

图书基本信息

书名：<<高职教育强校实践与战略理论探索>>

13位ISBN编号：9787308087155

10位ISBN编号：7308087158

出版时间：2011-6

出版时间：浙江大学出版社

作者：王孝坤，李维维 著

页数：284

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

内容概要

2006年6月教育部下发教高16号文件，引导我国高职教育进入了旨在提高教育教学质量的内涵建设时期；同时，伴随着高等教育界提出的“遵循科学发展观，建设高等教育强国”的宏伟目标，也提出了建设高职教育强校的理论构想和自主实践，大体经过了两个阶段：，获得办学实力、教学质量、

第一阶段是在教高16号文件下发以后，国家示范性高职院校建设引领带动成为高职教育强校建设的主要特征。

国家示范性高职院校建设，是在我国高职教育资源有限，办学经验不足的情况下，发展中国特色高等职业教育的重要举措。

它可以通过探索和实践深化高职教育办学理念、明确发展定位、明晰办学方向、创新人才培养模式、创新社会服务体系、创新校企合作模式，尝试办学体制和管理方式改革，为高职教育管理水平和办学水平提高提供借鉴。

但从我国目前现实条件看，绝大多数高职院校很难获得与示范性高职院校相同的财政投资数额；在行业企业优质教育资源被示范性高职院校抢先占有的情况下，绝大多数高职院校也难以获得与示范性高职院校相同的行业企业优质教育资源；更难以获得与示范性高职院校等同的生产性实践教学基地、精品课程建设等专项发展项目投资的机会；高职教育资源配置的不均衡性，决定了大多数高职院校的强校之路，不能完全移植示范性高职院校发展模式。

第二阶段是十七大学习实践科学发展观以后，走自身特色发展之路成为高职教育强校建设的主要特征。

发达国家高职教育强校建设经验表明，这是一条遵循高职教育强校一般规律，基于区域经济发展水平和产业结构，与特定行业企业互动协调发展的特色发展之路；是一条基于自身外在环境和内在基础，借鉴发达国家高职院校健康持续发展经验的自主创新之路；是一条与区域经济社会发展融合，与区域产业结构耦合，与区域优势特色行业企业合作互动发展之路。

这里所说的“强”不是绝对意义上的量大质优，而是相对意义上的投入与绩效之比，是对区域特定行业企业发展的贡献率。

走这条强校之路，不仅可以使大多数高职院校能够深化高职院校办学理念，明确发展定位，明晰办学方向，创新人才培养模式，创新社会服务体系，创新校企合作模式，改革办学体制和管理方式管理水平、办学效益有效提升提高，还可以使我国逐步形成结构合理、功能完善、质量优良的高等职业教育体系，更好地为经济建设和社会发展服务。

书籍目录

前言实践探索篇第一章 浙江高职教育强省建设管理体制创新案例评析第一节 宁波服务型教育体系创新案例评述第二节 宁波应用型人才培养基地建设案例评述第二章 浙江高职教育强校建设办学体制创新案例评析第一节 浙江工贸职业技术学院服务强校办学体制创新第二节 浙江工商职业技术学院合作强校办学体制创新第三节 温州职业技术学院特色强校办学体制创新第四节 浙江金融职业技术学院品牌强校办学体制创新第三章 浙江高职教育强校建设培养体制创新案例评析第一节 浙江建设职业技术学院培养体制创新案例第二节 浙江嘉兴职业技术学院培养体制创新案例第三节 宁波城市职业技术学院培养体制创新案例第四节 浙江杭州职业技术学院培养体制创新案例第四章 浙江高职教育强校建设院校管理创新案例评析第一节 金华职业技术学院管理创新案例第二节 宁波职业技术学院管理创新案例国际参照篇第五章 发达国家高职教育强校办学历程与经验第一节 美国社区学院办学历程与经验第二节 德国“二元”制职业院校办学历程与经验第三节 澳大利亚TAFE学院办学历程经验第六章 发达国家高职教育强校的主要特征与价值第一节 发达国家高职教育强校主要标志第二节 发达国家高职教育强校主要特征第三节 发达国家高职教育强校内涵第四节 发达国家高职教育强校价值第七章 发达国家高职教育强校办学特色与规律第一节 发达国家高职教育强校办学特色第二节 高职教育强校建设的历史规律第三节 高职教育强校建设的外部规律第四节 高职教育强校建设的内部规律比较分析篇第八章 高职教育强校建设外部环境分析第一节 政法环境分析第二节 经济环境分析第三节 科技环境分析第四节 社会环境分析第九章 高职教育强校建设内部环境分析第一节 办学定位能力分析第二节 办学规划能力分析第三节 发展驱动能力分析第四节 创新管理能力分析第五节 特色发展能力分析第六节 区域服务能力分析……创新设计篇实践路径篇参考文献后记

章节摘录

(三) 有利于提高高等职业教育质量。

高职院校品牌所体现的办学质量和管理水平是高职院校生存的前提。

开展高职院校品牌建设, 从而推动教育教学质量的提高。

反过来, 质量维护了高职院校的品牌形象。

因此高等职业学院想要在办学中办出特色和提高教育质量, 就要借鉴企业品牌管理的理念和经验, 把建立学院自己的品牌标识性作为管理上最大追求。

(四) 有利于增强高职院校办学竞争力。

提高高职院校在教育领域中的地位和竞争力, 是目前亟待研究的课题。

我国高职院校面临较大的压力和竞争, 国内普通高等教育一统天下, 给职业教育留下的空间有限, 生源问题就是高职院校面临的难题之一。

因此高职院校要在高等职业教育的实践中不断探索和总结高职教育的经验, 逐步形成具有自身特色的高职教育品牌, 逐步提高高职院校的核心竞争力, 以适应教育品牌时代的到来。

(五) 有利于高等职业教育的可持续发展。

高等职业教育可持续发展是指为经济持续发展提供智力和技能支持, 同时经济决定高等职业教育的发展, 通过市场调节为高等职业教育系统不断注入新的动力, 保持高等职业教育可持续发展的生机与活力。

实施以转变理念为先导, 创新体制为动力, 打造品牌为核心, 强化保障为基础的发展战略, 是高等职业教育可持续发展的基本取向。

重视高等职业教育内涵建设, 通过品牌建设, 有利于集中思想、集中财力、集中精力, 通过集约建设、内涵发展、品牌锤炼, 真正提高教育质量, 提升办学层次, 凝聚优质资源, 促进学院可持续发展。

二、财经金融类高职院校品牌建设的必要性。

打造财经金融类高职院校品牌是在新的历史发展阶段面临的新课题和新任务。

(一) 财经金融类职业教育的改革发展需要重塑品牌形象。

中国人民银行50多年的发展积累了大量金融教育资源, 金融职业教育资源已形成了一定的规模, 截至1999年人民银行所属各类本专科、中专院校有35所, 人民银行各级行所属的干部学校多所, 形成了一省一校架构(一所银行学校)和高等专科学校、高等职业学院的发展格局, 满足了金融事业发展对金融应用人才培养的需要, 也形成了各种丰富的无形资源和品牌资源, 为中国金融职业教育品牌建设确立了良好基础。

但1999年底至2000年初我国教育体制改革, 将历史形成的行业办的学校划转地方。

中国人民银行原行属院校划转地方, 在隶属关系上由中国人民银行行属院校转变为地方院校, 金融职业教育体制发生了变化, 金融类各院校在调整中求稳定, 在调整中求发展, 抓住了机遇, 保持了稳定, 促进了发展, 特别是浙江、山西、辽宁、福建等金融高等职业院校的建立, 继续为金融事业发展精心育才。

在升格后的发展中, 金融职业院校随着规模的扩张而原有的品牌优势逐渐削弱。

……

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>