

浙江省市场营销优势专业建设成果



商业伦理教育与研究

Education and Research on Business Ethics



章金萍 等著

 中国人民大学出版社

浙江省市场营销优势专业建设成果



商业伦理教育与研究

Education and Research on Business Ethics



中国人民大学出版社

· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

商业伦理教育与研究/章金萍等著. —北京: 中国人民大学出版社, 2017. 6
ISBN 978-7-300-23944-6

I. ①商… II. ①章… III. ①商业道德 IV. ①F718

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 013473 号

浙江省市场营销优势专业建设成果

商业伦理教育与研究

章金萍 等著

Shangye Lunli Jiaoyu yu Yanjiu

出版发行	中国人民大学出版社		
社 址	北京中关村大街 31 号	邮政编码	100080
电 话	010-62511242 (总编室)	010-62511770 (质管部)	
	010-82501766 (邮购部)	010-62514148 (门市部)	
	010-62515195 (发行公司)	010-62515275 (盗版举报)	
网 址	http://www.crup.com.cn		
	http://www.ttrnet.com (人大教研网)		
经 销	新华书店		
印 刷	北京中石油彩色印刷有限责任公司		
规 格	160 mm×230 mm 16 开本	版 次	2017 年 6 月第 1 版
印 张	7.25 插页 1	印 次	2017 年 6 月第 1 次印刷
字 数	90 000	定 价	28.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

2015年浙江省高等教育教学改革研究项目：
市场营销专业群“义商”人格塑造的职业素养体系构建（项目编号：jp2015316）

2016年中国高等教育学会高等职业技术教育研究会重点课题：
基于职业精神培养的“商德”养成体系构建——以高职商科类专业为例（GZYZD2016020）

商科人才的培养	1
市场营销专业基于“义商”人格塑造的职业素养体系构建与 实践探索 章金萍	3
基于大数据的创新创业人才培养模式研究 陆春光	13
“义商”精神驱动下职业院校专业教育与文化教育融合 路径研究 陈 亮 章金萍	22
大学生诚信教育与“义商”人格培养相结合的 探索 王万志	30
高职院校德育生活化研究 ——基于文明寝室建设的视角 宋春旗	38
职业素质课程建设	49
经管类创业素质课程模块化教学研究 陆春光	51
商德教育在高职商科类新生始业教育中的实践与 探索 王春花	60

“互联网+”背景下传统商业课程改革机制研究 曹 湛…… 68

“义商”人格塑造语境下“赛训证”融合的课程教学改革研究
——以“营销管理沙盘模拟”为例 戴海容 陈 亮…… 74

商帮文化研究 85

商帮文化对创新创业教育人才培育的价值分析 陈 亮 87

论“反身而诚”的古代义商人格 王文华 95

近代浙籍银行家金融伦理思想及其启示 章金萍 104

商科人才的培养

市场营销专业基于“义商”人格塑造的 职业素养体系构建与实践探索^①

章金萍^②

【摘要】通过对浙江金融职业学院市场营销专业“义商”人格塑造的职业素养体系构建的实践探索的总结,分析了“义商”的核心价值和素养,提出通过构建课程体系、实践育人体系、人生发展体系、制度环境体系,运用积德实践、校中店、订单班、训练营等载体,建立基于“义商”人格塑造的职业素养体系,为高职院校商科类专业的职业素养体系建设提供参考和借鉴。

【关键词】“义商” 职业素养 课程体系 实践育人体系 人生发展体系 制度环境体系

一、“义商”及其核心素养

关于“义”,《辞海》中的一种解释是:“事之宜,正义,即指思想

① 基金项目:2013年浙江省高职高专院校专业带头人专业领军项目“高职市场营销专业‘商业伦理’教育的探索与实践”(编号:ljj2013089),主持人:章金萍;2015年浙江省高等教育教学改革项目“市场营销专业群‘义商’人格塑造的职业素养体系构建”(编号:jp2015316),主持人:章金萍。

② 作者简介:章金萍(1968—),女,浙江绍兴人,浙江金融职业学院工商管理学院院长,教授。研究方向:高职市场营销专业建设与教学改革。

行为符合一定的标准。”^①《中庸》中对义的解释是：“义者，宜也。”韩愈的《原道》中也有“行而宜之之谓义”的句子。

在中国古代，自从将专门从事贸易活动的人称为商人以来，便有了“义商”的说法，即指那些有仁有义有担当的商人。从古代的白圭、范蠡、弦高、子贡，到近代的乔致庸、胡雪岩、张謇，再到现代的陈嘉庚等，都是其所处时代商人中的佼佼者，但同时又积极承担着行善济世的社会责任，有的甚至在国家和民族危亡之时，倾其财富报效祖国，堪称“义商”。

现代市场经济社会，商业活动纷繁复杂，商人的职业分工趋向细化，每一行业，每一领域，甚至每一岗位，都制定了相应的职业伦理规范以期对其从业者的职业行为进行约束，并以此推动企业在市场上的美誉度和品牌影响力。然而，在功利化的商业领域，物质丰盈，科技发达，但信仰缺失、精神萎缩的现象却成为常态。这不能不引起教育者们的深思和忧虑。

以培养生产、经营、管理一线技术技能型人才的高等职业教育领域的商科类专业，培养具有公民意识和高尚情怀的“义商”是浙江金融职业学院市场营销专业人才培养的目标和文化遗产的责任。该专业在人才培养过程中提出了“义商”人格塑造的理念，以“商德”的教化代替单纯的思想品德教育，强化“义商”人格塑造在职业素质养成中的作用，在“富强、民主、文明、和谐，自由、平等、公正、法治，爱国、敬业、诚信、友善”的社会主义核心价值观的引领下，将“义商”人格外化为以下三种核心素养，构建“义商”人格塑造体系。

（一）义利并举

义利观是人生观的组成部分，是指人们对义与利及其关系的认识和根本态度。“义”，是指行为合宜于道德准则；“利”，是指个人利益和对

^① 《辞海缩印本》，6版，2253页，上海，上海辞书出版社，2013。

利益的欲求。^①虽然古代社会正统的义利思想中，往往将义放在首位，而不耻言利，甚至将对义与利的追求作为道德评判的标准，如孟子所言的“仁义而已矣，何必曰利”（《孟子·梁惠王上》），孔子认为的“君子喻于义，小人喻于利”（《论语·里仁》）。但同时也并不排斥义与利的有机统一，正如《墨子·经上》所说：“义，利也。”此外，《国语·晋语一》也有“义以生利”的说法。北宋苏洵也强调义利结合，不能“徒义”或“徒利”（《嘉祐集·利者义之和论》）。在市场经济社会中，普遍的社会现象是人们对利益的追逐。商人的特征本身就表现为以营利为目标，正如司马迁认为的“天下熙熙，皆为利来；天下壤壤，皆为利往”（《史记·货殖列传》）。但是在追求利益的同时，应该始终保证其商业活动中的行为符合一定的道德准则规范，如恪守买卖公平、讲究诚信等商业伦理规范，强调义利并举，从而达到经营者与各方之间的和谐、共赢。

（二）手口并用

古代义商范蠡的“陶朱公商训十二则”处处透出其经商智慧，成为后世商人重要的经商要诀。任何领域，要获得成功，必须精通该领域的核心技能。在当代市场营销领域，出色的表达沟通能力、调研分析能力、创意策划能力、文案写作能力、网络营销能力等都是必不可少的，因此，在掌握营销基础知识和原理的同时，应强化学生动手、动口的能力，通过精湛的专业技能的训练和获取，为学生成为成功的经营者奠定基础。

（三）公私并重

一个优秀的企业经营者在兼顾个人、企业、社会整体利益的基础上，应该有崇高的社会责任感。当今社会，评判企业优劣的一个十分

^① 参见《辞海缩印本》，6版，2253页，上海，上海辞书出版社，2013。

重要的标志就是看企业在拥有较高的盈利能力的同时，是否具有强烈的社会责任意识。比如：保护环境、热心公益、尊重员工等，都是企业社会责任感的表现。企业的社会责任意识，来源于经营者的向善之心，来自于学校教育、家庭熏陶和环境塑造。其中，学校教育的作用不容忽视。

上述三者由内而外，相互融合，形成整体，成为“义商”人格塑造的目标，引领市场营销专业职业素养体系的构建。

二、基于“义商”人格塑造的职业素养体系架构及其内容

基于“义商”人格塑造的职业素养体系由“义商”类课程体系、实践育人体系、人生发展体系和制度环境体系四个部分组成。

（一）课程体系

课程体系是人才培养的指导核心，是培养目标的具体化和依托，决定了学生通过学习将获得怎样的知识结构。“义商”类课程体系的构建是根据“义商”核心价值目标和核心素养而设置的，突出了以“商业文化伦理”为核心的职业素养类课程的设置，包括“商业文化伦理”“职场沟通”“管理学基础”“大学生创业指导”“营销人员职业修养”等。主要向学生介绍各个时代的商业伦理规范，国内主要商帮文化的特征，职业活动中的沟通技巧，企业管理知识，自主创业知识、流程和技巧，营销人员的法律、道德、技能修养，以及进行健康身心养成训练等内容，目的是帮助学生树立正确的义利观，训练营销管理能力，培养敢于担当的品格。

（二）实践育人体系

实践育人体系以营销实战为核心，主要包括三个层面的内容：

一是课程实训。一般通过各种仿真及全真实训项目，借助校内实训

室平台,反复操练学生的专业技能,以及根据“市场营销实务”“营销策划技术”“市场调研”“推销技巧”等课程的教学目标在校内开展以展销会形式举行的综合实训,等等。仿真及全真化的实训可以使学生在整个营销活动中亲身感受和体验商业伦理规范的重要性,认识良好的口碑来自诚信经营。

二是基于第二课堂的实训。第二课堂是指专业组织或学生社团组织的不占课堂学时的与专业培养目标联系密切的各种活动。第二课堂的内容丰富,包括:(1)感知企业文化,将专业的始业教育放在企业,让学生懂得成功企业的社会责任;(2)校中店经营实践,学生在以校企合作或自主创业建立的校内经营性实体店中实训,学习如何在创造销售业绩的同时赢得顾客;(3)设立各类训练营,主要有抗挫能力训练营、演讲与口才训练营、创业体验训练营等,旨在提升学生的专业技能;(4)组织学生参与丰富多彩的志愿者服务、爱心捐助、义务献血以及其他各种社会公益活动,培养学生的社会责任意识。

三是校外专业实习与顶岗实习。一方面,市场营销专业校企合作共同开发课程,并将课堂搬到企业、搬到市场,定期组织学生到紧密型的产学研合作单位如杭州联华华商集团股份有限公司、杭州玫隆食品有限公司、杭州中萃食品有限公司等上课,参与各种市场调研和销售实战;另一方面,在学生顶岗实习过程中真正融入企业的真实经营环境,实现理论与实践的“零距离”。这种实习活动有利于学生更好地了解社会对企业员工职业道德的诉求以及企业如何在经营规范中体现这类要求,帮助学生养成职业素质。

在以营销实战为核心的实践育人体系中,市场营销专业在课程教学中引入了以项目为导向的合作教学,在第二课堂、校外实践中,开展广泛的团队活动,培养学生的合作与包容意识,以及团结力与凝聚力。

(三) 人生发展体系

联合国教科文组织总干事埃德加·富尔在《学会生存》一书中指出:

“科学技术的时代意味着：知识正在不断地变革，革新正在不断地日新月异。所以大家一致同意：教育应该较少地致力于传递和储存知识，而应该更努力地寻求获得知识的方法（学会如何学习）。”^① 根据联合国教科文组织提出的教育的四个支柱，即学会认知、学会做事、学会共同生活、学会生存的理念，市场营销专业构建的“义商”塑造的人生发展体系主要包括四个方面：一是应用“商业文化伦理”课程中的“商业事件述评”，培养学生发现、认识和理解问题的敏锐眼光，作为学会认知的基础；二是在营销实战中不仅训练学生的职业技能，而且要在他们学会做事的同时，培养其应付复杂市场环境的能力；三是开展各种团队合作项目，使学生深刻认识到团队成员的相互依存性，以及增加彼此了解、避免冲突的重要性，从而懂得如何做个对社会有益的营销人；四是实施学生“千日成长”工程^②，引导学生结合自身的个性及特长设计个性化成长方案，实现学生的身心、智力、精神价值、个人责任感等的全面可持续发展。

（四）制度环境体系

构建和营造良好的制度与环境氛围，是“义商”人格塑造的重要保障。市场营销专业通过建立校企“双导师”育人、订单培养、导生制等机制以及修葺文化景观、发放“义商”读物等活动，营造“义商”人格塑造的制度环境体系。

（1）校企“双导师”育人机制。市场营销专业通过推行“双导师制”，积极探索校企联合培养具有“义商”人格的育人机制，校内外导师分工合作，既能培养学生的专业素质和实践能力，又能培养其良好的职业道德品质。同时，聘请来自行业企业的创业导师，对有志于自主创业的学生实行“一对一”指导。创业导师不仅是学生职业生涯的导师，

^① 转引自：单中惠、朱镜人：《外国教育经典解读》，208页，上海，上海教育出版社，2013。

^② “千日成长”工程是浙江金融职业学院开展的针对在校学生三年千日的培养计划，旨在通过各种教学、实践活动将学生培养成受社会欢迎的职业人。

更是人生发展的导师。

(2) 订单培养机制。企业根据岗位需求与学校签订用人协议,通过组建订单班,与企业共同制订人才培养方案,建立在课程教学、工学交替安排、校内外实训、顶岗实习、毕业就业等方面的深入合作,构建长效的校企合作机制。市场营销专业基于“义商”人格塑造的实战型人才培养需要,围绕本专业零售业门店服务营销人才的培养方向,依托行业企业资源优势,与浙江省内销售规模最大的连锁零售企业杭州联华华商集团和浙江省内规模最大的蛋糕西点连锁企业玫隆食品有限公司分别组建了两个零售业门店营销管理人才订单班,围绕金融服务营销的人才培养方向,充分依托浙江金融职业学院银领学院^①订单人才培养模式,鼓励学生在双向选择的基础上参加各类金融客户经理和服务营销人才订单班,使学生在在校期间就接受企业的员工职业标准培训,得到较好的职业人养成教育。

(3) 导师制。导师制是由学生带学生的一种团队合作机制。导师制的发明者是20世纪一二十年被称为“国际平民教育之父”的晏阳初先生,为了给更多的人开智启蒙,由先学先知者带动后学后知者,从而将有限的教育资源最大化。^②市场营销专业借鉴这种教育模式,建立起导师制,与“双导师”制形成一种有益的互补,在学生创业、职业技能比赛、专业实习等领域形成主要按地域组合起来的包含不同年级学生的团队,既弥补了行业兼职教师或企业导师不足的问题,也更好地起到传帮带的作用,学生在导师制中收获到团队合作的力量,收到了非常好的示范效果。

(4) “义商”文化景观与读物。市场营销专业通过营造“义商”文化景观,编订有利于“义商”人格塑造的读本,形成了“义商”培育的

^① 浙江金融职业学院银领学院是专门组建和管理金融行业订单班的二级学院,学生一般在第五个学期与金融企业经过双向选择后进入该学院,完成一个学期的校企合作开发的课程学习后,于第六学期进入订单单位进行顶岗实习,故进入银领学院的学生也意味着拥有了金融企业准员工的身份。

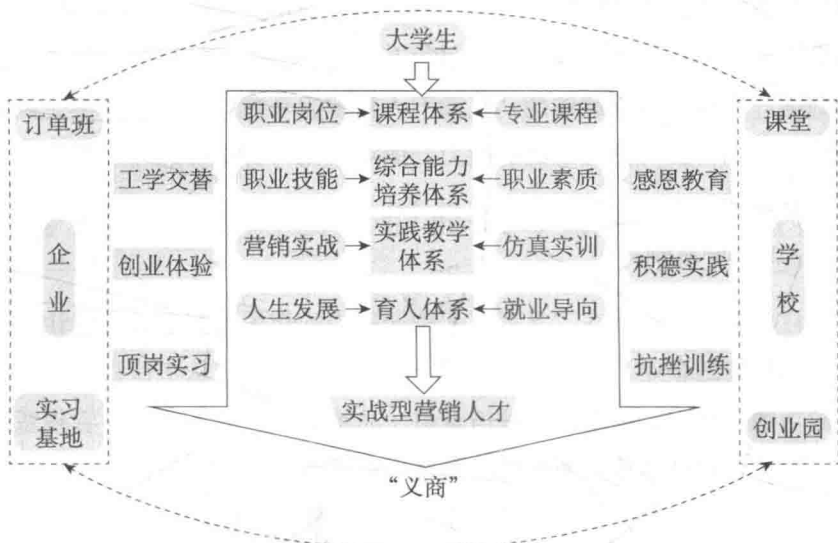
^② 参见《先生》编写组:《先生》,143页,北京,中信出版社,2012。

环境体系。在专业所在系部的三个楼层，建立了“义商”文化墙，将古代、近代和现当代的“义商”画像及简介悬挂在墙上，同时将本专业毕业生及在校生中讲求诚信、懂得感恩、拾金不昧的典型事迹在教学楼一楼大厅的醒目位置加以呈现。如2012届毕业的出生于特困生家庭的白朝阳，在校期间用打工所得的一半资助三位贫困生同学；2013届毕业生李朋超感恩母校，毕业四个月即将他自主创业设立琴行所获的部分利润购买了钢琴捐赠母校；在校生陆燕假期担任销售兼职时日经手资金达30余万元，却没有发生过资金纰漏；在校生郭广伟拾金不昧，拾到巨款在原地等待失主一小时，终将巨款交还失主。这些身边同学的事迹向营销专业学生传递了正能量，对“义商”人格塑造起到了很好的教育作用。此外，市场营销专业还编订“商德”养成读本，在新生入学当天发放，使新生一进入校园在接触学校的“金融、诚信、校友”三维文化的同时，也对系部的“商德”文化印象深刻。

三、“义商”人格塑造的路径与载体

市场营销专业以“正念、正言、正行”三正为基点培植心灵正能量，以感恩教育、积德实践、抗挫训练、工学交替、创业体验、顶岗实习为抓手，以课堂、创业园、订单班、实习基地为平台，构建职业素养体系，在营销实战中，培养“懂金融、会营销、抗挫折、善沟通、具有正确义利观和创新意识与能力”的高素质技术技能型人才，塑造“义商”人格。

“正念”即确立正确的义利观；“正言”即端正言论，确立实事求是的态度；“正行”则是要遵守行为规范。当代社会和市场普遍要求企业经营者遵循义利并重、公私兼顾、依法办事、公平买卖、讲究诚信、忠于职守、热诚服务、保护环境等商业伦理规范。作为培养企业生产、经营、管理一线的高素质技术技能型应用人才的高等职业院校商科类专业，在塑造“义商”人格的过程中，寻求适当的路径和载体，是必不可少的。



“义商”人格塑造的职业素养体系架构与载体

“义商”人格塑造过程中有几个重要的载体，主要包括：

(一) 积德实践

市场营销专业通过引导学生参加积德实践，学会大爱。系专业课程“商业文化伦理”专门设计了“积德实践卡”，让学生有意识地去关注身边需要帮助的人和事，并将其积德行为记录下来，让学生积善成德，勿以善小而不为，勿以恶小而为之。积德实践让学生明白营销人要有大爱。学生的“积德实践卡”中记录了他们参加义务献血、到敬老院看望孤寡老人、参加志愿者活动、捐助贫困地区儿童、拾金不昧、帮助身边的同学等善事，为“义商”人格塑造奠定了行为基础。

(二) 校中店

校中店是在校内设立的具有经营性质的真实门店。目前营销专业开设的校中店主要有三种形式：一是引企入校设立的校中店，如以企业品牌推广为主的“寸村朴茶坊”；二是校企合作共建的校中店，如“公众房网”金院店是校企合作的企业连锁经营门店，网易“印象派金色映