

两型社会背景下商务策划管理专业人才的培养

范定祥^{1,2}, 朱文娟¹, 杨 军¹, 吕志明¹

(1. 湖南工业大学商学院, 湖南 株洲 412007; 2. 湖南大学经济与贸易学院, 湖南 长沙 410079)

摘 要: 为适应两型社会建设, 湖南工业大学商务策划管理专业应遵循“1+2+3+4”的人才培养新模式。即锁定“服务两型社会建设, 培养创新型策划人才”的专业培养目标; 实行全程导师制和项目引导教学制的培养途径与方法; 让学生打好智慧创意、谋略运筹、创新发展的思维基础, 打好市场研究、资源整合、策略设计与执行的能力基础, 打好“资源节约”与“环境友好”的可持续发展的理念基础; 开设通识教育、专业必修、专业选修、社会实践等四大模块的课程。

关键词: 两型社会; 商务策划管理; 专业建设; 人才培养

中图分类号: G642

文献标识码: A

文章编号: 1674-117X(2011)03-0115-03

Talents Cultivation of Business Planning Management Major from Two - Oriented Society Construction

FAN Dingxiang^{1,2}, ZHU Wenjuan¹, YANG Jun¹, LV Zhiming¹

(1. School of Business, Hunan University of Technology, Zhuzhou, Hunan, 412007, China;

2. School of Economy and Trade, Hunan University, Changsha, 410079, China;)

Abstract: In order to meet the requirement of two - oriented society construction, a new model of talent cultivation of “1 + 2 + 3 + 4” is followed by business planning management majors in Hunan University of Technology as follows. To begin with, the professional development goal of serving two types society and cultivating innovative talents will be established. Then, the teaching approaches are the implementation of the whole mentoring and training programs guidance. Next is to foster intellectual creativity, logistics strategy and creative thinking abilities for students. Furthermore, the market research, resource integration, the ability to design and implementation strategy based on “resource conservation” and “friendly environment” with the concept of sustainable development will be formed. Lastly, the four modules courses of general education, professional courses, professional electives, social practices will be open to students selections.

Key words: two - oriented society construction; business planning management; professional construction; talents cultivation

资源和环境问题已成为我国工业化和城市化快速推进的瓶颈。在此背景下, 2007年12月, 国务院批准长株潭城市群为“全国资源节约型和环境友好型社会(以下简称‘两型’)建设综合配套改革实验区”。座落于株洲的湖南工业大学2008年12月, 新设置了“商务策划管理”本科专业。显然, 结合两型社会建设的需求, 创新该专业的人才培养模式具有重要的现实意义。一般认为, 商务策划是社会组

织为了最大化自身得益而预先进行的创新性的决策思维和策略谋划。^[1]商务策划脱胎于咨询行业, 20世纪50年代美国 Selznick 的“策略思考”论、80年代日本大前研一的“策略竞争的三角理论”以及迈克尔·波特的战略管理理论^[2]都演绎了企业制胜的经典谋略。中国是策划业的鼻祖, 从张仪、苏秦到诸葛亮, 从孙子兵法到三十六计, 这些古人的智慧中无不深藏着现代策划的思想精髓。但中国

收稿日期: 2010-11-05

基金项目: 湖南工业大学教改研究项目(09E07)

作者简介: 范定祥(1968-), 男, 湖南茶陵人, 湖南工业大学商学院讲师, 湖南大学经贸学院博士生, 主要从事环境经济学研究。

传统策划更多的是贯穿于政治和军事上,直到20世纪90年代,策划在我国经济领域才作为一种大众文化和知识得到开发。古今中外的大量实践表明,通过实施商务策划,能有效提升项目运行的经济效益和社会效益。

一 两型社会建设对商务策划人才的需求态势与培养要求

“两型社会”是以资源节约和环境友好为特征的社会发展形态,它要求企事业单位和个人在生产与消费等各个环节注重生态效益和社会、经济效益的协调统一,并从战略上谋划经济结构转型,推进消费结构升级,尤其是要改造和构建一大批符合“资源节约”和“环境友好”标准的“两型”产业。

1. “两型社会”建设助推商务策划业的发展和人才需求。商务策划业作为典型的“两型”产业,实践中,常常将它归类于文化创意产业,其典型产品包括广告、建筑、服装、手工艺品生产中的设计创意,出版、软件制作中的选题策划,各种制成品的营销策划等。通过商务策划,在产品中注入文化品位,往往可以改变产品消费时的精神价值,进而拓展产业的市场和利润空间。另一方面,商务策划还能用无限的创意创造出新的精神资源,并可以对历史文化资源进行经济性开发。^[3]例如,美国迪斯尼主题公园的成功开发就是得益于策划创意的商业化利用。策划人才不仅为上述文化创意产业的发展所急需,其它“两型”产业(如现代服务业、高新技术产业)的发展以及传统产业向“两型”产业的转型也渴盼大量策划人才的融入。以会展业这一现代服务业为例,长株潭作为全国“五大会展经济产业带”之一,仅2008年,就举行了会展326场,会展直接收入13.8亿元人民币,签订合同金额2200亿元,拉动经济消费750亿元。然而,目前湖南省经营管理会展产业的专门人才十分稀缺,统计显示,高素质的策划类人才仅占从业人员的0.56%。

2. “两型社会”建设要求商务策划专业人才的培养加强针对性。区域经济发展离不开相应的人才结构支撑。^[4]2008年7月,湖南省教育厅发文明确提出高校专业调整应对接产业升级,并表示重点扶持与新型工业化及“两型社会”建设相关的专业。事实上,在“两型社会”背景下,企业要实现可持续发展就必须同时做到“资源节约”和“环境友好”,因而对它的每一个新上项目,从选择经营方向开始,到确立项目内容、选址、建设、购买设备和原材料以及生产管理、技术引进等各个环节,都应将“两型”标准贯穿于项目策划的全过程。并且产品上市时

进行的营销策划、广告策划、公关策划也要注重“两型”特色。如果再考虑到当前企业的产品竞争已由传统的价格竞争、质量竞争上升到品牌竞争,那么,“两型品牌”(主要表现为满足ISO14000环境管理体系)的打造已被证明是现代企业的取胜之宝。可见,培养具有“两型”理念的策划人才,谋定而后动,将全程提升“两型”企业的竞争力。

二 商务策划管理专业培养模式的构建

基于“两型”社会建设的现实要求,我们将商务策划管理专业的人才培养机制总结为“1+2+3+4”模式,即一个目标,两个制度,三大基础,四大模块(如图1所示)。

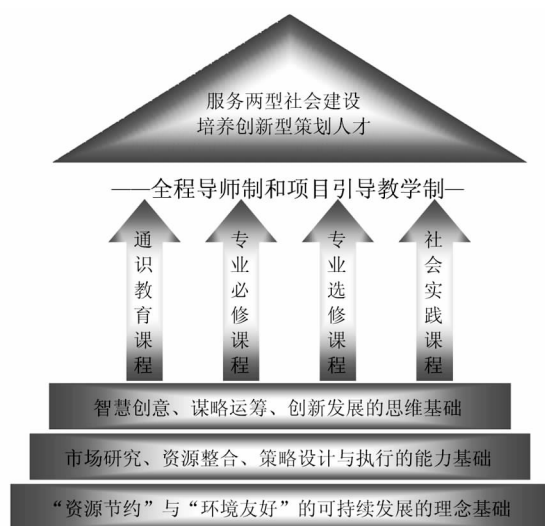


图1 商务策划管理专业人才培养模式

1. 一个目标。“服务两型社会建设,培养创新型策划人才”是我们锁定的专业培养目标。上述目标强调应用性和开拓性,要求学生在知识结构方面基础知识宽口径,而专业知识则求精、求活,重在智慧性思维训练。

2. 二个制度。即在培养的途径与方法上实行全程导师制和项目引导教学制。

导师制是西方著名大学培养学生创造思维和能力的教学制度,导师制在牛津、剑桥的率先实施,造就了一大批具有创新精神、成就卓越的杰出人才。^[5]我校商务策划管理专业应让学生入学之初即选定导师,结成相对固定的指导关系,并贯穿整个大学4年。导师制实现双向选择,每位导师针对每个学生的特点,为其量身定做职业发展目标,指导学生的学业和品行。^[6]导师可让学生参与自己课题的部分研究,发挥学生实施策划的独立性和创造性。

商务策划的项目引导教学制包括实际项目和模拟项目两类。以两型社会建设中相关企业的现

实项目作引擎,组织学生在实际策划的过程中学习策划。为此,我们在策划专业课程开设期间,一方面组织学生深入“两型”企业进行营销策划、产品开发策划、开业庆典策划、市场调研策划;另一方面要求学生利用假期,到企业参加真实的市场调研和实训活动。^[6]对高年级学生还要求到策划公司进行一段时间的准员工培训与实习。

同时,在课堂教学中注重模拟项目的运用,采用讨论式或团队协作式来完成。教师可以在每一个教学单元结束时,布置一些“两型”仿真项目让学生单独或集体去思考策划方案,在下次课堂上以自由发言的形式对方案展开讨论。同时,为检验策划方案的优劣,还可进行专场商务模拟仿真,让学生以10人左右为一小组分别担任模拟公司的中高层主管。在这里产品和服务是虚拟的,但商务票据和商务程序,以及成本和利润核算等均遵循现实商务界通行的规则进行操作。^[7]通过上述“经营实战”,促使学生设计的各类策划方案更加切合“两型”要求。

3. 三大基础。(1)智慧创意、谋略运筹、创新发展的思维基础。商务策划管理人才最显著的特征是具有创新思维,这种创新的思维是通过深入的理论学习和系统的训练得到的。世界商务策划师联合会前主席史宪文教授指出:“商务策划的本质在于创新,而创新主要是思维方式和思维方法的创新”。(2)市场研究、资源整合、策略设计与执行的能力基础。商务策划管理专业应强调以能力为中心的“三明治”式的复合型人才培养,学生除了必须具备学习、创新、表达、协调等基本能力外,还要具备研究市场动态和规律,运用创新思维完成各种策略方案的设计、评价和操作的能力基础。只有这样,才能成功策划并有效实施适宜企业特点、并给企业带来效益的“两型”方案。(3)“资源节约”与“环境友好”的可持续发展的理念基础。可持续发展是一种注重长远发展的经济增长模式。我校商务策划管理的人才培养要在课程教育中渗透节约资源、保护环境的可持续生产、营销和消费观念,使“两型”发展理念内化为学生在创新思维、资源整合、策略设计和执行时的自觉行动。

4. 四大模块。作为一门综合性学科,商务策划管理既是一门科学,也是一门艺术,我们将商务策划管理的课程体系设计为以下融入“两型”要求的四大模块:

(1)通识教育课程。商务策划管理专业的通识教育课程,除了一般专业开设的哲学、英语、数学、语文、计算机等公共课程外,还开设可持续发展教育课程、中

国传统文化课程(如孙子兵法和儒学、道学等),让学生领悟“天人合一”、“人法地,地法天,天法道,道法自然”等人口、资源与环境和谐共处的“两型”真谛。

(2)专业必修课程。除了一般性策划类课程以外,还需开设运筹学、策划思维与创意等特色课程,并在相关专业课程中(如企业文化策划、项目策划、企业形象策划等)融入“两型”建设的相关内容,以增强课程的“两型”关联性。

(3)专业选修课程。根据长株潭重点发展的“两型”产业群特征,我们将专业选修课程分为四个板块,即教育策划类、媒体策划与传播类、会展管理策划类、汽车营销策划类。教育、媒体和会展业是创意产业这一“两型”产业的重要组成部分,也是商务策划专业学生就业的黄金行业;而汽车产业是我国2009年提出的八大产业振兴规划里的一项重要,也是未来生产和消费的热点,汽车产业的“两型”升级和绿色营销亟需具备创新思维的商务策划人才。

(4)社会实践课程。包括专业基础课程的技能训练环节和专业课程的技能训练环节。商务策划管理专业的各类社会实践课程要求学生联系长株潭地区的相关企业,到企业中直接从事市场调研和策划等实际业务。通过亲历亲为,完成一定量的与“两型”相关的专业实习报告,^[7]包括:市场调查报告3篇、策划案6套、翻译营销策划外文文献2篇,并进行至少1次模拟商务谈判、1次商务模拟仿真策划和10次大型策划案例分析。

参考文献:

- [1] 史振洪,刘胜花,万 钧.商务策划学[M].南京:南京大学出版社,2008:2-4.
- [2] 靳俊喜.关于商务策划管理专业有关问题的几点说明[EB/OL].[2010-06-16]<http://www.docin.com/p-10451144.html>.
- [3] 厉无畏,王慧敏.创意产业促进经济增长方式转变——机理·模式·路径[J].中国工业经济,2006(11).
- [4] 李 彬.区域经济与地方高校人才培养定位[J].高等教育研究,2007(8).
- [5] 杜智萍.今日牛津大学本科导师制的特点及启示[J].现代大学教育,2006(6).
- [6] 庄 新.按照市场需求创办特色专业[J].商业经济研究,1998(10).
- [7] 陈向军.应用型本科营销人才培养模式的探索与实践[J].教学研究,2004(7).

责任编辑:骆晓会