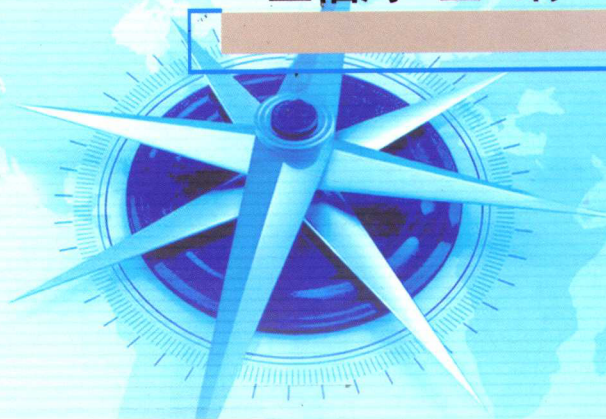


职业院校专业创新团队 建设的实践与探索

Zhiye Yuanxiao Zhuanye Chuangxin Tuandui
Jianshe de Shijian yu Tansuo

王福海 主 编



中國農業大學出版社

ZHONGGUONONGYEDAXUE CHUBANSHE

内容简介

职业院校专业创新团队 建设的实践与探索

王福海 主编

中国农业出版社

• 北京 •

内容简介

本书将 20 个创新团队建设的实践经验成果进行总结提炼,以达到专业创新团队的示范、辐射、带动作用。

图书在版编目(CIP)数据

职业院校专业创新团队建设的实践与探索/王福海主编. —北京:中国农业大学出版社,2015.7

ISBN 978-7-5655-1321-3

I. ①职… II. ①王… III. ①职业教育-专业技术人员-组织管理学-研究
IV. ①G717

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 157065 号

书 名 职业院校专业创新团队建设的实践与探索

作 者 王福海 主编

策划编辑 姚慧敏 伍 斌

封面设计 郑 川

出版发行 中国农业大学出版社

社 址 北京市海淀区圆明园西路 2 号

电 话 发行部 010-62818525,8625

编辑部 010-62732617,2618

网 址 <http://www.cau.edu.cn/caup>

经 销 新华书店

印 刷 北京鑫丰华彩印有限公司

版 次 2015 年 7 月第 1 版 2015 年 7 月第 1 次印刷

规 格 787×1 092 16 开本 12.5 印张 168 千字

定 价 34.00 元

责任编辑 冯雪梅

责任校对 王晓凤

邮政编码 100193

读者服务部 010-62732336

出 版 部 010-62733440

E-mail cbsszs @ cau.edu.cn

图书如有质量问题本社发行部负责调换

目 录

市场营销专业创新团队建设成果案例分析	1
应用电子技术专业创新团队建设成果案例分析	17
烹饪专业创新团队建设成果案例分析	24
数字媒体技术专业创新团队建设成果案例分析	31
工商管理专业创新团队建设成果案例分析	38
安全保卫专业创新团队建设成果案例分析	51
建筑装饰专业创新团队建设成果案例分析	61
汽车运用与维修专业创新团队建设成果案例分析	69
酒店服务与管理专业创新团队建设成果案例分析	84
药剂专业创新团队建设成果案例分析	91
楼宇智能化工程技术专业创新团队建设成果案例分析	99
商业广告设计专业创新团队建设成果案例分析	108
机电设备安装与维修专业创新团队建设成果案例分析	116
文秘专业创新团队建设成果案例分析	125
速录专业创新团队建设成果案例分析	134
供用电技术专业创新团队建设成果案例分析	144
会计专业创新团队建设成果案例分析	152
物流服务与管理专业创新团队建设成果案例分析	164
软件技术专业创新团队建设成果案例分析	173
国际商务专业创新团队建设成果案例分析	183

市场营销专业创新团队建设成果 案例分析

北京联合大学

团队带头人:李宇红

团队核心成员:苏艳芳、李慧凤、刘军、杨洁、张苏雁、姚迪、逢增钢

一、项目及专业创新团队简介

解决人才培养结构与社会需求结构不适应的突出矛盾,我国正在把原来镶嵌于普通教育、学历教育体系之中的职业教育逐渐分离出来,按照职业教育的特点和规律加以梳理和重构,建立具有中国特色的现代职业教育体系,丰富终身教育途径和搭建人才成长立交桥。北京明确提出“十二五”期间职业教育制度研究和构建现代职业教育体系是重点工作,本项目以北京构建职业教育体系及职业教育分级制改革为背景,依托于职业教育分级制改革试验项目——北京联合大学市场营销专业分级制度试点,该专业社会吸引力较强,职业分级特点明显,以此专业为样本展开职业教育分级标准研究,其研究成果及经验对于其他财经类专业职业教育分级研究及实践具有极强的示范及借鉴意义。

市场营销专业职业教育分级改革创新团队将项目研究中的方法理论与专业、课程实践相结合探索教育教学模式,提升团队成员的职业教育教学理论水平和执教能力,增强与企业的深度合作,建立新型的职业教育教学团队,在构建

“现代职业教育体系”的同时创建现代职业教育体系下的市场营销专业职业教育创新团队。

二、市场营销专业创新团队建设过程

(一) 团队建设初期

团队建设伊始,共有成员 8 名,7 名本校教师,1 名企业专家,团队成员年龄结构合理,从 29~48 岁,平均年龄 35 岁(表 1),其中,团队带头人具有教授职称,是北京市优秀教师,北京市教学名师,北京市“市场营销”精品课程主持人。团队中有本校 3 名核心成员全部是高级职称,职称结构合理,团队成员的专业和研究专长主要集中在市场营销、市场调研以及与之有关的经济学、医药营销、商业销售方面,基础较好,但是距离职业教育分级改革创新团队的要求还有一定差距,比如青年教师的执教能力、科研能力等方面还需进一步提高,为此,团队制定了全套的培养考核机制。

表 1 专业创新团队建设前的人员职称与结构

团队核心成员基本情况(本校)					
序号	姓名	出生年月	学历/学位	专业技术职务	主讲课程
1	李宇红	1963.10	硕士	教授	市场营销、创业实践
2	苏艳芳	1969.10	硕士	副教授三级	市场调研、管理学基础
3	李慧凤	1965.3	在读博士	副教授二级	经济学基础
4	刘军	1977.6	硕士	讲师三级	市场营销、商务谈判
5	杨洁	1979.9	硕士	讲师三级	市场营销、管理学基础
6	张苏雁	1981.10	硕士	讲师三级	经济学基础、ERP
7	姚迪	1982.3	硕士	助教	统计学
团队核心成员基本情况(行业企业、其他院校)					
序号	姓名	出生年月	学历/学位	专业技术职务	工作单位
8	逢增钢	1971.10	本科/学士	造价工程师	用友集团用友大学营销学院

(二) 团队建设过程

1. 团队建设理念的凝练——形成“容、融、熔、荣”团队价值观

市场营销专业职业教育分级创新团队获得立项后,团队负责人带领团队成员极力打造建设一个包容、开放的团队文化,提出“容、融、熔、荣”的团队价值观,以实现团队中知识、经验、教学资源的共享与增值,营造一个资源共享、自由表达、身心愉悦、情感交流的合作氛围。

(1)根据团队成员各自的特点和优势,对照建设任务书和实施方案,合理安排分工。团队成员的教学技能、教学经验、实践技能与经验、研究能力等方面各有不同,本团队充分发挥每位成员的优势合理分配任务,达到任务与人的高效配置以实现优势互补,共同发展,共同提高。

(2)建立定期和不定期分级制校企联席会议制度,形成沟通与合作机制。定期联席会议是在每周四,主要反馈工作进展,研讨设计与实施差距,完善不足,制订下一步工作计划;不定期制度主要对出现的重大问题和亟待解决的工作内容进行集体探究交流,制定措施和实施步骤,立项以来,不定期制度至今已展开了10余次。

(3)落实团队成员培养制度,保证团队成员及时跟踪职业教育教学科研最前沿。团队成员进行年度培养规划,参加用友公司信任销售、营销策略沙盘等各种企业培训和职业拓展,获得用友颁发的职业资格证书。选派李慧凤等4人赴湖南参加职业教育教学实践研讨会,选派陈道志赴新加坡考察培训,选派杨洁等6人赴新疆参加课程建设研讨,与参会专家、老师和企业代表交流座谈,调研分析了目前相关职业发展趋势。

2. 团队建设途径——以团队成员培养为例

团队成员培养是团队建设的重要内容,团队负责人重视在团队中营造一种合作学习教育教学理论、教育技术与专业知识,共享课程知识、教学经验、教育信息和学习能力的环境氛围,想方设法为团队成员创造学习的机会与平台。具体做法如下:

(1)团队实行导师制。团队成员共有8名,团队负责人李宇红教授,是北京市优秀教师、北京市教学名师,北京市市场营销精品课程负责人,职业教育学术功底深厚,是团队成员成长的总设计师和导师;团队核心成员苏艳芳、李慧凤、逢增钢等都具有深厚的职业教育理论功底与丰富的实践经验,是专业团队建设的中坚力量,4位导师各指导1名青年教师,从他们的职业生涯规划、教学技能、科研等进行全面具体的指导。

(2)夯实职业教育理论功底,提高职业教育理论修养。通过开展读书会,参加全国高端职业教育论坛、培训、讲座,国外考查,开阔视野,指导团队成员系统学习职业教育理论和教学法,掌握职业教育理论研究的前沿、趋势及实践进展。2012年11月,李慧凤教授赴澳大利亚对西澳大利亚州中央技术进行了考查,围绕中央技术学院职业教育专科文凭申请本科文凭的实施办法、职业教育本科与学术型本科的特点、职业教育体系与普通高等教育体系的衔接沟通、职业教育教师教学质量的评价、教学资源的开发等问题进行了深入的交流与讨论,其中不少理念做法对我国职业教育改革与发展具有重要借鉴意义。

(3)增强教师的执教能力。通过研究建立“市场营销专业分级标准”,深化团队成员对现代职业教育体系的理解和认识,提升了团队成员的执教水平。通过指导青年教师参加学校教案设计、说课、讲课比赛、名师课堂讲学示范及观摩,团队青年教师执教能力得到显著提高,在学校的教学质量综合评价中名列前茅,其中2012年9月,新发展的团队第二梯队成员李伟参加青年教师说课比赛,荣获全校第一。

(4)校企合作,支持团队成员参与企业实践,提升双师能力。依托北京市职业教育分级制度研究——市场营销专业分级试点项目,团队与紧密合作的企业单位——用友集团建立了专业教师实践基地,制订了成员参与企业实践计划。两年来张苏雁、姚迪两位老师在用友企业兼职实践,其他成员也以不定期的形式参与企业实践,确保教师不断更新和充实企业工作经历,实现了理论与实际的结合、学校与社会的沟通,加深了对职业教育的理解,进一步激发了对专业的

兴趣。

(5)帮助团队成员凝炼科研方向,提高科研能力。培养人才、科学研究、社会服务是高等教育的三种重要职能。要做好科研,首先教师个人必须有明确的科研方向,而团队青年教师大多没用自己明确的科研方向,使得科研成果无法聚焦、无法就某个方向展开持续、系统深入的研究,不利于科研能力的提高。为此,团队负责人带领团队梳理学科的内在发展趋势及逻辑,并结合教师的学术特长、区域经济发展动态以及科研方向学术发展的生命周期等因素帮教师找到科研方向,将经管系专业进行整合,成立了以专业群为支撑并且科研、创新与实践活动贯穿始终的教研室结构,如图1所示。



图1 经管系专业群整合示意图

另外,团队内还组织开展科研专题培训,并指导团队成员撰写科研论文、申报各级课题,对团队教师发表论文或申报课题给予资金支持,通过上述工作,团队成员的科研能力得到显著提高。

3. 团队的管理

(1)形成优势互补、合理分工、安排有序的组织架构。根据团队成员各自的特点和优势,对照建设任务书和实施方案,合理安排人员分工,形成团队负责

人-研究小组-团队秘书-课程主讲教师优势互补、合理分工的组织架构。如图 2 所示。

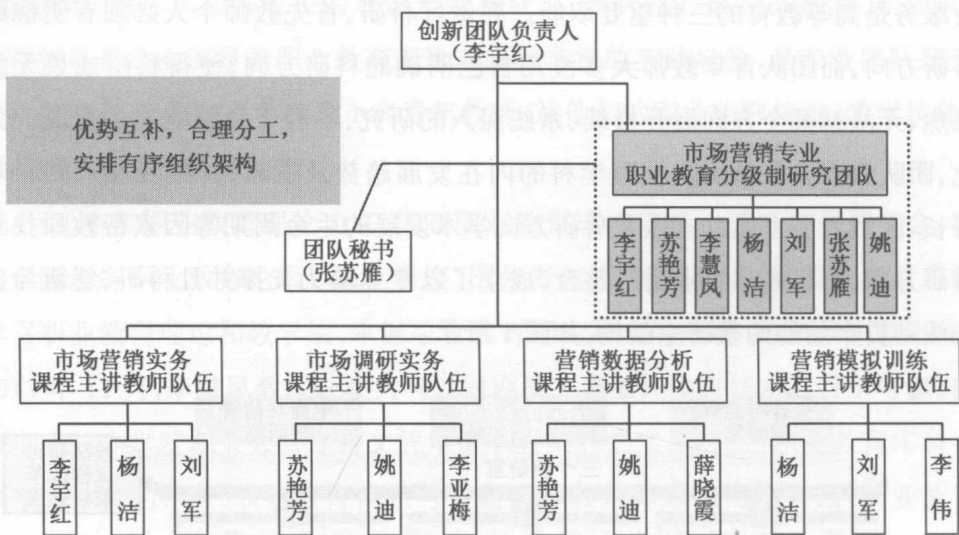


图 2 创新团队组织架构图

(2)通过团队结构优化机制建设及团队考核激励机制建设打造团队整体实力。

①团队结构优化机制建设。培养选拔年轻教师,吸收到团队中来,保持团队鲜活的战斗力,提升团队影响力。本年度上半年,根据团队的发展目标及教师的个人表现和发展潜力,吸收了李伟、陈道志、王秦等 4 名青年教师作为团队第二梯队成员。

②团队考核激励机制建设。采用物质奖励、精神奖励等多种方式,及时奖励在团队建设工作中做出贡献的团队成員,奖金数额和奖励级别严格与工作业绩考核挂钩,最大限度调动团队成員的积极性与创造性,确保各项建设任务顺利完成。

③保障措施建设。每位老师制订“职业发展规划”,至少申报 1 项校级以上教学研究项目,将团队发展与个人职业生涯发展相结合,通过以老带新、攻关项

目组以及青年俱乐部等团队管理形式,形成强大的团队凝聚力和创造力。

(三)成果体现及应用

1. 团队梯队的扩充

团队成员由第一梯队扩充到第二梯队共计 12 名,11 名专职成员,1 名企业专家,如表 2 所示。其中 4 名团队核心成员为双师型教师。团队中 3 名专职核心成员全部是高级职称,1 名企业专家是单笔销售过千万的销售高手,是用友营销学院院长,其著作出版后成为畅销书,同时对国外营销模型颇有研究,带领的营销学院在企业培训市场有 80 万客户,具有极高的社会影响力和广泛认可度。

表 2 专业创新团队建设后的人员职称与结构

团队核心成员基本情况(本校)					
序号	姓名	出生年月	学历/学位	专业技术职务	主讲课程
1	李宇红	1963.10	硕士	教授	市场营销、创业实践
2	苏艳芳	1969.10	硕士	副教授一级	市场调研、管理学基础
3	李慧凤	1965.3	在读博士	教授	经济学基础
4	刘军	1977.6	硕士	讲师一级	市场营销、商务谈判
5	杨洁	1979.9	硕士	讲师一级	市场营销、管理学基础
6	张苏雁	1981.10	硕士	讲师一级	经济学基础、ERP
7	姚迪	1982.3	硕士	讲师三级	统计学
8	陈道志	1981.6	硕士	讲师一级	数据挖掘与调研
9	王秦	1978.1	博士	讲师一级	实践教学平台建设
10	李伟	1974.12	在读博士	副教授二级	实践教学研究
11	孙晓鲲	1973.5	在读博士	副研究员	职业教育教学研究
团队核心成员基本情况(行业企业、其他院校)					
序号	姓名	出生年月	学历/学位	专业技术职务	工作单位
12	逢增钢	1971.10	本科/学士	造价工程师	用友集团用友大学营销学院

2. 对整体教学团队的促进作用

创新团队经过两年的建设,成员在专业能力、实践能力、科研能力等方面均取得令人欣喜的成长,取得的成果无论从数量还是质量上都有了质的飞跃。

(1)执教能力方面。2012年李伟讲授的市场营销获得北京联合大学应说课比赛一等奖;2011年刘军讲授的医药商品获得北京联合大学说课比赛二等奖;2013年姚迪讲授的统计学基础获得北京联合大学应用科技学院执教能力比赛三等奖等。

(2)科研能力方面。2012年李慧凤老师职称由副教授晋升为教授,并于2013年一举拿下了北京教育科学“十二五”规划重点课题《城镇化视角下我国职业教育供求协调发展路径研究》,从全市职业院校选拔出来的几十名优秀教师中脱颖而出,荣获北京市职教名师这一“北京市职业院校教师素质提高工程计划”最高荣誉。2013年杨洁继获得北京市青年英才计划项目《基于学习者角度的高职市场营销实务实验课程的教学质量评价指标的因子分析》后,在第二届北京市职业院校教师素质提高工程计划中又获得北京市职业院校优秀青年骨干教师称号,成为青年教师新生代的优秀代表。2013年,陈道志作为2012年的北京市职业院校优秀青年骨干教师被派往新加坡南洋理工大学访问学习两个月。今年,团队中每位老师在科研方面都取得了更多的突破。

3. 团队成员取得的成果

见表3。

表3 专业创新团队建设成果一览表

1. 李宇红:主持北京市教委项目《高职实践教学评价指标体系研究》,经费5万元
2. 李宇红:主持北京市教委项目《市场营销职业教育本科人才培养模式研究》经费100万元
3. 李宇红:主持北京联合大学教育教学研究重点项目《高职实践教学评价指标体系研究》,经费2万元

续表 3

4. 李慧凤:主持北京教育科学“十二五”规划重点课题《城镇化视角下我国职业教育供求协调发展路径研究》经费 5 万元
5. 李慧凤:主持北京市职业教育素质工程——2013 年职教名师项目,经费 5 万元
6. 李慧凤:出版著作《北京低碳城市建设理论与实践研究》,国防工业出版社
7. 李慧凤:参与国家社会科学基金项目《企业生态文明意愿研究》项目,主要成员
8. 杨洁:主持北京市职业教育素质工程——《职业院校优秀青年骨干教师项目》,经费 1 万元
9. 杨洁:主持北京市高校“青年英才计划”项目——《基于学习者角度的高职〈市场营销实务〉实验课程的教学质量评价指标的因子分析》,经费 5 万元
10. 杨洁:主持北京联合大学 2013 年高等职业教育特色实践类课程建设《导游综合实训》,经费 4 万元
11. 杨洁:2013 年全国职业院校市场营销技能大赛学生三等奖,获优秀指导老师
12. 杨洁:北京联合大学高等职业教育实践能力提升项目——《基于奢侈品营销环境的燕莎奥特莱斯营销策略分析》,指导教师
13. 杨洁:主持横向课题:《四川蓝剑饮品集团有限公司企业质量文化构建研究》,经费 1.5 万元
14. 陈道志:发表论文《“务虚”“趋实”催生的新型商业模式》,科技日报(理论版)
15. 陈道志:发表论文《B2C 商城的搜索引擎优化策略研究》,中国电子商务杂志
16. 陈道志:发表论文《“以赛促学、以赛促教”的经管类高职生实践能力培养模式研究与实践》,教育教学论坛杂志
17. 陈道志:出版著作《网络营销实战解密》,中国财富出版社
18. 张苏雁:主持北京联合大学 2013 年高等职业教育特色实践类课程建设《企业资源管理模拟经营实践》,经费 4 万元
19. 张苏雁:北京联合大学“启明星”大学生科技创新项目《新华保险 i 守护定期寿险市场推广方案调研》,指导教师
20. 刘军:主持横向课题:《北京鑫华盛业科技有限公司市场营销策划》,经费 5 万元
21. 刘军:2013 年全国职业院校市场营销技能大赛学生三等奖,获优秀指导老师
22. 刘军:北京联合大学“启明星”大学生科技创新项目《减肥餐厅在校园设立的可行性调查》,指导教师

续表 3

23. 李伟:出版《中国旅游文化》教材,主编,清华大学出版社
24. 李伟:出版《旅游电子商务》教材,副主编,清华大学出版社
25. 李伟:主持横向课题《生态旅游景区环境教育实施与评价项目调研》,经费 4 万元
26. 李伟:撰写《高职旅游管理专业新生专业认知状况调查与对策建议》,西南农业大学学报(社会科学版)
27. 王秦:出版专著《移动商务环境下身份认证机制的研究》,北京交通大学出版社
28. 王秦,李宇红:发表文章《高职院校学生学业成就评价体系改革——基于海峡两岸的比较》,职业技术教育
29. 王秦,李慧凤:发表文章《基于终生职业教育的“学习云”构建》,现代教育管理
30. 王秦:主持北京联合大学教改项目:教学质量提高-高职处教学建设经费(高职教育教改立项)《基于终生职业教育的“学习云”构建研究》,经费 1 万元
31. 姚迪:发表论文《理论实践一体化教学法在统计学课中的应用》,今日中国论坛

4. 社会服务方面

目前,团队负责人李宇红老师带领的市场营销分级专业团队,带领“北京财贸职业学院”和“北京商业学校”构建市场营销职业教育分级制度改革试点项目专业群,形成 1~5 级职业教育分级标准研究和试点构架,引领市场营销分级标准设计、教学框架构建、培养方案制定、校企合作机制建立以及评价监督系统建设工作,组建市场营销专业职业教育分级标准委员会以及市场营销教学团队开展职业调研、分级论证、分级标准构建、教学设计、课程开发以及文档编制等工作。2013 年 3—6 月,4 次参加全国商业指导委员会市场营销专业教育标准制定工作,借鉴和引用了 3 级市场营销分级标准的调研成果和分级成果,参与指导北京财贸学校平建恒教授以及王彩娥教授带领的 3 人教师团队共计 30 余次。

团队成员主持或承担有来自相应行业企业的横向课题。刘军主持《北京鑫华盛业科技有限公司市场营销策划》;杨洁主持《四川蓝剑饮品集团有限公司企业质量文化构建研究》等。另外团队成员姚迪、张苏雁兼职用友大学营

销学院调研、咨询、培训工作,累计赴用友公司交流研发时间平均每周每人至少3天。

5. 专业建设方面

李宇红老师利用已经取得的行业声望和学术地位,继续发挥在市场营销专业分级标准制定及分级试点项目中的引领作用,带领团队将市场营销职业教育分级理论研究及试验实践推向深入。刚刚过去的上半学期,作为高职院校,我们又取得了建设市场营销本科专业的资格,这向我国将职业教育终身化的目标又迈进了一大步。

(四)成果的示范带动作用

1. 教师个人培养方式案例——为教师量身打造能力提升通道

团队引导每位成员根据自己的年龄、专业、学历背景、生活经历等因素进行SWOT分析,帮助他们找准自己职业生涯发展的目标定位,结合团队成员的角色定位,团队建设还建立两条渠道对青年教师进行能力的培养。如图3所示。

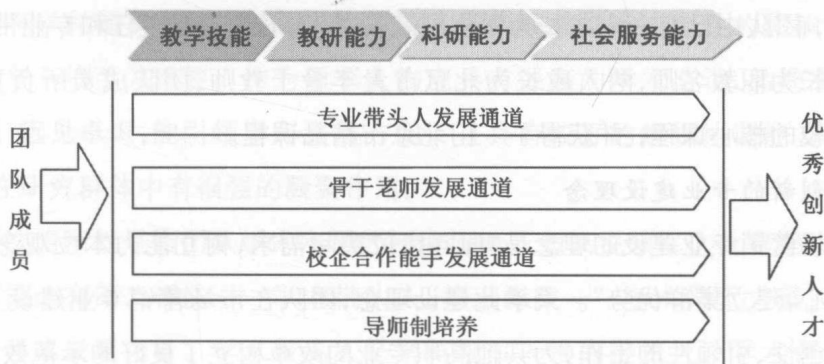


图3 市场营销专业创新团队人才培养通道

在第一条正式渠道中,本团队为专业教师规划了三种职业发展通道:即专业带头人发展通道、骨干教师发展通道、校企合作能手发展通道,并针对每位青年教师的特点进行个性化辅导与培养。

在第二条非正式渠道中,即在团队内实行导师制,利用团队资深成员的传帮带等方式,展示职业发展阶段性成果,提供职业成长经验。团队成员共有8名,团队负责人李宇红教授,是北京市优秀教师、北京市教学名师、北京市市场营销实务精品课程负责人,职业教育学术功底深厚,是团队成员成长的总设计师和导师;团队核心成员苏艳芳、李慧凤、逢增钢等都具有深厚的职业教育理论功底与丰富的实践经验,是专业团队建设的中坚力量,4位导师各指导1名青年教师,从他们的职业生涯规划、教学技能、科研等进行全面具体的指导。

通过两年的建设,创新团队的成员得到了较快成长,团队人员素质结构也得到优化,主要表现在以下方面:

(1)一支专业突出又能协同作战的科研教研队伍基本形成。通过团队专项资金的支持,创新团队连续两年承接了市级教科研课题,各自的特长与分工已非常明确,相互的配合默契也已形成。

(2)团队成员自身素质较快提升,多数已成长为各自领域的骨干。通过团队建设,团队中已有一人成长为学院副院长,一人成长为系主任和专业带头人,一人成长为职教名师,两人成长为北京市青年骨干教师,团队成员所负责课程均为本校的核心课程,并获得了一门北京市精品课程。

2. 创新的专业建设理念

市场营销专业建设的理念是“面向岗位实际需求,树立能力本位观念,突出专业核心,建立集群优势”。秉承此建设理念,团队在市场营销专业建设上做了许多开创性、引领性的工作,为其他高职专业的改革树立了良好的示范效应。

三、关于创新团队的运行机制探讨

(一)建立人才整合机制

在团队组建和管理过程中,要十分注意团队成员的整合,从而产生出“1+1>2”的团队效应。

1. 明确团队的共同目标

团队要成为一个充满活力,具有竞争力、凝聚力的创新集体,不仅要有共同的组织,而且要有共同的理想和信念、共同追求的目标和愿景。明确的、共同的创新目标是构建创新团队的基础。所以,组建创新团队第一位的是要有一个瞄准国际或国内重大科学前沿问题的高水准的研究目标。这一目标又要紧密结合学校的实际,与学校学科建设的要求相一致,能对学校的发展发挥重大推动作用。其次,从个体看,创新团队的成员应具有努力探索和团结协作的精神,有共同的科学兴趣和明确的中长期发展目标,长期从事同一或相关学术方向的研究;在相关研究领域已取得较突出的研究成果,或在相关研究领域显示出明显的创新能力和研究优势。团队成员有了共同的研究目标,志同道合,才能齐心协力,把研究做深,把团队做强,从而形成规模效益。

2. 优化人才的层次结构

优秀的科技创新团队,是一个学历、专业、年龄、职称等结构合理的学术梯队,梯队应形成核心突出,层次清晰,衔接紧密的组织架构。核心突出就是指团队应具有学科领军人物。领军人物对团队创新成果具有决定性的影响,因此,选好领军人物至关重要。作为领军人物应具有很高的学术造诣,品德高尚,治学严谨,远见卓识,能引领学科发展方向。且具有较好的组织协调能力和合作精神,在研究群体中有很强的凝聚作用。

层次清晰就是指团队学术水平的梯度清晰。如果说领军人物是第一梯队。那么下面还有第二梯队——学术带头人;第三梯队——学术骨干力量;第四梯队——学术发展力量。学术带头人是学科领军人物的接班人。学术骨干力量由具有发展潜力的中青年骨干教师组成。学术发展力量主要是由优秀的博士或硕士生组成。

衔接紧密是指梯队形成后,各自的研究方向要相互衔接,构成一个有机体。在领军人物的带领下,每一个人都有自己的位置、自己的方向、自己的成果,最终凝聚成团队的发展目标。