

品牌活动、组织惯例与本科生专业能力的培养

——以Z大学政务学院的“百区调研”为例

黄振羽

(大连海事大学公共管理与人文艺术学院, 辽宁大连, 116026)

[摘要] 构建基于专业能力、品牌活动与组织惯例的分析框架,以Z大学政务学院的“百区调研”为案例,分析性地追溯了公共管理类本科生专业培养的实际过程,指出以本科生运用专业知识产出特定成果为目标的品牌活动,有利于本科生的专业能力的培养,在品牌活动实施过程中生成、延续和演进的组织惯例,持续地塑造着本科生的专业能力及其培养方式。通过揭示出本科生专业培养的两个关键因素——本科生运用专业知识产出的特定成果与常规化的组织支持,为理解本科生专业培养的组织机制与组织实践提供一个新的理论视角,也提供了一条具备可操作性的本科生专业培养战略发展路径。

[关键词] 本科生; 专业能力; 品牌活动; 组织惯例

[中图分类号] G649.2

[文献标识码] A

[文章编号] 1674-893X(2021)04-0048-08

一、导言

本科教育的重要性已在国内达成了普遍共识,如何培养本科生专业能力是该共识下的焦点问题之一^[1-3]。近年来,国内的许多研究已经通过多种方式对该问题做出探讨,包括西方发达国家著名大学的本科生培养经验和模式制度分析^[4]、基于“2016全国本科生能力测评”^[5]、自制调查工具的实证分析^[6]、关于本科教育内涵特征及建设路径的规范研究^[7-8]等。已有研究虽然提供了一定的经验借鉴或理论指导,但很少有文献分析本科生专业培养的实际过程,导致一些关键因素仍然处于模糊状态。

关注实际过程的一个切入点是追问:本科生专业培养的组织机制是如何形成的?这样提出问题,就会立刻理解当前研究的一些固有不足:(1)国外大学的经验或制度模式分析容易产生“以结果解释原因”的情况,即“既然这些大学成功培养出专业能力水平高的本科生,就一定是因为开设了某些课程或采取了某种教学方

式”,然而,这些做法并非本科生专业能力形成的充分必要条件,否则直接的课程或教学方式“移植”就能得到相同能力水平的本科生了;(2)基于调查问卷的实证分析,难以揭示出本科生专业能力的培养过程和组织机制,同时也存在自我报告的印象管理问题;(3)规范研究更多是基于研究者个体的实践经验和学术修养提出的“应然”判断,如提出一流本科人才“应当有能力担当民族复兴重任”^[9],这类文献着重于探索我国本科教育的发展愿景或改革方向,而非具体的组织实践。事实上,特定的组织机制往往是在特定的活动过程中生成的,如果忽略了这类活动过程,就难以避免借鉴国外大学成功课程或教学方式的“以结果解释原因”式尴尬或问卷调查中的信息失真及信息缺失,从而无助于澄清和理解影响本科生专业培养的关键因素。

解释本科生专业培养的组织机制形成,需要回答两个关键问题:什么样的活动有利于本科生专业培养?这种活动如何促使特定组

[收稿日期] 2021-04-01; **[修回日期]** 2021-08-15

[作者简介] 黄振羽,广东化州人,博士,大连海事大学公共管理与人文艺术学院副教授,主要研究方向:科技管理,联系邮箱:hzhyhit@163.com

织机制的生成？为此，本文将以国内外主流创新理论为基础构建分析框架，并以Z大学公共管理类本科生专业培养的一个实际活动过程作为案例来展开分析，对上述问题做出解答。

二、分析框架

为了对本科生专业培养的实际过程做出分析，本文首先对专业能力、品牌活动、组织惯例做出界定，这个界定是本文尝试给出的理论视角，可以被看作是一个用于本文案例研究的分析“框架”。

第一，本科生的专业能力是指能够运用专业知识产出特定成果的技术能力。技术能力的研究起源于20世纪80年代的演化经济学理论，其被认为是一种企业需要通过研发实践来掌握技术知识的能力^[10]。因此，技术知识的掌握并非毫无成本，研发实践与研发投入(如R&D)的过程，被认为是企业的知识积累和学习的过程^[10-12]。然而，在随后的研究中，研究者们发现知识积累和学习只是技术能力的一面——潜在(potential)技术能力，而另一面是转化与应用——实现(realized)技术能力，后者决定了企业在市场中的生存竞争优势^[13]。Mowery和Rosenberg曾指出，产品形式是技术进步作用于经济发展的重要形式^[14]。路风在一系列有关自主创新的研究中，也论证了只有发生在产品层次上的知识积累与学习才是最有效的，只有这样才有可能使得一个企业生成技术能力^[10, 15-16]。因此，实现技术能力可以更具具体地被表述为：企业运用其所积累和学习到的知识进行产品开发的能力。

本文以当前国内外的主流创新文献为基础，把本科生的专业能力界定为能够运用专业知识产出特定成果的技术能力，就会对本科生的专业能力产生新认识：专业知识积累虽然是运用的基础，但正如主流创新文献所指出的，只有发生在产品层次上的学习才更有可能生成技术能力，即以产出特定成果为目的的专业知识的运用和学习，才有可能使得本科生更有效地形成具有竞争力的专业能力。专业知识学习的代价必须与专业知识运用的技术能力联系起来才具有意义，否则，就容易使得本科生专业能力的界定过于宽泛，或者是混淆了专业能力与其他个体能力的区

别。例如，国内相关文献就往往从实践能力、批判性思维能力、问题解决能力、发明专利能力、创新能力等多个方面来界定本科生的专业能力^[6, 17-19]，然而，这不仅使专业培养方向难以聚焦，也容易导致与专业能力形成相关的一些关键组织机制被忽略。

第二，品牌活动是指组织支持下的、以本科生运用专业知识产出特定成果为目标的常规活动。在这里需要做出区分的是，本科生完全通过自学或自主参与兴趣社团等形成的技术能力，并不等同于由该名本科生所属院系通过提供专门的组织支持而形成的专业能力。例如，某个公共管理专业的本科生通过自学的方式学会了使用python进行编程，或者是通过参与演讲社团而提升了个人的表达能力，这是该名本科生个人能力或兴趣的体现，而该名本科生所属的院系可能并没有实质性的参与，甚至，如果该名本科生没有凭借个人爱好而获得某个层次的奖项(如省级或国家级的某类竞赛奖项)，院系可能根本不知道该名本科生的能力情况——因为这种能力的培养并非源于该院系提供组织支持的常规活动。

沿着产品开发与技术能力关系的创新理论进路，本文认为本科生的专业能力必须从特定成果与支持这些特定成果产出的组织活动来理解。路风为了解释中国工业技术能力的成长机制，提出了“产品开发平台”的概念，认为“只有进行产品开发并因此而建立产品开发平台，一个工业组织才可能产生、延续并增强技术能力，达到能够不断创新的水平”^[10]。其中，产品开发平台是指“以产品序列作为工作对象，以不断开发产品作为目标和方向，并以产品开发过程作为协调机制的知识和技术活动系统”^[10]。由此观照，某个院系以本科生运用专业知识产出特定成果为目标并由组织提供常规支持的品牌活动，就是该院系的一个“产品开发平台”：一方面，本科生运用专业知识产出的特定成果，并非其所属院系的“偶发事件”，这类成果本身就是该院系长期致力于“生产”与“开发”的“产品序列”，这是本文使用“品牌活动”的含意所在——非常规性的或一次性的偶发事件显然不能称之为某个大学院系的“品牌活动”；另一方面，这类特定成

果必然是本科生所属院系以不断“生产与开发”该类成果为目标并以此协调院系资源的组织性结果,其中,院系资源既包括了诸如内部的师生知识储备或外部组织支持之类的无形资源,也包括院系提供的硬件和经费之类的有形资源,本科生正是通过在这种组织过程中进行学习和应用而获得具有竞争力的专业能力——这区别于本科生出于完全的个人爱好、特别是完全的个人投入而获得的其他能力。

第三,本科生所属院系在实施品牌活动过程中生成的组织惯例,是该院系在组织层面所理解的本科生专业能力培养方式,产出成果的特定性使得组织惯例成为专属于该院系本科生专业能力培养的组织机制。在早期的研究中,组织惯例被认为是组织的规则与行为模式的总称^[20]。随后的研究开始从组织的动态能力出发,认为组织惯例是企业的专用性资产,是组织内部资产相互耦合发生作用的方式,构成了组织分析、领会和吸收知识的能力^[10,13,21]。因此,组织惯例被认为是组织能力的载体,其储存了组织成员之间以及组织成员与组织资源之间在反复互动过程中对知识与规则所形成的共同理解、解决问题的共同努力和经验、知识学习的特定模式等,是组织完成工作、协调组织运行和推动组织演化的主要方式^[10,13,21]。

在“产品开发平台”的视角下,本文所指的“品牌活动”是大学院系通过协调组织资源和提供常规化组织支持而共同产出特定成果的专业性活动,该“特定成果”的性质及形式决定了院系组织中无形资源与有形资源的耦合方式,也决定了师生之间知识学习与传授的互动模式。通过这种组织性的、持续性的常规活动,院系的组织资源耦合方式与师生之间的互动模式在围绕特定成果产出的过程中被惯例化,形成了该院系特有的“规则、程序、示例和缄默知识”^[22]。反过来,组织惯例也会引导和约束进入到该组织中的个体行动^[23]。因此,如果某个院系建立了某种品牌活动,该院系新入学的本科生和新招聘的老师会在特定的时间点参与品牌活动,执行组织惯例中的规则,本科生在专业知识应用的过程中进行知识学习与吸收,而新老师则在参与指导的过程

中发生知识“转移”,院系则为之提供相应的资源支持(如实验室、硬件设施、经费等),新学生和新老师在参与品牌活动的过程中,其本身则逐渐演变为组织惯例的生产者和创造者。换言之,随着以产出特定成果为目标的品牌活动的持续,一方面是组织惯例得以不断地被生产和再生产,另一方面则是组织惯例会不断地塑造着师生与院系资源的耦合方式,进而塑造了本科生的专业能力及其培养模式,这些主体和资源的关系及其耦合方式也因此成为组织特有的“专用资产”^[10]。

三、案例呈现

Z大学位于我国南方沿海城市,是一所具有人文社科和理医工科多学科的综合性大学。Z大学政务学院(以下简称为“Z院”)的学科渊源可上溯至1905年的地方政法学堂,历经新中国成立后的院系调整,政治学与行政学系于1988年得以重建,并于2001年在原来学科基础上成立了“Z院”。

(一) 政务调研活动

在日常的教学科研过程中,几乎每名Z院教师都至少参与或带领着一个课题组,面向城乡社区、政府部门、县域治理等展开各种大、中、小规模调研活动。其中,课题组的成员不仅有研究生,更重要的是,还囊括了四个年级的本科生。除了课题组的调研活动,Z院会定期以院系的名义面向全院学生开展调研比赛,比赛的名称有很多,如“返乡调研大赛”“公共管理案例大赛”“政务关注调研大赛”,等等,有的调研比赛已经延续了十多届。因此,开展各类调研活动或调研比赛已经成为Z院的常规活动,而由于一系列的调研活动均与政府治理或公共事务相关,本文把Z院的这一常规活动统称为“政务调研活动”。

虽然并非所有的Z院政务调研活动都是专门针对本科生设立的——例如,在一些政务调研比赛中,参赛对象的表述一般为“在校就读的全日制学生及在职学生(如MPA学员、MBA学员),均可参赛;可跨专业跨学院跨学校自由组合”——但本科生往往是该类活动最积极的主要参与者,因为研究生还需要顾及其所在课题组的任务要求。以笔者2018年参与组织的百个城乡社区调研活动为例,该活动共有27支调研队伍,

每支队伍的人数为4-8人。在这其中,除了1支队伍是完全由Z院的MPA学生组成之外,大部分的队伍主要由四个本科年级的学生构成。此外,除了一些以比赛名义或课题组需求而开展的活动外,与本科生紧密相关的政务调研来自Z院的本科毕业论文要求,按照Z院规定,本科生在入学时就需要确定毕业论文导师,因为他们必须于毕业论文开题前,在导师的指导下开展初步的实地调研并提供调研报告,否则不能进行开题答辩。也就是说,Z院的本科生即便不参与某个课题组或院系组织的政务调研,也必须在毕业论文写作时完成该项任务。

(二) 政务调研过程

为了能够更清晰地呈现Z院本科生专业能力培养的实际过程,本文将以Z院在2018年举办的百个城乡社区调研比赛(以下简称为“百区调研”)作为Z院常规活动的代表,进行深入分析。该次比赛的主要过程如下。

第一,院系-课题组合作。该次调研活动源自Z院所在城市的一个政府部门课题,由于调研范围大,涉及Z院所在城市的100个城乡社区,从而需要招募较多的调研员来确保课题的完成。因此,承接该课题的课题组与院系商议后,决定该次调研活动以院系的名义举办。除了课题任务发出的政府部门所提供的经费外,Z院额外提供了经费支持,并在此基础上进一步争取到省青少年事业研究与发展中心的支持,从而不仅能够为参赛队伍提供调研经费保障,同时也为获得比赛名次的参赛队伍提供奖金和省级荣誉证书奖励,这极大地激发了学生的调研积极性。

第二,政务调研培训。该次比赛在参赛队伍开展调研之前进行了培训,其组织过程是:首先由Z院的党委书记进行致辞和动员,表明院系对该次比赛活动的大力支持;其次,由城乡社区建设与管理相关的政府部门负责人和相关领域的院系老师展开主题培训,涉及的主题包括“新时代某市社区治理的探索与创新”“中国基层治理的研究视角”“公共事务治理研究的理论与发展”“国家与社区组织体系”以及“案例的调研与写作”等;最后,由院系团委书记讲解调研过程中的注意事项,如参赛者保险购买事务与报销事务

等,明确了院系为该次调研比赛提供的后勤保障。

第三,政务调研实施。从培训结束到决赛之前是该次调研比赛的实施时间,而该调研比赛的比赛手册给出了具体的实施方式:(1)明确样本数要求,即每支队伍负责调研3~4个社区;(2)明确访谈对象要求,包括居委会或村委会、辖内社区居民或村民、业委会、物管公司、社会组织、驻地(村)单位、公共服务提供者(包括NGO和志愿者等)、其他相关者(如派出所、村居律师等),每类访谈对象不少于3人;(3)明确访谈时间和伦理要求,要求对每位被访者的访谈时间不少于1小时,并在符合研究伦理要求的情况下对访谈的全过程进行录音,以便于在后期进行录音誊写;(4)明确访谈提纲,即比赛组织方根据不同类型的访谈对象制定了相应的访谈提纲,要求参赛队伍对提纲充分熟悉;(5)充分了解Z院所在学校的报销规则,参赛手册上列出了详细的报销要求、报销票据分类、报销示例以及不予报销的情况等;(6)比赛组织方安排1名硕士研究生或博士研究生作为调研督导,每名督导负责3~4支参赛队伍的培训考勤、进程督促、调研及访谈的质量检查、调研过程中的疑问解答以及沟通和协调工作等。该次比赛的实施过程,是严格按照比赛手册所给出的实施方式展开的。值得指出的是,这份比赛手册不仅参考往届政务调研经验而制定,更重要的是,这份手册是Z院教学科研的“编码化知识”,是后文分析Z院组织惯例的关键资料。

第四,政务调研成果。之所以把该比赛的结果称为“政务调研成果”而非“政务调研报告”,是因为该次比赛要求呈递的最终成果包括两方面内容:数据报告与案例报告。比赛手册对这两个方面的内容均做出了明确的要求:(1)数据报告要求,即参赛队伍需要提交的数据报告包括访谈录音及其誊写稿、问卷调查数据、观察日志与照片、参考文献资料、文件资料、定性数据编码表、定量数据的操作文件(如SPSS/STATA操作文件)等;(2)案例报告要求,即参赛队伍提交的案例报告要包括问题陈述、行动者及其角色、情景与限制、决策过程和解决问题的方法等。同时,

参赛手册给出了一份Z院某课题组近年进行实地调研的数据报告和案例报告的详细示例,以供调研队伍参考学习。

四、案例分析

由案例呈现可见,“政务调研活动”正是Z院的品牌活动。虽然这里只是使用了“百区调研”作为代表对Z院进行案例分析,但接下来将进一步分析该比赛所蕴含的Z院本科生专业能力培养组织机制和组织实践。

第一,该场比赛展示了Z院在本科生专业能力培养上的两项核心组织惯例:资源耦合惯例与教学科研惯例。就本科专业能力培养的组织惯例而言,其虽然储存了Z院的规则、程序、示例以及组织成员对这些知识的共同理解,但它分散于院系的日常教学、科研与行政等各个环节,有些惯例能够在政策文件中体现(如经费报销方式),但更多惯例则往往是以经验形式存在的“缄默知识”,只能从组织成员的实际行动中观察到。尽管如此,在某些特定的事件下,组织惯例还是有可能被集中呈现的——如这里的“百区调研”。

在这里,资源耦合惯例是指Z院内部行政、后勤、教学科研主体与外部政府主体之间的合作与资源供给方式,Z院正是通过这种方式为本科生产出政务调研成果提供常规化的组织资源支持。而教学科研惯例是指Z院教学科研主体的调研实践与研究经验,是Z院教学科研主体(包括老师和学生)所理解的研究方式、成果形式以及本科生的专业能力培养方式和目标。这两项核心组织惯例是专属于Z院的组织机制:一方面,区别于理工医科类教学科研对设备仪器专用性的依赖,政务调研在一定程度上是依赖于专业院系与政府建立的“合作关系”(如Z院能够经常得到当地不同政府部门委托的横向课题),是否建立了这种合作关系决定了研究人员能否开展深入的实地调研;另一方面,Z院的教学科研惯例是Z院组织成员之间以及组织成员与组织资源之间在反复互动过程中形成的,包含了Z院提供的常规化组织资源支持和组织成员的共同理解及认可。

第二,政务调研作为Z院的品牌活动,促使了Z院核心组织惯例的生成、延续与演进。对于

资源耦合惯例,在该场比赛中,Z院、课题组以及政府的一系列合作安排表明,这类合作并非初次:(1)从内部资源支持看,一方面是以Z院名义举办的政务调研比赛,往往来自课题组的调研需求和课题任务发出部门的实践需求,另一方面是院系已经形成支持该类活动的经费预算制度和安排,经费能够根据活动需求而迅速到位,并由院系提供相应的行政与后勤支持;(2)从外部资源支持看,随着合作需求的提出,院系便迅速争取到省级部门的支持——事实上,包括该次活动在内,诸如省青少年事业研究与发展中心等政府部门,已经多次支持了Z院举办的各类政务调研活动;(3)外部资源支持还体现在调研培训上,如邀请到相关政府部门的负责人为参赛队伍进行主题培训。如果没有长期的合作基础,这些资源耦合惯例是不可能生成的。

对于教学科研惯例,前文指出,比赛手册是分析Z院本科生专业能力培养组织惯例的关键材料,因为这份手册不仅仅为参赛者提供了比赛指南,更重要的是,它是一份高度编码化的Z院教学科研经验:(1)参赛手册要求递交的数据报告形式主要来源于Z院教师的研究经验,即Z院教师作为公共管理领域的研究者,他们就是通过访谈录音、问卷调查、观察日志、定性资料编码等方式,在研究伦理的约束下,展开各自的研究实践;(2)参赛手册要求递交的案例报告形式,则源于Z院教师案例研究论文的撰写经验,即Z院教师在相应的学术论文写作规范下,基于已经获得的调查数据资料、已有的知识和经验积累来完成各自的论文写作;(3)根据以往调研比赛和调研活动中所遇到的问题,本次的参赛手册明确了以研究生作为调研督导的比赛指导方式,各组的督导在指导各个队伍进入田野调研的过程中,把他们在各自课题组调研过程中习得的经验,通过“干中学”的方式“传授”给队伍中的本科生。因此,这份参赛手册所呈现的,实际上就是Z院在长期的、常规化的品牌活动实施过程中生成的教学科研惯例。

此外,政务调研这一品牌活动作为Z院的“产品开发平台”,其功能不仅仅在于生成Z院的组织惯例,更重要的是,它能够推动Z院组织惯例

的延续和持续演进。本文所分析的“百区调研”仅仅是Z院在2018年的一次政务调研活动,而Z院从创建该品牌活动伊始,就已经不断地面向各类政务议题开展了一系列的政务调研活动,如早些年的就业创业治理调研、政经分离调研和近年来的政务大数据挖掘与分析、中国县域治理能力调研等,这些成果构成了Z院品牌活动所开发的“产品序列”。在针对不同政务议题展开调研的品牌活动实施过程中,Z院的资源耦合惯例和教学科研惯例就得到了延续和演进,例如与新的政府部门建立合作关系、搭建新的教学科研平台、采用新的研究工具等。最近,Z院已经出版了系列本科生政务调研报告,新华社和人民网等对此做出了报道,这又进一步强化了Z院的品牌活动,丰富了Z院的“产品序列”。

第三,Z院的品牌活动和组织惯例是持续塑造Z院本科生专业能力的关键组织机制。本文把本科生的专业能力界定为能够运用专业知识产出特定成果的技术能力,然而,技术能力的掌握需要付出代价。单纯依赖课堂讲授或专业文献阅读来学习与积累知识,只能使本科生形成潜在技术能力,而决定本科生竞争力的是实现技术能力。Z院的品牌活动要求Z院的本科生必须积极运用专业知识来产出特定的政务调研成果,而这个产出过程,同时也是Z院本科生带着理论知识走进现实世界,围绕特定政务调研成果产出要求展开思考和学习的过程。在政务调研过程中,Z院资源耦合惯例和教学科研惯例持续地支持并塑造着本科生对相关政务议题与数据资料的收集分析能力、政策和理论的理解能力、调研方法和调研工具的应用能力、调研成果的撰写与表达能力、学术伦理与学术规范的遵从能力、政务问题的解决与创新能力等。

Z院在围绕不同的政务议题持续实施品牌活动的过程中,除了推动组织惯例延续和演进,更重要的是促进了本科生专业能力的可持续成长。例如,Z院的本科生在“百区调研”中,不仅获得了深入理解城乡社区治理相关政策、理论和实践的机会,同时也学习了如何进行社区实地调研和案例报告写作;而在Z院的其他政务调研中,如政务大数据挖掘与分析比赛,Z院的本科生通

过院系举办的Python应用、GIS在公共治理中的应用、数据的可视化、公共治理研究中的仿真模拟等主题的系列培训讲座,不仅学习新的知识,也在比赛的过程中,加强了新知识的应用理解及其与自身积累知识的融合。从另一个角度看,Z院的品牌活动不仅促使其本科生的专业能力得到快速成长,同时也使得这些学生能更好地理解中国之治,从青年视角讲好中国故事。

五、结语

本文通过引入当前主流创新理论,以Z院及“百区调研”为案例,分析性地追溯了公共管理类本科生专业能力培养的实际过程,论证了以本科生运用专业知识产出特定成果为目标的品牌活动,有利于本科生的专业能力的培养,而在品牌活动实施过程中生成、延续和演进的组织惯例,持续地塑造着本科生的专业能力及其培养方式。正是对品牌活动和组织惯例做出的描述与分析,本文揭示出了当前本科生专业能力的培养研究中未能得到广泛重视的两个关键因素——本科生运用专业知识产出的特定成果与常规化的组织支持。这引发出如下思考:有必要区分“培养过程中的具体做法”与“推动形成这些做法的力量”。

研究国外或国内大学的某种具体组织架构、课程内容或教学方式等,往往是指研究“培养过程中的具体做法”。这些大学在培养本科生专业能力方式的具体模式上已经获得了一定的社会共识,因此,这类研究并不需要深入观察和分析这种模式的形成过程,而只需从事后的结果出发,对这些大学正在采取的具体模式进行梳理和总结。然而,本文的分析表明,这些具体模式很有可能是某大学院系在长期实施特定品牌活动过程中形成的,缺失了特定的品牌活动、组织惯例和成果目标,被借鉴的某种具体模式就难以起到预期效果。因此,关键是找寻到“推动形成这些做法的力量”,即本文所论证的以本科生运用专业知识产出特定成果为目标的品牌活动。在品牌活动的引导下,专业院系的内部资源、外部资源和相关行动主体就有可能被系统地整合在一起,通过这些资源和主体间的长期动态互动和共同演进,不同的品牌活动将使得不同的专业院系

形成特有的组织惯例——这实际上构成了本科生专业能力培养的战略问题,需要专业院系的领导者有足够的战略勇气,为品牌活动的建设与发展提供长期的、常规化的组织支持。从这个角度看,本文为理解本科生专业能力培养的组织机制与组织实践提供了一个新的理论视角,也提供了一条具备可操作性的本科生专业能力培养战略发展路径。

参考文献:

- [1] 张大良. 创建具有中国特色世界水平的一流本科教育[J]. 中国高教研究, 2016(6): 1-4.
ZHANG Daliang. Building the first-class undergraduate education with chinese characteristics and world standards[J]. China Higher Education Research, 2016(6): 1-4.
- [2] 王洪才. 一流本科教育的内涵、特征与建设[J]. 中国高教研究, 2019(1): 11-15.
WANG Hongcai. First-class undergraduate education: connotation, characteristic, building[J]. China Higher Education Research, 2019(1): 11-15.
- [3] 龚雪, 余景丽, 余秀兰. 麻省理工学院本科生创新能力培养实践经验及启示[J]. 高教探索, 2020(1): 74-79, 86.
GONG Xue, YU Jingli, YU Xiulan. Practical experience and enlightenment of innovative research ability training of MIT undergraduates[J]. Higher Education Exploration, 2020(1): 74-79, 86.
- [4] 李慧. 重塑一流本科教育: 澳大利亚悉尼大学本科生能力培养标准[J]. 高教探索, 2019(10): 29-35.
LI Hui. Reshaping the first class undergraduate education: The undergraduate ability training standard of the University of Sydney, Australia[J]. Higher Education Exploration, 2019(10): 29-35.
- [5] 吴永源, 沈红. 什么在影响大学生的毕业意向: 家庭、学科还是能力?——基于“2016全国本科生能力测评”的实证分析[J]. 江苏高教, 2020(4): 83-90.
WU Yongyuan, SHEN Hong. What influences the graduation intention of college students: Family, subject type or ability?[J]. Jiangsu Higher Education, 2020(4): 83-90.
- [6] 沈红, 汪洋, 张青根. 我国大学本科生批判性思维能力测评工具的研制与检测[J]. 高等教育研究, 2019(10): 65-74.
SHEN Hong, WANG Yang, ZHANG Qinggen. Development and test of national assessment of collegiate capacity of critical thinking[J]. Journal of Higher Education, 2019(10): 65-74.
- [7] 李硕豪. 论一流本科教育的基本特征[J]. 中国高教研究, 2018(7): 16-20.
LI Shuohao. The basic characteristics of first-class undergraduate education[J]. China Higher Education Research, 2018(7): 16-20.
- [8] 母小勇. 一流本科教育: 培养目标与实现路径[J]. 中国高教研究, 2020(7): 33-39.
MU Xiaoyong. The first-class undergraduate education: training objectives and routes[J]. China Higher Education Research, 2020(7): 33-39.
- [9] 陈骏. 一流人才与一流本科教育: 理念、问题与方向[J]. 中国高教研究, 2018(3): 4-7.
CHEN Jun. First class talents and first class undergraduate education: Ideas, problems and orientations[J]. China Higher Education Research, 2018(3): 4-7.
- [10] 路风. 论产品开发平台[J]. 管理世界, 2018(8): 106-129.
LU Feng. The product development platforms[J]. Management World, 2018(8): 106-129.
- [11] COHEN W M, LEVINTHAL D A. Innovation and learning: the two faces of R&D[J]. The Economic Journal, 1989(397): 569-596.
- [12] COHEN W M, LEVINTHAL D A. Absorptive capacity: A new perspective on learning and innovation[J]. Administrative Science Quarterly, 1990(1): 39-67.
- [13] ZAHRA S A, GORGE G. Absorptive capacity: A review, reconceptualization and extension[J]. Academy of Management Review, 2002(2): 185-203.
- [14] MOWERY D, ROSENBERG N. Paths of innovation: technological change in 20th-century America[M]. New York: Cambridge University Press, 1998.
- [15] 路风, 慕玲. 本土创新, 能力发展和竞争优势——中国激光视盘播放机工业的发展及其对政府作用的政策含义[J]. 管理世界, 2003(12): 57-82.
LU Feng, MU Ling. Product creation based on local markets, ability development and competitive advantage[J]. Management World, 2003(12): 57-82.
- [16] 路风. 冲破迷雾——揭开中国高铁技术进步之源[J]. 管理世界, 2019(9): 164-194.

- LU Feng. Break through the fog: Reveal the origin of Chinese high-speed railway technology advances[J]. *Management World*, 2019(9): 164–194.
- [17] 朱红, 郭胜军. 我国本科生创新能力现状及影响因素的实证分析——基于院校研究性的比较视角[J]. *教育学术月刊*, 2017(12): 48–56.
- ZHU Hong, GUO Shengjun. An empirical analysis of the current situation and influencing factors of undergraduates' innovation ability in China[J]. *Education Research Monthly*, 2017(12): 48–56.
- [18] 肖睿阳, 任伟, 牟扬, 等. 大学生发明专利能力培养分析[J]. *中国大学科技*, 2019(S1): 56–59.
- XIAO Ruiyang, REN Wei, MOU Yang, et al. Analysis on the cultivation of university students' invention patent ability[J]. *Chinese University Science & Technology*, 2019(S1): 56–59.
- [19] 丁飞己. 工科本科生问题解决能力及其影响因素研究[J]. *中国高教研究*, 2020(5): 21–27.
- DING Feiji. The characteristics of problem-solving skill of engineering undergraduates and its influence factors[J]. *China Higher Education Research*, 2020(5): 21–27.
- [20] NELSON R, WINTER S. An evolutionary theory of economic change[M]. Cambridge, Mass: The Belknap Press of Harvard University Press, 1982.
- [21] 刘意, 谢康, 邓弘林. 数据驱动的产品研发转型: 组织惯例适应性变革视角的案例研究[J]. *管理世界*, 2020, 36(3): 164–183.
- LIU Yi, XIE Kang, DENG Honglin. Data-driven r&d transformation of new product: A case study from the perspective of adaptive change in organizational practices[J]. *Management World*, 2020(3): 164–183.
- [22] PENTLAND B T, FELDMAN M S, BECKER M C, et al. Dynamics of organizational routines: A generative model[J]. *Journal of Management Studies*, 2012(8): 1484–1508.
- [23] BERENTE N, LYYTINEN K, YOO Y, et al. Routines as shock absorbers during organizational transformation: integration, control, and NASA's enterprise information system[J]. *Organization Science*, 2016(3): 1–22.

Brand activity, organization routine and the cultivation of undergraduate's professional competence: Based on “One Hundred Community Research Activity” of the School of Government of Z University

HUANG Zhenyu

(School of Public Administration and Humanities, Dalian Maritime University, Dalian 116026, China)

Abstract: By constructing an analytical framework based on professional competence, brand activities and organizational routines, and taking the “One Hundred Community Research Activity” of the School of Government of Z University as an example, this paper analytically traces the actual process of professional competence training for undergraduates majoring in public management, and points out that brand activities aiming at producing specific outcome by using professional knowledge are beneficial to the cultivation of undergraduates' professional competence, and the organizational routines which are generated, maintained and evolved in the process of brand activity implementation, continuously shape the professional competencies of undergraduates. By revealing the two key factors of cultivation for the undergraduate professional competence, namely, the specific outcome produced by undergraduates' using of professional knowledge and the routinization organizational support, this paper provides a new theoretical perspective for understanding the organizational mechanism and practice for cultivating undergraduates' professional competence, and an operational strategic development path for it as well.

Key Words: undergraduate; professional competence; brand activity; organization routines

[编辑: 何彩章]