

发展”的办学目标，充分发挥母体高校及投资企业的优势，进行差异化办学定位，以提升学生的未来职业能力为重点，构建独具特色的人才培养模式，打造具有良好社会影响力的独立学院品牌。

表 1 独立学院发展战略 SWOT 分析

外部 环境 内部 环境		机遇（O）	威胁（T）
		O1：国家鼓励举办独立学院，促进民办教育健康发展 O2：我国独立学院相关法规制度不断完善 O3：劳动力市场对较高素质的应用型人才的需求将扩大 O4：经济发展带来居民收入增加，对高等教育的需求在扩大 O5：区域经济发展给相应地区独立学院发展带来机遇	T1：国家出台学位证书颁发规定，母体品牌优势逐渐丧失 T2：信息技术正逐渐改变教与学的方式 T3：高教适龄人口回落，招生面临危机 T4：独立学院的认可度不够高 T5：独立学院招生受到公办本科、高职院校及普通民办高校的冲击
优势（S）	S1：办学机制比较灵活 S2：专业设置灵活多样 S3：办学资源比较丰富	SO 战略： 充分发挥内部三大优势，重点抓住应用型人才需求扩大、区域经济发展带来的人才需求等主要机遇，形成独具特色的办学定位与培养模式	ST 战略： 发挥内部优势，凸显自身特色，及时调整发展目标与发展模式，克服外部威胁
劣势（W）	W1：发展定位不明确 W2：缺乏有特色的培养模式 W3：师资队伍缺乏，教育质量难保证	WO 战略： 围绕抓住外部主要机遇，努力克服内部劣势，取得持续快速发展	WT 战略： 及时弥补内部劣势，克服外部威胁，及时调整发展目标与发展模式

1. 因“校”制宜，确定差异化的办学定位。独立学院的办学定位具有统领作用，具体包括办学指导思想、办学理念、办学层次与办学类型等内容。根据企业核心竞争力理论，高校与企业合作办学的独立学院确定办学定位的关键是要识别出自身的核心竞争力。企业核心竞争力的识别有四个标准：一是价值性，即能很好地实现顾客所注重的价值；二是稀缺性，仅有少数企业拥有它；三是不可替代性，竞争对手无法通过其他能力来替代它，它在为顾客创造价值的过程中具有不可替代的作用；四是难以模仿性，核心竞争力必须是企业所特有且竞争对手难以模仿的。^[2]根据上述标准，高校与企业合作办学的独立学院核心竞争力主要来自母体高校的社会声誉、学科专业优势、雄厚师资等优势以及投资方所拥有的资源及能力。此外，独立学院还应分析当地经济社会发展特点，紧跟地方经济发展需要，培养当地社会紧缺的应用型、技术技能型人才。只有将自身核心竞争力与当地社会人才需求相结合，独立学院才能更好确定差异化的办学定位。

2. 扬长避短，构建特色鲜明的人才培养模式。人才培养模式是指在一定的教育思想指导下，按照特定的培养目标，以相对稳定的教学内容和课程体系实施人才教育的过程。高校与企业合作办学的独立学院需在深入分析自身学科优势、师资特点、社会资源及所在地区经济发展特点等因素基础上，确定人才培养的目标。我国高等教育的人才培养定位主要包括研究型、通识型、应用型等三类，独立学院应选择培养应用型

人才。确定人才培养目标后，需根据母体高校的学科、师资等情况进行相应的专业设置、课程体系设置与教学内容设计等。通过充分发挥母体高校、投资方的社会资源优势，紧紧围绕人才培养目标，构建特色鲜明的人才培养模式，不断增强人才培养的适应性和针对性，以更好地凸显自身的特色。

3. 系统规划，打造具有强大影响力的独立学院品牌。独立学院品牌的打造是实现学院可持续发展、效益最大化的重要途径。独立学院首先应树立品牌意识，并根据办学定位、人才培养模式等来确定自身的品牌定位。其次，应紧紧围绕自身核心竞争力，全力打造自身特色，形成自身办学优势，不断提升学院的知名度与美誉度。与此同时，高度重视教学质量与管理服务质量，以一流的教学、管理服务来赢得市场与社会认可。再次，应努力做到院内传播与院外传播的有效结合。在学院内部，应注重校园文化建设；在学院外部应通过参与评选活动、事件营销等多种形式与手段进行宣传推广。同时应充分运用互联网与移动互联网等新兴媒体，做好线上宣传推广工作。

参考文献：

[1] 赵红霞,我国独立学院办学模式比较分析[J].科技信息,2012(3):267-268.
[2][英]安德鲁·坎贝尔,凯瑟琳·萨默斯·卢斯编.核心能力战略[M],严勇,祝方,译.大连:东北财经大学出版社,1999:65.