



商科人才培养探索与创新

——重庆工商大学商务策划学院 **实践**

主 编 ● 骆东奇 邓德敏



西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press

本成果为重庆市高等学校“特色专业、特色学科、特色学校”项目建设计划中市场营销特色专业建设部分成果，是市场营销国家级特色专业建设部分成果。

商科人才培养探索与创新

——重庆工商大学商务策划学院 **实 践**

主 编  骆东奇  邓德钊
副主编  王 燕  梁 云 叶海林



西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press

图书在版编目(CIP)数据

商科人才培养探索与创新——重庆工商大学商务策划学院实践/骆东奇,邓德敏主编. —成都:西南财经大学出版社,2014. 12

ISBN 978-7-5504-1728-1

I. ①商… II. ①骆… III. ①贸易—高等学校—人才培养—重庆市—文集 IV. ①G649.2-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 288124 号

商科人才培养探索与创新——重庆工商大学商务策划学院实践

主编:骆东奇 邓德敏

责任编辑:李特军

助理编辑:李晓嵩

封面设计:何东琳设计工作室

责任印制:封俊川

出版发行	西南财经大学出版社(四川省成都市光华村街 55 号)
网 址	http://www.bookcj.com
电子邮件	bookcj@foxmail.com
邮政编码	610074
电 话	028-87353785 87352368
印 刷	郫县犀浦印刷厂
成品尺寸	170mm×240mm
印 张	18.25
字 数	320 千字
版 次	2014 年 12 月第 1 版
印 次	2014 年 12 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 978-7-5504-1728-1
定 价	68.00 元

1. 版权所有,翻印必究。
2. 如有印刷、装订等差错,可向本社营销部调换。

前言

高校的第一任务是人才培养，即培养适应社会经济发展需要的高素质人才。如何培养高素质人才，一直以来各高校都在不断地探索与实践，也逐步形成了各高校各具特色、并可推广的人才培养经验。同时，各学科、各专业在人才培养上的积累和探索历史也不尽相同，相对于理工科人才培养的历史和积累，商科类人才培养发展要晚一些。特别是受社会经济发展制度和水平的影响，我国商科人才培养相对于理、工、农、医等学科的人才培养起步更晚。随着国家社会经济的不断发展，在宏观层面上，经济结构、产业结构、发展方式不断转型与变化；在中观层面上，不同区域发展水平、发展重点、发展路径也有所差异；在微观层面上，由于新技术的广泛应用，企业的管理与组织、客户的选择与市场、消费者的心理与行为都发生了极大的变化。大力培养适应各层面社会经济发展变化与转型所需要的商科人才更显得重要而特殊，特别是党的十八届三中全会提出市场在资源配置上起决定作用，培养掌握市场基本理论与知识、熟悉市场规律、懂得资源要素市场运作机制的现代商科人才就更显急切和紧迫。

随着培养对象的不同、教学技术与手段的更新、知识获取来源的多元化、信息技术的广泛应用，高校的教育教学也面临新的机遇与挑战。翻转课堂、远程在线学习、MOOCs、交换学习、互认学分等新的学习方式和认证办法为高校教学提供了新机遇，也提出了新挑战。如何既发挥学生的主动性，又发扬教师传道、授业、解惑的主要作用，是新形势下高校教师思考与探索的方向。

重庆工商大学是一所经济学、管理学、文学、工学、法学、理学等学科协调发展的、具有鲜明财经特色的多科性大学，紧密结合区域经济社会发展的人才需求，创新人才培养模式，着力培育具有创新精神和实践能力的应用型复合型高素质专门人才。重庆工商大学商务策划学院是国内最早设立商务策划管理专业的全日制普通高等院校的大学学院，也是我国第一个大学商务策划学院。长期以来，商务策划学院本着“务实、创新、发展”的院训，加强学科建设，推进教学改革，将培养适应社会经济发展需要的

应用型高级商科人才作为学院的中心工作来抓。在学院领导和教师们的共同努力下,经过多年发展,学院已经形成了符合教育教学规律,产、学、研紧密结合的办学格局,所培养的市场营销、商务策划管理、物流管理、电子商务、国际商务等领域的应用型高级商科人才得到社会广泛关注和肯定。在教学过程中,教师们结合自己的教育教学、实际管理工作积极思考,在培养商科学生的教育教学方法和途径方面进行了大量的研究和探索,摸索出不少适合于现阶段商科学生本科教学的培养理念、培养方法,积累了丰富的教学经验、育人经验。这些经验在商科人才的培养工作中具有极强的借鉴意义和参考价值,是一笔宝贵的财富。

为了共同探索,抛砖引玉,我们将商务策划学院教师们在商科专业与学科、商科人才培养模式、教学方法与教学范式、课程教学、思想政治与学生工作等方面的思考、研究与实践选择了38篇优秀成果汇编成册。这些成果凝聚了30多位老师在学科建设、课程建设、教法改革、人才培养、科技创新活动等方面的切身体会,既有宏观层面的人才培养机制的探索,也有微观层面的具体课程设计;既有对传统教学模式的思考,又有对最新的MOOCs的考量;既有对商科学生的思想政治教育工作研究,又有结合专业课程、科技创新来探索商科学生的培养机制等。这些研究成果既是长期以来商务策划学院教师们在商科人才培养、教学改革思考与探索的总结,又是教师们对于教学改革的展望与尝试。希望本书能对广大的商科教师有所启发和借鉴,更希望借本书的出版,进一步推进商务策划学院教师在商科人才培养中的探索与创新。

本成果是重庆市高等学校“特色专业、特色学科、特色学校”项目建设计划中市场营销特色专业部分建设成果。成果中部分论文获得了重庆徽商融资担保有限公司特设的“徽商奖教金”的优秀教学论文奖励。在本书的编辑过程中,得到西南财经大学出版社李特军主任的支持,商务策划学院教务办彭洁老师进行了本文集的资料收集整理工作,在此一并表示感谢。

编者

2014年10月

目录

Contents

商科专业与学科建设

普通高校现代商科人才培养的几点思考

——以重庆工商大学为例 骆东奇 邓雪霜 林小莉 (3)

打造优势专业群落,提升特色学科水平

——重庆工商大学管理学科专业群建设 蔡继荣 (21)

商务策划专业方向教材建设及改革探讨 李湘蓉 (28)

物流专业教学改革的几点看法 杜 亮 (33)

商科人才培养研究

地方财经院校研究生综合素质培养及品牌塑造

——以重庆工商大学市场营销专业研究生为例 彭建仿 (37)

国外高校应用型人才培养模式及对我国的启示 龚 英 (46)

构建适应商科人才培养模式的学科竞赛体系

——以商务策划学院为例 邓德敏 (53)

商务策划专业创新型策划人才培养模式研究 强海涛 (58)

从 Planning 到 Presentation

——对商务策划学生的专业能力培养的思考 杨德慧 (66)

跨境电子商务应用型本科人才培养模式探讨

..... 孟 伟 曾 波 刘四青 (74)

“产学研”结合的“工作室”制策划人才培养模式探索与实践

..... 强海涛 (81)

教学方法与范式研究

- 高校导入 MOOCs 教学模式方案设计 孟 伟 曾 波 刘四青 (91)
- 分组教学法的几个问题的探讨
- 以经济管理类实验教学综合实训为例 骆东奇 (100)
- 基于心流体验的沉浸感实验教学探索 王江涛 (106)
- 信息泛在背景下教学范式的转换 黄志贵 符倩慧 (115)
- 大学生新媒体阅读行为对专业课程教学的启示 樊 华 (124)
- 基于战略变革的大学组织文化实证研究
- 以西部地区某学院为例 付青叶 谢继蕴 (130)
- 新形势下国际营销专业教学模式优化探讨 周 全 曾 莉 (140)
- 论高校教学服务失败的补救对策 谢春昌 (148)
- 项目教学法在市场营销学课程中的运用 刘春梅 (154)
- 浅谈 MOOCs 浪潮带给中国高等教育的迷思与出路 彭 洁 (159)
- 试论高校“教学黏度”的提升路径 严 莉 (166)

课程教学研究

国际化人才培养导向下的跨国合作课程开发研究

- 以 CTBU-WCU 远程视频课程为例 周 全 (173)
- 项目教学法在市场调研课程实践教学中的应用 史学斌 (182)
- 建构主义在物流仿真课程教学中的应用探析 邱晗光 (187)
- 浅谈哈佛大学本科生课程改革对我国大学本科课程改革的启示
..... 叶海林 (193)
- 客户关系管理课程教学中角色扮演法的应用实践 詹 川 (210)
- 国际商务管理课程教学改革的探索
- 以重庆工商大学为例 李树良 (217)
- 市场研究实验教学改革探索与研究 姜玉洁 (223)

商务策划管理专业课程体系设计探析	白仁春 (228)
应用型本科物流管理专业区域物流沙盘教学探讨	李海南 (233)

商科学生思政教育研究

高校学术管理体制比较研究

——基于 24 所高校典型调查	骆东奇 (241)
以发展性评价促进大学生个性发展	游 薇 (253)
高等教育大众化背景下地方院校职业生涯规划教育的调整和发展	
.....	古纯玉 (259)
论以学生为中心的学生评教指标体系的构建	游 薇 (266)
大学专业教师参与学生工作初探	周 勇 (272)
浅谈高校形势与政策课在大学生社会实践中的作用	
.....	樊少华 宋钰静 (278)
浅谈高校思想政治理论教育教学改革	向丹丹 (283)

商科专业与学科建设

普通高校现代商科人才培养的几点思考^①

——以重庆工商大学为例

骆东奇 邓雪霜 林小莉

〔摘要〕市场对资源配置起决定作用，商科人才将在市场中发挥更多、更广的作用。如何培养现代特色商科人才是各高校一直探索与实践的问题。本文介绍了商科的起源演进以及内涵，并对我国高等商科院校分布情况、专业设置、人才培养定位等现状进行调查和分析。重庆工商大学是商科特色明显的高校，本文结合重庆工商大学的商科专业体系、人才培养为实例，探讨了高等商科院校的专业设置、人才定位和培养体系，提出塑造商科人才特色发展的路径需要加强的几个方面，即强化创新能力培养、注重责任意识教育、强调领导力培养、创新人才培养模式以及加强校社（企业、政府和社区）合作等。

〔关键词〕现代商科 人才培养 普通高校 路径

一、商科发展演进与界定

（一）商科界定

1. 商的含义

商科概念的界定与人们对“商”的理解密切相关。“商”的概念起源于交换，第三次社会大分工后，交换活动变为以盈利为目的，“商”的概念得到了极大的扩展，学者在理论上对商的内涵进行了概括。梁慧星等把“商”定义为以盈利为目的的各种商品交换行为。苏惠祥等对“商”的定义是以

① 本文为重庆市高等教育教学改革研究重点项目“普通高校经管类本科专业跨学科校内综合实训研究与实践”（项目编号 1202045）、重庆市高等教育教学改革研究项目“基于项目驱动与创新导向的普通高校经管专业人才培养模式研究与实践”（项目编号 133077）、重庆市研究生教育教学改革研究项目“经管类研究生校内实践教学平台的构建与研究”（项目编号 xjg12207）、重庆市教育科学规划课题“高校创业教育与专业教育双向融合模式及路径研究”（项目编号 2014-GX-094）、重庆工商大学 2014 年研究生教育改革研究项目“经济管理类学术型硕士研究生实践育人体系优化与实践”（项目编号 2014YJG0209）研究成果之一。

买卖方式使商品流通的经济活动。黄国雄等认为，商行为具有特定的经济内涵，不是任何一种买卖行为都可以成为商行为，其范围可以分为四种：第一，直接媒介商品交易活动，如批发商、零售商直接从事商品购销活动，称为“买卖商”；第二，为“买卖商”直接服务的商活动，如运输、仓储、居间行为、加工整理等，称为“辅助商”；第三，间接为商活动服务的，如金融、保险、信托、租赁等，称为“第三商”；第四，具有劳务性质的商活动，如旅馆、饭店、理发、洗染、影剧院等，称为“第四商”。

2. 商科的内涵

由“商”到“商科”是把“商”作为实用性学习内容引进教学范畴。商科教育是商品经济发展的产物，“商”作为教育内容之一，在学科分类上被称为“商科”，亦有“商学”或“商学科”之说，学者们对于商科的内涵有不同的理解。

第一，有些学者凸显商科的演变性。商科即工商管理，其由来是 1993 年高校本科专业目录修订后，商科（工商管理）和经济学并列成为经济学类下设的两个独立门类；而后 1998 年的学科专业目录修订将管理学独立为一个学科门类与经济学并列，而商科基本上集中在管理学门类中的工商管理类。

第二，有些学者看重商科的流通性和技术性。他们认为商科是一个宽泛的学科，是涵盖了商品生产的产、供、销三大领域，包括经济学、管理学门类中与商务活动有关的全部学科。商科不是某学科的一个分支，而是集“商贸”、“工程技术”、“管理学科”为一体的复合学科。

第三，有些专家强调商科的盈利性和经管性。他们把商科看成是适应市场经济发展需要，专门研究盈利性经营活动及其管理的学科，大致包括贸易经济、国际贸易、市场营销、工商管理、人力资源管理、物流管理、电子商务、财务会计、金融学等专业。宽泛地讲所有具有盈利性目的的企业活动均属于商科范畴，按照国际教育标准分类，高等教育有 18 个大科类，其中商务管理就是通常的商科。

第四，有些学者注重商科的职业性和企业性。他们建议把商学定义为一门职业学科，侧重于企业领域，着眼于提高效率和效益，融合经济学、行为科学、自然科学和技术科学等众多学科知识的交叉学科，并用经济学、管理学、技术科学等研究一切组织和个人在商品生产与经营管理中的行为活动的应用性学科。

在西方，“商学”概念的内涵和外延也不断变化，一开始用“Commerce”，现在则是“Business”和“Commerce”并用，前者偏重于应用层面，后者偏

重于研究层面。联合国教科文组织于1976年制定的《国际教育标准分类法》中将“商学科”表述为“Commercial and Business Administration”。1997年,联合国教科文组织对原分类进行了修改,修订后的“商学科”表述为“Business and Administration”。在国外,商科是一个包括经济、管理、贸易、投资、金融、财会、统计、审计等学科相关内容的学科泛称。

本文认为商科是指与经济建设密切相关,涉足经济学、管理学、商贸学等内容的复合交叉学科,包括金融、保险、贸易、管理、会计、营销、物流、物业、旅游、服务、信息管理等专业,致力于培养高素质的商务及相关管理、运营、实际操作的专业化人才的学科门类。

(二) 发展演进

1. 古代起源

在漫长的封建社会中,即使受到“重农抑商”经济思想的影响,商科教育也开始萌芽:一是古代商人招收学徒以传授经商经验;二是通过《史记·货殖列传》《管子》等古籍传播经商之道;三是明清时期形成了以地域为中心、以血缘乡谊为纽带的十大商帮,《中国商脉》《中国十大商帮探秘》是儒商风貌的概括和总结。

2. 近代雏形

我国最早的高等商科教育可以追溯到清朝洋务运动时期。京师大学堂遵循“中学为体,西学为用”的办学宗旨,在《京师大学堂章程》中规定大学所置课程分普通科和专门科两类,其中,专门科设置了政治、文学、格致、农业、工艺科、商务、医术七个学科。

1902年清政府公布的《钦定学堂章程》(即“壬寅学制”)规定,高等教育阶段设立高等农工商学堂,其中的高等商学堂可以看成是我国官学中最早的高等商科院校的雏形。

民国初年的《大学令》规定了文、理、农、工、商、医、法等学科的设置,其中商科为七大学科之一,相应地设置了商科院校。

自1929年起,中华民国政府陆续颁布《中华民国教育宗旨及其实施方针》《大学组织法》《大学规程》《专科学校组织法》和《专科学校规程》等法规,各大学设文、理、法、农、工、商、医学院,并增设教育学院。20世纪30年代后,国民政府对大学进行提高教育质量和效率的部署,理、工、农、医等学科学生数逐年增加,文、法、教育、商等学科学生数逐年减少,这种情况一直延续到抗日战争时期。

3. 现代成长

新中国成立后,高校专业目录几经修订。1987年的高校本科专业目录

修订将原来的“财经”类改为“经济、管理学”类；1993 年专业目录再次修订时，又改为“经济学类”，下设“经济学”和“工商管理”两个门类；1998 年的专业目录修订又将“管理学”独立为一个学科门类，而“商科”基本上集中在管理学门类中的工商管理类，但在其他门类中亦有商科的成分。总之，商科教育经历了 1953 年、1963 年、1987 年、1993 年及 1998 年的 5 次专业调整改造（见表 1），由几经取消到重新恢复再到快速发展。

表 1 1953—2012 年高校本科专业目录与结构情况

		合计	文科	理科	工科	农科	林科	医科	师范	财经	政法	体育	艺术	
1953 年	数量（个）	215	19	16	107	16	5	4	21	13	2	1	11	
	比例 ^① （%）	100	8.84	7.44	49.77	7.44	2.33	1.86	9.77	6.05	0.93	0.47	5.12	
1963 年	合计	文科	理科	工科	农科	林科	医科	师范	财经	政法	体育	艺术		
	数量（个）	432	53	36	164	26	12	10	17	10	2	7	36	
	比例（%）	100	12.27	8.33	37.96	6.02	2.78	2.31	3.94	2.31	0.46	1.62	8.33	
1987 年	合计	工科	理科	文科	农科	林科	医科	师范						
	数量（个）	644	204	70	214	55	20	57	22					
	比例（%）	100	31.68	10.87	33.23	8.54	3.11	8.85	3.42					
1993 年	合计	哲学	经济学	法学	教育学	文学	历史学	理学	工学	农学	医学			
	数量（个）	504	9	31	19	13	106	13	55	181	40	37		
	比例（%）	100	1.79	6.15	3.77	2.58	21.03	2.58	10.91	35.91	7.94	7.34		
1998 年	合计	哲学	经济学	法学	教育学	文学	历史学	理学	工学	农学	医学	管理学		
	数量（个）	249	3	4	12	9	66	5	30	70	16	16	18	
	比例（%）	100	1.2	1.61	4.82	3.61	26.51	2.01	12.05	28.11	6.43	6.43	7.23	
2012 年	合计	哲学	经济学	法学	教育学	文学	历史学	理学	工学	农学	医学	管理学	艺术	
	数量（个）	506	4	17	32	16	76	6	36	169	27	44	46	33
	比例（%）		0.79	3.36	6.32	3.16	15.02	1.19	7.11	33.40	5.34	8.70	9.09	6.52

商科专业的变革与我国经济体制变革息息相关。在社会主义改造时期，为适应计划经济体制高度集中的要求，我国高等商科教育对原有以欧美模式的高等商科教育进行了改造，逐渐形成了社会主义“高等财经教育模式”。自 20 世纪 70 年代末我国开始的经济体制改革，打破了传统经济体制的束缚，为市场经济体制的确立创造了条件。1998 年，增设了管理学作为独立的学科门类。2012 年，新颁的专业目录的学科门类与 2011 年印发的《学位授予和人才培养学科目录（2011 年）》的学科门类基本一致，分设哲学、经济学、法学、教育学、文学、历史学、理学、工学、农学、医学、管理学、艺术学 12 个学科门类。新增了艺术学学科门类，未设军事学学科门类，其代码 11 预留，专业由修订前的 635 种调减到 506 种。此次调整符

① 此比例表示当年各个专业数量占当年总专业数量的比例，其余年份以此类推。

合现代社会、经济、科技、文化的发展和世界高等教育发展趋势。

二、商等商科教育发展现状

(一) 我国高等商科院校分布情况

目前,在高校分类统计中,并没有“商科院校”之说,而是将以经济类为主的院校(包括管理类院校)统一归并到财经院校类。截至2014年7月9日,全国高等学校(不含独立学院)共计2542所,高等商科院校共计155所,其中教育部直属5所,其余均为地方高校。据教育部官方网站统计数据显示,高等商科院校中本科院校67所,专科院校88所;在地方高等商科院校中,58.2%属于专科类商科院校。我国部分省(市、自治区)高等商科院校按行政区划分布情况如表2所示:

表2 2014年我国部分省(市、自治区)高等商科院校分布

所在省(市、自治区)	本科学校数量(所)	专科学校数量(所)
北京	5	4
天津	2	1
甘肃	1	0
陕西	2	1
宁夏	0	1
云南	3	2
贵州	1	2
四川	1	3
新疆	1	0
重庆	1	3
海南	1	2
江苏	2	5
上海	6	3
湖南	3	3
黑龙江	3	1
湖北	4	1
广西	1	5
河南	4	3
吉林	3	1
山东	2	6

表2(续)

所在省(市、自治区)	本科学校数量(所)	专科学校数量(所)
广东	5	6
辽宁	4	5
江西	1	3
内蒙古	1	1
福建	2	3
山西	2	5
安徽	1	10
浙江	2	6
河北	3	2
合计	67	88

很多商学院、商业大学(工商大学或工商管理大学)、商业高等专科学校、商业职业技术学院、商贸职业学院等冠以“商”字的院校,从名称上看似乎属“商科院校”之列,但从学科专业设置上看实属多科性院校。

(二) 专业设置

国外高等商科教育的专业是根据国家的经济产业结构和时代的需要,并在不同的教育思想和理念的指导下设置,一般包括会计学、市场营销、国际商务、管理信息系统、理财(或称金融)学等专业,体现了商科发展的共同趋势。根据20世纪90年代中后期的统计,国外高等商科教育本科专业(见表3),澳大利亚有58种、美国有49种、英国有40种、加拿大有24种。

表3 国外高校商科专业设置

国家	学历	商科专业
美国	本科和硕士	金融、金融工程、会计、MBA、MIS、HR、国际贸易、人力资源管理、市场营销、旅游酒店管理、物流、管理信息系统、房地产、商务管理、一般商务、其他商务与管理、会计学、管理信息系统、文秘、精算科学、时尚行销管理、管理经济学、商务交流、商业、企业创业学、计算金融、艺术管理、项目管理、会计与金融、风险管理、组织行为学、保险、运营管理、投资及证券、商业与广告艺术、计量金融学、战略管理、货币银行学、旅游服务管理、安全服务管理、会计与商业管理、家庭资源管理、生产技术管理、客户服务管理、国际金融、审计学、商业自动化、会务管理、电子商务等 ^①

^① 孙晓莹. 高等商科院校的定位与发展 [J]. 黑龙江高教研究, 2008, 173 (9): 37-39.

表3(续)

国家	学历	商科专业
英国	本科和硕士	MBA、会计与金融、会计与经济学、会计、金融学、金融管理、货币金融学、投资学、金融与经济学、数量金融学、金融工程、国际金融、精算、工商管理、企业管理、国际管理、公共管理、项目管理、工程管理、信息系统管理、经济学、经济史、国际经济学、地区经济发展、市场营销、企业战略管理、人力资源、国际商务与管理、风险管理、酒店旅游休闲管理、电子商务、国际商务、商业分析物流、风险管理、法律与会计、全球市场经济、经济与商业、经济与统计、银行学与金融、企业经济学等 ^①
加拿大	本科和硕士	工商管理、会计学、市场营销、人力资源管理、金融学、运输与物流、电子商务、国际商务、管理信息系统、旅游与酒店管理、经济法、组织行为学、企业战略管理、房地产管理、市场及战略、风险管理、财务管理、旅游管理、管理学、产业管理、电子工程管理、科技管理、合同管理、后勤学等 ^②
澳大利亚	本科和硕士	MBA、会计、应用经济学、商业信息系统、金融、国际金融、计量商业分析、税收、广告、电子商务、会展管理、酒店管理、国际贸易、国际旅游管理、物流与供应链管理、物业管理、房地产开发、体育管理、旅游管理、人力资源管理、国际商务、国际酒店与度假村管理、建筑管理、电子商务、设备管理、家族企业、餐饮管理、创业与创新、公共关系、市场营销、零售服务管理、可持续发展、精算、应用金融、金融规划、货币银行、统计学、商法、市场分析、商业分析、经营管理、地产经济学、公司金融学、投资金融学、国际金融学、休闲管理、运动管理、项目管理、政府和商业、后勤学、工业关系、管理科学、技术管理、计量经济、工作与组织研究、运输、基金管理、工商管理 ^③

国内商科专业的设置各高校侧重点不同,有的以管理学作为构建核心,有的则以经济学作为重点内容;有的基于人文、社会科学发展而来,有的基于理工、自然科学演变而成;有的以培育研究型学术型人才为主,有的以打造操作型技术型人才为主(见表4)。然而,商科教育大都包括会计、金融、市场营销、企业管理、国际贸易、统计学、应用经济学等专业。

① 王家新,姚加惠.国外高等商科教育学科专业建设的现状及趋势——以英、美、加、日、澳为例[J].高教探索,2006(5):47-49.

② <http://wenku.baidu.com/view/dfd25c90dd88d0d233d46a38.html>.

③ http://blog.sina.com.cn/s/blog_603591780100ik73.html.