

## 品牌塑造荣耀

□本报记者 王振国

双汇“瘦肉精”、锦湖轮胎陷入“掺假门”等新闻事件成为一段时间内街头巷议的焦点，随着媒体的深度介入和各级主管部门监督调查工作的深入，真相逐渐呈现在公众的视野中，与此同时，这两个在所属行业内被众人所追捧的“知名品牌”也有轰然倒塌的态势。“品牌培育上百年，轰然倒下一瞬间”成为众多经济界专家对这些事件的高度总结和概括，这也进一步引发了经济界和学术界关于如何培养品牌和维护品牌及创新延伸品牌的深入探讨。

“双汇”、“锦湖轮胎”等企业所引发的连锁反应同样在教育行业也引起了极高的关注，与省内众多企业及经营单位一样，我省的高教、基础教育及培训机构也正在走品牌塑造之路，而且随着高校制度的健全和完善及教育消费者认知和需求层次的提高，与之相匹配的教育品牌越来越多地出现在公众的视线中，山大、海大、石油大、山农、山师等一批知名普通本科高校品牌知名度越来越高，其中的很多高校甚至勇敢地迈出了国际化、全球化的步伐，随着品牌知名度的提高，教育教学质量和生源质量出现了前所未有的良好局面。最为高等教育重要组成部分的民办高校更是走在教育改革和创新的前列，根据教育部和山东省教育厅的相关数据，我省已经是全国民办高校数

量最多的省份之一，更为重要的是，民办本科数量和在校生人数达到了全国第二位，今年有可能超越陕西，成为民办本科第一大省，在此大环境下，山东英才、协和、万杰、潍坊科技等一批民办本科呈现出了办学水平、专业设置、特色就业的多层次发展的格局，品牌知名度和维护策略已经远远走在了全国民办高校的前列，成为全国民办高校纷纷效仿的样板。专科层次的民办高校，也在这种民办生机勃勃的发展氛围中，竞相拼内功、比实力，品牌也越来越多地涌现出来，凯文、杏林、圣翰、现代、外事、力明等一批民办高职品牌也在积蓄了几年的力量后，逐渐将焕发盎然生机。

品牌塑造工程在整个高等教育行业所引发的震动与思考，在全省民办高职行业内显得更为明显和突出，因为按照教育部和山东省教育权威人士的判断，民办高职正在出现“强者更强，弱者更弱”的竞争局面，那些常年走品牌化、贴近市场需求的学校，正在将其他竞争对手甩得越远。像山东商职、日照职业、经贸、山东职业等老牌高职院校正在焕发新的活力，每年的招生状况也明显地表现了他们各自的竞争力和品牌影响力。上述高校的主要负责人在各种场合表示，品牌高职已经完全度过了原来那种为了招生而招生的局面，现在的重心不是单纯地考虑招生，更重要的是塑造一个品牌，一个能延续百年甚至更

长时间的教育优质品牌，在强大品牌的支撑下，去实现更大的发展，甚至通过兼并、收购完成组建更高层次、更强品牌的优质综合性国际性大学的宏伟蓝图。

与品牌知名高职运筹帷幄冲击梦想的飞速发展相比，部分高职还在为了招生辛苦奔波，每年的招生录取季节，对这些学校来说，压力和困难让有些学校已经提前感受到了激烈竞争所带来的丝丝寒意，有些高职院校的招生负责人很无奈地说，学校这些年一直疲于应付招生，每年都是为了单纯的招生而招生，最后的结果是，招生形势也难以让人满意，更为让他们感到忧心的是，忽略了品牌的塑造和培养，没有形成一定的品牌知名度，学生和家长的认可度不是很高，学校发展可能会越发艰难。“民办高职竞争是最为激烈的一个教育领域，品牌做得好的，雄霸一方，甚至虎视眈眈地瞄准一些发展不好的学校，那些发展慢、品牌知名度不高的学校，存在被吞并的危险。”

根据我省教育主管部门发布的相关数据，我省2011年应届高中毕业生约为51万人，比上一年下降3.7万人，与此形成鲜明对比的是，教育部分今年下达给山东省属高校普通本专科计划数为48.42万人，比去年增加7600人，增幅为1.6%。这组数字可以说给本来就竞争白热化的高职招生大战火上浇油，实际情况表明，生源出现了较为明显的萎缩，而招生计划大

幅增长，生源竞争的惨烈程度比以往任何年份都要严重的多，这虽然在多数学校的预料之中，但竞争激烈程度已经远远地超出了他们的预计。很多学校只能感叹没有走院校招生品牌化之路的无奈和暗淡前景。不过，俗话说：“亡羊补牢，为时不晚”，只要作为与老百姓息息相关的教育行业的决策者们能认识到教育品牌的重要性，并下决心塑造和维护品牌，腾飞也是指日可待！

专家指出，品牌是一个个体单位的核心与命脉，品牌形成一定的时间后，一定能产生更多的积极的效应，也是创造历史的一个重要组成部分，但品牌成长也要有肥沃且适合的土壤。根据国家权威教育科研机构分析，21世纪的经济竞争，形势上是产品或服务的竞争，实质是知识的竞争，经营管理和体制竞争，也是文化的竞争。品牌体现的是个体单位先进的文化理念。没有文化味的个体单位是缺乏生命力的。同样，文化品味低的产品也不会得到消费者的青睐。要创名牌产品，首先要营造文化氛围；其次是运用文化内涵与市场营销，形成一种营销文化；再次是进一步形成先进的文化理念。

希望在不远的将来，我省的各个层次的教育从业机构，能出现更多更响亮的知名品牌，并用这一个一个知名品牌，积蓄和塑造属于教育这个云集精英、人才济济的行业的荣耀与辉煌。

齐鲁晚报教育编辑室出品

■总策划：潘子江

■主 编：王振国

■编 辑：张静 陆鹏 向媛媛 史睿昕

■实习生：刘寅伯



# 山东经贸职业学院

SHAN DONG JING MAO ZHI YE XUE YUAN

● 公办全日制院校：学院是山东省人民政府批准、国家教育部备案的具有高等学历教育招生资格的省属公办全日制普通高等专科学校。

● 优越的地理环境：学院位于世界风筝都潍坊市，校园绿树成荫，景色秀美，是省级“花园式单位”。一路之隔，就是风景优美的国家湿地公园和4A级旅游景区白浪绿洲湿地公园，与汽车站、火车站相距仅一公里，交通便利。

● 良好的社会声誉：34年来，学院共向社会输送了各类专业人才8万多人，在省内外财政、税务、工商、金融、党政、实业界涌现了一大批优秀人才，深得社会各界好评，先后荣获全国供销社合作社系统示范性高职院校、教育部高职高专(院校)人才培养工作水平评估优秀高校、山东省高等学校德育工作优秀高校、山东普通高等院校校园文明建设优秀高校、山东省

高等学校教学管理先进集体、山东教育总评榜最具就业推动力高职院校和最具公信力奖、山东省最受企业欢迎职业技术学院、山东省综合实力前十强高职院校等荣誉称号。

● 一流的师资队伍：学院教师队伍学历、职称、能力结构合理，现有专任教师405人，其中硕士以上学位教师160人；“双师型”教师261人；具有副教授以上职称的教师91人，拥有来自美国、韩国和日本等国的外籍教师10多名。近年来，学院教师荣获山东省科技进步二等奖1项、国家星火计划立项课题1项、山东省软科学优秀成果二等奖1项、山东省高等教育教学成果三等奖1项、潍坊市社会科学优秀成果奖28项；教师科研论文被EI收录8篇，ISTP收录1篇，CSSCI来源期刊收录1篇。2010年，学院职业技术教育学科范畴内的学术论文在

发文数量、被引频次统计和年度指标统计排名均位居山东省高职院校前四名，其中年度指标统计排名山东省第一名(全国高职院校第六名)。

● 鲜明的专业特色：学院财经、商类专业历经30多年的积淀，享誉省内外，拥有会计电算化、连锁经营管理、资产评估与管理3个省级特色专业，省级精品课程7门；教育部高职高专教学指导委员会精品课程7门，形成了以会计电算化专业为龙头，以财务管理、会计与审计、会计与统计核算为骨干专业的会计类专业群；以资产评估与管理专业为龙头，以投资与理财、金融管理与实务、证券与期货、税务为骨干专业的金融类专业群；以连锁经营管理为龙头，以市场营销、营销与策划、电子商务、物流管理、人力资源管理为骨干专业的商类专业群；以报关与国际货运专业为龙头，以国际商务、国际商务(外

贸业务方向)、国际商务(外贸单证方向)、商务英语、商务日语、应用韩语为骨干专业的国际商务类专业群。

● 创新的培养模式：学院紧紧围绕培养高素质技能型人才的培养目标，一是借鉴暨大大学“通识教育”的先进经验，在省内外率先推行综合素质教育进课堂，实施大学生素质拓展工程和大学生品德修养培育工程，为毕业生就业后的持续发展奠定了坚实基础，二是以校企合作为突破口，先后与国际永拓(山东)会计师事务所、阿里巴巴、家乐福、沃尔玛百货有限公司、山东家家悦集团有限公司、顺丰速运集团、福田重工、潍柴集团等百多家国内外知名企业紧密合作，积极开展订单培养，学生既能在校内模拟实训，又能在企业顶岗实习，为学生熟练掌握岗位技能、顺利就业提供保障。现已开设家家悦储备店长班、永拓注册会

计师班、金茂国际班等定向培养冠名班，实现了校企“零距离”。三是通过自办、联办与专业对口的真实的公司或企业供学生顶岗实训，积极探索和实施财经类专业教、学、做一体化新路子，四是实施中外合作“3+2”培养模式，学院先后与马来西亚梳邦再也英迪学院、韩国关东大学、韩国大田保健大学和巴基斯坦信德大学缔结为“友好学校”，并与韩国关东大学、马来西亚梳邦再也英迪学院签订专升本合作协议，2009年以来，共有四批学生赴韩国关东大学、马来西亚梳邦再也英迪学院进行了本科学习，获得本科学历。

● 完善的资助政策：学院以国家奖学金、国家助学金、助学贷款、勤工助学、校内奖助学金、绿色通道入学、企业助学、爱心超市等资助形式，全方位关注品学兼优、家境困难的学生，覆盖面达85%。