

柔性战略在高职高专旅游专业品牌化道路建设中的应用*

许霞, 马晓路, 张甜颖

(四川烹饪高等专科学校 旅游系, 四川 成都 610010)

【摘要】旅游专业品牌化道路建设是目前高职高专旅游专业发展的必然趋势。论文运用“柔性战略”理论, 结合高职高专办学实践及旅游专业的特点, 从教师队伍建设; 前瞻性定位人才培养目标; 创新人才培养模式; 搭建实践教学平台; 依托优秀毕业生, 塑造行业影响力; 提高教师科研能力六个方面对旅游专业的品牌化道路建设进行了剖析和思考, 可为高职高专旅游专业的系统化建设提供参考。

【关键词】柔性战略; 高职高专; 旅游专业; 品牌化

【中图分类号】G710 **【文献标识码】**A **【文章编号】**1673-1891(2011)02-0108-03

1 前言

随着高等教育的大众化和教育需求的多样化, 高等职业教育在21世纪后获得了进一步的发展, 高职院校的迅速发展和壮大也使得各高校之间的竞争逐渐形成。由于旅游专业具有学科性质不明确及多学科背景的特点, 许多高校的旅游专业都是依靠其它相关优势学科而开设的, 虽然人才的培养方向存在差别, 但从业人员之间在市场上却形成了明显的竞争和比较。这就给旅游专业学科的建设提出了更高的要求。如何能在激烈竞争中不被淘汰, 让学校在林立的职业院校中持续发展, 为市场培育更多适合的从业人员, 走品牌化道路成了必然的趋势。

由于我国高校的设立与专业的设置受到更多前苏联教育模式的影响, 具有较强的计划经济色彩, 各个学校的专业类型、专业名称、专业数量等都受到一定的限制, 缺少独立化、个性化发展的空间。特别是发端于上世纪80年代的高等职业教育专业设置的重复化比较严重, 进入门槛较低的旅游专业更是在各职业院校中普遍开设。在此背景下, 通过专业的品牌化建设突出自身特色成为一种必要。高等职业教育作为刚刚发展的教育类型, 与发达国家相比, 还有很大的差距。特别是操作性非常强的旅游服务教学还存在着重理论、轻实践; 重学历, 轻在职培训等问题。伴随着国际化的步伐, 中国教育市场与世界教育市场接轨, 迅速树立自己的品牌、抢占教育市场份额及培养一批“忠诚的顾客”就显得尤为迫切。

由于每个学校都兼具大量的专业, 因此目前针对学校本身进行品牌化建设的研究较多, 并且这种

研究具有较高的理论层面, 对于学校整体和各个专业发展都有一定的指导作用, 但同时却缺乏对于某一具体专业的实践指导, 无法解决学校和专业在具体实施品牌化战略过程中的诸多问题。因此, 需要找到一种既符合当前教育形势的需要, 又能针对这一专业的品牌化道路探索提供借鉴的方法。

2 柔性战略内涵解析

2.1 柔性战略产生的理论背景

“柔性”一词引用管理中最早出自于“柔性制造系统”的概念柔性制造系统(Flexible Manufacture System)首创于日本丰田汽车公司, 是指一种具有“应付变化环境和环境带来的不稳定的能力”的生产系统。柔性战略的概念最早出现在国外1950年的管理文献中, 并在战略管理、组织理论和营销学中得到了广泛的关注。柔性战略思想的出现, 源于传统战略管理理论在实践中所遭遇到的问题。也即, 传统管理理论在指导企业实际的过程中, 逐渐暴露了对于竞争环境复杂性、不可确定性特征把握不足、无力应对的问题。柔性战略以“柔性”来增加战略的适应性, 增强企业的竞争力^[1]。虽然有部分教育者借鉴“柔性理论”以文化和情感为基础, 运用尊重、激励、引导、启迪等方法对高职高专院校内部的管理进行了研究, 并将“柔性管理”中的核心思想“人本主义”应用在学生工作、师资管理、教学科研等方面。但目前将“柔性战略”用于指导高校专业建设方面的系统研究仍较缺乏。

2.2 柔性战略的内涵

2.2.1 应变化而产生的战略理论

柔性战略常作为企业的战略理论。是基于企业所处市场环境的变化或面临不确定因素, 而采取

收稿日期: 2011-05-03

*基金项目: 四川省高教学会高等教育科学研究课题(第一批)项目(川教会[2007]33号), 课题“高职高专旅游专业办学的品牌化道路探索”阶段性成果之一。

作者简介: 许霞(1961-), 女, 四川西昌人, 副教授, 主要从事旅游教育及应用数学研究。

的反应。它的主要特征在于变化,适应变化、利用变化甚至能制造变化以保持企业的竞争优势。

2.2.2 是一个动态学习的创新过程

战略主体在应对变化的市场环境作出反应时,不仅仅应时而变,在柔性战略中包含有战略主体在战略实施过程中的一种创新精神,对发展趋势具有前瞻性的预测。超强竞争中,现有的优势会因竞争对手的模仿或者学习遭到侵蚀,因此,要求战略主体有足够的柔性去适应,有足够的创造性去创新,要具有敏感的反应能力去学习,不断建立和发挥形成远见、迅速行动和改变规则的能力。

2.2.3 目的是提高主体的竞争力

实施柔性战略的主要目的就是为了提高主体的竞争力。现代竞争条件下环境变化的混沌性和不可预见性要求竞争主体采取更为主动的方案,以我为主,主动制造变化,并从中确立自己的竞争优势。这一点正是柔性战略的一个显著特点。

3 高职高专旅游专业品牌化道路建设的柔性战略分析

3.1 加强教师队伍建设,树立教师品牌化

专业建设的成败与其师资队伍建设的水平高低密不可分。鉴于旅游专业的学科特点及旅游市场对人才的要求,旅游专业教师队伍的建设需要根据学科与行业的发展不断调整其内部结构,做到有目标、有侧重地培养知名教师和行业知名人才,树立专业品牌。首先,可通过引进、培养并举的方式来建设合理的内部结构。其次,培养双师双语型专业教师,提高教师的教学水平和教学能力。再次,建立激励机制和管理制度,加强师德师风建设,提高老师们的工作能力和自觉性。最后,可通过请进来走出去的办法,聘请行业专家开办讲座、指导工作,同时做好专任教师出国访问、行业锻炼、其他高校和研究部门进修等工作,促进教师们的持续发展。通过以上途径打造品牌化的教师队伍以树立品牌专业,是柔性战略思想指导下通过分析环境,利用环境及时采取措施以提升主体竞争力的重要体现。

3.2 立足市场需求,结合专业特点,前瞻性定位人才培养目标

在柔性战略理念指导下,随着旅游业的发展和人才需求的变化,为旅游业输送人才的高职院校需要用发展变化的眼光定位专业培养目标。这种变化不仅仅是简单的顺应市场需求,而是具有一定前瞻性,并在相当一段时间内具有稳定性的专业目标定位。为缓解当前技能型人才紧缺的矛盾,曾有

一些高职高专以就业为导向,将培养“高技能人才”作为专业教育的目标,在此定位下,在一些高职高专中“技能训练”受到空前重视,理论知识在人才培养过程中的基础性地位被忽略,其结果是技能被无限放大,学科被完全否定,基础知识被边缘化。因此,在对市场进行分析的基础上,结合专业特点,高职高专旅游专业应将“高等旅游专业技能应用性专门人才”作为培养目标,将技能训练、知识传授与思维训练放在同等重要的地位。

3.3 依据专业培养目标,创新人才培养模式

人才培养模式,是依据人才培养目标下的人才培养过程的标准构造式样和运行方式。根据柔性战略理论,创新人才培养模式需要对旅游行业的发展现状及发展前景进行深入调查、了解,并根据行业的发展变化,对人才培养内容、手段、制度和评价四个方面进行改革和完善。人才培养内容主要以课程为载体,按柔性战略理论的内涵要求进行课程改革,需面向区域经济、社会和岗位一线,并把旅游专业所涉及到的所有课程视为一个整体来考虑“体系”构建。“通识型基础课程”,要在原有公共基础课的讲授上,结合专业群特征进行课程增减和内容筛选,并丰富授课的形式和手段,继续以传统学科形式保留下来。

在培养高等旅游专业技能应用性专门人才方面,传统的教学方法和手段都较为滞后,这是高职高专都亟需重视的问题。由于实践性较强,旅游专业的教学改革中需不断推进和完善教学方法和手段的创新,在“项目课程”、“岗位型基础课程”中,应用“任务驱动教学法”、“情景模拟教学法”等将让学生在工作岗位情景驱使下,探究完成任务或解决问题的过程中,在自主和协作的环境中,在讨论和会话的氛围中进行学习活动。这样学生既能学到了知识,又培养了动手实践能力,同时还提高了学生的探索创新精神。同时为适应创新性改革后的人才培养内容和人才培养手段,旅游专业的人才培养制及人才培养评价应作相应调整。建立形式多样的考核和评价方法。这样的改革需要高职高专院校内行政职能部门对其进行配合,不论是教学管理部门还是学生管理部门都,应解放思想,将刚性管理向柔性管理转变,建立适应创新性人才的培养制度和评价方法。

3.4 搭建实践教学平台,为培养专业实用性人才提供重要保障

运用“柔性战略”思想指导为旅游业培养一线实用型人才、打造旅游品牌专业必须重视实践教

学环节。高职高专旅游专业的实践教学体系包括“观摩、实训、实习”三个关键环节,因此,校内实训室及校外实训基地的建设是做好实践教学的重要保障。目前,在大多高职高专旅游专业中使用较多、建设较为成熟的主要是客房操作实训室、餐饮操作实训室,这种实训室比较容易利用硬件设施形成一种仿真工作环境,具有较好的效果,但这还远不能满足实用性人才培养的需求。因此,在旅游专业的实训室建设中还可利用诸如3D四维环幕、微缩景观等营造仿真的工作环境,并辅以诸如“旅行社信息管理系统”等教学软件,以丰富和完善学生的实际操作能力和管理能力。

同时,校外实训基地建设也是实践教学的一个重要平台,让学生在学所学知识 and 技能与旅游企业实践有机结合,让学校和企业的设备、技术实现优势互补、资源共享,以切实提高育人的针对性和实效性,提高技能型人才的培养质量。同时,旅游企业还可参与专业人才培养计划的制定,对专业建设改革和发展提供明确的方向。同时,教师在与旅游企业的接触中也改善了知识能力结构,树立市场意识,并办好校外实训基地,这样可更好培养实用性人才,还可树立通过企业在行业中的影响力为旅游专业建设树立口碑。

3.5 依托优秀毕业生,塑造行业影响力

柔性战略强调提高主体的竞争力,在专业品牌化建设中最能体现其竞争力其所培养的优秀毕业生。优秀的毕业生还是专业建设过程中的一项优势资源。旅游市场的发展和变化较为迅速,身处行业第一线的学生能给师生们带来行业最前沿的信息,学校不定期地组织交流会,让优秀毕业生与在校学生进行交流和联系,给在校学生以指引。同时,利用在行业具有影响力的优秀毕业生可塑造专业的品牌形象。

3.6 提高教师科研能力,为培养创新人才提供师资力量

教师的科研能力是一种高级的、来源于教育实践而又有所超越和升华的创新能力。提高教师的科研能力是“柔性战略”思想指导下一种创新精神的体现。学校可以通过举办科研讲座、组织理论学习来提高教师的认识水平和理论水平;制订激励措施,运用精神奖励和物质奖励的杠杆以有效地调动教师从事科学研究的积极性、主动性;营造专业团队中的科研气氛激发教师从事科学研究的兴趣。提高教师的科研能力以培养高素质的创新人才。

上述六个措施是在“柔性战略”理念指导下,对高职高专旅游专业品牌化建设进行的初步思考和探索。它们之间相互联系,形成了一个动态的有机整体。

注释及参考文献:

- [1] 乔伟杰. 战略柔性思想及核心能力理论[J]. 陕西省行政学院、陕西省经济管理干部学院学报, 2002(2): 27-29.
- [2] 我国旅游业的现状及未来的发展趋势[EB/OL]. <http://wenku.baidu.com/view/58920660ddccda38376bafb4.html>.
- [3] 孙睦优. 高职院校办学特色与人才培养模式战略思考[J]. 高等职业教育—天津职业大学学报, 2006(4): 6-8.
- [4] 钱素华, 闵卫国. 新世纪高等学校更需柔性管理[J]. 云南师范大学学报, 2001(11): 84-88.
- [5] 杨卫. 高校“柔性”管理的实施途径[J]. 安庆师范学院学报(社会科学版), 2005(3): 109-111.
- [6] 汪应洛, 李垣, 刘益. 企业柔性战略——跨世纪战略管理研究与实践的前沿[J]. 管理科学学报, 1998(1): 22-25.

The Application of Flexible Strategy in Branding Construction for Travel & Tourism Major in Higher Vocational Colleges

XU Xia, MA Xiao-lu, ZHANG Tian-ying

(Tourism Department, Sichuan Higher Institute of Cuisine, Chengdu, Sichuan 610010)

Abstract: The branding construction of travel & tourism major is an inexorable trend in higher vocational colleges. Combining the practice of course teaching and characteristics of travel & tourism major, applying the theory of flexible strategy, this paper analyzes the branding construction of travel & tourism major from the next aspects: the training of teachers, the forward-looking orientation of objectives for talent cultivation, the analyzing of innovation in talent cultivation model, the building of practical teaching platform, relying on outstanding graduates, and establishing this industry's influence, improving teachers' capacity of scientific research. By ways mentioned above, this paper provides useful information for travel & tourism major construction in higher vocational colleges.

Key words: Flexible strategy; Higher vocational colleges; Travel & Tourism major; Branding way