

徐工院校园品牌现状调研及管理对策研究

◆贺超凡 张晓燕

(徐州工业职业技术学院)

摘要: 本文通过对徐工院校园品牌建设的认同度、建设范围、建设重要因素和建设的内容等方面的调研分析, 最后提出了徐工院校园品牌建设的策略和建议。

关键词: 徐工院; 校园品牌; 管理对策

一、调研设计

通过阅读大量有关校园品牌管理的期刊文献资料和硕士论文, 并在老师的指导下设计的问卷, 经过老师多次给予建议和修改, 形成了最终的调研问卷。问卷的第一部分是调研个人基本信息。第二部分是对实施校园品牌的意见以及学校哪些方面应加强品牌建设。第三部分是对实施校园品牌管理方面的建议。第四部分是调研校园各项品牌管理的内容。

本次问卷调查面向徐工院学生、专业教师、基层管理人员、中高层管理人员及, 后勤工作人员共发放 200 份, 回收问卷 182 份, 回收率达到 91%, 问卷主要是通过网上, 此次调研采用在问卷星上发放和收集。

二、调研数据分析

(1) 对校园品牌建设的认同度调研

对校园品牌建设的认同度调研持非常赞同和赞同态度的百分比达到了 70.47%, 很不赞同的和不赞同的百分比分别为 3.81% 和 6.67%, 也有小部分人持无所谓的态度, 所占比例为 19.05%。通过分析, 我们可知实施校园品牌建设认同度较高。

(2) 对校园品牌建设范围调研

通过调研数据得知, 大家希望学校加强的品牌建设, 教学方面是大家最希望加强品牌建设的, 所占比例为 70.48%, 管理方面和科研方面所占比例分别 55.24% 和 57.14%, 校园文化建设所占比例为 66.67% 仅次于教学方面, 为社会服务也占了 49.52% 的比例。

(3) 对教学方面的品牌建设的重要因素调研

通过调研数据得知, 品牌专业所占比例为 49.52%, 其次是品牌课程, 占比 47.62%, 品牌教师所占比例为 33.33%, 品牌实验室(实训室)、品牌技能大赛和校外品牌实习就业基地分别所占比例是 40.95%、45.71%、39.05%。品牌教学团队也占了 32.38%, 品牌课堂(讲座)占比为 34.29%, 品牌教授(博士)工作室仅占了 14.29% 的比例。通过分析, 我们在教学方面的品牌大家认为比较重要 3 项的是品牌专业、品牌课程与品牌技能大赛。

(4) 对管理方面的品牌建设重要因素调研

通过调研数据得知, 在管理方面的品牌大家认为最重要的 3 项分别是品牌二级学院、品牌学生会、品牌辅导员, 并且品牌学生会和品牌辅导员所占比例均为 44.76%, 品牌食堂岗和品牌宿管岗都是同学们比较关注的问题, 占比也很高, 品牌行政处在本次调研中占了 36.19% 的比例。

(5) 对科研方面的品牌建设的重要因素调研

在此调研中我们发现品牌专利(软件著作权)和品牌科研团队所占比例较高, 由此可见大家对这两项的品牌建设比较重视, 品牌纵向课题也占到了 48.57% 的比例, 品牌论文(论著)略低于品牌专利和品牌科研团队, 比例达到了 59.05%, 当然也有 6.67% 的被调研人选择了其他, 他们认为知识创新也可以加入品牌建设。

(6) 对社会服务的品牌建设的重要因素调研

从调研可以看出品牌横向项目(企业项目等)所占比例为 61.9%, 品牌社会培训基地等的比例也在这次调研达到了 79.05%, 品牌大学生实践团队占了 83.81% 的比例, 成为这次社会服务品牌建设最重要的一项。

(7) 对校园文化建设的品牌建设的重要因素调研

由调研得知, 在品牌硬件设施和品牌软件实施, 品牌硬件设施占了 66.67% 的比例, 大家认为可以在实训设备、学校建设多媒体、文化站、设施、创业实训基地等学校硬件上实施品牌建设, 品牌软件实施也达到了 33.33% 的比例, 大家建议学校可以在教学手段、师资力量、就业率就业率、社会认可度等软件设施上进行品牌建设。

(8) 校园各项品牌建设的内容的调研

通过调研数据得知, 对于校园各项品牌建设内容应该包括的内容上, Logo 图案或标识、具体工作规范或流程、具体评价准则以及具体场所要求所占比例分别为 64.76%、72.38%、61.9%、52.38%。

三、徐工院校园品牌管理对策和建议

4.1 树立品牌意识, 科学规划品牌策略

(1) 营造气氛, 高度重视。徐工院要树立正确的品牌意识, 坚持正确的发展方向, 沥青关于校园品牌建设的概念和思路, 把握大局, 注重规划的整体性和前瞻性。校园品牌建设要与校内外环境相协调, 与全校师生共同打造浓郁的品牌塑造的气氛。其次, 徐工院领导阶层要充分认识到校园品牌建设的重要性, 要坚定品牌建设的信心和决心做好校园品牌建设的计划及部署。

(2) 科学规划, 整合资源。科学规划是良好的开始, 也对整个品牌建设起着统领作用。徐工院在塑造校园品牌的过程中要合理规划, 从品牌定位到品牌形象塑造再到品牌推广形成一个完整的品牌建设体系, 以保证品牌持久的生命力。在建设校园品牌是应充分吸收各种有力的资源, 借鉴别人成功的经验, 以保证校园品牌在建设的过程有充分的物力、人力和财力支持。在实施校园品牌过程中, 要让徐工人意识到自己不是看客, 而是此次品牌建设的主力军。充分调动他们积极性, 培养他们主人翁意识, 鼓励他们积极参与到校园品牌建设中。

4.2 注意特色, 科学定位校园品牌

在塑造校园品牌时应立足于学校自身实际, 在塑造校园品牌应突出学术特色、管理特色、科研特色、地域特色和实验特色。市场营销产品策略认为任何产品要想在市场竞争中保持胜利, 必须要有不可替代的优势。校园品牌建设也是如此, 徐工院在塑造自己的校园品牌是要挖掘潜力, 发挥自身独特优势。而学校特色是学校品牌构成因素, 这些特色主要通过学校教育产品的特色体现, 徐工院可以通过对自己优势的分析并对市场进行准确的定位, 形成自己的品牌。

4.3 重视品牌设计, 建立完整品牌推广系统

(1) 注重品牌形象设计与传播策划。徐工院创建校园品牌时要进行品牌设计, 创立自己的品牌标识, 如在设计自己品牌 Logo 图案或标识时, 都应注重设计的理念与校园特色的融合, 而且要易于大众识别和认可。品牌推广是一个系统而复杂的营销过程, 既要考虑内部条件, 又要考虑目标受众的特点。在进行品牌推广时要具体而且可行的策划方案, 可咨询专业的机构或组织学校精力量成立公关部门, 专门负责校园品牌策划与推广事宜, 健全包括品牌设计、品牌包装等内容的完整体系, 宣传自己的特色, 从而树立稳定的形象, 积累学校的品牌资产。

(2) 形成多维宣传途径。在树立品牌、创品牌的过程中, 通过主动向社会推荐、适当的广告宣传, 是提高学校的品牌知名度出金品牌成长, 争取更多社会大众关注的必要保证。学校可以充分利用媒体力量、网络力量, 加大品牌的推广和传播力度。

4.4 坚持创新和持续投入, 加强品牌形象维护

(1) 实施创新机构, 坚持与时俱进。校园的发展需要不断输入新鲜血液才能充满活力和生命力。就校园品牌自身来看, 学校可以通过学校发展进行不断的创新, 使它更适应大学校园环境符合徐工院人的需求。同时学校也要不断创新校园品牌形象, 完善品牌理念, 使它更能适应社会发展。

(2) 加强管理, 保障校园品牌的建设投入。学校应加强对已有的校园品牌的管理, 注重管理模式的更新, 建立有序的管理体制和奖励制度, 克服建设的盲目性和重复性。

参考文献:

- [1]刘菊, 段俊霞. 高校塑造校园文化品牌的问题及对策 [D]. 四川: 西南石油大学, 2015.
- [2]生奇志, 王双全. 品牌策划管理 [M]. 北京: 清华大学出版社, 2016.

课题基金号: 江苏省大学生创新训练项目“基于高水平高职院校建设要求的校园品牌计划调研——以徐工院为例”(项目编号 201813107030H)。