

·高等学校体育·

社会体育专业(产业经营方向)建设的理论与实践

刘 勇, 曹 刚

(湖北大学 体育学院, 湖北 武汉 430062)

摘 要:从专业设置、目标定位与课程设置、教材建设与教学计划等方面讨论建设社会体育专业(产业经营方向)的理论与培养体育经营管理人才的实践方法,以此来适应社会与市场的需要。

关 键 词:社会体育; 体育产业; 教材; 人才培养模式

中图分类号:G80-05 **文献标识码:**A **文章编号:**1006-7116(2005)04-0068-03

Theory and practice of the construction of social sports specialty (industry management orientation)

LIU Yong, CAO Gang

(College of Physical Education, Hubei University, Wuhan 430062, China)

Abstract:The authors discussed the theory and practice of the construction of social sports specialty (industry management orientation) as well as practical methods for cultivating sports business management talents in terms of specialty setup, target orientation, curriculum setup, teaching material construction and teaching plan, so as to meet the needs of the society and the market.

Key words:social sports; sports industry; teaching materials; mode of talent cultivation

1 专业建设的理论思考

1.1 专业设置的原动力来源于社会的需求

20世纪世界体坛最显著的特征就是风起云涌的体育职业化和商业化浪潮。当人们发现今天的美国人每9美元就有1美元花在以体育健身为主的健康消费上的时候,当媒体巨头们花十几亿美金才能购得奥运会电视传播权的时候,当经济学家惊叹乔丹一人就能带动几十亿美元产业的时候,当政府官员得知体育运动的产值已超过传统产业产值的时候,“体育”(通过身体来进行的教育)的传统含义已经被打破,它的经济价值和产业地位凸现出来。现代体育作为一项新兴产业,正在成为一国甚至全球经济新的增长点。

改革开放的20年,我国积累了相当雄厚的物质基础,中国人民也在整体上开始步入小康社会。从现在至21世纪中叶,中国社会将实现由第二步发展战略向第三步发展战略的转变,即由小康社会向中等发达国家过渡。按照经济理论,这一时期正是社会消费结构发生变革的时期,总的趋势是人们对物质消费品需求的增势会减弱,而对服务消费,尤其是与人健康和生活质量提高直接相关的服务消费品的需求将会迅速上升。体育产业是提高居民生活质量的产业,体育消费是能给人们带来健康、欢愉和享受的消费。由于人们对健

康的需求和对生活质量提高的需求是无限的,因此,人们对体育消费的需求也是无限的。近年来,体育消费(包括物质产品和服务产品)在我国大中城市和部分富裕农村地区相继成为新的消费热点,正是社会消费结构符合规律的变化给体育产业的发展提供越来越大助力,那么,体育产业就有无限发展的可能性。

与体育产业持续快速发展成鲜明对比的是我国体育经营人才严重不足。据有关专家介绍,目前我国体育产业从业人员中既懂经营管理又懂体育的人才仅数百人,而到2008年我国至少需要1万名左右的体育专业管理人才,仅奥组委就需要4000人来从事奥运会赛事组织和产业开发工作。奥组委自成立以来一直在“招兵买马”,为奥运成功举办提供智力支持。而能够出色地设计奥运会竞标方式,对广播电视转播权进行项目开发和利用奥运会的无形资产进行深度市场开发的人才非常少。对于目前体育经营人才缺乏的现状是很多经营公司反映较多的问题。有业内人士指出,目前体育经营人才的匮乏已经成为制约我国体育产业快速发展的障碍之一。

“市场需求是经济增长的真正和持久拉动力”。大力培养社会体育人才,尤其是体育产业经营管理人才势在必行。

收稿日期:2005-03-03

作者简介:刘 勇(1959-),男,副教授,硕士生导师,研究方向:体育产业管理。

1.2 目标定位与课程设置

(1)目标定位。一个企业要在竞争激烈的市场中谋求发展,必须根据市场竞争状况和自身资源条件,建立和发展差异化竞争优势,以使自己的产品在消费者心中形成区别并优于竞争产品的独特形象。一个新兴专业的建设,同样需要细分市场的需求,进行目标定位(设定培养方向)和设置相关课程,这样才能保证人才符合市场需要。社会体育专业的目标定位应反映多元文化的职业生涯特征。

在开设社会体育专业(产业经营方向)之前,我们可以邀请国外有关大学的专家,如日本上越教育大学、德国科隆体育学院、美国芝加哥大学等专业院校的专家、学者进行学术交流,探讨所设专业人才的培养方向和课程设置,并对我国的体育市场需求进行研究、考察,全方位论证,结合自己学校的特点,提出专业的培养目标,例如:培养学生掌握社会体育相关学科的基本理论知识,掌握现代市场经济的基本理论,胜任体育产业经营、管理和体育市场开发工作,掌握指导社会体育项目的基本技术技能等。

(2)课程设置。作为一个新的经济消费热点和投资热点,各类体育消费正在逐渐膨胀,同时也吸引越来越多的投资者。体育产业可以带动许多关联行业,包括第二产业中一系列相关行业,以及第三产业中相当一部分行业的发展,并促进整个产业结构的发展。与体育产业联系密切的行业有6个:旅游业、服装业、交通业、建材业、通信业、机械业。在英国经济结构的部门中,体育产业的关联强度为第8。而且,与体育产业有联系的不仅限于以上6个行业,还有广告业、娱乐业、博彩业、新闻业。正是这种较强的关联性使体育产业能够折叠到其他产业中去,创造“1+1>2”的效应,也正是这种关联性,需要学生了解体育之外的许多知识,理顺它们的关系,延伸他们的外延,增强他们的效应。

因此,社会体育专业的课程设置必须突破传统,摆脱原有的体育教育的课程内容,设置符合市场需求、反映体育产业多元文化特征和职业素质结构的创新课程。例如:1)开设公共基础课(思想道德修养、法律基础、形势与政策、英语、计算机、大学语文等等);2)开设专业必修课(体育营销、体育管理、体育市场与产业开发、体育公共关系、体育经纪人、健身概论、体育产业等);3)开设专业选修课(体育广告学、体育商品学、体育养生学、社会健康学、传播学概论、体育伦理学、体育新兴项目等)。

社会体育专业的专(兼)职教师应该全部具有硕士或博士学位学历,或具有市场经营管理的实践经验。有条件的学校可邀请商学院的教师担任部分课程的教学,或聘请国内外著名体育公司的高层管理者作为客座教授,确保课程目标的高水平。同时,应该鼓励和帮助学生攻读第二学位,或选修其它院校的部分课程(如会计、法律等),以此来开拓视野,加强各学科间的横向关联度,提高学生的综合素质和市场竞争能力。

通过这些课程与培养方案,可以使学生既掌握社会体育相关学科的基础理论和基本知识,又掌握现代经济的基本理论,掌握指导大众体育、学生健身、休闲娱乐及特殊人群体育的基本技能和基本知识、方法与手段,使其胜任体育产业经

营、管理和体育市场开发工作,具有从事大众体育活动的组织管理、咨询指导、教学等方面的基本能力。

1.3 教学计划与教材建设

我们知道,教学计划的课程目标是实现的重要保证。有了目标定位,有了课程设置,还要有组织、有计划地进行教学,去实现人才培养目标。

一个专业的建设不能没有教材。教材的好坏对学生预习、复习、讨论的效果有直接影响,针对目前教材建设普遍落后和缺乏的状况,可以让教师以专题、讲义、教材相结合的形式进行全方位、多角度的教学。在教材上多方论证,尽量选用理论与实践相结合的教材,并要求教师努力提升理论与科研的水平,解决教材不足的问题。在教学的过程中,各学校可以把新的科研成果有针对性地运用到教学中去,以收到了良好的教学效果。

1.4 组织运行和资源配置

每个学校经过一段时间的摸索和实践,都会慢慢形成自己的办学模式和办学风格,但万变不离其宗,其共性可包括:充分利用学校的师资、现代化教学资源,进行合理、有效的优化配置;以学生为主体,培养学生具有与职业需求相适应的主动性、积极性和创造性。有的学校还可以采用请进来、走出去的开放式办学模式来培养人才,同样也会收到很好的效果。

在教学中,应该始终以市场为导向,依托市场强化学生的实践意识,将实践活动贯穿于平常的教学中,适应课程目标与要求,培养学生实践能力,如与体育公司建立良好关系,让学生参与市场调查、进行大型赛事的策划、了解体育公司的市场运作等。同时,可以频繁地与其他院系交流,如与商学院、外语学院进行座谈与联谊、进行演讲和学术交流,与体育专家多方位沟通,来改进教学的工作等。

除此之外,各学校可以与珠江三角洲和长江三角洲等较发达地区的企业建立广泛、友好的合作关系,成立实习基地,定点培养和输送人才,并可相应地将实习时间延长(如从1个月延长为6个月),让学生的实习不走过场,真正产生实效。

2 构建社会体育人才培养模式

2.1 模式的含义

所谓模式,即某种事物的标准形式或使人可以照着做的标准样式。社会体育人才培养模式(以下简称“培养模式”),就是培养社会体育人才过程的相对稳定的结构。其理论意义在于为高等学校的社会体育专业构建一个能适应社会经济发展与社会体育专业需要的人才培养模式。其实践意义在于,按照“培养模式”进行实践操作,能够培养出适应社会经济发展的、满足市场经济条件下体育社会化、产业化需求的社会体育专业人才。

2.2 “培养模式”的要素与特点

“培养模式”的要素包括:(1)师资,开放的教师队伍;(2)学生,潜在的成材对象;(3)物质,保障“培养模式”运行的必要物质条件;(4)机制,动态的运行体系等。

“培养模式”应该具有导向性、动态性和高效性特点。导向性是指明确的社会体育人才培养目标。动态性是指“培养模式”虽然是培养社会体育人才过程的相对稳定的结构,但是社会经济的发展是动态的过程,这就要求“培养模式”必须与之相适应。因此,“培养模式”也具有开放性、动态性特点。高效性是指在一定时间内,依据“培养模式”进行实践操作,充分利用模式的要素有效地培养出与社会经济发展相适应的社会体育专业人才。

2.3 模式结构及其运作方式

“培养模式”是培养社会体育人才过程的相对稳定的结构。这个相对稳定的结构第一必须进行社会需求论证。第二在社会需求论证的基础上,提出预计培养目标。第三进行必要的准备。准备包括:师资的配备、课程的设置、教材的选用、物质的筹备(如教室、教具、场地器材、实习基地)以及学生的招收等。第四社会体育专业学生的培养过程:教师授课和学生学习、实习、考核等。第五验证目标,随着我国社会主义市场经济体制的发展和完善,社会体育专业的毕业生就业要进入市场,双向选择,自主择业。因此,毕业生的就业情况便成为验证“培养模式”优劣最重要的标准,“产销”对路,才能达到“供求”对接的目标。第六调整。根据“产销”、“供求”效果适时调整“培养模式”的要素和结构,使之不断优化。

须明确的是,整个“培养模式”的运作始终处在一个导向清晰、开放动态和高效的又是相对稳定的过程之中。

3 人才培养实践中应注意的问题

3.1 转变思想、更新观念

在社会体育专业建设的过程中,我们发现学生的体育市场意识较为淡薄,经济思想欠缺、新的管理与经营理念严重不足。我国的体育专业长期受传统体育教育观、举国体制的束缚和竞技体育的影响,又处于比较封闭的教学体系中,致使体育各专业长期在一个狭窄空间内生存。这不仅严重制约了社会体育专业的持续发展,也致使学生知识体系不适应时代发展和改革需求。

因此,要想改变现状,首先要从传统的陈旧观念中解脱出来,树立现代体育产业观和体育经济观;其次,以经营管理理论为主导,将体育的政治、教育、文化、健身、娱乐、社会交往诸多功能及其所蕴藏的广博知识,作为培养现代体育经营管理人才的知识源泉。同时,改革传统的专业结构和课程体系,不断提升课程水平,理论与实践紧密联系,突出实践和创新能力的培养。探讨社会体育专业的市场要求,对教材体系进行重新认识,估价各类课程在形成学生合理知识体系中的价值、作用和比例。总之,要建设好社会体育这个新的专业,转变观念、更新思想是前提,贯穿办学于始终,这也是培养学

生合理知识体系的保证。

3.2 把握专业人才的素质结构

转变思想,更新观念,运用发展的、动态的、开放的理念去提高专业人才的素质。体育产业风起云涌,体育市场变化莫测,社会体育专业的建设应该紧密联系市场,积极关注市场对人才素质结构的新要求,与实习基地的管理者保持良好的沟通,并不断跟踪毕业生的信息,及时补充专业建设中的不足,以提高学生的市场竞争力。

3.3 建立稳定的专业教育实习基地

事实证明,稳定、成熟、专业的实习基地对人才的培养举足轻重。社会是最好的老师,学会生活是人生最重要的一课。实习基地教会我们的学生如何做人提升学生的专业素质,缩短理论与实践的差距,缩短实习生与员工之间的差距。此外,稳定的实习基地可配合我们对实习生健康心态和意志品质进行培养,使他们具有吃苦和敬业精神。因此,我们应该多加强与实习基地的联系,多做一些专题性研讨。一方面让我们的学生能学以致用;一方面也不断给自己反馈信息,帮助我们的学生顺利实现人生的第一个转折。

3.4 努力使学生成为一专多能的应用性人才

随着社会的不断发展,“一专多能”已成为各高校培养人才的目标,这也符合市场的细分与经济发展的一般规律。尤其是社会体育专业(体育产业经营方向),它与传统的体育理论研究、体育教育等专业不同,它对人才的专业性和综合素质的要求特别高,又强调社会实践和知识的运用能力。而随着经济一体化与中国的“入世”,对体育国际化人才的需求也越来越迫切。我们要顺应历史潮流,与时俱进,从教材的时效性、专业性上,从学生综合素质能力的培养上下苦功,使学生真正符合市场要求,满足社会需要。

参考文献:

- [1] 张发强. 中国社会体育现状调查结果报告[J]. 体育科学, 1999, 19(1): 4-7.
- [2] 卢元镇. 中日大众体育“时间差”[J]. 体育文史, 1995(4): 3-4.
- [3] 鲍明晓. 体育产业新的经济增长点[M]. 北京: 人民体育出版社, 2000.
- [4] 张尚权, 张岩. 体育经济学概论[M]. 长春: 吉林人民出版社, 1990.
- [5] 刘勇, 易钦仁, 张丽丽. 社会体育人才培养模式的研究[J]. 湖北体育科技, 2002(3): 266-267.

[编辑: 邓星华]