

品牌理念融入高职院校学生发展研究

◆王聪慧

(辽宁农业职业技术学院 辽宁营口 115000)

摘要:品牌理念意在运用品牌吸引力引导消费者,同时,它建立了一种管理理念,即消费者对品牌忠诚度很高,从而为品牌(和市场)创造了主导地位。品牌理念包括经营使命、经营思想、经营准则三个方面,对企业的发展具有导向功能。将品牌理念融入高职院校学生发展是一种全新的尝试和规划,高职院校作为培育高素质劳动者和技术技能人才的学校,将品牌精神融入学生培养全过程是未来职业发展的目标之一。本研究基于高职院校学生这一群体为研究对象,针对高职院校学生的特点以及发展为出发点,以品牌理念融入高职院校学生发展为落脚点,探讨推进培育高职学生的品牌理念发展的全新路径。

关键词:品牌理念;高职学生;发展

一、品牌理念融入高职院校学生发展的现实依据

研究认为品牌理念与高职院校的学生发展存在必然的联系。基于当今社会特点是网络化、专业化,社会环境也处在变革和发展的社会浪潮之中。随着我国经济政策的改革、制造业的升级、产业结构的深刻变革,品牌理念运用于经济发展的方方面面,缔造企业独特的产业文化。培养精高专的高职院校,推动高职院校学生的专业和职业发展,将企业着重发展的品牌理念融入教育人才培养目标既不同于更侧重学生技能培养的中职院校,也不同于更为注重学术研究和学科建设的普通本科高校。高职院校的学生发展需要更具有独特性,着重做到一校一发展,一系一品牌。人才培养目标有自身的特殊性,高职院校的培养模式强调学生的职业发展要紧紧围绕专业性、职业性、技术性。高职院校的发展处于教育改革中至关重要的地位和作用,所以高职院校必须全力打造自己的特色品牌、品牌塑造。

二、品牌理念融入高职院校学生发展的现实意义

品牌理念促进高职院校的品牌建设,而品牌建设融入高校专业、产业的方方面面。并不是只有一流的高职院校才有资格去打造自身品牌,每一所高职院校都有塑造自己特色的教育理念和品牌力量,因而都必须认真脚踏实地地将品牌建设纳入自身未来发展的规划之中。部分高职院校存在成立时间不长、科研、专业特色、文化内涵薄弱、基础设施不健全等问题。以何种形式和方法推行品牌这一思想对于提高学院整体竞争力,提高其稳定持续发展能力,创建名牌高职院校具有十分重要的意义。具备品品牌建设的构建理念可以使高职院校在竞争中具有一定的优势。品牌已成为高职院校提高办学质量,打造高校核心竞争力的首要因素,已成为市场体制下职业教育改革的重要基础。

三、品牌理念融入高职院校学生发展的路径机制

第一,加强建设校园文化,营造良好育人氛围,每一所学校、每一个专业的系别都存在自己发展的特点和优势,完善建设校园文化,良好的育人氛围有助于培养学生的综合素质和鲜明的个性。学校的品牌文化将体现在校园的价值取向,办学特色和发展愿景上。品牌理念影响下的品牌构建过程中,充分发挥学生社团的载体作用势在必行,充分发挥社团组织的带头和引领作用,强调重点发展社团的理论性和专业性、技能性,建立理论学习协会,专业技能协会,文学艺术协会,体育协会和社会服务协会。组织丰富多彩的校园文化活动,为学生提供良好的发展空间,营造良好的教学和教育环境,为高职院校品牌建设提供良好的环境。

第二,发展特色专业,围绕学科专业建设丰富高职院校办学特色。高职院校的专业特点主要是以职业技能为主要方向,专课程体系设置在专业技术层面进一步提升,课程设置在强调专业化、技术化的同时,通过院系的常规职业培训活动,开发和启动职业立项、品牌树立的发展模式,由此,针对专业课开展的情况

和具有针对性培养方案的实践教学课程,针对每个专业以及每个学生的求职需求与专业教学供给,满足市场主体的核心利益。在当今的经济环境和形势发展中,市场机制和社会需求发生了翻天覆地的变化。高职院校的发展模式和人才培养模式沿袭了“生产,学习,研究”。“校企合作”等多样化模式转变,各高职院校在其中要寻求发展和立足之地,必须根据自己的办学理念明确发展的目标,要结合所在地方的经济发展水平以及社会成熟水平,进一步要求加强专业建设,发挥现有专业优势,针对学生特点,按照自身能力教育学生,全面提高人才培养质量,促进学生全面发展和可持续发展,培养为社会提供高素质,高技能的人才,打造自己的品牌,提升品牌价值。

第三,自身提高师资建设,完备专业教师和职业导师的配备,进而提升办学质量。高高职业院校师资队伍建设一般包括理论班教师,专业班主任和培训讲师。受社会化产业结构的影响,专业设置也随着产业结构的变化进行结构调整,这就要求教师队伍的配备和职业能力需要进一步调整完善。高职院校与企业的合作程度也应深化和深化学校与企业的合作。也可以从相关的企业引入具有具有丰富实践经验和教学能力的行业人才。高职院校可以计划聘请专业教师加入与高校签订校企合作的企业,或者在冬,暑假期间利用最新技术学习最新技术。掌握各方面的职业咨询的基础上,更能提高教师专业性和职业性能力,在日常教学工作中能够有的放矢的结合实践部分,有效地将理论与实践相结合,向相关专业教学,真正将理论与实践联系起来。高职在专业设置和理论教学中,高校应将教育资源与企业需求相结合,将学校管理与企业管理紧密结合起来。在教学内容的安排上,要注意从专业理论知识到实践教学的转变,并反映学生实践技能的各个方面。在派遣学生到企业实习之前,学生应加强思想教育,如团队合作,敬业精神,勤奋努力,以及与企业实践标准密切相关的素质教育。为了培养学生的动手实践能力,高职院校必须使学生真正开展实地培训,参与企业的生产活动,使学生能够快速掌握企业所需的技能。

随着中国市场经济体制的逐步完善和产业结构的不断升级和调整,对技术和技能人才的需求不断增加。在这种情况下,竞争激烈的高职院校处于稳定状态。就要更加重视学校的品牌建设。品牌建设高职院校是在教育市场竞争的需要,这也是高职教育未来的发展趋势。这不仅可以提高高职院校的目标市场的竞争力,也提高高职院校的水平和教育质量。介绍该品牌的发展战略,为高职院校的管理,同时提高了大学生作为一个整体的综合实力,同时也可以促进高职院校的特色建设,使高等职业教育可以实现长期可持续发展。

参考文献:

- [1]王良青,核心竞争力视域下的高职示范校建设研究[J],教育与职业,2010,(17):5-8.
- [2]吴艳萍,高职院校高层次人才引进的实施与思考[J],交通职业教育,2014,(6):11-13.
- [3]王国平,品牌制胜——高校品牌战略体系的构建及实施[M],北京:知识产权出版社,2012
- [4]余明阳,品牌学教程[M],上海:复旦大学出版社,2005
- [5]马树超,中国高等职业教育历史的抉择[M],高等教育出版社,2009,(5):31-34.
- [6]马琼,浅议高等学校品牌战略的内涵与策略[J],中国高等教育,2012,(12):46-47.

作者简介:王聪慧(1992—),女,满族,辽宁省大连市人,职务:辽宁农业职业技术学院教师,学历:硕士研究生。