师将讲义或多媒体课件、讨论案例、补充学习资料、推荐网站及参考书目等上传到学校校园网或网络天空教室,为学生们随时随地学习与研讨提供便利。二是专业教师向学生推荐相应的专业网站,积极引导从专业网站中获得更多更新的学习资源,拓宽学生的学习视野,同时结合课堂教学和课外教学进行交流和研讨,使学生在认知、思考、争论、实践中巩固了专业知识,提高了专业技能。三是进行在线学习,利用教学软件、光盘和网络提供的影像学习资料,补充和丰富学生的学习资源。

五、“团队化教与学”的学习资源

一是教学计划、大纲等教学文件建设。目前执行的教学计划、教学大纲等教学文件经过了多次修改,凝练和总结了多年的教学与实践经验,课程体系和教学内容设计合理,教学任务明确、清楚,教学方法科学适用,专业的针对性和适用性强,有利于学生安心学习和主动学习。

二是教材使用与图书建设。首先严把教材使用关,优选高质量的教材;其次自编符合我校学生特点的高质量的教材,使教材体系不断完善,内容不断丰富,知识不断更新;最后不断丰富图书馆专业图书资源,为学生自主性学习提供更为广阔的学习资源空间。

三是开放实验室和充分利用实习基地。一方面不断加大专业模拟实训中心的软硬件投入,开放实验室,利用模拟实训中心的设备及专业软件、教学光盘资料对学生进行实训,并配有专人进行管理和指导,为学生进行软件训练、资料查询、专业论文撰写、项目研究、在线学习等提供良好的场所和环境条件;另一方面加强与校外多个实习实践基地的经常联系和合作,确保实习基地在参观、调研、顶岗等方面为学生提供足够的学习与训练机会,较好地满足了师生实践性教学与训练的需要。

六、“团队化教与学”的课程考核方案

(一)考核目的

本考核方案的目的是为了建立以全员参与考核为主线的全过程考核体系,更好地调动学生团队的积极性,增强学生团队的合作精神,全面掌握学生团队的学习状态与学习效果,总结和发现学生团队在学习过程中所取得的成绩和不足,切实达到学习与训练的效果。

(二)考核原则

1. 能力本位原则。即在考核的内容上坚持以考核学生团队成员的学习能力和协作精神为主线,重点体现学生在学习过程中的协作精神和协作能力,培养学生的团队意识,避免只考核不需分析思维的死记硬背式知识内容。

2. 团队协作原则。即在考核成绩的构成方面,坚持以个人成绩与团队成绩相结合的原则,打破以往的只考核学生个人成绩的单一成绩体系,建立一套个人与所在团队整体成绩相联系的综合考核体系。

3. 参与考核原则。即在考核过程中,变学生在考核过程中的被动地位为主动地位,学生团队中的每一个学生不仅仅是被考核的对象,同时也是考核的主考官,参与对所在学生团队的其他成员以及其他学生团队的成员的考核,更好地调动学生学习的积极性。

4. 过程考核原则。即在考核过程中避免期末一次性考核决定学生学习成绩的现象,坚持从始至终全过程进行考核,既可以加强对学生日常学习的督促,又可以引导学生在团队中自主地学习。

5. 覆盖原则。即在考核过程中既要在考核内容上全面覆盖专业课程知识要点,又要在考核形式上全面覆盖各种适合于高等教育的考核方式。

6. 难易均衡原则。即在试题的难易程度上要保证均衡,既能使学生成绩呈现正态分布,反映出整体学生对知识、能力的掌握情况,又能使学生成绩有真实的区分度,反映出个体学生的能力差异。

(三)考核成绩体系

1. 课程总成绩构成。课程考核总成绩由学生个人考核成绩与学生所在学生团队的

团队成绩共同组成。根据不同专业课程的特点,在课程总成绩评定中,个人考核成绩与学生所在团队的团队成绩所占的比例可以不同。

2. 个人成绩考核。(1)平时考核。平时考核项目包括基本知识速测、课堂参与程度、作业完成质量、实践活动考核、在团队中的表现等项目,可以根据市场营销学课程的特点合理选择平时考核项目。(2)期末考核。期末考核包括期末考试与期末队员评价两部分组成,期末考试题型包括填空题、判断题、单项选择题、多项选择题、问答分析题、情景模拟题、案例分析题、操作题等,可以根据不同课程的特点合理选择考试题型;期末队员评价依据凝聚力测评中个人被选择的数量来确定。

3. 团队成绩考核。(1)平时学生打分。平时学生打分由全体学生根据不同学生团队在课程学习过程中的不同表现进行打分所组成。即:平时考核成绩 = 团队打分成绩 $\times$ 60% + 团队名次成绩 $\times$ 40%。(2)期末凝聚力测评。期末凝聚力测评根据凝聚力水平及凝聚力排名确定凝聚力测评得分。即:凝聚力测评得分 = 凝聚力水平得分 $\times$ 60% + 凝聚力排名得分 $\times$ 40%。

(四)个人成绩考核标准

1. 速测考核。速测考核主要考核学生对课程最基本知识的掌握程度,根据课程进度,在每章结束后进行,考核的形式为随堂开卷考试,试题形式为填空题,时间为10分钟。

成绩认定办法为:学生速测成绩取每次速测成绩的平均数,每次全班学生中答对最多者为满分(100分),答对最少者为不及格分(50分),其他学生得分为答对数量 $\times$ (100 - 50) / (答对最多者答对的数量 - 答对最少者答对的数量)。

2. 课堂参与程度考核。课堂参与程度考核主要考核学生学习课程的学习态度及学习主动性和积极性,考核项目为出席情况、课堂主动发言情况、分组讨论表现情况等。

成绩认定办法为:每人成绩 = 基本分 + 课堂主动发言得分 + 分组讨论表现得分 - 出席缺勤扣分。

3. 作业完成质量考核。作业完成质量考核主要通过学生作业的完成情况考核学生对教学主体内容的掌握与理解程度以及对基本原理的灵活运用和分析能力。

成绩认定办法为:学生作业完成质量成绩取每次作业完成质量的平均数。每次作业完成质量成绩按照所布置作业的题目及考核标准,对学生作业分出优秀、良好、中等、及格、不及格五个档次。其中,优秀100分,良好80分,中等70分、及格60分,不及格30分。

4. 实践活动考核。实践活动考核主要通过学生参与实践、考核学生在实践中运用所学知识、原理解决实际问题的技能。实践活动考核列入课堂教学的时间内,有的也可在课堂外进行。

成绩认定办法为:学生实践活动成绩取几次实践活动考核的平均数。每次实践活动的考核成绩按照所布置实践活动的项目及考核标准,对学生实践活动分出优秀、良好、中等、及格、不及格、没有完成实践活动六个档次。其中,优秀100分,良好80分,中等70分,及格60分,不及格30分,没有完成实践活动0分。

5. 个人在团队中的表现考核。个人在团体中的表现考核方法及标准可以参照课堂

参与程度中的分组讨论表现情况的考核方式和考核标准进行。

6. 期末笔式考核。期末笔式考核主要通过期末一次性的笔式,考核学生对课程的整体内容的掌握情况以及对专业问题的分析能力。

成绩认定办法为:期末笔式考核试卷采取百分制,满分为100分,要求学生在指定的120分钟之内完成试卷的内容,按照评分标准,对学生答卷情况进行评定得分。

7. 期末队员评价考核。依据实施莫雷诺社会测量法过程中所体现的每位学生被选择的次数多少来确定。被选择次数最多者为100分,被选择次数最少者为60分,一次也没有被选择的学生为0分,其他学生得分为被选择次数 $\times (100 - 60) / (\text{被选择次数最多的学生的被选择次数} - \text{被选择次数最少的学生的被选择次数})$ 。

加强工商管理类专业建设的思考

董 原 张力岩

(兰州商学院工商管理学院)

摘 要:工商管理类专业经过许多院校数十年的建设与发展,积累了许多成功的经验,但也面临着诸多问题与矛盾,为了适应管理实践的需要,工商管理类专业进一步发展的关键是准确定位培养目标,加快专业建设和课程建设步伐。

关键词:工商管理 专业 发展

专业建设作为学校各项工作的龙头,对高校的建设和发展有着战略性和全局性的影响,是学校事业发展的核心。做好工商管理类专业建设与发展规划,是贯彻落实 21 世纪“宽口径、厚基础、具有创新能力”人才精神的具体体现,是适应社会主义市场经济体制下人才需要、遵循高等教育事业发展规律、进行自我调整和充实的重要手段,也是落实科学发展观和振兴中华的现实要求。从 21 世纪社会经济发展的需要出发,工商管理类专业只有彻底调整教育思想,采取有效措施,转变教育模式,充实教学力量,增加办学层次,提高教学质量和教育水平,才能真正使工商管理类专业保持旺盛的生命力,才能保证培养的人才能够符合时代标准和满足日趋增长的多层次人才需求,才能走出一条健康发展的道路。

一、工商管理类专业面临着市场化、国际化、信息化的挑战

入世后我国的对外开放进入到一个崭新的阶段,由政策层面上升到体制层面和制度层面,教育领域也引入了新的竞争机制,并发生了根本性的变革和创新,为了适应社会主义市场经济的要求,必须改变陈旧的教育观念、运行机制、管理体制、教育内容和方法。工商管理类专业的一个鲜明特征就是实践性,其正确的思想和理论来自于实践,又高于实践,并指导实践。与此相应,工商管理类专业建设要在市场经济实践中认识市场经济,在市场经济实践中发展市场经济,包括建立和发展社会主义市场经济的管理理论和教学体系。为此必须从战略的高度,分析自身的资源能力、肩负的社会责任、社会需求和环境机会,明确自身任务,确定专业发展的战略定位和具体目标,扬长避短,形成鲜明的特色,培育核心竞争力,在教育领域中确立自己的地位,占有一片属于自己的、持续生存发展的空间。

入世后在教育服务方面的承诺,对我国高等教育尤其是工商管理类专业发展的影响