



Jaozhi Yuanxiao Xuesheng

Sixiang Zhengzhi Gongzuo

Pinpai Jianshe De Chuangxin Shijian

高职院校学生思想政治工作 品牌建设的创新实践

邵坚钢 / 著

中国矿业大学出版社

China University of Mining and Technology Press

高职院校学生思想政治工作 品牌建设的创新实践

邵坚钢 著

中国矿业大学出版社

内 容 提 要

本书在梳理宁波职业技术学院学生思想政治工作的基础上,对高职院校学生思想政治工作品牌建设从理论到实践进行了研究,形成了研究成果,为高职院校学生思想政治工作品牌建设提供了具有一定价值的理论支持和实践经验。

本书可供高职院校学生思想政治工作者参考阅读。

图书在版编目(CIP)数据

高职院校学生思想政治工作品牌建设的创新实践 /

邵坚钢著. —徐州:中国矿业大学出版社,2018.4

ISBN 978-7-5646-3930-3

I. ①高… II. ①邵… III. ①高等职业教育—思想政治教育—研究—中国 IV. ①G711

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2018)第 059700 号

书 名 高职院校学生思想政治工作品牌建设的创新实践

著 者 邵坚钢

责任编辑 史凤萍 陈振斌

出版发行 中国矿业大学出版社有限责任公司

(江苏省徐州市解放南路 邮编 221008)

营销热线 (0516)83885307 83884995

出版服务 (0516)83884895 83884920

网 址 <http://www.cumtp.com> E-mail: cumtpvip@cumtp.com

印 刷 江苏凤凰数码印务有限公司

开 本 787×960 1/16 印张 13.25 字数 238 千字

版次印次 2018 年 4 月第 1 版 2018 年 4 月第 1 次印刷

定 价 36.00 元

(图书出现印装质量问题,本社负责调换)

目 录

第一章 高职院校学生思想政治工作品牌建设概论	1
第一节 高职院校学生思想政治工作品牌建设概述	2
第二节 学生思想政治工作品牌的特征与内涵	4
第三节 高职院校学生思想政治工作品牌的构成要素	4
第四节 高职院校学生思想政治工作品牌的选育和运行	6
第二章 高职院校学生思想政治工作品牌建设的立足点和归宿	12
第一节 立德树人,服务学生成长成才	12
第二节 构建学生成长成才服务体系	18
第三节 打造学生思想政治工作品牌	22
第三章 高职院校学生思想政治工作品牌建设的保障机制	25
第一节 高职院校学生思想政治工作品牌建设的组织保障	25
第二节 高职院校学生思想政治工作品牌建设的队伍保障	30
第三节 高职院校学生思想政治工作品牌建设的制度保障	35
第四章 思想引领,坚定理想信念——共青团工作创新发展	39
第一节 高校共青团思想引领工作的背景与内涵	39
第二节 宁波职业技术学院共青团思想引领的实践	43
第三节 宁波职业技术学院共青团思想引领工作的成效	46
第四节 新时代高职院校共青团思想引领的新策略	49

第五章 培养自信,夯实成功基础——成功教育的探索	58
第一节 成功教育的背景	58
第二节 成功教育的内容	61
第三节 成功教育的特征	66
第四节 成功教育的实践与创新	67
第六章 体验慈善,塑造感恩人格——思源文化的实践与创新	73
第一节 思源文化教育实践基地的建设理念与目标	74
第二节 思源文化教育实践基地的运作模式	76
第三节 思源文化教育实践的成效与创新	78
第四节 思源文化教育实践基地的推广价值	81
第七章 厚植沃土,涵养创新精神——创新创业教育的探索	89
第一节 创新创业教育的背景与内涵	90
第二节 高职院校创新创业教育的实践和探索	91
第三节 高职院校创新创业教育的创新发展	99
第八章 赓续薪火,传承优秀文化——“非遗”文化育人的实践	113
第一节 高校参与非物质文化遗产保护的基础	114
第二节 高职院校非物质文化遗产的教育与传承	115
第三节 宁波职业技术学院“非遗”文化育人的探索	116
第四节 “非遗”文化育人的深化	119
第九章 人文雅舍,营造育人环境——学生社区育人的探索	129
第一节 学生社区文明寝室建设的背景与内涵	129
第二节 学生社区文化育人的探索与创新	132
第三节 学生社区育人工作的深化	138

第十章 高职院校学生思想政治工作新时代的机遇与挑战	147
第一节 高职院校学生思想政治工作迎来新时代	147
第二节 高职院校学生思想政治工作的挑战	148
第三节 高职院校学生思想政治工作的创新发展	153
附录	164
附录一 高校学生思想政治工作的有关文件	164
附录二 媒体对宁波职业技术学院学生工作的部分报道	190
参考文献	199
后记	205

第一章 高职院校学生思想政治工作品牌建设概论

进入 21 世纪以来,伴随着经济全球化和信息技术的发展,国家与国家之间的联系日益紧密,但彼此之间的竞争也越来越激烈。几乎所有的国家认识到,高等教育在国家未来发展中的重要性,人才是保持竞争优势的核心和关键因素。

为了满足 21 世纪知识经济社会对更多高素质人才的需求,向更多的学生提供接受高等教育的机会,联合国和世界各国都推出了一系列教育宏观发展战略文件。2015 年 11 月 4 日,联合国教科文组织在巴黎总部通过并发布了“教育 2030 行动框架”,认为教育是人类的基本权利,以使人人获得终身学习的机会为目标,提出了进一步推进全球教育发展的七大目标和行动举措。

2016 年 9 月,美国研究所与美国教育部联合发布了《STEM 2026: STEM 教育创新愿景》(STEM 2026: A Vision for Innovation in STEM Education)。该报告旨在促进 STEM 教育公平以及让所有学生都得到优质 STEM 教育的学习体验,对实践社区、活动设计、教育经验、学习空间、学习测量、社会文化环境等六大方面提出了愿景规划。

德国联邦政府与州政府于 2007 年共同出台了一项中长期发展规划——《高等教育协定 2020》。海湾国家阿拉伯联合酋长国制定《愿景 2021 国家议程》教育战略,对原有的教育体系进行彻底改革,提倡本土创新的战略理念,确立培养卓越人才的目标,打造本土意识与全球视角并重、兼顾素质教育和人才需求、集智能化和绩效管理为一体的教育体系。

2010 年 7 月,国家中长期教育改革和发展规划纲要工作小组办公室发布《国家中长期教育改革和发展规划纲要(2010~2020 年)》。在该文件中,提出要“大力发展职业教育”,并认为“发展职业教育是推动经济发展、促进就业、改善民生、解决‘三农’问题的重要途径,是缓解劳动力供求结构矛盾的关键环节,必须摆在更加突出的位置。职业教育要面向人人、面向社会,着力培养学生的职

业道德、职业技能和就业创业能力”，并希望“到 2020 年，形成适应经济发展方式转变和产业结构调整要求、体现终身教育理念、中等和高等职业教育协调发展的现代职业教育体系，满足人民群众接受职业教育的需求，满足经济社会对高素质劳动者和技能型人才的需要”。

事实上，高等职业教育作为我国高等教育的重要组成部分，在最近十几年来得到了快速的发展。2006 年教育部颁布的《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》明确指出高等职业教育作为高等教育发展中的一个类型，肩负着培养面向生产、建设、服务和管理第一线需要的高技能人才的使命，在我国加快推进社会主义现代化建设进程中具有不可替代的作用。国务院 2014 年召开全国职业教育工作会议，印发《关于加快发展现代职业教育的决定》，更是进一步推动了高等职业教育的快速发展。

截至 2015 年，全国独立设置的高职院校达 1341 所，招生数 348 万，毕业生数 322 万，在校生数 1048 万，占到高等教育的 41.2%，全年为社会提供技术培训超过 2000 万人次。高等职业教育已经成为高等教育的重要组成部分。

与此同时，我国高等职业教育还存在着人才培养目标模糊、特色不鲜明，人才培养质量不高，发展定位不准确，课堂教学质量不高等问题。要提高高等职业教育的人才培养质量，高职院校要从教学、科研、社会服务、思想政治教育和文化建设等众多方面加以提升。

第一节 高职院校学生思想政治 工作品牌建设概述

党的十八大和十九大报告均明确指出“把立德树人作为教育的根本任务”。2015 年，教育部印发了《高等职业教育创新发展行动计划(2015~2018 年)》，指出要“健全学生思想政治教育长效机制，创新网络思想政治教育方式方法”，“充分发挥校园文化对职业精神养成的独特作用，推进优秀产业文化进教育、企业文化进校园、职业文化进课堂，将生态环保、绿色节能、循环经济等理念融入教育过程”。

联合国教科文组织在其《职业技术教育战略(2016~2021)》中明确要“重视和加强其他职业技能的教育和培训，如品格教育、发展动机、积极的价值观以及拥有明智的判断力。职业技术教育旨在通过提供有效的职业技术教育和培训推动终身教育的发展以及创造一个更加和谐的个体和社会(a more balanced

individual and society)”^①。

高校培养什么样的人、如何培养人以及为谁培养人这是个根本问题。要坚持把立德树人作为中心环节,把思想政治工作贯穿教育教学全过程,实现全程育人、全方位育人,努力开创我国高等教育事业发展新局面。这是习近平总书记在2016年12月召开的全国高校思想政治工作会议上讲话的核心内容。

2017年12月,在纪念全国高校思想政治工作会议召开一周年之际,教育部印发了《高校思想政治工作质量提升工程实施纲要》,提出要“以立德树人为根本,以理想信念教育为核心,以社会主义核心价值观为引领,以全面提高人才培养能力为关键,强化基础、突出重点、建立规范、落实责任,一体化构建内容完善、标准健全、运行科学、保障有力、成效显著的高校思想政治工作质量体系,形成全员全过程全方位育人格局,切实提高工作亲和力和针对性,着力培养德智体美全面发展的社会主义建设者和接班人,着力培养担当民族复兴大任的时代新人,不断开创新时代高校思想政治工作新局面”。该文件将进一步推动高校思想政治工作会议精神落地生根,大力提升高校思想政治工作质量。

学生工作是高校工作的重要组成部分,培育人才、促进发展、提供服务是它的根本任务。学生工作担负着人才核心素质的培养任务,一定程度上体现着学校的核心竞争力,贡献于学校声誉、名望、地位的造就与巩固。因此,树立强烈的品牌意识,扎实开展学生工作品牌建设,可以给当下高校事业的发展注入新的活力和推力,获得理想的增值效应^②。

高职教育为国家培养生产、建设、管理、服务一线的高素质高技能的人才,其最终成果是通过学生的整体素质体现出来的,所以学生是高职院校一切工作的最终指针。在高职院校中开展学生工作品牌研究,就是为了积极探索把握思想政治教育品牌培育的逻辑机理与实践路径,进而逐步培育一批知名度高、美誉度好的学生工作品牌,以此来推动和深化高职院校学生工作的内涵建设,最终实现提高人才培养质量的目标。

① 刘秉栋、张家雯:《〈职业技术教育战略(2016~2021)〉的背景、体系与特点》,载《职业教育研究》2017年第4期,第17页。

② 陈桂兰:《论高校学生工作品牌的建设》,载《南京工业职业技术学院学报》2014年第3期,第66页。

第二节 学生思想政治工作品牌的特征与内涵

品牌的英文单词 brand,源于古挪威文 brandr,意思是“烧灼”。人们用这种方式来标记家畜等需要与其他人相区别的私有财产。品牌也是一个经济学名词,是企业产品经营的一个概念,是以某些独特的品质属性为特征的事物的集合,是所有顾客认知的总和,是企业提供并由顾客受用的产品、服务以及感受三者的总和^①。在现代营销学意义上,品牌是一种名称、标记、符号、设计,或者是它们的组合运用,借以标识某种产品或服务,目的在于争取目标对象、赢得市场竞争力^②。

学校品牌建设的核心在于形成一种精神文化。相对于器物文化和制度文化而言,精神文化是更为内在的,精神文化的改变也是长期和后效的^③。

而大学生德育工作品牌的关系式不仅仅是学校教育工作者与大学生之间,同时也是学校、家庭、社会三者之间,网络德育与日常德育之间相互补充、相互促进、相得益彰,产生共振和谐振的规律与机制^④。

河北省社会科学基金委托项目《大学生思想政治教育工作品牌培育研究》课题组所给出的大学生思想政治教育工作品牌培育定义较为宽泛,指“利用特色资源,浓缩与整合教育理念、精神内核和文化内涵,在鲜明特色的基础上形成具有独特性、创新性、科学性、针对性和影响力的思想政治教育模式,并在‘两课’(马克思主义理论课和思想品德课)教学、日常思想政治教育(校园文化活动、社会实践、学生公寓管理等)、思想政治教育队伍建设等方面改革创新,打造为学生接纳和喜爱,针对性、实效性强的思想政治教育项目”^⑤。

第三节 高职院校学生思想政治工作品牌的构成要素

学生工作品牌的创建实质是由多种元素构成的,它需要由品牌教师、品牌学生、品牌活动、品牌成果作为其组成部分。

① 黄军伟、史慧明:《高校德育工作品牌的哲学思考》,载《江苏高教》2011年第6期,第118页。

② 菲利普·科特勒:《营销管理》,中国人民大学出版社2001年版,第73~75页。

③ 朱小蔓:《我对学校品牌管理的三大主张》,载《光明日报》2005年2月16日。

④ 黄军伟、史慧明:《高校德育工作品牌的哲学思考》,载《江苏高教》2011年第6期,第118页。

⑤ 黄永乐、赵红杰、胡海霞、陆岩:《大学生思想政治教育工作品牌培育初探》,载《河北师范大学学报(教育科学版)》2011年第2期,第100~103页。

一、品牌教师

教师水平决定高等教育质量,高素质的教师队伍是大学的核心竞争力。中共中央、国务院在发出的《关于进一步加强和改进大学生思想政治教育的意见》(简称16号文件)中明确指出:思想政治教育工作队伍是加强和改进大学生思想政治教育的组织保证。大学生思想政治教育工作队伍的主体是学校党政干部和共青团干部、思想政治理论课和哲学社会科学课教师、辅导员和班主任。

高职院校学生工作品牌的树立,要着力于依托和打造一批高素质、专业化的品牌教师队伍。其中要特别重视辅导员队伍的建设。

2006年,教育部印发了《普通高等学校辅导员队伍建设规定》(教育部令第24号),明确了辅导员的工作职责、聘任、培养等各个方面的内容。2013年,《普通高等学校辅导员培训规划(2013~2017年)》(教党〔2013〕9号)提出,构建高校辅导员队伍能力标准体系,推动高校辅导员队伍专业化职业化建设。2014年,教育部印发了《高等学校辅导员职业能力标准(暂行)》(教思政〔2014〕2号)的通知,较为系统地阐述了高校辅导员在职业能力方面应该具有的能力标准。2017年,教育部又对原来的《普通高等学校辅导员队伍建设规定》进行了修订,新的《普通高等学校辅导员队伍建设规定》(教育部令第43号)自2017年10月1日起开始实施,明确指出“辅导员是开展大学生思想政治教育的骨干力量,是高等学校学生日常思想政治教育和管理工作的组织者、实施者、指导者”,并重申要切实加强高等学校辅导员队伍专业化职业化建设。

在高职院校内可以建立辅导员名师(品牌)工作室和工作团队,打破不同分院辅导员的界限,让工作室与校园文化品牌挂钩,做到一个团队研究一个学生工作品牌项目,一个团队负责运作一个学生工作品牌。辅导员名师(品牌)工作室的内容可以包括民族事务管理工作室、志愿者服务工作室、校园法治工作室、心理咨询与服务工作室、新媒体工作室、创新创业工作室和辅导员职业能力提升工作室等,为高职院校少数民族学生管理、志愿者服务与管理、校园法治建设、大学生心理健康教育、网络思政、创新创业教育以及辅导员职业能力提升等提供有力的支持。真正做到一名品牌辅导员成就一个精品学生工作项目。

二、品牌学生

学生是高等教育服务的消费者,也是一所学校高等教育服务质量高低的检验者,毕业后的校友还是学校的活名片。学生工作的基础在于为学生提供优质

的服务,对于高等院校而言,就是能以品牌活动为载体,培养一批高素质高技能的品牌学生。

在学生工作品牌的创建过程中,一定不能仅仅只是为了满足教师成长的需要,一定要给学生搭建平台和舞台,依托各类创新创业竞赛、职业技能比赛、艺术及体育类活动,在社会主义核心价值观的引领下,培养学生具备良好的职业道德;踏实、细致、务实的工作态度;优秀的人际沟通能力和较好的创新意识,成为有文化、有素质、有责任感、有中华情怀又具备世界眼光的新一代社会主义接班人。

在高等教育大众化的今天,在培养高职院校品牌学生的过程中,一定要优化人才培养环境,注重采用激励机制,充分发展学生的个性。可以借鉴霍华德·加德纳的多元智能理论以及采用赏识教育的理念,改变以往单一的评价方式和学生观,要用欣赏和发现的目光去看待学生,要重新认识每位学生,作为教师要正确地引导和鼓励他们,创建“人人都可成才”的良好校园文化。

三、品牌活动

高职院校学生工作品牌的创建必须依托品牌活动的开展,可以说品牌活动就是学生工作品牌的内核,而品牌活动的策划则要依托学校里的各二级学院、学生工作处、团委等机构,充分发挥他们的主动性和创造性,使他们在日常教育管理、招生宣传服务、优良学风建设、艺术文化生活、校园安全稳定、就业创业指导和帮困助学等工作领域,贯穿先进的教育理念,凝练切实有效的工作方法,从而创建既满足需求又富有活力的学生工作品牌。

四、品牌成果

对于高职院校学生工作而言,所谓的品牌成果不是单指某一个项目、某一类群体的出彩,而是在校园内形成全员育人、全过程育人、全方位育人的良好氛围和工作机制,构建覆盖学生学习、生活全方位和贯穿学生成长成才全过程的学生发展服务体系。

第四节 高职院校学生思想政治工作品牌的选育和运行

学生工作品牌的选育与运行是一项比较复杂的过程,主要包括品牌调研、品牌定位、品牌构筑、品牌传播和品牌评估。

一、品牌调研

首先对学校现有的学生工作品牌现状或计划树立的品牌相关内容要了解,要进行详细的资料搜集。对已有的品牌主要了解其知名度、美誉度、现实状况等,了解自身在全省、全国高校中的地位以及国内外高校开展这一工作的前景。对于计划树立的品牌主要了解其未来在学校落地及发展的可能性,省内和国内其他高校开展的现状,面临的困难及问题等。

从本质上讲,开展高职院校学生工作品牌调研,就是要清晰把握竞争对手的情况,在综合考虑学校内部条件和外部环境的各种因素的情况下,制定学生工作品牌发展的最佳战略。

在分析方法的选择上,比较通用的是可以采用 SWOT 分析法,它最早是由美国旧金山大学 H. Weihrich 教授于 20 世纪 80 年代初提出并被广泛应用在战略案例领域。

所谓 SWOT 分析,就是将与研究对象密切关联的优势因素、弱势因素、机会因素和威胁因素通过调查分析,并依照一定的次序按矩阵形式罗列起来,然后运用系统的研究方法,将各因素相互匹配起来进行分析研究,从中得出一系列相应的结论。

SWOT 分析可以运用各种调查研究直接方法,分析出高职院校学生工作所面临的外部因素和内部能力因素。

1. 外部环境因素

外部环境因素即机会因素(O)和威胁因素(T),它们是外部环境中对高职院校学生工作发展有直接影响的有利和不利因素。机会因素应考虑的因素有:政府对高等职业教育日益重视;高等教育政策推动的高校体制改革和管理制度的更新;高校思想政治教育工作成为社会关注的热点。主要威胁因素是:高等职业教育体制改革落后,高等教育大众化带来的学生生源质量下降以及不同高职院校之间的竞争日益激烈等。

2. 内部能力因素

内部能力因素即优势因素(S)和弱势因素(W),它们是高职院校学生工作在发展过程中自身存在的积极和消极因素。优势因素有:高职院校在学工工作领域的核心竞争力;创新的管理体系;高水平的教师和管理人员队伍以及未来发展潜力等。劣势因素有:学生工作的管理体制落后,效率不高;与同类型、同

层次的学校相比竞争力不强等。

将 SWOT 分析运用在高职院校学生工作品牌创建中,可以在全面分析当前高职院校学生工作所具备的优势和劣势以及所面临的机会和威胁的基础上,为学校确定有效的学生工作品牌定位,尽量发挥高职院校学生工作的优势,抓住机会,避开威胁,扭转劣势,从而赢得战略上的积极主动。

二、品牌定位

在高等教育大众化的今天,高职院校学生工作品牌能否成功,能否提升学校的综合竞争力和可持续发展能力,能否被学校师生和其他高校认同,准确的品牌定位就显得非常重要。

高职院校要依据国家宏观经济和社会发展的要求,通过对国内外高等职业教育发展的状况、趋势以及学校自身现状的把握,确定未来学校学生工作在一定时期内的发展规划和发展目标,既要有理想和信念的追求,又要脚踏实地,符合学校的实际状况,满足学生成长和成才的需要。从内容上来看,高职院校学生工作品牌定位可以包括总体发展目标定位、服务面向定位、项目类型和层次定位、人才培养目标定位和特色定位等方面。

高职院校学生工作品牌定位还要注意以下几个方面:一是学校党委在其定位的过程中要加强把关和引导,要把学生工作品牌建设与党委中心工作有效结合起来;二是高职院校要从全面和长远的角度出发,立足于学生的需求,进行科学的规划,要做好长期坚持,持之以恒推进工作品牌创建的心理准备;三是学生工作品牌的建设还要有助于参与该品牌创建的教师、辅导员和其他管理人员的自我提升,使他们从学生工作品牌创建的参与者成为品牌建设的受益者。

三、品牌构筑

高职院校学生工作品牌的构筑,目的是为了提高学校的文化内涵,在社会主义核心价值观的引领下,通过有效传播学生工作品牌文化,使学校能够始终保持青春的活力和激昂的状态。在深入开展品牌调研、明确品牌定位以后,接下来最主要的就是开始品牌构筑的过程。

(一) 组建高效的领导组织机构

一般而言,学生工作品牌的建设深受学校办学理念、办学定位和校园文化的影响,因此,高职院校办学决策者的信念、价值观将在高职院校学生工作品牌的创建和发展过程中起到决定性的影响。

高职院校要成立学生工作品牌领导小组,组建以学校党政领导为主,学工部门负责人、教务处、团委和各二级学院协作,以专业主任、班主任、学生会干部为骨干,教职工全员参与的学生工作品牌工作网络。全校所有教职员工作都是学生工作品牌的倡导者和实践者,只有这样,学生工作品牌建设才能得以真正实施和落地。

(二) 创建卓越的工作团队

在学生工作品牌运行和管理的过程中,一支卓越的工作团队就显得非常重要。高职院校学生工作品牌构建的团队可以按照务实卓越的要求,通过制定清晰目标、合理配置人员结构、规划明确任务、建立有效沟通和培育优秀团队文化等措施,为高职院校学生工作品牌的建立和发展奠定坚实的基础。

(三) 精选优秀的工作品牌

优秀的学生工作品牌是高职院校内涵的外在表现,可以展现一所学校独特的有别于其他学校的办学气质,因此,在学生工作品牌的创建过程中,高职院校要突出特色和优势,要进行全面深入的研究和分析,既要回顾学校的办学历史,又要立足现实,对学校所处的区域特征、文化传统、校风学风和师资状况等都有充分的了解和掌握。优秀的学生工作品牌从来都不是建立在空中楼阁基础上的,它是从我们伟大民族的历史发展中,从学校发展建设的浪潮中,从教育教学的实践中,从师生员工的需求中,逐渐形成具有本校特色的学生工作品牌。

在工作品牌的树立过程中,特别要注意两点:一是要树立精品意识。高等职业教育发展到现在,越来越注重内涵建设,对于学生工作而言,内涵建设的关键就是要注重品牌建设。要综合高职院校办学实践中形成的人才、学科等各类优势,在此基础上规划学生工作品牌。二是要注重地域意识。大部分高职院校都是地方高校,有鲜明的地域特征。因此,高职院校学生活动既要立足校园文化,又要服务和发展区域文化,主动满足地方社会经济发展的需求。

(四) 凝练先进的教育理念

德国存在主义哲学家雅斯贝尔斯在其著作《什么是教育》中指出“真正的教育应先获得自身的本质。教育须有信仰,没有信仰就不称其为教育,而是教学的技术而已”^①。大学是最高层次的教育机构,必须有自己的信仰、自己的教育理念和价值追求,并用自己的教育理念指导实践,引导大学向正确的方向发展。

^① 雅斯贝尔斯:《什么是教育》,邹进译,三联书店1991年版,第44页。

也只有这样,大学才能进一步确定它的实践原则和方向,找到它存在的意义^①。

经过归纳,目前我国高等教育的理念主要有人本理念、产学研三足鼎立的理念、人文和科学相结合的理念、可持续发展的理念、多元化的理念、国际化的理念、产业发展的理念和开放的理念这八类^②。

教育理念是先导,而先进的教育理念可以凝聚共识,温暖人心,催人奋进,在学生工作品牌的创建和发展过程可以起到决定性的影响。在高职院校构筑学生工作品牌的过程中,我们要弘扬社会主义核心价值观,弘扬中华民族传统文化,并凝练出学校自身的教育理念,从而激发学生的民族自豪感、爱国主义情怀以及对母校的认同感。

四、品牌传播

传统的市场营销学观点认为品牌传播是指品牌所有者通过广告、促销活动、公关关系、人际沟通等多种传播策略及各种传播工具,与外部目标受众进行的一系列关于品牌资讯的交流互动。它以构建品牌、维护品牌与消费者及其他利益相关者之间的正向关系为目标,旨在促进目标受众对品牌的认知、体验和信任,从而最大化地增加品牌资产^③。

高职院校学生工作品牌的宣传和推广,知名度和美誉度的提升,离不开全校师生共同努力。要选准与品牌形象定位、文化内涵相一致的载体,并积极宣传载体,利用载体的影响力来扩大学生工作品牌的知名度。载体应不仅仅局限于学校内部,要积极与社会接触,与政府、社会团体、媒体合作,扩大品牌的影响力,利用社会媒体来宣传品牌,使品牌走出校园,最大限度地被社会所知晓与了解^④。

在目前网络社会的前提下,学生工作品牌的传播要特别注意借助新媒体手段,强化口碑传播,利用人与人之间直接交流信息的这种沟通方式来传播学生工作品牌资讯。同时,对于一些损害学生工作品牌美誉度的危机事件,学校也要迅速妥善有序处理,及时回应校内师生和社会的关切。

① 邢宝君:《浅析大学教育理念》,载《中国高教研究》2004年第3期,第36页。

② 刘相明:《我国高等教育理念创新研究》,华中师范大学2004年硕士论文,第4页。

③ 张明立、冯宁:《品牌管理》,清华大学出版社2010年版,第158页。

④ 王茂清:《学生思想政治教育作品品牌培育研究》,载《华章》2012年第13期,第124页。

五、品牌评估

高校的品牌战略管理是一种面向未来的动态管理,品牌战略的制定、实施方案的调整、战略实施结果的评判都需要分析和评估,科学评估是有效实施品牌战略的重要保障。对高职院校学生工作品牌的评估,要注意将品牌的内在品质与外在表现相结合,充分体现高校品牌价值的综合性;还要注意定性分析与定量分析相结合,充分利用专家库中各类专家的经验,对影响品牌价值的因素进行判断和分析^①。

品牌的经营都经过了保护、维持和创新,为了始终保证学生工作品牌的高质量和高水平,必须注重评估和反馈的实效性,将质量意识和品牌意识始终贯穿于高职院校学生工作品牌建设的始终。

^① 王国平:《品牌制胜:高校品牌战略体系的构建及实施》,知识产权出版社2012年版,第324,340页。