

提升民办高等教育核心竞争力的战略系统研究

刘菲菲

武汉文理学院 湖北 武汉 430013

[摘要]自改革开放以来,我国的民办高等教育在数量、规模上都有了较大发展,民办高校逐步成为影响中国教育进程的重要力量,为实现高等教育大众化、扩大教育供给、改善教育公平提供重要支持力量。我国民办高校不断由弱变强,但与公办学校相比,依然存在一定差距。如今,我国教育现代化的建设部署已进入重要转型时期,民办高校越来越重视内涵建设,面对的公办高校的不断扩招,国外高校的生源竞争,民办高校在内外压力的夹击下,需要针对高等教育市场进行多元化结构调整和战略系统性的发展研究,从而找到其独特的核心竞争力,才能使学校在历史的变革中经久不衰,并实现更好的生存与发展,这也是目前教育现代化进程中的民办高校发展的重要课题。

[关键词]民办高校;核心;竞争力;战略系统

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-627X.2021.08.121

一、追根溯源——民办高校的核心竞争力

(一) 民办高校的概念

民办高校是指企事业单位、社会团体、其他社会组织或公民利用非国家财政性教育经费,面向社会举办的高等学校或其他教育机构,并能提供相关的教学教育活动。

(二) 核心竞争力

核心竞争力是企业的发展进程中长期拥有的、独特且稳定的、无形且不可测度的可持续竞争优势,这是对手在短期内无法通过模仿而复制的,具体可以体现在硬件实力和文化软实力上。核心竞争力最早是由企业提出的,主要是企业针对自身优势资源进行合理配置与整合,从而促使企业的产品和服务价值能获得提升。

(三) 民办高校的核心竞争力

民办高校是能为学生提供知识产品与精神服务的公益性场所,其核心竞争力必定是通过长期办学摸索出的,通过就业能力、科研能力、学科建设能力、校园文化建设等资源整合而出的符合市场需求的CIS品牌战略系统,这种核心竞争力的战略模式符合中国特色社会主义思想,是具有公益性的,将学校的一般竞争力升级转化成为具有明显特色且不易被其他院校轻易模仿的可持续、稳定的一种能力。

二、深入剖析——民办高校竞争力的现状

(一) 民办高校竞争优势

对比公办院校,民办高校办学时间普遍较短,创办之初便产生新的办学体制,管理机构更为精简,办学更为灵活,能快速针对市场的人才需求进行调研和调整,作出发展规划,聚合师资、教学硬件、开设符合社会急需的专业和热门课程。民办高校是市场经济体制下的产物,有别于公立院校,在学校规划

建设、资源分配、人才培养等问题具有独立自主权。

(二) 民办高校竞争劣势

1、民办高校办学基础薄弱,国家了出台一系列扶持政策,但实施过程缺少监督管理,导致部分政策流于形式;民办高校社会认可度不高,品牌宣传不到位,存在既定认知差。2、管理上存在决策机构不健全、管理制度不规范、监督体系不完善等问题。3、资金短缺是民办高校普遍存在问题,民办高校兼职教师占比较高,师资水平整体不高,教师的流失较为严重,故教学质量难以保障。4、民办高校专业设置趋同,缺少特色品牌差异化。近年来受到公办院校扩招和教育分层制度的冲击,民办高校的生源问题日趋严峻,毕业生就业竞争力不强。5、民办高校办学时间相对较短,缺少深厚的文化底蕴,校园文化建设能力有待提升。同时,民办高校的办学思想最初被视为是一种投资行为,故其办学趋向商业化管理,容易忽视教育的初衷。

三、解决对策——民办高校核心竞争力的提升策略

(一) 办学基础的能力提升,融资途径的丰富,社会地位的认可

近年来,国家相继颁布了民办教育的相关法律法规、实施条例和发展纲要等,进一步加强了对民办高校的政策扶持,优化了民办高校的管理环境。民办高校大多自筹资金,通过校企合作、校校合作、国家的奖助学金、社会的捐赠等融资途径的丰富,能改善民办院校“以学养学”的状态。

在新时代的大背景下,人们的消费升级和受教育需求程度的不断提升,带来了社会对民办高校既定认知改变的机遇。这一时期,部分知名的民办高校已经通过较好的口碑赢得社会的认可,因此,根据社会需求适时进行调整,能提升民办高校的

社会地位。

(二) 办学模式的特色培育, CIS品牌效应的营造

作为民办高校不可一味模仿公办院校的办学模式,应根据自身特色进行精准办学定位,以培养应用型人才为目标,注重学生的实践输出能力。在教育模式上注重产学研相结合,加大校企联合。在办学模式上打造民办高校的特色差异化,将服务当地作为主要出发点,实现学校的区域经济社会的人才培养链,这也既把握了地方政府对民办高校教育的扶持政策,又达到了民办高等教育可持续发展的重要策略。办学特色上,积极响应国家的总体教育战略部署,探索民办高校的国际化联合办学的发展方向,打造国际化、新体验的应用型本科大学。

品牌效应的营造,需要把民办高校的 CIS 策略与教育市场深度融合,将CIS中的校园文化和教育特色准确的传递给社会,完成品牌建设,并不断积累的良好社会声誉和优秀校友,进一步扩大和提升学校的知名度,从而招到更优秀的生源。CIS品牌的建立,需要依托服务地的市场进行调研、研究民办院校培养的类型,学生培养的层次、文化内涵的建设等,从而找准民办高校的品牌定位,打造不能被轻易模仿的省级、国家级特色精品课程。

(三) 教师队伍的提升与建设, 人才培养模式与教学水平的提高

注重教师队伍建设,全面提升教师的师德师风和业务能力,通过分层的薪酬发放制度来吸引高层次人才,注重在职教师的双师型、双创型人才培养。完善教师的聘用制度,优化教师的薪酬体系,建立科学的教师考核制度,注重人才培养计划的合理性,从而保证教学过程的质量。

民办高校以应用型本科高校为教育目标,能为国家输送更多应用型人才,在本科大学课程期间,应开设创新创业等相关教育课程培养学生的创新创业意识和能力。

(四) 民办高校的文化内涵建设, 招生困境的化解

民办高校应改变发展初期,重规模而轻内涵的状态,加强人才培养和教学体系建设,提升师资质量和生源,从而形成内涵式人才培养模式。

民办高校的办学时间短,文化底蕴不及公办院校深厚,在加强民办高校文化内涵的软实力建设上,应重视校风、教风、学风的建设,完善民办高校的校徽、校歌,通过定期的校园文

化活动的举行,将校风、校纪融入学校的运营、教师的使命、学生的信仰之中,从而树立良好的高校文化;同时,注重学校建筑、文化长廊的校园文化风采的展示,将其与CIS品牌战略进行同步展现,建立具有院校品牌特色的校史馆,定期对外展现出学校校园文化及成长历程,通过网络、新媒体等手段进一步提升学校的知名度。

在招生宣传上,民办高校可加强在权威网站上的宣传,将其CIS品牌化、校园内涵化建设更清晰的传达给考生和家长,从而增强考生和家长对民办高校的认知。同时,将学校的优秀的师德师风、学生的尊师重道、吃苦耐劳、就业成就等内容,展现在招生宣传上,着重体现学校的教书育人情况。

(五) 就业指导体系的建立与完善, 毕业生就业竞争力的提高

根据民办高校独立自主、灵活性强的体制优势,建立一套专属于民办高校的就业指导体系,并将就业指导课程的贯穿学生大学四年的始终。学生在校期间,督促其掌握相应的专业技术、获得相应就业证书,保证人才培养的最终效果。学生在实习期间,学校为毕业生提供就业渠道和就业推荐,通过企业进校招聘、“校企合作”“校校合作”、孵化基地等一系列措施,为毕业生的就业提供保驾护航;在毕业生就业后,保持对毕业生的工作跟踪与调查反馈,针对学生的就业情况,学校保持全程化管理,环环相扣,三阶段教师、学生和企业始终保持紧密联系。同时针对对于毕业生,学校提供相关的心理咨询服务,帮助应届生树立正确的就业观念,不断调整心态、把握住机会、追求适合自己的工作,从而更快更好的入职就业。

参考文献

- [1]周玲,《高校教学质量监控体系构建的探索》,《教育探索》,2010年第3期
- [2]余雅婷,浅析地方政府对民办高校政策扶持的研究综述[J],中学生导报·教学研究,2014
- [3]张剑波,民办高等教育可持续发展的战略思考[J],现代大学教育,2004

作者简介:

刘菲菲(1985.12.8),女,湖北,武汉文理学院,讲师,研究生(2008级硕士)研究方向:湖北工业大学艺术设计学院装饰设计系。