

浙江林学院人文学院 教学论文集

(第四集)

主 编：钱杭园

责任编辑：张小芳

2006年3月

目 录

1. 《思想道德修养》课教学法刍议·····	王长金 (1)
2. 基于应用型人才培养定位的广告学专业建设与改革·····	钱杭园 (4)
3. 以就业为导向的高校人才培养模式改革研究·····	马小辉 (11)
4. 关于应用写作教学的几点体会·····	金玲 (17)
5. 高校公共选修课开设与管理研究·····	张小芳 (20)
6. 学生工作心得·····	郑秀红 (25)
7. 网络环境下搜索引擎的应用·····	边志瑾 (33)
8. 工作心得·····	杨小微 (35)
9. 漫议大学思想政治理论课的课堂教学改革·····	万泽民 (37)
10. 培养思维的严密性, 提高表达的准确性——《形式逻辑》教学心得·····	张迪 (45)
11. 切实提高“两课”教学质量·····	颜晓红 (49)
12. 思政课启发式教学心得·····	安明霞 (51)
13. 《思想道德修养》教学方法与艺术探讨·····	许志红 (54)
14. 浅谈《邓小平理论和“三个代表”重要思想概论》课研究式教学的实施·····	雷志松 (57)
15. 如何提高哲学课育人的实效·····	刘妙桃 (60)
16. 试析法律教学中的案例教学法·····	贾爱玲 (63)
17. 加强大学生法制教育的若干思考·····	周伯煌 (67)
18. 新培养目标下的法学教学方法改革·····	阳相翼 (71)
19. 加强法学专业的人权教育·····	陈擘 (79)
20. 教师要勤奋学习, 勇于探索·····	何菲 (81)
21. 课堂教学心得·····	刘铮 (85)
22. 我们能够给予什么——超越时代性的教育命题·····	郑智 (89)
23. 基于多媒体教学的研究性学习教学体会·····	孙文清 (93)
24. 从2006年春节联欢晚会看央视品牌的塑造·····	汪永奇 (97)
25. 一份调查报告引起的思考·····	陈丽平 (103)
26. 教学环境创设有感·····	贺倩 (109)

27. 教学心得·····	任莺 (111)
28. 《媒介经营管理》教学心得·····	储婷婷 (113)
29. 教学心得体会·····	余艳艳 (114)
30. 怎样激发学生的文学写作热情·····	马波 (116)
31. 我所理解的《大学语文》教学·····	彭庭松 (118)
32. 关于语文教育及大学语文教育的反思与体会·····	徐志华 (122)
33. 大学语文教学心得·····	别海燕 (125)
34. 编后记·····	(127)

《思想道德修养》课教学法刍议

王长金

在《思想道德修养》课中运用启发式教学法，能使学生有机会在教学活动中积极参与思考。这样，使教学活动更直观化，教学内容更具有说服力，我们认为将启发式教学法运用于《基础》课中对教学效果的提高具有重要的作用。在教学活动中运用启发式，主要是根据学生的认识规律，来充分调动学生的积极性、主动性，以此激发学生积极参与思考。这对于学生融会贯通掌握知识，举一反三解决有关理论知识，以挖掘学生的潜在智能，势必起到事半功倍的效果。在《基础》课中运用启发式教学法，教师还要从学生的思想基础和道德水准出发，对其进行有效地引导、激发，使学生能思想集中，在如何树立正确的人生观、世界观、价值观等观念上，分析并帮助学生解决在新形势下思想认识观念上的困惑，借助正反面的事例，旁证博引，因势利导，从而打开思想上的纠结，实现自我教育，自我完善。

—

积极地引导学生参与到教学活动中来，以增强《基础》课的吸引力。一般地说，教学的首先环节是教师讲，那么如何将思想道德修养课道理讲透。如果单单是教师讲，而不注意学生的思想脉搏，反映情况，使学生处于“你讲我听”的状态，那样“教”与“学”是脱节的。因此，就需要教师想办法调动学生的积极性、主动性，使学生能参与到教学活动中来。怎样做到这一点呢？关键是教师要精心组织教学，给学生创造条件，让学生能够参与到教学中来。课堂教学一般都是以教师讲为主的教学，传授知识、技能为主课程，通常是教师讲学生听，倘若你不听，当然你不懂。而《基础》课是以讲道理为主，我们面对的对象，又是具有一定理论水平和分析问题能力的大学生，他们的世界观、人生观，虽然还未完全形成，但是他们对社会、对人生都有自己不同程度的认识，有些学生还以为自己有一定水平和能力。因此，对他们用填鸭式、说教式的教学方法进行教学甚为反感，甚至会产生不同程度地逆反心理。鉴于此，我们必须采用因势利导，变被动为主动，变填鸭式为启发式教学。这样使一些学生自己的观点可以阐发出来，再由教师上升一个高度进行总结。还要对学生的发言加以点评，比如人生价值、人生观等问题，可由学生谈人生的看法，把自己对人生的看法尤其是困

惑写出来，然后由教师进行点评，共同分析、交换内容，同时对学生提出的困惑、烦恼进行疏导。比如有的学生说：“谁挣钱越多谁就价值越大”。我就让学生讨论看是不是这样？还举了一些实际例子让同学们加以比较认识。讨论后，教师及时点评，使同学们明确了，人活着需要吃、穿、住、行，当然离不开钱的维持。但人不能只为活着而活着，还要对社会、对他人尽责任、做奉献，无限奉献的人生价值是无法用钱衡量的。钱只不过是一般等价物，只能衡量物的价值，无法衡量人的人生价值。因此，不能说谁钱越多谁就越有价值。可见，这种形式本身就很吸引人，让学生参与到教学活动中来，使学生从中自己教育自己，在自己的内心深处领会并树立正确的人生观、价值观的深刻道理。在这个过程中，拓展了学生的视野，打开了学生的思路，也增强了《基础》课的吸引力。

二

要寓说理于具体生动的事例中，以增强思想道德修养课的说理力。《基础》课的目的是解决学生中的一些思想观念问题，而思想观念的变化是人的内心活动，不容易被人们察觉，这也是《基础》课教学困难之所在，为使教学活动更直观化，启发学生的思维，教师要营造一种民主、活跃的课堂气氛，并善于把抽象的道理寓于具体生动的事例中，使理论更具有说服力。举例，当然不能信手拈来，而是要精选，要恰到好处，为所讲的理论服务，否则只能冲淡主题，并且举例要掌握技巧，符合逻辑思维的规律，遵循从理论到实际，从实际升华到更高的理论这一演进过程，这样才能水到渠成。比如讲人的本质问题，在驳斥人性自私论时，仅仅从理论上指出此观点违背了马克思列宁主义的存在决定意识的原理，不符合人类发展的事实等，显然是不够的，需要用事例来深化说理，从古代“先天下之忧而忧，后天下之乐而乐”的范仲淹，“留取丹心照汗青”的文天祥等，直到中国革命和社会主义建设事业中，许多为国家、集体和他人默默地做出奉献的雷锋、孔繁森、徐虎、李素丽、高建成等，他们都是无私无畏的人，他们把自己的一切献给了人类的进步事业。而社会的发展、民族的进步，正是由于这无数无私的奉献，这些人是社会的支柱，民族的脊梁。引伸反射到学生本身，启迪学生意识，尤其作为跨世纪的一代大学生，肩负着建设祖国的责任，应不断提高自己的思想道德境界，全面提高自己的整体素质，使之更好地报效祖国，服务于人民，做社会有用的高级人才。上面运用的是归纳推理启发性，即由个别到一般的推理过程，从而启示人们去思考。此外，我们还可以把两个或几个具有若干相似思想和言行的人进行类比。推出他们具有或者也会具有其它相似思想和言行，即采用类比推理法。孔子曾经说过：“见贤思齐焉，见不贤而内省也。”类比启发教学法用于《基础》课教学中，效果是明显的。比如关于

大学生成才，假如照本宣科，泛泛谈成才目标，是不会起到任何作用的，我们要结合学生情况进行分析，再提出具体目标，并帮助启发学生去实现目标。在与学生接触中我了解到，专科生大多数有自卑心理，认为在目前激烈竞争的今天，专科生在人才市场中几乎是“滞销”品，因而产生了“悲观”情绪，为了帮助学生摆脱自卑，振作精神，教师要选择好参照系，选择与学生具有较多相似性、可比性，学生容易接受和效仿的人或事作参照系。比如列举历届校友中勤奋学习立志成才者或由普通的毕业生成为博士生等。他们通过奋发努力，实现并超越了一个专科生的价值。把校友的事迹作为例证，对学生的心灵触动很大，启发也深，因为他们之间有着较多相似自己的已知属性，学生也就不难推出自己要有所作为，必须胸怀大志，刻苦学习，艰苦奋斗，进而不断寻找自己的不足，迅速确立自己的奋斗目标，加快实现自我的飞跃，加深自我完善和整体素质的提高。

三

注意各种教学方法之间，理论与实际之间的关系，以增强《基础》课的有效性。教学方法一般地常用于讲授法、问答法、讨论法，启发教学法正是运用于教学法的基础上具有了自己的生命力。因此，启发教学法要注意与其它教学法相互渗透，互为补充，只有与其它方法有机地结合起来，才能强化教学的各个环节，才能使《基础》课既能传授知识，又能提高觉悟，锻炼能力，培养意志，完善素质，有效地促进学生良好道德品质的不断养成。

在教学过程中，教师指导学生主要借助于教材以掌握知识，认识世界，教材的内容大多是学生未曾经过自身实践的间接知识，对间接知识的认识和接受，学生总是经过自己的独立思考后，认为符合实际，合乎逻辑的就确认下来，并逐渐内化为自身素质或形成某种观念，为了推进这种有益的转化，教师在运用启发教学法的同时，先要深入到学生中了解学生第一手思想实际情况，针对这些不同情况，引导学生联系学到的知识，解决各种实际问题。还可以让学生调查研究，访问学者，勤工俭学，到工厂、农村等地参观，让学生在广阔的背景中了解社会，理解人生，在实验中验证所学知识，检验所学知识，巩固所学知识，做到教学一致，知行统一，理论和实际相结合，以增加《基础》课的学习效果。

基于应用型人才培养定位的广告学 专业建设与改革

钱杭园

广告学专业的建设与改革一直以来就得到学校领导和各方面的大力支持。在1999年专业申报之初,学校就对《广告学人才培养模式研究》(9918)予以教改立项资助研究,之后,广告学专业又相继获得10项教改课题的立项研究。在2000年首次招生以来,至今已招七届学生共803名;在2004年首届78名学生毕业后,至今已有三届毕业生。七年来,在应用型创新人才的培养目标和定位下,广告学专业不断在努力建设和积极改革,并已取得初步成效。

一、广泛调研和反复论证,形成广告学专业应用型创新人才定位的人才培养方案

1、我校广告学专业建设和改革的基本背景

(1) 对我国广告行业的基本认识

广告业是改革开放后重新恢复并得到迅速发展的一個产业,其产业定位是第三产业中的商务服务业,是现代服务业的重要内容;其行业定位是“人才密集、知识密集和技术密集”的高新产业之一。广告业均以每年超过国民经济年均增长率的发展速度在快速增长,截至2005年,全国广告从业人才已超过100万,拥有各类广告企业8.4万家,全年广告经营额超过1100亿元。广告业的高速发展,也意味着广告专业人才需求的旺盛。

(2) 对我国广告学高等教育的基本认识

我国广告学高等教育的发展可分为三个阶段,第一阶段是以1984年厦门大学设立第一个广告学本科专业为标志的创建时期,第二阶段是以中国传媒大学(北京广播学院)发展广告学专业为主的初步发展时期,第三阶段是1999年以后在高等教育大众化背景下的广告学专业大发展时期。截至2005年,全国设立广告学专业的高校已有242所,我省设有广告学本科专业的高校共13所,广告学专业是新闻传播学学科下设5个本科专业(新闻学、广告学、编辑出版学、广播电视新闻学和传播学)中分布最广的一个本科专业,而且,它已拥有了一个从高职高专(大专)、本科、硕士到博士教育的完整的人才培养体系。

在这两个基本背景下,我校的广告学专业于2000年获准招生。因此,我们首先就必须正

确定我校广告学专业人才培养的目标及方案。

2、我校广告学专业人才培养的目标、定位和培养方案

(1) 在专业申报之初,我们就开始调研各高校的广告学专业的发展现状及其人才培养方案,并对广告学专业人才的市场需求作了基本预测。

(2) 在建设之初,我们基本上是在借鉴兄弟院校办学经验基础上,提出我校广告学专业人才培养的目标和定位,即:培养具备广告学理论与实践技能,较宽的科学文化知识基础,从事广告经营与管理,广告策划、创意与设计制作,市场营销策划和市场调查分析工作的广告学高级专门人才。在人才培养方案中,公共必修课、专业必修课、专业限选课和任选课分别占总学时的35.3%、40.5%、15.7%和8.5%,并安排了37周的实践教学环节内容。在人才培养方案(教学计划)实施过程中,又针对普通文科类学生的背景,作了局部的微调。

(3) 2002年,学校开始推行学分制。广告学专业的教学计划也相应地作了修改和调整,这主要表现在:①对专业学习有了最低学分要求(160学分);②实行了“平台+模块”的专业教学体系,其中:第一平台为校定必修课程,共开设通识教育课程有23门,校定选修课(A类)145门;第二平台为学科基础课(必修课),共开设9门课程;专业模块一是专业方向与特色课(必修课),共有10门必修课;专业模块二是专业方向与特色课(选修课)B类,共有43门课可供学生选修。③专业的学分安排中,校定课程占39.6%(校定必修29.6%,A类选修10%),院(系)课程占46.6%(学科基础课14.7%,专业必修课15%,B类选修课16.9%),实践教学占13.8%。④拓展了实践教学的内容,包括军训、劳动、社会实践、课程设计、教学实习、毕业实习等环节,共计39周,其中专业综合实习共安排4次,并分别确定了实习的时间、内容和方式。

(4) 2005年,学校开始进行新一轮人才培养模式大讨论及修订工作。对此,人文学院广告学专业也全面展开调研,广泛征求人才培养方案的修改意见,并在经过专家科学论证的基础上,形成新的广告学专业应用型创新人才定位的人才培养方案。基于学校是一所省属高校,其人才培养主要是为地方社会经济发展服务;学校目前是教学型向教学研究型转型过程之中,但目前重点仍是要搞好本科教育工作,培养本科层次的应用型创新人才这二方面的考虑。因此在这个培养方案中:

①对广告学专业人才的培养目标和定位作了较大修改,即:培养具有宽厚人文素质基础,掌握广告学理论与技能,熟悉现代传媒、营销、公关、会展知识,集广告运作能力、公关会展策划能力和信息传播能力于一身的广告学应用型创新人才。②整个专业的学分安排分

为必修课、选修课，必修课学分占总学分的69.9%（公共基础平台28.5%，人文社科基础平台7.2%，专业与实践平台34.2%），选修课学分占总学分的30.1%（专业选修与实践平台22.8%，全校性选修课平台7.2%）。③实践教学环节的学分占总学分的32.4%（公共基础课平台3.6%，人文社科基础平台1.2%，专业、专业选修与实践平台27.6%）。实践教学内容则根据文科专业的性质与特点，特别是广告学专业的性质与特点，安排了实训这一实践形式。④明确了专业培养基本规格要求，在知识结构上系统掌握马克思主义基本原理和广告学的基本理论、基本知识，具有扎实的理论修养；在能力结构上系统掌握熟练的业务技能和创新能力，具有现代广告的策划、创意、制作、发布的基本能力，以及市场调查与营销的基本知识和市场分析、数据处理的基本能力，具有公共关系策划、会展设计的运作能力，具有较好的计算机操作能力；在素质展示上具有宽厚人文素质基础和较好的外语基础等。

二、积极探索和稳步推进，促成广告学专业教育教学改革的有序开展

1、制定广告学专业发展规划和确定广告学专业教育教学改革基本思路，使整个专业建设与发展步入有序轨道

在广告学专业建之初，我们就制定了《浙江林学院广告学专业教学与科研发展规划》（2000年12月）和《广告学专业教学改革总体思路》（2000年12月），提出：“两横两纵”的专业课程设置模式，重点培养学生影视与平面广告方面的理论知识和实践能力，试图从综合型素质人才培养方向上探出一条可行之路”，“广告学专业的教学改革要切实围绕我国高校本科专业的基本要求，特别是广告学本科专业的业务培养目标和培养要求来培养又红又专的广告学高级应用型人才。”

随后，由于学校的跨越式发展，广告学专业也相继调整和修改了专业建设规划和教育教学改革思路，形成了《人文科学系广告学专业建设规划（2000-2005）》（2001年3月）、《浙江林学院新闻传播学科建设与发展规划（2005-2013）》、（2004年2月）、《新闻传播学科教学改革计划》（2004年2月）等，进一步明确了“厚基础、强能力、高素质”的原则，优化人才培养模式，强化课程体系和教学内容、教学方法、教学手段、教学管理体制等方面的改革，综合提高学生能力和素质的培养，提高专业的教学质量。

2、积极参加全省和全国高校有关广告学专业建设和改革的研讨活动，共同探讨广告学专业发展之路

广告学专业在建立之初，就积极参加全省和全国高校广告学专业建设的研讨活动。2000年12月，由我们倡议并主持召开了第一届浙江省广告学专业教学研讨会，当时全省设有广告

学本科专业的6所高校一起探讨了广告学专业如何适应我省社会经济发展，培养合格专业人才的话题，之后，全省高校广告学教学研究会及其活动并入浙江省传播学会，我们也成为省传播学会的副会长单位。2001年11月，我们派人参加了在深圳大学召开的全国第二届广告教育研究会的年会，随后又相继参加了2003年10月在武汉大学和湖南大学、2005年10月在河南大学、2006年10月在西北大学召开的第三、四、五届年会，交流了我校广告学专业的教学改革情况。另外，我们也派人分别参加了2004年5月、2005年5月在北京大学举行的“金犊奖”颁奖仪式暨广告学教育研讨会，2005年12月在中国传媒大学举行的“学院奖”颁奖仪式暨广告学人才素质培养研讨会，2006年8月由教育部组织的在中国传媒大学的第一届广告学人才培养模式研讨会，2006年10月在南京师范大学举行的中国广告学教育国际论坛等。通过与全省、全国设有广告学专业的高校进行交流，我们也进一步明确和坚定了“应用型创新人才”的培养目标和定位。

3、全面加强广告学专业课程建设，丰富教学内容，更新教学方法和手段，改善教学质量，使专业建设基础扎实，工作充实

在广告学专业建设中，按照“应用型创新人才”的目标和定位，遵循一般课程、院级重点课程和校、省级精品课程的建设思路，积极开展专业课程建设。目前，本专业的《传播学》、《广告学概论》已通过学校的一类课程建设，《广告设计》、《公共关系学》、《广告策划与创意》、《计算机辅助设计》等课程已列入学院重点课程项目，《广告学概论》正在积极申报学校的精品课程的建设项目。

4、为培养学生宽厚人文素质基础，人文学院启动“读书工程”，并初见成效

2002年12月，人文学院为促进学风建设，提高学生综合素质，开展了“读书工程”，“读书工程”作为一项长期的工程，旨在通过数年的努力，逐步形成学生自学、好学的学习习惯，努力营造具有人文特色的浓厚学风。该工程共分哲学类、艺术类、法学类、广告类、经营类、科技类和文学类7大部分。广告学专业也相继制定了《专业阅读书目》，它共分必读书目9部，选读书目28部，另有中外文广告学专业期刊17种。广告学专业学生根据这些书目，积极开展课外自学活动，并作了定期统计。这一工程培养了学生宽厚的人文素质基础和专业理论基础。

5、为培养学生独立从事科学研究的能力，人文学院实施本科生导师制，认真开展中期论文等工作，并从教师工作规范上予以保证和落实

作为一个普通文科类专业，广告学专业的人才培养与造就，还需要在导师的悉心指导下

进行严格的学术训练。为此,本专业相继制定了《广告学专业本科生导师工作条例》(2002年9月)、《广告学专业中期论文指导书》(2004年9月)和《新闻传播学科教育教学工作规范(试行)》(2005年1月)等制度,明确科学研究及中期论文撰写是整个人才培养方案和计划中的重要内容。这也从制度上保证了广告专业的建设与改革。

三、全员参与和悉心指导,保证广告学专业人才培养质量

1、通过教师指导的科研创新基金等项目,使广告学专业学生的科学研究能力得到锻炼和提升

广告学专业建立之初,我们就十分注重对学生在科学研究能力的培养,并通过各种层次、形式的立项及选题,使学生在教师的指导下开展相关科研工作,力求取得成效:(1)倡导学生积极申报学校的科研创新基金项目,在教师指导下开展研究工作。2000-2005年,广告学专业共获得28项学校科研创新基金项目,28个项目组在56位指导教师的指导下,开展相关研究工作,并取得预期成果。(2)倡导学生积极参与教师的相关课题的研究工作,广告学专业教师在深入专业建设的同时,也开展学科的科学研究工作,在这之中,他们也要注意吸收学生参与,学生在教师的指导下完成一定的研究成果,并得到公开交流与发表。(3)规定学生必须通过中期论文环节,以加强其研究能力。广告学专业在建立初期,就注意吸收了其它文科专业的有效做法,开展中期论文写作工作,规定在大二、大三之际,学生必须完成规定的中期论文,并获得相应的学分,以此来提高学生的科研和写作能力。(4)规范毕业论文的各个环节,提高学生对毕业论文的重视程度和写作质量。广告学专业按照学校统一的毕业论文撰写要求和基本程序,有计划、有步骤地抓好毕业论文各个环节,通过选题、文献综述、开题报告、中期检查、论文评阅、论文答辩及二次答辩、成绩评定等环节,严把毕业论文质量观,从而使学生的综合素质和能力得到锻炼与提升。

2、通过教师指导学生的专业实习、实训等实践教学,使广告学专业学生的适应能力、认知能力和沟通能力得到锻炼和提升

广告学专业背景按照文科专业的性质和特点,在实践教学形式上有实习、课程设计、实训及毕业实习等,专业教师全员投入到直指导学生实践教学的活动中去,他们根据学生的区域分布、实习内容分成几个组,指导、批改学生的实践活动的日记、实习实训报告、作业等。通过教师的指导,使学生适应社会、适应广告经营环境的能力,对广告行业现状把握的认知能力和实习、实训单位人员的沟通能力得到锻炼和提升。

3、通过教师指导学生参加各种类型的广告大赛,使广告学专业学生的表现能力和动手

能力得到锻炼和提升

广告学专业在建立之初,就十分注重让学生了解广告运作过程、参与广告的策划、创意、表现和制作过程,以提高他们的动手能力和表现能力。在2000年10月,第一届广告学专业学生进校学习后不久,我们就组织全体学生参观第七届中国广告节的展览,在这个代表中国顶级水平的广告专业展览上,让学生了解广告行业的基本现状,观摩各种广告活动,聆听广告精英的最新观点。2002年10月通过比稿选拔4人两组学生参加第九届中国广告节的“第三届青年广告人创意大赛”,而且他们是唯一的来自高校的参赛选手,通过现场参赛,学生领略了广告人创意极限的发挥和创意灵感的迸发。之后,广告学专业教师发动并指导学生参加各类广告大赛,并取得不俗的成绩。鼓励估计和影响广告学专业学生的学风建设,使其基本能力和素质名列前茅。

在广告学专业建立之初,我们就十分注重学生的学风建设,通过教师的言传身教,倡导和鼓励“坚忍不拔、不断超越”的浙林精神,用“自强不息、厚德载物”的人文精神引导学生刻苦学习,并取得良好成效。广告学专业学生在才英语、计算机等级考试中表现良好,并名列前茅。

四、重点建设和各方努力,广告学专业应用型创新人才培养初见成效

广告学建设得到了学校的高度重视和大力支持,2003年广告学专业被列入学校重点专业建设项目,这使得本专业的建设与改革有了一个好的政策环境和必需的投入保障。因此,在学校、学院的重视和支持下,在全体广告学专业师生的共同努力下,广告学专业应用型创新人才培养初见成效。

1、培养了三届适应社会和市场需求的广告学专业毕业生

截至2006年9月,广告学专业已顺利培养了三届毕业生,这三届毕业生的毕业率、学位授予率和初次就业率分别是2004届, 98.11 %, 93.4%和98.1%; 2005届96.4%, 90%和94%; 2006届91.36%, 89.71%和93.13。这标志着我们的“应用型创新人才”培养目标和定位已初步得到社会和学生的认可。

2、形成了一支数量保证、质量稳定、爱岗敬业的专业师资队伍

截至目前,广告学专业(新闻传播学学科)共有教师12人,其中副教授2人,占16.7%,讲师8人,占66.6%,助教2人,占16.7%;拥有博士学位1人,硕士学位(研究生)8人,硕博占75%;35周岁以下青年教师10人,占专业教师总数的83.3%,硕、博士学位7人,已占青年教师总数的70%。因此,本专业已基本具备了一支职称、学历、学缘、年龄结构相对合

理的专业教师队伍，并且今后的发展潜力和发展优势将十分明显与突出。

3、具备了广告学专业建设与发展之需的教学条件和教学基本设施

经过七年的建设，学校广告学专业在图书资料、实验室建设、实习实训基地建设、经费投入等方面均有显著成绩，这已经能基本保证广告学专业人才培养之需和广告学专业建设、发展之需。

4、取得了一定的研究成果

经过七年的建设，广告学专业获得各级、各类教改项目10项，取得本研究项目的研究成果和相关成果11篇，部分媒体对我校广告学专业人才培养的状况也作了报道和宣传。

以就业为导向的高校人才培养模式改革研究

马小辉

当前,大学生就业难问题引起了政府和社会的普遍关注。温家宝总理在《2006年政府工作报告》中指出:"继续实施积极的就业政策,千方百计扩大就业。……统筹做好城镇新增劳动力、高校毕业生、复员退伍军人等就业工作。"无疑,引起大学生就业难的原因是复杂的,从主观方面的来看,主要是大学生自身在思想、观念和素质上存在偏差,不能适应新的就业形势。从客观方面来看,如就业形势,就业政策、制度滞后、就业环境不理想等等,特别是高等学校人才培养模式的不合理,导致人才培养的“趋同性”,导致了就业市场上的“有人无岗”、“有岗无人”这两种就业现象并存的现实状况。教育部部长周济同志在2006年全国普通高校毕业生就业工作会议上讲话指出“必须深化以就业和社会需求为导向的高等教育改革,提升学生的实践能力和就业竞争力”。不改革高校的人才培养模式,大学生就业难的问题也就不可能得到根本解决。

一、 高校人才培养模式确定依据的理论渊源

(一) 高校人才培养模式目标来源。

简单讲,就是高等教育在确定某类人才的培养目标时,目标的出处。综观世界高教发展的历史和现状,通常可把各种目标划归三个基本来源:即学科专家的建议、学习者的个体发展需要和社会需要。

1、学科专家的建议。传递人类文化遗产,既是教育的属性也是教育的功能人类文化遗产主要是以知识,特别是系统化了的学科形式来体现的。自从各门学科以学科形式从哲学中分化出来以后,学科知识便成为学校教育的主要内容。在整个教育活动中,学科专家的建议历来是学校培养目标的主要来源之一,尤其是培养高级专门人才为首要任务的高等学校,学科专家的建议在目标的确定上具有举足轻重的作用。从学科专家的建议中提取的人才培养目标,其主旨在于遵循学科知识的内在逻辑,通过对这些知识的掌握,来实现对人类文化遗产的继承。在高等教育阶段,由于其功能已逐渐由单纯的传递文化遗产扩张为兼具文化创造功能,因而在这一阶段,已逐渐把认识已知与探索未知有机地统一在一起,使单纯的继承与创造、发展与结合,已逐渐成为人才培养目标中的重要内容。

2、学习者的个体发展。满足学习者身心发展需要，使其潜能得以充分发挥并形成和谐人格，一向是教育的理想，也是历代教育思想家们孜孜追求并付诸实践的一种教育哲学。马克思主义关于人的全面发展的学说，是我们认识关于人的发展的理想状态的理论基础，也是社会主义高等学校追求的目标之一。然而，真正实现人的全面发展要有一个过程，按照马克思主义观点，只有到了共产主义社会，才能真正实现人的全面发展。但并不是说，在社会主义阶段，特别是社会主义初级阶段，我们的高校就无所作为。恰恰相反，作为社会主义精神文明的组成部分，在社会经济、政治、科技发展的同时，努力为人的全面发展创造条件，使人的全面发展在现有条件下不断接近最终目标，乃是我们社会主义高等学校的根本任务之一，也是高等学校人才培养目标的一个重要来源。

3、社会需要。如果说，知识和个人在体现高等学校人才培养目标上的来源上，其特点还不十分明显的话，那么在社会需要方面提取目标则是其他各级各类学校所不能比拟的。这是因为，高等学校与社会生产、生活之间有着最密切和最为全面的联系。然而，高等学校从社会需要中提取人才培养目标并非自古就有，而是经过一段时间的演化，才最终从纯粹的“象牙塔”中走出来，并逐渐渗入到人们的思想观念中，形成一种不言而喻、不证自明的公理。

（二）三个目标来源的辩证关系

1、矛盾性。学科专家的建议通常需要以学科知识为组织教学的经纬，强调各门学科知识的系统性与完整性。学科的划分乃是人为的产物，在实际生活中，无论是社会生产、生活问题的解决还是个体身心的发展，都有其自身的规律与逻辑，在一定程度上，他们与学科自身逻辑并不完全一致。此外，学科知识的发展有一种日益向精细分化的内驱力，而社会生产、生活问题的解决和个体身心全面发展的实现都要求知识的整体性和综合性。显然这就形成了矛盾。再看个体需要与社会需要之间，同样存在矛盾。从个体发展需要中提取的培养目标，尽管有一部分是与社会发展需要相一致的，例如个体的职业能力需要显然与社会对职业人才需求相吻合，但也有相当一部分是有矛盾的。在高等教育价值观上，就一直存在“个人本位和社会本位”价值观的冲突。在培养方式上，从个体发展需要中提取的目标，其培养方式往往依据个体身心发展的不同侧面（如认知、情感、意志等）来安排课程，既不关心学科知识的系统与完整，也不理会社会生产、生活问题的解决。同理，从社会发展需要中提取的目标，着眼于主要解决实际问题，促进经济、社会的发展，对个体发展和学科知识的逻辑并不在意。可以说，三个来源的目标在一定程度上都具有“排他性”。

2、统一性。这是从当代高等教育实践中得出的结论。从实践上来看，就一个国家高等

教育体系而言，完全崇奉上述三个来源中的某一个方面绝对排斥其他两个方面的情况是不够的，甚至也不可能的。因为，任何一个国家的高等教育制度，只要不是有意违背教育规律，都会强调其中一方面的同时，借助另外一个方面或结合另外一个方面。仅以美国四个主要的教育思想流派为例：“永恒主义”在强调永恒不变的真理（知识方面）的同时，注重增进人的睿智（个人方面），“要素主义”主张，教育就是传递人类文化遗产中的精华（知识）方面，从而保存社会（社会方面）；“进步主义”侧重通过实际经验的积累（社会方面）来促进个体的生长（个人方面）；“改造主义”则力主通过学习知识与技能（知识方面）来达到改造社会的目的（社会方面）。可见，哪一种教育思想，在实践中都是将其中两个方面结合起来考虑的。

在实践中，人们还发现，在两个方面相互借助或结合时，必须以第三个方面为中介，不然就往往会削弱本来想强调的那两个方面。例如，在强调个体发展与社会发展相结合时（也有人称之为“个体的社会化”），必须以学科知识为中介，不然的话，用什么来使个体社会化呢？再如，在强调把学科知识用于为社会发展服务时，如果不以个体的能力、兴趣、个性、品行等发展为中介，又靠谁来把知识应用于改造社会呢？同理，如果强调个体掌握知识，而若不以解决社会实际问题为中介，他们所掌握的就不是真知，而只能是一堆无用的教条。所以我们说，知识、个人、社会这三个目标来源既是矛盾的，又是辩证统一的。

诚然，我们所说的不同时期以及不同类型的高校，对于这三个来源可以有所侧重，但是都不应该完全排斥其中某一方面。这一点，已成为高教发展中的一条“健康法则”。违背了这条法则，高等教育发展在某个时期就会出现不同程度的“病态”。以就业和社会需求为导向的高校人才培养模式改革，并非要求所有高校都这样做，而是通过合理大学的分层，确定某层（类）高校应强化“迎合”社会需要。

二、当前高校人才培养模式中存在的矛盾和问题

（一）从满足社会需求角度分析，我国高校人才培养模式存在以下几点不容忽视的矛盾和问题。

1、人才培养与产业结构脱节。我国正处于经济增长方式两个根本性转变时期，这种转变必然带来产业结构的调整和升级。为适应这种变化，人才结构也要做相应的调整。过去，在长期计划经济体制下，我国高等教育的体制是国家包揽办学和政府直接管理高校的体制、教育始终在一种计划的模式中徘徊，高校人才培养工作基本上使用一个统一的模式去“塑造”所有的学生。受其影响，目前高校培养的主要还是传统计划经济的人才培养模式，存在

培养单一、学科专业结构不合理、传统专业人数比重过大,适应高新技术发展的专业薄弱;学生专业面窄,人文知识薄弱,综合素质较差等等问题。人才培养模式与社会需求吻合较差,从而构成一方面社会需求的人才十分紧缺,另一方面学校为社会输送的人才积压的矛盾。知识经济的到来,将带来人才类型和结构的大调整。高等教育只有变革人才培养模式,才能全面适应现代化建设对各类人才培养的需求。

2、学院化培养与社会化选择脱节。由于精英化标准的制约,我国高等教育在人才培养模式上并没有实现大众化转换,依然沿袭“象牙塔式”的学院化培养模式。这种模式只有立足于统一的学科标准与逻辑,培养划一的“学科式”专业人才,采取程序化的培养形式,对人才的要求与评价是以对具体学科知识的掌握效率与质量为依据。显然,学院化模式是学历化社会的产物,高等教育处于“卖方市场”,大学生的身份或毕业文凭本身就是一种稀缺资源。一种强有力的竞争资本。而在大众化时代,高等教育转入“买方市场”,大学生身份与文凭已不再是“稀缺资源”,人才的标准不再由学校来决定,而是由市场来决定。市场准入证制度使大学生必须接受职业标准的考验以及雇主的鉴定与评价,单一的学科逻辑造成大学毕业生严重缺乏从业素质与能力,不具备雇佣性,这是大学毕业生不能充分就业的重要原因之一,也是造成大学生“过剩”这一虚假现象的重要因素之一。

3、毕业生“精英择业”意识与社会的“就业大众化”脱节。长期以来,高校毕业生曾经作为一种比较稀缺的社会资源,其就业都是由国家统包统分,就业根据国家需要来定,捧的是一只铁饭碗。作为高层次劳动者的大学生形成了一种自豪感、悠闲感的心理优势,养成择业惰性。当前我国已进入高等教育大众化阶段,大众教育时代意味着“精英教育”时代的结束和“就业大众化”的历史转化。

在传统的精英人才培养模式下培养出的毕业生,其“精英择业”意识往往只有非常强的惯性。“学而优则仕”的观念仍有市场,大学生曾经意味着国家干部的身份和城市户口的观念仍深深烙印于人们思想深处。因此,很多毕业生对于就业岗位的选择,以国家机关、中央部委为优先;在就业地区上,目光所及也就限上海、北京、深圳、广州等发达城市。有关资料显示,近年来高校毕业生中88.8%是在大中城市就业,只有19.2%在乡镇或农村就业。由于毕业生自身对于其就业层次的认识未能适应现实变化,将就业目标长期集中在经济发达的大中城市或国有大型企业、外企和政府机关,致使供需失衡,必然造成部分毕业生难以就业。

(二) 当前大学生就业主要存在问题

大学生就业问题主要存在两个方面:一是“有事没人做”。在全国700万名技术工人