

高校特色专业培育的理论与实践

王保华 等著



 华中师范大学出版社

本书得到教育部人文社会科学研究规划基金项目资助，为2010年度教育部人文社会科学研究一般项目“高校特色专业培育研究”（10YJA880130）课题成果

高校特色专业培育的理论与实践

王保华 等著



 华中师范大学出版社

新出图证(鄂)字 10 号

图书在版编目(CIP)数据

高校特色专业培育的理论与实践/王保华 等著. —武汉: 华中师范大学出版社, 2013. 10

(华大博雅学术文库)

ISBN 978-7-5622-6354-8

I. ①高… II. ①王… III. ①高等学校—专业—教育建设—研究—世界
IV. ①G649. 1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 261022 号

高校特色专业培育的理论与实践

© 王保华 等著

责任编辑: 王中宝

装帧设计: 罗明波

编辑室: 学术出版中心

出版发行: 华中师范大学出版社

社址: 湖北省武汉市洪山区珞喻路 152 号

电话: 027-67863040(发行部) 027-67861321(邮购)

传真: 027-67863291

网址: <http://www.ccnpublish.com>

印刷: 华中理工大学印刷厂

字数: 288 千字

开本: 710mm×1000mm 1/16

版次: 2013 年 10 月第 1 版

定价: 41.00 元

责任校对: 易 雯

封面制作: 胡 灿

电话: 027-67863220

电子信箱: hscbs@public.wh.hb.cn

督印: 章光琼

印张: 15.75

印次: 2013 年 10 月第 1 次印刷

欢迎上网查询、购书

敬告读者: 欢迎举报盗版, 请打举报电话 027-67861321

目 录

第一部分 理论探索

第一章	高校特色专业建设的几个理论问题	3
第二章	高校专业建设与特色专业建设的现状与问题	14
第三章	艺术类品牌教师成长规律研究	25
第四章	品牌课程建设的价值取向及其实践	58
第五章	我国高校特色专业建设政策的实证研究	68
第六章	行业院校特色专业培育研究	79

第二部分 中国实践

第七章	研究型大学特色专业培育案例研究 ——以同济大学和北京师范大学为例	87
第八章	行业特色大学特色专业培育案例研究 ——以中国传媒大学和中国海洋大学为例	107
第九章	地方大学特色专业培育案例研究 ——以上海对外经贸大学和济南大学为例	128
第十章	民办大学特色专业培育案例研究 ——以西安欧亚学院财务管理专业为例	153

第三部分 国际经验

第十一章	国外大学学科发展与专业建设的发展趋势	187
第十二章	美国高校优势学科专业发展的历史与现状	192
第十三章	英国高校优势专业发展的现状与趋势	200
第十四章	日本“特色 GP”计划的实施及其在高等教育改革中的作用	208

第四部分 对策建议

第十五章	大众化时代：高校特色专业建设	217
第十六章	品牌专业建设与人才培养模式改革——以中国传媒大学为例	223
第十七章	双轮驱动：高校特色专业培育的路径选择	239
参考文献		245
后记		249

第一部分

理论探索

LILUNTAN SUO



第一章 高校特色专业建设的几个理论问题

提高高等教育质量是当前社会各界关注的一个热点问题,也是高等教育领域自身建设的重点与难点问题。提高高等教育质量涉及的因素众多,不仅有外部因素,而且有内部因素。仅从高等学校内部而言,如何建设好一批优势学科,如何加强特色专业建设均成为高校管理者认真思考的问题。本章仅就高校特色专业建设的理论问题加以探究,希望对理清特色专业建设的疑惑和思路有所帮助。

特色专业建设不仅是一个实践问题,也是一个理论问题。在教育部第一批“质量工程”项目实施之后,高校管理者普遍关注的问题不仅是如何获得特色专业,更为关心的是特色专业的本质特征是什么,特色专业是否具有可复制性,高校如何培育特色专业等。

一、关于特色专业的基本特征问题

(一)特色专业的内涵

众所周知,特色是事物所表现的独特的色彩、风格等。更具体地说,特色是一个事物显著区别于其他事物的风格、形式,是由事物赖以产生和发展的特定具体环境因素所决定的,是其所属事物独有的。

有学者从高校核心资源和竞争力的角度指出,品牌专业(特色专业)具有有价值、稀缺性、不可模仿和替代性等特点^①。笔者认为,特色是由“特”和“色”组成的,特就是独特,色包含两个方面的含义,一方面是指色彩,另一方面是指成色。色彩指的是形式,成色指的是质量。因此色是形式与内容的结合与统一。根据上述理解,所谓特色专业就是一个学校较为独特的、成色较高的专业。独特体现在优势学科的支撑性和专业的不可替代性上。成色较高体现在学校发展的沉淀性和专业与社会需要的契合性上。

首先,我们看一下特色专业的独特性。

一般而言,从教育部审批的特色专业来看,特色专业对于高校来说,都有一个

^① 张金贵,宁宣熙:《论品牌(特色)专业与高校核心竞争力》,载《经济师》,2005年第8期。

甚至几个优势学科的支撑,体现出明显的优势学科的支撑性。这是学校独特性的重要体现之一。如上海交通大学,教育部审批特色专业 30 个,其中工程方面的特色专业最多。这些专业与学校重点学科的支撑是分不开的。围绕工程方面的国家一级重点学科就有力学、机械工程、材料科学与工程、动力工程及工程热物理、计算机科学与技术、船舶与海洋工程、管理科学与工程、生物医学工程等 9 个。

特色专业的独特性还体现在专业的不可替代性上,这是特色专业最重要的特征之一。如上海外贸学院,作为华东地区唯一的一所对外经济贸易类大学,学校具有从事国际商务高等教育的悠久历史、鲜明特色和传统优势。原来是对外经贸部直接管理的院校,后来下放由上海市管理,作为一个特色鲜明的高校,金融、外贸、英语专业是其特色,所以上海外贸学院得到教育部审批的特色专业有国际金融贸易、金融学、工商管理、物流管理、英语(商务英语方向)5 个。这种专业的不可替代性是由学校的特殊历史和学科所支撑的,尽管其他高校也可以创办类似的专业,但是其成色就不及这类高校。

其次,我们再看一下特色专业的成色。

特色专业的成色好坏首先表现在学校发展的沉淀性上。特色专业的发展不是一蹴而就的,往往具有学校发展的悠久性与沉淀性。正如教高司函(2008)208 号《关于加强“质量工程”本科特色专业建设的指导性意见》指出的那样:特色专业是指充分体现学校办学定位,在教育目标、师资队伍、课程体系、教学条件和培养质量等方面具有较高的办学水平和鲜明的办学特色,获得社会认同并有较高社会声誉的专业。特色专业是经过长期建设形成的,是学校办学优势和办学特色的集中体现。这里有几个关键词:办学定位、办学特色、社会认同、长期建设。因而特色专业之所以被批准,并不是短期的效应,而是长期建设与努力的结果,是一所高校教师队伍、专业方案、资源保证等方面的集中体现。如果说资源和专业方案可以短期形成,但是教师队伍的形成绝非一日之功,需要长期积累,尤其是教师教育教学能力的形成,不仅需要专业知识,而且需要个体经验的长期积累,直至形成自己的风格。

特色专业的成色好坏还体现在专业与社会需要的契合性上,也就是专业适应市场的程度。一般而言,特色专业就是在学科建设与劳动力市场方面结合较好的专业。在当下,判断一个专业的好坏,一个重要标准就是就业情况。特色专业不仅是学科建设有雄厚的基础,而且是用人单位反映较好的专业。根据麦可思研究院 2008~2010 届大学毕业生社会需求与培养质量调查,一些专业呈现出不同的状态,有些专业严重供大于求,有些专业处于就业的黄牌警告状态,也有些专业处于供不应求的状态。在一些红牌专业中,既有前些年热门的专业,也有近几年红火的专业,甚至是未来的战略新兴专业,这种情况是因为一些高校盲目追求热门,甚至为了节省开

支所致。

表 1 2011 年中国大学毕业生“红黄绿牌”本科专业^①

红牌专业	黄牌专业	绿牌专业
动画	艺术设计	地质工程
法学	美术学	港口航道与海岸工程
生物技术	电子信息科学与技术	船舶与海洋工程
生物科学与工程	公共事业管理	石油工程
数学与应用数学	信息管理与信息系统	采矿工程
体育教育	工商管理	油气储运工程
生物工程	汉语言文学	矿物加工工程
计算机科学与技术		过程装备与控制工程
英语		水文与水资源工程
国际经济与贸易		审计学

另外，特色专业的成色还表现在学校的办学理念、人才培养目标、培养模式、培养质量等方面是否具有显著特色，只有上述几方面达到较高的水平，人才培养的质量才能明显优于其他专业或其他学校同类专业，并得到社会的广泛认可，才有较高的声誉。因而特色专业的要素包括用户反映、教师队伍、专业方案(包括学科、课程、教材等)和资源保证等。

(二) 特色专业与品牌专业的关系

近几年，在特色专业建设中，我们经常听到品牌专业的说法，那么这两个概念有何异同呢？首先，特色专业与品牌专业有相同之处，即都是独特的专业，因此，特色专业与品牌专业可以互用。其次，特色专业与品牌专业有细微差别。具体体现在两个方面，一是特色专业在层次上略低于品牌专业。因为对于一个学校而言，特色专业可能不止一个，但是品牌专业可能只有一个。二是品牌专业从商业营销角度而言，是占据更多消费者的、具有良好社会声誉的专业。比如对于中国传媒大学来说，播音与主持艺术专业首先是一个特色专业，同时又是品牌专业，每年的招生非常火爆。之所以说播音与主持艺术是品牌专业，是因为它有良好的社会效应，因为中央电视台的不少著名主持人都出自中国传媒大学，他们为中国传媒大学的播音与主持艺术专业赢得了不少荣誉。正如有的研究者所指出的，品牌是一种标志，其实

^① 《麦可思研究》，2011年6月上旬刊。

质是产品的销售者关于产品特征、品质和利益的最庄严、最重要的承诺，是一种根植于消费者心中的良好形象。它反映质量，蕴含着理念和文化。所以品牌专业是指专业条件、改革成果、建设和管理水平、人才培养质量和社会声誉等达到一流水平的专业^①。

二、关于特色专业的发展动力问题

特色专业的发展是多方面因素相互作用的结果，不仅有社会的强烈需求、政府管理的需要，而且有学科发展和学校发展的内在需求。因此，特色专业发展的动力是四维因素作用的结果。

(一)人才市场的需要

特色专业的社会需要主要体现为市场的需求。社会经济、文化对人才的需求信号是关键。市场需要主要体现在专业与就业的关系上。在教育领域一直存在着通识教育与专业教育之争，专业教育与职业教育之争。应该说任何一方观点都没有错误，问题的关键在于我们秉持什么样的立场，以及如何应对就业市场对人才的要求。有的专家指出，“通中求专”“专中求通”是两种不同的专业与课程设置战略，西方国家多采取“通中求专”的专业战略，而我国较多采用“专中求通”的战略^②。其实，两者都是要解决专业与市场之间的关系问题。

根据麦可思研究院的研究表明：专业与就业有一定的相关性。

第一，专业对口率问题。

一般而言，就业者总希望找到与自己专业一致或者相近的专业工作，这是人之常情。但是所学非所用甚至相差甚远的现象屡见不鲜。因而，提高专业的适应性就成为高校面临的一个重要课题。据麦可思研究，2010届本科毕业生的专业对口率为69%，高职高专为59%，均比2009届上升了2个百分点，但仍然低于2008届(本科71%，高职高专61%)。具体到专业来看，2010届本科专业对口率最高的为建筑学(94%)，其次是学前教育、土木工程和临床医学(均为93%)；高职高专专业对口率最高的为道路桥梁工程技术、高压输配电线路施工运行与维护(均为93%)，其后是护理和学前教育(均为91%)^③。这说明，高校在人才培养方面还需要积极应对人才

① 张金贵，宁宣熙：《论品牌(特色)专业与高校核心竞争力》，载《经济师》，2005年第8期。

② 张彤，杨莉：《高校专业及课程管理的问题与改革趋势》，载《江苏高教》，2007年第6期。

③ 麦可思研究院：《2010届大学毕业生专业对口率分析》，载《麦可思研究》，2011年5月下旬刊。

市场的需求,否则就会加大两者之间的差距。

第二,专业数量与就业质量问题。

近年来,高校毕业生就业成为社会关注的热点话题。高校作为专门人才的提供者十分重视此项工作,并为此付出了大量的精力。专业与劳动力市场的关系是最为紧密的一对关系。但是高校办多少专业为宜呢?是否学科越多越好呢?这些都是高校管理者关心的问题。

据麦可思研究,高职类院校、应用型本科院校、“211工程”本科院校和“985工程”本科院校在专业数量与就业之间存在明显的差异和关系。数据分析表明,与高职院校类似,应用型本科院校开办专业门类数量较多,对其培养的2009届毕业生的就业数量和质量均呈现消极的影响。与高职院校相同,应用型本科院校毕业生的就业状况主要受专业大类的数量影响,而在同一个专业大类下的专业小类数量的多少并不明显影响该专业大类毕业生的就业状况。应用型本科院校开办的专业大类较多,其培养的毕业生在毕业半年后的就业率就有所降低。所办专业大类在6个及以下的应用型本科院校半年后就业率平均为92.9%;专业大类在7~8个的应用型本科院校为91.3%;而专业大类在9个及以上的应用型本科院校为90.3%。应用型本科院校开办的专业大类数量越多,其培养的毕业生半年后的就业质量就越低。分析发现,所办专业大类在6个及以下的应用型本科院校,其毕业生半年后的月收入平均为2510元,专业大类在7~8个的应用型本科院校这一指标为2430元,而专业大类数量在9个及以上的应用型本科院校这一指标下降到2414元;所办专业大类数量在6个及以下的应用型本科院校,其毕业生专业对口率为71%,而专业大类数量为7~8个和9个及以上的应用型本科院校,这一数据分别为69%和68%。应用型本科院校开办的专业大类较多,也会影响到工作的稳定性。专业大类在6个及以下的应用型本科院校,其毕业生在毕业半年内的离职率为23%,而专业大类在7~8个和9个及以上的应用型本科院校,这一数据分别上升到27%和28%。可见,应用型本科院校所办的专业大类数量越多,其培养的毕业生在毕业半年内的工作稳定性越低,或者说初次就业质量较低。应用型本科院校开办的专业大类较多,也导致了毕业生对母校的推荐度降低。专业大类在6个以下的应用型本科院校,2009届毕业生对母校的推荐度为53%,专业大类在7~8个和9个及以上的应用型本科院校均为48%^①。

与此同时,“985工程”院校的专业大类数量较多,并不会对其毕业生就业结果绝对产生消极影响。而对于其他研究型本科院校来说,专业大类数量较多,会对其就

^① 麦可思研究院:《应用型本科院校的专业门类数量与就业的相关性》,载《麦可思研究》,2011年1月中旬刊。

业结果的各项指标产生负面影响, 尽管与高职院校和应用型本科院校相比, 这种消极影响不那么明显^①。

从麦可思研究中发现以下规律: 学科和专业设置对于不同类型的高校有不同的规律, 学科与专业并不是设置得越多越好, 存在边际效应和规模效应的规律。

(二) 知识体系发展的需要

许多事实证明, 对人类社会产生重大影响的有两大类资源, 一是思想, 二是基础科学。高校是产生思想的地方, 同时, 高校又是基础学科较为集中的地方, 还是知识生产和传播的地方。因此, 特色专业对于发展学科, 形成知识体系具有不可估量的作用。

特色专业不是凭空产生的, 有其特定的要求。特色专业是由其赖以产生和发展的特定环境因素所决定的, 这个环境中较为重要的因素是学科的基础问题。优势学科与特色专业的关系可以概括为支撑与促进的关系。优势学科的形成需要优势专业的支持, 其中特色专业就是优势专业。良好的学科优势为专业建设提供支撑, 同时特色专业建设促进优势学科的形成和发展。如中国海洋大学在 68 个本科专业中, 以海洋科学、海洋技术、水产养殖、海洋经济等为代表的涉海类专业 24 个, 占专业总数的 35.3%, 以化学(含海洋化学)、地球信息科学与技术(含海洋测绘)、生物科学(含海洋生物)为代表的与海洋特色相关的专业 13 个, 占专业总数的 19.1%, 另有与海洋特色关联不强的专业 31 个, 占专业总数的 45.6%。中国海洋大学十分强调专业建设和学科发展的有机互动, 以优势的特色学科建设推进专业建设和人才培养, 逐步形成了若干个特色鲜明、理工或文理交叉融合的专业群。例如依托海洋学科, 构建了“海洋科学—(海洋)化学—(海洋)地质—海洋技术—港口航道与海岸工程—环境科学—海洋管理—海洋经济学等”专业群; 依托水产学科, 构建了“水产养殖—海洋渔业科学与技术—海洋生物资源与环境等”专业群; 依托生命学科和食品科学与工程学科, 构建了“生物科学—生态学—生物技术—生物工程—生物化学与分子生物学—食品科学与工程—药学—海洋资源开发利用技术等”专业群; 依托工商管理学科, 构建了“工商管理—会计学—财务管理—旅游管理—市场营销—电子商务—物流管理等”专业群。这些专业群为促进学校本科教学水平和人才培养质量的全面提高发挥了重要的作用^②。有鉴于此, 中国海洋大学得到教育部审批特色专业 12 个。这说明知识发展与专业发展具有明显的双向作用。

^① 麦可思研究院:《研究型本科院校的专业门类数量与就业的相关性》, 载《麦可思研究》, 2011 年 1 月下旬刊。

^② 资料来源于《中国海洋大学 2010 年本科教学质量报告》。

（三）学校内在发展的需要

高校的三大职能是人才培养、科学研究和社会服务。其中最基本的职能是人才培养。随着高等教育从精英教育到大众化教育时代的来临以及高校生源的减少，高等学校之间的竞争更加激烈，争夺生源的大战愈演愈烈。去年，仅山东省剩余的高招指标就达4万个^①。另外，有不少考取北大、清华的考生也纷纷转而报考香港的高校。因此，学生不仅在选专业，而且在选学校。这无疑是对高等学校的严峻考验。特色专业对于一所高校而言，无疑是一张上佳的“名片”，特色专业越多就说明这所学校的整体实力越强。尤其对于高考之后选择高校的学生与家长来说，特色专业，尤其是品牌专业是吸引学生报考的重要因素之一。因此特色专业是一所学校形象的象征。另外，从传播的效果来说，特色专业无疑是宣传学校形象和提升社会声誉的重要手段。有鉴于此，许多高校把培育特色专业作为一项重要战略加以重视。

（四）政府治理作用的需要

从政治学的角度而言，政府是社会职能的履行者。政府对于特色专业的需要更多的是从专业管理的角度以及满足社会需要的角度出发的。从专业管理的角度，就是要通过国家行为引导高校办出特色，合理定位。从满足社会需要的角度出发，就是要使高校的专业更符合社会经济结构的转型、产业的升级换代；减少专业的重复设置，更符合用户的需要，使专业更加对口，学生毕业后更能适应工作岗位的核心能力要求。

三、关于特色专业的培育问题

特色专业之所以被社会所认可，绝非一日之功，与此同时，特色专业的培育又是一个复杂的系统工程。我们可以从显性与隐性两个方面加以分析。

在显性方面，特色专业主要涉及四个因素：用户反映、教师队伍、培养方案、资源保证。从学校内部建设而言，特色专业建设涉及人才培养的理念、人才培养方案的制订与优化、课程建设与改革、实验实践教学建设与改革、师资队伍建设、教学管理制度的改革与创新等方面，因而，特色专业的培育需要从多方面入手，其中用户反映是结果，教师队伍是关键，培养方案是手段，资源保证是基础。

在隐性方面，从影响特色专业的内外部环境分析，影响特色专业培育的内部因素是学科的内在需求，即高校常常会从学科自身发展的逻辑考虑专业的发展、特色

^① 山东高招：《生源减少 4万招生计划落空》，引自新华网，2011年8月26日。

专业培育与传统学科发展之间的关系、交叉学科与新兴学科之间的关系。但是,影响特色专业培育的外部因素是特色专业与劳动力市场之间的关系。目前,高校受到社会诟病的是专业设置脱离社会的需求,甚至严重滞后,出现了所谓的失业与空缺并存的状态,这凸显了高等学校专业建设的紧迫性和改革的必要性。因此,高等学校专业建设要遵从学科逻辑与劳动力市场逻辑。这对于高等学校来说,无疑是一个具有挑战性的难解课题。

特色专业的培育实际上就是解决特色专业的成色问题,也即使特色专业的成色更加到位、质量更加符合客户的需求。特色专业培育涉及两个方面的因素:政策引导与学校自觉。政策引导解决的是政府对特色专业的管理问题,学校自觉解决的是特色专业的基本要素和形成问题。

政策引导方面,需要政府处理好制度建设的长效性与灵活性。即政府要从根本上解决制度的缺失与管理的僵化问题。对于特色专业而言,制度方面急需加强的是把特色专业建设作为一项长期任务,从政策上,实行长期的制度扶持,建立周期性的保障措施,使特色专业建设成为优先考虑的因素,即特色专业建设要实行第二轮,甚至第三轮的质量工程,确保管理和办出成效。另外,对于专业的设置要制定出有利于高校自我发展和约束的机制。

学校自觉方面,需要学校处理好学科逻辑与社会需求的关系,人才培养质量与教师队伍、专业方案(包括学科、课程、教材等)和资源保证等的关系。从专业发展而言,学校急需把握学科逻辑与社会需求的矛盾,即处理好作为专业支撑的学科发展的基础。除了保证发展特色专业之外,要重视传统专业的改造和新兴交叉学科的培育,以适应专业对人才市场的对接。与此同时,人才培养质量不仅涉及学校的办学理念、人才培养目标、培养模式,更为重要的是作为学校承担专业教学任务的教师队伍状况、专业培养方案,以及与教学相应的资源保证等。因此,特色专业的培育绝非一日之功,需要从多层面加以改进,促进特色专业的发展和完善。

四、关于特色专业的定位和功用问题

特色专业建设不仅是实践性很强的问题,也是极具理论色彩的问题。要做好特色专业建设工作,需要从理论上回答以下几个问题:

从定位上来讲,特色专业是一个介于学科建设与人才市场之间的中位概念。首先,学科建设是专业建设的基础。因为长期以来,大学的人才培养是以学科建设为基础的专业教育,是以培养专门人才为主的。其次,人才市场的需求变化影响着专业的设置。因此,专业是否与市场保持一定的契合度就成为一个专业能否长期存在

的基础。

从功用上来讲,特色专业建设有双重的目标和任务,一是促进学科的发育和成熟;二是为人才市场提供必要的人力资源和智力支持。从社会发展和高等教育变迁的角度而言,特色专业建设的第一重目标在弱化,第二重目标在逐渐彰显。从政策研究角度来分析,政府部门把特色专业建设作为质量工程的重要组成部分,并把它列于首位,充分显示了政府所寄予特色专业建设的期望。

作为一项国家政策,特色专业建设主要是解决三个问题:人才培养与市场脱节问题,即高等教育的结构性失衡问题;高等学校盲目发展问题,即高等学校分类发展和定位问题;专业建设的随意性问题,即高等学校专业的标准和认证问题。因而,从一定意义上来说,特色专业建设在定位和功用上要处理好两对基本的关系。

(一)特色专业建设与学科建设的关系

“特色专业建设的着力点在什么地方”,是一个急需解答的问题。要回答此问题,就必须弄清学科建设与专业建设之间的区别。

根据有关专家研究^①,两者的区别主要在于构成要素不同及最终结果不同。从构成要素看,学科建设的构成要素主要有学科带头人、学科梯队、科研课题、研究仪器设备、学科建设管理人员等;而专业建设的构成要素主要有教师、课程、教材、实验与教学管理人员等。从最终结果看,学科建设主要是学术梯队建设、研究设施建设、确定研究方向以产出研究成果,更多的是学术性的行为;而专业建设主要是围绕专业人才目标制定、课程开发、教材建设、实验室与实习基地建设等内容来展开,最终是为了培养合格的人才,更多地具有市场性特征。

(二)特色专业建设与劳动力市场的关系

“社会需求”和“动态调整”已经成为优化高等教育结构布局的两个关键词。在特色专业建设与劳动力市场的关系上,需要解决特色专业的层次问题和特色专业与工作的匹配问题。

所谓特色专业的层次问题,就是要合理区分不同类型高校特色专业的服务面向。特色专业建设项目启动实施以来,许多省就进行了不少探索,形成了一些有益的经验。如安徽省实施分类指导,构建特色专业建设体系,强调重点大学特色专业的建设目标是培养高层次创新性人才,支撑区域社会经济发展;其他本科高校特色专业建设目标是培养高素质应用型人才,服务地方主导产业发展。这种以服务 and 支撑区域经济社会发展为主要特征的特色专业建设体系,得到了安徽省高校的认同和实践,

① 王家新,吴根洲:《原部委直属高校学科建设探析》,载《大学教育科学》,2006年第4期。

发挥了特色专业建设的分类指导作用。

所谓特色专业与工作的匹配问题，实际上就是解决特色专业与劳动力市场之间的衔接问题。近年来，随着整个社会就业压力的加大，再加上高等教育的大众化，高等学校招生人数激增，学生就业的压力不断凸显。

麦可思研究院运用调查数据，比较系统地分析了各行业高校学生就业的状况，2010 年对连续三届大学毕业生的调查研究表明，从专业结构来看，约三成失业大学毕业生持续性集中在少数专业。天津失业率最高的是英语、计算机科学与技术、电子商务、国际经济与贸易、工商管理、会计学、电子信息工程、汉语言文学等 10 个本科专业，其失业人数之和占到全市失业本科生总数的 38.1%。当前普遍存在的大学生就业难，除了外部因素和思想观念之外，最根本的原因是专业与市场的匹配率较低。因此，特色专业建设应把与市场人才需求的契合度作为衡量特色专业建设的重要考量指标。

五、关于特色专业的认证问题

政府部门通过国家意志和行为把高等学校的精力和注意力吸引到提高质量的轨道上来，今后是否还要由政府出面分批次地设立新的特色专业？特色专业审批之后谁来进行监控？谁来进行认证？这些都是值得加以认真研究的问题。

（一）关于专业标准

在经济学领域流行着一句话：制度大于技术。但在教育领域，技术和制度同等重要，都需要加强建设。对于特色专业建设来说，在制度层面就是要形成特色专业认证的长效机制；在技术层面就是要制定出特色专业的标准。

专业标准是高等学校培养人才的重要尺度。专业标准不仅包括所有专业普遍意义上的标准，而且包括不同专业人才的标准。在此方面可以借鉴国外高校的一些经验。

（二）关于认证主体

专业是否有认证标准是一个专业规范与否的问题，而专业由谁来认证则涉及权限和公正的问题。在此方面可以在借鉴国外已有经验的基础上，逐步培育教育中介机构来承担行业的专业认证工作，以保证评介的中立性和客观性。

在英国负责对工程界进行管理的是一家皇家特许的权力机构——英国工程委员会(简称 ECUK)。ECUK 不但负责管理英国工程界，还在国际上代表英国工程师的利益。因此，根据皇家宪章，其使命就是为工程师、工艺师和技术员确定并保持专

业能力和职业道德的国际公认标准。ECUK 的任务主要包括两个方面：一是为工程师和其他工程技术人员提供注册；二是对英国工程教育专业进行专业认证。ECUK 对工程界的管理是通过几十个工程学会来实现的。它对于合乎条件的工程学会授予许可证，让这些学会来维护和促进相关的认证标准^①。

^① 章建石：《英国的高等工程教育专业认证体系》，载《科学时报》，2007年7月4日。