

应用型本科院校会计学专业差异化品牌建设研究

方光正, 黄艳艳, 刘磊

(金陵科技学院商学院, 江苏 南京 211169)

摘要:品牌专业分类建设已是大势所趋。从本科会计学专业品牌建设现状和趋势出发,分析当前应用型本科院校会计学专业建设亟待解决的问题,从战略管理和目标管理角度探讨我国应用型本科院校会计学专业品牌建设的定位和目标,并提出实施“行业+企业+专业”的会计学专业培养方案动态调整模式、推行“专业能力的培养+创新创业能力的培养”的教学模式、推行“学科专业一体化”科研模式等实现品牌建设差异化发展的具体举措。

关键词:应用型本科院校;会计学专业;品牌建设;差异化发展

中图分类号:G642

文献标识码:A

文章编号:1673-131X(2021)01-0077-06

“十三五”以来,会计学专业的办学形势越来越复杂,毕业生的就业竞争更为激烈,本科会计学专业进入了错位发展和差异化竞争时代。而应用型本科院校会计学专业,上有会计硕士、重点院校和财经类院校本科会计学专业,下有民办、高职高专会计学专业,发展压力更为明显。因此,从应用型本科院校会计学专业的行业优势、区位优势 and 学科优势出发,倡导“城有所不攻,地有所不争”的理念,将目标聚焦于具有相对优势的行业和区域,整合学科专业的内外部资源,探索会计学专业品牌建设的目标与举措,将有利于应用型本科院校会计学专业在各自的行业和区域会计人才细分市场中进行品牌专业错位建设,实现行业、企业和专业的协同可持续发展^[1]。本文从会计学专业品牌建设的现状、趋势和应用型本科院校会计学专业建设亟待解决的问题出发,探讨应用型本科院校会计学专业差异化品牌建设的目标和举措。

一、会计学专业品牌建设的现状

发达国家的高等教育品牌专业建设由来已久,并且取得了非常好的效果。尤其是应用型本科院校,其利用行业、区位和应用技术优势,开展品牌专

业错位建设,达到了意想不到的效果。例如,1908年成立的澳大利亚昆士兰科技大学(QUT),其前身为澳大利亚中央技术学院分校,主要负责国家技能培训教育。1965年该校改制为昆士兰技术学院,1990年升格为昆士兰科技大学。昆士兰科技大学是一所典型的应用型高校,其会计学专业与行业机构、地方政府达成了“基于专业的比较优势、会计行业发展的趋势和地方发展战略打造差异化应用特色和品牌”的共识。通过20多年的差异化品牌专业建设,昆士兰科技大学以高水准的教学、突出的应用型研究广受好评,被公认为动态发展的教育领导者。该校还为学生提供相关专业资格认证培训,其开设的课程得到了澳洲会计师公会、澳洲特许会计师公会以及英国特许公认会计师公会的认可。2020年昆士兰科技大学的会计和金融专业在QS世界大学排名中位居全球前150。

在国内,高校品牌专业建设启动于20世纪末21世纪初。1999年,我国发布了《中共中央、国务院关于深化教育改革,全面推进素质教育的决定》和《面向21世纪教育振兴行动计划》。2001年下半年,教育部进行了新一轮普通高等学校本科本科专业结构调整,拉开了高等教育由规模扩张向质量提升转变的序幕,本科专业建设特别是专业内涵与

收稿日期:2020-12-20

基金项目:江苏省高等教育教改研究课题(2019JSJG347);金陵科技学院引进人才科研启动基金项目(jit-rcyj-201409);江苏省高等教育质量与评价研究项目(2020-15);江苏省高等教育学会项目(2018-9)

作者简介:方光正(1966-),男,安徽绩溪人,教授,硕士,主要从事会计教育教学和公司战略与风险管理研究。

品质的提升成为建设重点。以此为契机,国内高校增强了品牌意识,加快了专业建设的步伐。很多高校将“品牌战略”纳入学校的发展规划中,纷纷出台品牌专业建设实施办法。2007年,教育部、财政部批准北京大学经济专业等420个专业点为第一批高等学校特色专业建设点。目前,教育部、财政部已经批准了7批高等学校特色专业建设点。通过开展高等学校品牌、特色专业建设,优化了专业结构,推进了教学改革,加强了内涵建设,提高了人才培养质量,各品牌、特色专业建设点也充分发挥了示范效应。江苏省是实施品牌专业建设较早的省份之一,2003年省教育厅印发了《江苏省高等学校品牌专业、特色专业遴选、管理和验收实施办法》(苏教高〔2003〕38号);2004年启动并实施了品牌专业建设计划,首批认定112个高校品牌专业,其中本科会计学专业2个,分别是南京财经大学的会计学专业和中国矿业大学的会计学专业。

目前,本科会计学专业品牌建设呈现以下发展趋势:

一是专业建设越来越重视品牌效应。近年来,会计毕业生的就业竞争日趋激烈,社会对专业的品牌和特色要求不断提高,品牌专业的社会效益和发展潜力日益明显,建设品牌专业已经成为会计学专业适应环境变化、求得生存和发展、提升竞争力的重要教学改革方向。

二是品牌专业分类建设,各展所长。品牌专业建设不但要注重实力,也要注意特色,不同类型院校、不同层次高校的的实力和特色各不相同,即使同类型、同层次的高校也各有特色和优势。因此,只有进行品牌专业分类建设和评审,差别竞争,才能满足社会经济发展对不同层次、不同类型会计人才的多样化需求^[2-3]。

三是充分发挥行业、区域、学科特色等比较优势,进行品牌专业错位建设。各本科会计学专业品牌建设应基于自身的比较优势和会计人才细分市场要求,实施差异化品牌专业竞争战略,避免重复建设和过度竞争。这已成为政府、教育主管部门和各类高校的共识^[4]。

但是,从分布和品牌效应来看,我国会计学专业品牌专业建设与发展仍存在失衡现象。一方面,学术型高校的品牌专业占比较大,社会声誉也很高;另一方面,应用型本科院校由于种种原因,品牌专业数量极少,而且建设的效果也不是很突出。目前,

应用型本科院校会计学专业品牌建设主要存在以下问题:一是与学术型高校品牌专业建设的目标与措施接近,建设难度大;二是没有充分发挥比较优势,没能紧密结合行业、企业发展,对行业、区域经济建设和社会发展支持不够;三是不能很好地适应经济结构调整;四是没有得到政府部门、行业和企业的大力支持^[1-2]。

为解决品牌专业建设发展失衡问题,2014年10月,江苏省人民政府、江苏省教育厅分别发布了《省政府关于深化教育领域综合改革的实施意见》(苏政发〔2014〕56号)和《江苏高校品牌专业建设工程实施方案》(苏政办发〔2014〕86号),明确提出高校品牌专业建设的原则,即:坚持特色发展,依据学校办学定位,重点建设具有行业优势、学科特色的专业,打造一批办学声誉卓著、社会广泛认可的品牌专业,加快有特色、高水平大学建设步伐;坚持分类建设,按照部委重点高校、省属本科高校、高职高专院校等类型,分类评议,择优遴选,努力满足经济社会发展和现代化建设对多样化人才的需求。这为应用型本科院校品牌专业建设带来了机遇。

二、应用型本科院校会计学专业建设亟待解决的问题

(一)地方普通本科院校会计学专业如何快速实现应用型转变的问题

近年来,高等教育发展迅速,但专业建设同质化明显。高校专业建设的目标就是要打造特色专业,因此地方普通本科院校会计学专业应快速向应用型转变。但是,地方普通本科院校会计学专业长期形成的教学模式、课程体系和师资状况制约和束缚着大多数高校的转型发展。因此,地方普通本科院校会计学专业面临着如何基于战略管理和目标管理理论,借鉴国内外应用型高校会计学专业差异化品牌建设的经验与教训,从自身会计学专业的比较优势出发积极探索解决向应用型转变的方法、路径和措施等问题。

(二)应用型会计学专业如何实现人才培养与人才需求无缝对接的问题

随着信息技术的快速发展和经济环境的变化,会计学专业毕业生的就业环境和能力素质要求发生了极大变化,从而导致本科会计人才培养与人才

需求脱节的问题。目前,应用型本科院校会计学专业面临着如何根据自身办学定位和办学特色确立人才培养理念、如何对接行业和企业为地方经济发展服务等问题。

(三)如何创立品牌专业的问题

目前,我国会计学品牌专业的分布和品牌效应失衡明显:学术型高校的品牌专业占比较大,社会声誉高;应用型本科院校品牌专业数量少,且建设的效果不明显。其中,应用型本科院校会计学专业品牌建设存在的问题主要是:品牌建设缺乏系统的战略思维和战略规划,难以形成协同效应;品牌建设目标和措施不稳定,受申硕和学科建设的影响大。因此,应用型本科院校会计学专业亟待解决如何基于战略管理理论、目标管理理论和现代高等教育理论开展品牌策略、制度创新、管理创新、文化建设,如何依据学校办学定位、行业优势和学科特点持续提升自身办学声誉等问题。

三、应用型本科院校会计学专业差异化品牌建设的目标定位

比较优势理论与资源基础理论证明,只有将有限资源集中在优势方向,才能增强其市场竞争力。应用型本科院校会计学专业由于师资、科研条件和学科专业基础等因素限制,虽然不可能在多个专业方向都具有竞争优势,但可以将专业的各项资源要素进行合理配置,集中培育核心竞争力,力争在某一专业方向上获得绝对优势地位。同时,应尽可能地集中资源,沿着该专业方向路线坚持不懈地进行产学研合作,不断提高师资水平、科研水平和人才培养质量。

应用型本科院校会计学专业品牌建设的具体目标主要包括以下方面:

一是提出应用型本科院校会计学专业品牌建设的差异化目标、路径与措施。基于应用型本科院校会计学专业的办学环境与竞争态势,借鉴国外应用型本科院校会计学专业差异化品牌建设的经验与教训,明确我国应用型本科院校会计学专业差异化品牌建设标杆与品牌建设关键问题,探索应用型本科院校会计学专业差异化品牌建设的目标、路径与措施。

二是形成“需求导向+比较优势”的应用型本科会计人才动态调整培养模式。遵循“需求导向,能力为本,知行合一,重在创新”的人才培养理念,

对接行业,建立产学研协同创新平台,探索人才培养定位、课程设置、实践教学、产学研基地、教学方法、教学团队、激励机制、就业渠道等多方位多角度的综合改革,形成“需求导向+比较优势”的应用型会计人才动态调整培养模式。

三是产出一系列优秀教学成果和优质资源。紧紧围绕专业品牌建设目标,科学规划、整合和凝练学科应用研究方向,将引进与培养相结合,强化学术和教学团队建设,培养省级及以上教学名师和在全国有影响力的专业带头人。加强教育教学研究,深化教育教学改革,建设一套适合应用型、创新型本科会计学专业使用的会计系列精品教材,加强精品资源共享课程、慕课建设,力争在会计信息管理、会计准则应用、税务会计与纳税筹划、会计国际化发展、投融资管理等应用研究领域取得具有较大社会影响力的科研成果,提升科研服务教学、政府决策、企事业单位会计实践的能力,为企业界会计和财务实务提供智力支撑。

四、应用型本科院校会计学专业差异化品牌建设的举措

应用型本科院校会计学专业应对会计人才需求市场进行充分调研和论证,并将战略管理理论和目标管理理论融入专业建设,依托现有的特色专业、综合改革试点专业、重点建设学科和实验教学中心等建设成果和平台,依据学校定位和特色,主动适应区域经济和社会发展需求,采用模式创新、制度创新和管理创新等手段,基于应用型本科院校的比较优势,调整和优化人才培养方案,强化实践教学体系,综合改革教学方法、教学手段和考核方法,完善产教融合、校企合作和国际合作,整合和优化科研方向,搭建会计学专业与行业、企业的协同育人平台和应用科研平台,实现与学术型高校会计学专业建设的差异化发展。

(一)实施“行业+企业+专业”的会计学专业培养方案动态调整模式

应用型本科院校会计学专业差异化品牌建设应基于前期专业建设的成果,依据学校的办学定位,紧紧围绕学校的办学战略,以服务地方经济发展和社会需求为导向,根据应用型本科人才培养体系的建设要求,实施“行业+企业+专业”的会计学专业培养方案动态调整模式(图1);加强特色教育

的研究和实践,不断调整与优化人才培养目标和人才培养方案,强化“实践性、能力型、地方化”特色定位,强化实践教学体系,完善产教融合、校企合作体系;建设会计学专业与财政税务部门、行业、企业的

协同育人平台,建立与需求对接的培养机制,培养特色鲜明、竞争优势明显的具有社会主义市场经济适应能力和持续发展能力,具备较强的实践能力和创新精神的应用型、创新型会计人才^[5]。

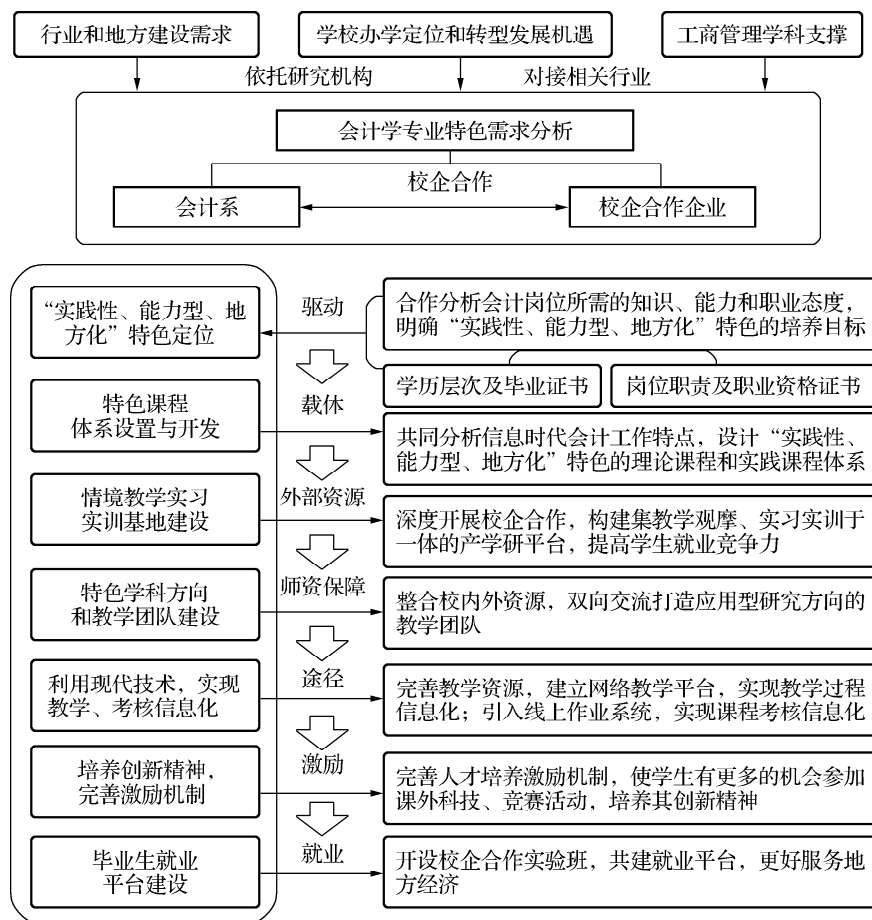


图1 “行业+企业+专业”的会计学专业培养方案动态调整模式

基于“行业+企业+专业”的会计学专业培养方案动态调整模式的要求,在应用型本科院校会计学专业差异化品牌建设过程中应不断调整和优化专业指导委员专家库。调整和优化后的会计学专业教学指导委员会成员结构如下:政府及行业管理专家占30%,企业及中介机构高级管理人员占40%,校外会计学教授占20%,校内会计学教授占10%。每学年根据社会经济发展和专业改革需要,选取相关专家研讨专业发展和学科建设问题。

(二)推行“专业能力培养+创新创业能力培养”的教学模式

为贯彻《普通本科学校创业教育教学基本要求(试行)》精神,应用型本科院校会计学专业差异化品牌建设应推行“专业能力培养+创新创业能力培养”的教学模式,将创新创业能力培养贯穿人才培

养的全过程。在人才培养方案中可以专门设置“大学生创业导论”“大学生职业生涯规划”“创新创业实践”等课程,改革和创新专业课程的教学内容、方法和考核方式,将创新创业能力培养融入专业课程教学;制定并实施学历证书和职业资格证书“双证书”制度,并设立专项资金孵化和奖励学科竞赛、创新创业大赛等项目^[6]。

(三)推行“学科专业一体化”科研模式

按照“学科专业一体化”模式和会计学专业培养方向,应用型本科院校会计学专业可以整合和优化学科研究方向,确立独具特色且具有比较优势的研究领域^[7]。通过不断积累,完成一批“行业+企业”优秀案例的研究工作,并将这些优秀案例应用到教材编写、课程建设和专业教学中,力争在学科研究方面取得纵向有国家级、省部级和横向有较大

社会影响的系列化科研成果;在专业建设方面取得国家级、省部级优秀教学成果和重点建设教材、慕课网课建设等优质教学成果。

(四)搭建产教深度融合、校企深度联合的“双向四维”育人平台

应用型本科院校会计学专业差异化品牌建设应强化产教融合、校企合作,搭建与财税部门及著名企业深度合作的“双向四维”育人平台(图2);共建财务协同创新实验平台,联合成立实验中心,联合编写实践教材和指导实训,将企业财会培训课程嵌入会计学专业课程中。实现产教、校企双向互动对接,形成学生学习、员工培训、教师培养、高管提升四维育人机制,以高水平应用型、创新型的人才培养和高水平的应用性科研成果服务地方经济和社会发展。

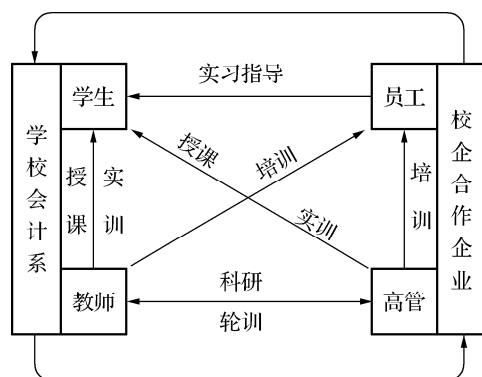


图2 “双向四维”育人平台

(五)建立并实施全员全过程目标管理体系

应用型本科院校会计学专业差异化品牌建设应建立事前管理、事中监控和事后总结的全员全过程目标管理体系。对学科负责人、专业负责人、授课教师、督导专家、班主任、辅导员等实施全员目标管理,每学期对教师的教学过程实行期初、期中、期末全过程质量管理和目标控制,适时总结反馈,保证人才培养方案、教学大纲、教学方案的贯彻执行和教学秩序的良好运行^[8]。

(六)实行教师挂职轮训制度,解决教师队伍重理论轻实务的问题

应用型本科院校会计学专业差异化品牌建设需要一支“双师双能”、擅长应用型创新型人才培养的师资队伍。因此,可以利用挂职轮训制度分批派

送教师到产学研合作企业、会计师事务所和会计领军人才培训班轮训,解决教师队伍重理论轻实务的问题,不断提升专业教师的实务能力和“双师型”教师比例。

五、结语

在竞争激烈的就业环境下,我国会计学本科专业品牌建设的重要性和紧迫性日益突出,品牌专业分类建设已是大势所趋。应用型本科院校会计学专业品牌建设应避免与学术型高校同台竞争和同质化发展,设立基于行业、区位和学科优势的会计学专业品牌建设目标,找准专业方向定位,力争在某一专业方向取得绝对的优势,从而实现会计学专业品牌建设的差异化发展。

参考文献:

- [1] 方光正,聂卫东,高原,等. 公司战略与风险管理:理论、实务与案例[M]. 西安:西安电子科技大学出版社, 2020:51-56
- [2] 沈健. 江苏省实施高校品牌专业建设工程展望[J]. 江苏高教, 2015(5):6-8
- [3] 赖明谷,柳和生,徐和清. “同级类差”与“同类级差”视角中的地方本科高校应用技能型人才培养研究[J]. 高教探索, 2015(7):15-21
- [4] 朱基富. 地方应用型高校品牌、特色专业建设实践研究[J]. 吉林工商学院学报, 2020(10):120-123
- [5] 杨克瑞,曹辉. 以本为本:高校本科专业品牌建设的内生机制[J]. 重庆高教研究, 2019(12):121-128
- [6] 廖明,黄大乾,姜峰,等. 基于差异化竞争战略的高等院校特色专业建设研究[J]. 科技管理研究, 2012(18):111-113
- [7] 程伟,苏传芳,夏克付. 品牌专业建设适应地方经济发展需要探索[J]. 价值工程, 2017(12):144-145
- [8] 邹建国,言捷智. 地方本科院校应用型人才培养质量监控体系的构建与实践[J]. 高教学刊, 2017(3):158-159

(责任编辑:刘鑫)

Research on the Differentiation Brand Construction of Accounting Major in Application-oriented Undergraduate Universities

FANG Guang-zheng, HUANG Yan-yan, LIU Lei
(Jinling Institute of Technology, Nanjing 211169, China)

Abstract: The classification construction of brand major has become a general trend. Starting from the current situation and the trend of brand building in accounting major, this article analyzes the problems to be solved urgently in the current accounting major building for application-oriented undergraduate universities, discusses the positioning and objectives of brand building of accounting major in China's application-oriented colleges and universities from the perspectives of strategy management and target management, and puts forward specific measures such as implementing the dynamic adjustment mode of accounting major cultivation program of "industry+enterprises+major", promoting the teaching mode of "major ability cultivation+innovation and entrepreneurship ability cultivation", and pushing the scientific research mode of "discipline and major integration" to achieve differentiated development of brand building.

Key words: application-oriented university; accounting major; brand construction; differentiated development

(上接第36页)

Discussion on the Service Mode of Integrating Medical Care and Elderly Care Based on Symbiosis Theory in Rural Areas of Sichuan

HE Qiu-jie¹, ZHAO Rui¹, CHEN Guo-qing²

(1. Xihua University, Chengdu 610039, China; 2. Jincheng College of Sichuan University, Chengdu 611731, China)

Abstract: The intensified trend of aging has made the problem of social old-age more and more concerned, and the mode of integrating medical services and elderly care has a huge development space with the overlapping demand for medical care and elderly care services. Based on the framework of the symbiosis theory and the supply and demand status quo of integrated medical and elderly care services in rural areas in Sichuan, the service mode of integrating medical and elderly care is explored, in which medical service centers are set up in elderly care institutions and elderly care service centers are set up in medical institutions. And countermeasures and suggestions are put forward from the three aspects of symbiosis unit, symbiosis relationship and symbiosis effect in order to better promote the formation of an interdependent symbiotic relationship between medical care and the elderly care, and push the service mode development of the integrated medical care and elderly care.

Key words: Symbiosis Theory; integrating medical services and elderly care; elderly care service; rural areas; Sichuan