

doi:10.13582/j.cnki.1674-5884.2016.06.018

管理类专业企业文化课程教学改革探析

王莉^a, 薛朝晖^b

(湖南城市学院 a. 商学院; b. 文学院, 湖南 益阳 413000)

摘要:企业文化作为管理学专业的重要课程,在教学中应努力回归管理学属性,对不同的内容采用不同的方法训练学生不同的能力,用贴近实践的作业激发学生的学习热情,用别具一格的考评方式引导学生养成探究的习惯。

关键词:管理学;内容;能力;作业;考评

中图分类号:G66 **文献标志码:**A **文章编号:**1674-5884(2016)06-0054-02

企业文化理论自20世纪80年代传入我国,至今已有二十多年的历史。特别是从20世纪90年代末期以来,企业文化越来越受到人们的重视,企业文化课程也成为高等院校管理专业的主干课程。企业文化是一门广泛吸收多学科知识的边缘科学,具有很强的实践性和应用性,被誉为现代管理理论的第四个里程碑。由于企业文化理论比较宏观和抽象,很多管理类学生反映这门课程比较枯燥,很多老师认为上这门课程非常痛苦,笔者接受这门课程的教学任务以后,在调研的基础上仔细钻研,探索了一些教学改革方法,也取得了一些效果,在此略作总结,以供探讨。

1 让企业文化课程回归管理学属性

关于企业文化的学科归属,有不同的看法。有的人认为“企业文化是当代文化学的最新研究课题”^[1],有的人认为企业文化之所以被发现并受到热捧,是因为它是一种积极的进步的能给企业带来效益、给职工带来温暖的先进的管理方法、管理模式^[2]。综观目前的企业文化教材,更多的是从文化学的角度来对企业文化进行研究,其实质都是把企业文化当作一种静态的客观存在——企业的文化来加以认识。管理专业的学生人文知识储备不够,对偏理论性的文化学研究不感兴趣,老师们在教学过程中也感觉难以激发学生的热情。管理类企业文化课程的教学目的是使学生掌握企业文化的基本知识、基本原理,学会运用理论分析和解决企业实际问题,为参加企业经营管理实践打下基础。单纯的文化分析引不起学生的兴趣,且学生难以消化。企业文化从其被发现到目前引起广泛重视都是源于其对管理学的巨大贡献,管理类专业企业文化课程的教学应回归其管理学属性。从管理学的角度对企业文化下定义,从管理学的角度去分析企业文化的特点、作用、诊断、设计,才能引发学生的兴趣和共鸣。因此,笔者在给管理类专业学生讲授企业文化课程时,指出“企业文化的实质是一种文化管理”^[3],在分析不同企业实际情况的基础上,重新从管理学的角度给企业文化下定义——“企业文化是一种以作用于人的思想感情为特点的、以实现企业和员工生存发展双赢为目标的、不断适应外部环境和自身条件变化的管理模式”,并在此基础上总结了企业文化的几个特征:科学性与人文性的统一、系统性、民族性、时代性,然后展开讨论企业文化的作用、诊断、设计,从管理学的角度从各个方面诠释企业文化。在设计教学内容时,笔者努力避免枯燥抽象地大谈文化学理论以及架空企业管理去大谈文化。从管理学角度上企业文化课,可使学生觉得企业文化具体可感,同时与他们的管理学课程相得益彰。

2 对不同的内容采用不同的方法训练学生不同的能力

知识是能力的基础但不等于是能力。只注重知识的灌输既落后于时代社会要求也难激发学生的学

收稿日期:20160228

基金项目:2012年湖南省普通高等学校教学改革研究立项项目“管理类专业学生专业能力培养的研究与实践”

作者简介:王莉(1971-),女,湖南桃江人,副教授,博士生,主要从事人力资源管理研究。

习兴趣。当今的孩子对学习的要求已不满足于知道什么,而是更看重能学会干什么。实现由知识教育向能力教育转型已成趋势。在课程教学中,全程采取同一方法训练同一能力,或者全采用讲授的方法上课,对于20岁左右的学生过于单调,难以长期吸引他们的注意力。笔者主讲企业文化课程,主要讲授了几大块内容:企业文化的内涵、特点、作用;企业文化建设;企业文化诊断;企业文化变革;企业文化测量、跨文化管理。针对不同的内容,笔者采用不同的教学方法,训练学生不同的能力。比如,讲解企业文化的内涵时,笔者带领学生分析有代表性的企业文化定义,引导得出一个全新的管理学意义上的企业文化定义。这一内容主要采用理论讲授法、案例分析法,教学生怎么下定义,训练他们的理性思维能力。在讲解企业文化的作用时,笔者先要学生根据给定的案例和自己平时实习的感受,讨论归纳企业文化的作用;然后笔者按自己的思考将企业文化的作用归纳成三个层面:对员工的作用、对企业的作用、对社会的作用,学生对比后恍然大悟,觉得自己的结论过于细碎,抽象概括能力还有待加强。在讲发展状况不错的企业如何进行企业文化建设时,笔者给学生华天集团、娃哈哈集团企业文化建设的案例,要他们从中领悟、总结,思考如果这一工作交给自己做,应怎么着手,需要从现在开始锻炼自己哪方面的能力。整个教学过程中,案例法、情景模拟法、小组讨论法、同伴教学法、小组设计法等交替使用,尽量用不同的内容训练学生不同的能力。

3 用贴近实践的作业激发学生的学习热情

传统的作业功能被定位于“知识的巩固”和“技能的强化”,丢弃了作业应为学生培养多种能力的发展性功能。老师在布置作业时,大多以书面、理论性作业为主,以学生为中心,促进学生个性发展、培养学生创新能力、培养与他人团结协作能力的作业很少。笔者布置的作业是很个性化的,比如,张德的《企业文化建设》花了一章讲解组织文化,笔者让学生用一周的时间细读这章内容和泛读全书内容,回答对张德这么写作有什么看法;讲解“企业文化设计”时,笔者要求学生假设自己创办了一个公司,跟着老师一步一步给自己的公司进行企业文化设计,同时给学生上了一堂很好的创新创业课;上“跨文化管理”时,考虑到这一内容学生容易理解,笔者要求学生事先备课,用一节课时间抽同学上台上课,学生上完后老师再指出其在理解、讲解、师范素质等方面的不足,使学生提高理性思维能力、口头表达能力,提升风度、素养、台风。不同的贴近实践的作业内容,激发了学生的学习热情,使枯燥无味的企业文化课变得生动和具体可感。

4 用别具一格的考评方式引导学生养成探究的习惯

传统的考试大多采取笔试的形式,“企业文化”在商学院是选修课程,学生的成绩由平时成绩和期末考评构成。其中平时成绩包括考勤、上课表现和作业,期末考评则是灵活性测验。学生的平时成绩由学生根据自己的表现自己评分,笔者对照记录与记忆,发现学生基本能对自己中肯评价。期末考评有时笔者会让学生调研企业文化存在的问题,写一份调研报告,诊断所调研企业存在的问题并给出改进建议,在课堂上汇报并接受老师和同学提问。笔者要求学生与企业高层、中层领导访谈,实地察看、制作问卷调查普通员工,最后形成调研报告,对企业文化建设存在的问题提出自己的结论与变革建议。通过这样的考试,学生学会了如何观察、如何与人沟通、如何进行团队协作等,了解怎样制作问卷才能少出瑕疵、如何调研才能趋近科学,认为这样的考试是一次理论与实践相结合的极好锻炼。

以上是笔者对教学过程所积累经验的粗略总结,或许不够深刻和系统,但企业文化课程的教学改革确实对学生中形成了一定的影响,其探讨对整个管理类专业课程的教学改革当不无裨益。在此抛砖引玉,希望能引起大家对管理类专业学生专业能力培养的研究热情。

参考文献:

- [1] 杨家栋. 企业文化学[M]. 北京:中国商业出版社,2006.
- [2] 李建华,王莉. 关于企业文化若干理论问题的思考——兼论当前管理学界亟待思考的学科整合问题[J]. 湖湘论坛, 2012(4):90-94.
- [3] 张德. 文化管理——对科学管理的超越[M]. 北京:清华大学出版社,2008.

(责任校对 游星雅)