# 园艺学实验教学体系建设与实验室运行管理实践研究

来源：网络 作者：清香如梦 更新时间：2025-02-16

*第一篇：园艺学实验教学体系建设与实验室运行管理实践研究园艺学实验教学体系建设与实验室运行管理实践研究摘要：完善的实验教学体系和规范的运行管理制度是高校实验教学的重要基础。从教学内容及授课形式改革、实验室规划、运行模式管理等方面总结沈阳农业...*

**第一篇：园艺学实验教学体系建设与实验室运行管理实践研究**

园艺学实验教学体系建设与实验室运行管理实践研究

摘要：完善的实验教学体系和规范的运行管理制度是高校实验教学的重要基础。从教学内容及授课形式改革、实验室规划、运行模式管理等方面总结沈阳农业大学园艺学实验教学中心在“十二五”期间的实验教学改革措施与成效，提出实验教学体系建设和完善应坚持以创新能力培养为核心，与时俱进、不断发展，为社会输送符合要求的创新型园艺人才。

关键词：实验室建设与管理；园艺学；教学体系；运行管理

中图分类号：G642.0 文献标识码：A 文章编号：1674-1161（2025）08-0090-03

实验室与实验基地、图书馆可称为高校硬件三要素，是衡量高校办学规模与办学层次的决定性因素。实验室建设承载着人才培养与科研创新的双重任务，尤其反映高校教学科研水平、学术实力及社会影响力，关系到高校整体层次和长远发展。本科教学是高校的立校之本，而实验教学是本科教学的重要组成部分，因此，建设制度完善、资源充足、管理科学、运行有序的本科实验教学系统，对于提高本科教学水平、培养创新型人才具有重要的意义。

园艺专业是应用性很强的专业，加强对园艺专业学生实践动手能力的培养，是园艺产业对园艺专业人才培养的要求。“十二五”期间，沈阳农业大学园艺学实验教学示范中心立足学校“一方面向科学研究和技术创新方面发展，另一方面向技术应用与技术推广方面发展”的学生培养定位，以“创新培养、科教融合、协同育人”为工作思路，积极探索实验教学和人才培养模式，形成了独具特色的教学体系和管理体系。改革实验教学体系

2025年，园艺学院在全校率先实施了实验课的独立设课，真正实现了优化资源配置、提高实验效率的目的，而且更容易实现由基础到综合、再到创新和实际应用的人才培养要求。但是在教学中也发现了一些问题，例如：综合实验技术集成了多门课的知识体系；园艺学实验材料受季节、气候等因素影响较大，在有限的学时内难以指导更具挑战意义的创新性实验；由一位实验教师面向本专业整个年级授课有些力不能及。此外，实验教师不属于任何教研室，缺少专业管理和必要的交流，相对于理论教学，实验教学的更新发展显得缓慢而滞后。因此，需要有针对性地调整教学模式，改进教学方法，完善实验教学体系，以适应新时代实验教学的要求。

1.1 凝练实验教学内容

随着经济发展和社会进步，专业知识不断扩展，教学内容和教学重点也随之发生变化。调整实验教学内容，进行改革创新是必经之路。结合专业变更和学科发展，园艺实验技术课程内容在5 a内进行了两次较大的调整，草业实验技术、中草药实验技术、设施农业实验技术等专业实验课都在3～4 a内重新编写了教学大纲和实验指导。在更新过程中注意了几个问题：一是保留一定份额的基础性实验，这部分内容对于学生巩固基础知识、培养基本技能必不可少；在此基础上增加综合设计性、探索创新性实验的比例，激发学生对专业的兴趣，调动其学习积极性；此外还增加了部分大型贵重精密设备演示实验，这对于即将进入工作岗位和想考研深造的学生都具有不可忽视的增长知识、拓展视野的作用。二是对具有技术关联或逻辑关联的内容进行归并重组，减少重复，力争在有限的学时内传递更大的信息量。三是强化实验课的特点及其与实践实习的区别，以室内实验为主，充分发挥园艺本科实验教学平台的资源优势。

1.2 积极探索授课形式

每门专业实验课设有独立的教学大纲、教案、指导教材、考核评价系统，在此基础上，将每门课的授课教师由专职1人改为2～4人联合授课。如园艺实验技术课程由分别来自果树、蔬菜和观赏园艺各1位专业教师共同完成，这样设置的意义在于：在保持实验课独立性的基础上，引进各具特色的授课方法和形式；每位教师的学时不多，可以精心准备，提高实验课的质量，同时为指导学生综合性、创新性实验设计留出空间，更有利于对学生综合能力的培养；各位教师来自不同的教研室，带来最新的知识体系和研究成果，传递信息的深度、广度均有所提高，学生的眼界更加开阔，更有利于专业学习和未来就业。

1.3 研究教学理论与方法

与理论教学不同，实验教学需要完成课前准备、课上组织教学和课后整理等一系列活动。初次加入实验教学队伍的青年教师，需要向教学经验丰富的教师学习，让教学史上积淀成型的好方法、好习惯得以传承并发扬。同时，每学期召开一次实验教学会议，全体实验教师参会，互相总结交换心得体会，对授课中存在的问题进行探讨和交流，共同研究教学方法。此外，鼓励教师申报各级教改项目和撰写教改论文，切实提高实验教学水平。完善运行管理制度

2.1 建立“网络式”运行管理模式

在完善管理运行模式方面，改“线式”运行模式为“网络式”，即由原来的“学院―实验中心―实验教师”的运行模式调整为“学院―实验中心/教研室―各专业实验室―实验教师”模式。其目的在于：一是教研室主任参与实验教学和实验室管理，便于了解实验教学过程，在专业方面加强指导和管理。二是设置各专业实验室管理负责人，分担了由于不断发展对实验中心一级带来的管理压力，使得教学和管理更有层次、更有效果。三是教学副院长更多地参与实验教学活动和日常管理，学院对实验教学总体工作指导力度得到显著增加，对出现的问题能够及时解决，重要决策能够快速拍板付诸实施。此外，与教务处相关部门和学校督导员教师建立密切联系，接受业务上的指导；与农学、植保等外院实验室建立密切联系，学习先进的管理经验，提高管理水平。

2.2 优化资源配置，共享建设成果

本着“突出重点、优化配置、资源共享”的原则，科学规划本科教学专用实验室，按其功能设置为生理生化、种质资源与遗传育种、中药化学及鉴定、设施与环境调控、分子生物学、加工6个实验室，总使用面积超过520 m2。实验室环境安全，环保符合国家规范，满足各类现代实验教学的要求。

伴随中央支持地方共建项目、省级实验示范中心项目建设，学院加大了对本科教学实验室的投入。“十二五”期间，共计购置教学专用设备260余台，总价值超过250?f元，每年实验材料及耗材投入10万元以上。每个实验室均配有教学多媒体、恒温水浴锅、超声波清洗器、冰箱等通用设备各一套。此外，结合每个实验室的功能定位，配有数量充足、质量先进的专用设备。教师可根据实验课内容，申请使用任何一个实验室，准备实验的时间和工作强度得到有效缩减，设备利用率大大提高。

2.3 实现规范管理，促进均衡发展

从学校、学院两个层面制定更加详细的实验教学管理规范。1万元以上设备随机附有安全操作指南、专门设计的使用记录本，设有专人管理和维护；实验消耗品统一购置，合理调配；实验材料各自准备，统一报销。每学期末进行清点核算，保证实验经费使用合理。这些措施从制度上保障了实验教学组织运行的规范化，保证实验课程的质量和水平。

在教学资源分配方面，考虑到园艺专业发展历史久远，积累相对雄厚，而草学、药用植物学和设施工程专业为新专业，因此在资金投入、资源配置上给予一定倾向，促使各学科均衡发展。以2025年为例，园艺专业大三本科生人数与3个新专业人数相当，而实验经费分别占总年度投入的42.6%和57.4%。实验课程体系改革实施效果

3.1 人才培养成效

实验教学体系培养了学生分析问题的能力。学生每年获得多项国家和省级科技创新立项，在每年组织的教学沙龙、标本大赛、园艺知识竞赛、科技创业设计大赛等活动中屡获佳绩，表现出很高的专业素质和良好的组织协调能力。学生自发成立了园艺兴趣小组，协助管理实验室和实验教学基地，利用教学资源进行各种创新实验活动。2025年调查结果显示，用人单位对毕业生专业基础知识、科研能力、创新能力和协作精神好评率分别达到79.6%，78.1%，65.7%和86.3%。2025―2025年考研率分别为43.6%，53.1%和35.7%。

3.2 实验教学队伍构建

实验教学队伍由原来的11人扩大到21人，其中16人具有博士学位，5人正在攻读博士学位，6人具有海外留学经验；9人具有副高级以上职称。实验教学队伍兼容了教学、科研、实验技术不同系列，是一支教育理念先进、学术水平高、热爱实验教学、熟悉实验技术的队伍。

3.3 实验教学成果

经过优化重组，构建了具有鲜明特色的实验教学体系。2025年园艺学实验教学中心获批为辽宁省实验教学示范中心；2025年园艺学实验教学团队获批为校级教学团队。同时，中心人员获得省级、校级精品课3门；获得省级、校级教育教学成果奖多项；主持省教育厅教学研究课题4项，校级教学研究课题12项；编写校内实验指导教材5部，出版实验教材1部；发表教学研究论文7篇。结语

实验室是创新人才的培养基地，是科技创新的摇篮，是高等学校的标志之一。近年来我国高校毕业生数量逐年上升，就业压力加大。2025年高校开始按专业大类招生，2025年我国高等教育领域落实了建设“双一流大学”和“双一流学科”的国家战略。社会发展变化对高校专业设置和人才培养不断提出更新要求。尽管在不同社会发展阶段对人才的专业领域和培养方向要求有所差异，但实践能力和创新能力是必须具备的条件。因此，不断推动高校实验室建设和实验教学改革，促进优质教学资源共享，加强学生实践能力和创新能力的培养，将是高校实验室建设的永恒主题。

参考文献

[1] 秦钢年，廖庆敏，蒙艳玫，等.创新型人才培养与实验教学示范中心建设[J].实验室研究与探索，2025，29（9）：116-118，12.[2] 别之龙，向佳玲.深化园艺专业实践教学改革，提升人才培养质量[J].实验室研究与探索，2025，28（6）：105-109.[3] 李天来，张茂仁，段玉玺，等.教学研究型农科院校本科人才培养课程体系的构建与特色[J].高等农业教育，2025（7）：7-10.[4] 李晓明，张淑红，高秀岩，等.农业院校改革园艺实验技术教学实践[J].沈阳农业大学学报：社会科学版，2025，15（2）：200-203.[5] 张淑红，吕德国，李晓明，等.园艺学教改实践与学生素质提升的研究[J].??验科学与技术，2025，12（2）：158-160.[6] 左铁镛.高等学校实验室建设的作用与思考[J].实验室研究与探索，2025，30（4）：1-5.

**第二篇：我国媒介管理运行体系研究**

我国媒介管理运行体系研究---以广播电视为例

作者： 胡正荣

关键词： 媒介管理 广播电视┊阅读：1780次┊

面对即将到来的21世纪，不论是我国的管理活动还是国际上的管理实践，都在进行着改革与创新。其根本目的都在于通过改革管理，增加实力，提高适应环境变化发展的能力，在更加激烈的竞争中求得生存与更大的发展。

管理创新就是形成创造性的管理思想并将其转化为管理实践的过程，是对管理本身的改革。广播电视媒介管理创新是管理创新在广播电视媒介中的运用，它不是单方面的、一次性的，而是整个广播电视媒介管理体系的改革与创新，它包括管理理念体系、管理运行体系二个基本方面的创新。本文将着重探讨管理运行体系的创新。

管理运行体系是指广播电视媒介管理在宏观、微观两个层面上的管理制度、规范、组织及其作业方式等。它与管理理念体系密切相联，管理理念体系是管理运行体系的基本指导思想，是基础，而管理运行体系是在管理理念指导和控制下的具体实践。

我们将从制度层面、生产与经营层面说明广播电视媒介管理运行体系创新中的管理运行体系。制度层面是宏观管理问题，生产与经营层面为微观管理活动。

一、管理运行体系中制度层面的创新

我国的制度变迁过程与欧美各国进行的放松管制（de-regulation）或重新管制（re-regulation）是同时发生于本世纪的最后20年中的。特别是在即将进入新世纪的今天，这种改制的深度、广度和力度都在增加。广播电视媒介宏观管理制度作为整个社会制度系统的一个子系统，在这样的现实社会背景下，它的变迁是有可能的，也是有必要的。变迁的可能性在于：一是整个社会制度的系统性变迁为其提供了社会大环境和时机；二是实行市场经济制度后带来的观念的变革为其作了思想上的准备；三是整个社会信息化程度的提高，信息业、媒介业等的变革也为其变迁提供了实践条件。变迁的必要性在于：一是广播电视媒介宏观管理制度的计划模式已经远远不能适应市场经济的需要；二是广播电视业的发展必将与其他媒介业、文化产业、娱乐产业、信息业的进步密切相关，因此，必须主动变革、创新才能在未来的发展中保持地位和实力。广播电视媒介宏观管理制度的创新就是要抓住改革过程中的关键问题和主要障碍，采取必要的措施进行改革。

第一，转换观念。宏观管理制度的改革中相当的阻力是来自观念。因此，我们破除旧观念，树立新观念，以减少改革的阻力和改革成本。我们要转换的观念有很多，核心在于广播电视媒介活动是否可以市场化、产业化。其实，在社会主义市场经济条件下，并非所有的科学、文化等活动都不能实现市场化、商品化、产业化，也并非所有的社会公益性事业都必须由政府直接举办。

第二，政事分开。长期以来，党政不分，政事不分，企事不分，这已经成为大陆改革过程中的一道难题。广播电视媒介组织的行政化管理模式也是这种功能、性质不分的结果。要将政府机构与事业组织分开，必须在职责、机构、人员编制、经费以及管理方式等各方面全面展开。

第三，人员分流。大陆的事业单位，包括广播电视媒介组织在内都存在单位扩大化、福利化的严重弊端，冗员众多，因人设事，能上不能下。因此，观念上树立人员的流动观，实践中改革人事制度，完善社会保障制度，建立人力资源市场。

第四，培育市场。加快广播电视媒介市场的培育和规范，同时配套建设与之相关的其他市场，如节目、人才、设备等各种市场。另外，拓宽服务面向及内容，扩大经营范围。还要引导受众更多地投资消费广播电视媒介产品与服务。第五，财政对策。国家给予广播电视媒介组织“创收”，“经营”等多种措施，也给予必要的财政拨款。但是，随着改革的深化，这种财政政策会有较大的调整。国家决定了3年中对事业单位“断奶”，广播电视媒介组织包括其中。广播电视媒介组织必须学习利用市场手段进行资本经营，增加持续发展的经济实力。1998年3月，第九届全国人民代表大会第一次全体会议决定，广播电影电视部改组为国家广播电影电视总局，为国务院直属机构。这举措表现出国家从长远的产业发展角度进行整合、优化的改革思路。随着大陆社会主义市场经济建设的深化，相关的改革也将进一步加大力度。

回顾我国广播电视媒介宏观管理制度这些年的改革过程和实践，结合世界广播电视业宏观改制的经历，特别是结合我国有中国特色社会主义建设的大局以及广播电视业的发展走向。我们认为。我国广播电视媒介宏观管理体制将呈现出以下几个方面的创新走向： 第一，政府部门的职能将进一步转换。

我国传统事业管理体制，包括广播电视媒介宏观管理体制的基本模式是国家政府部门统包供给、统一所有、统一经营，国家同时承担各项“事业”的所有者、经营者、管理者等多重角色与职能，造成国家事业职能扩大化和政事不分的局面。这种体制的弊端是一方面国家包办的事业过多；另一方面，国家事业单位成为政府机关的附属物，缺乏自我发展、自我约束的动力、活力与压力，事业生产服务效率低下。社会主义市场经济建设需要改革这种传统的政事不分、政企不分的管理制度。改革的目标有两个：一是重新界定、调整、收缩和转换国家的事业职能范围，从根本上改变国家包办一切事业的状况，二是实行政事分开，建立与中国社会主义市场经济体制和各项事业自身发展规律相适应的现代事业制度。为了达到这两个目标，可以从两方面着手进行改革与创新。

（1）调整、收缩和转换现有广播电视媒介宏观管理部门的职能范围。首先是调整与收缩，即将政府部门对广播电视媒介的管理，由直接管理转变为间接管理，由过程管理转变为目标管理，由行政管理转变为行业管理。根据中共十五大确立的方针，这种管理体现为提供统筹规划、制定政策、信息引导、组织协调、检查督促等五个方面的服务。政府部门通过加强广播电视立法、制定有关产业的政策、强化广播电视市场的宏观管理来行使自己的职能。其次，在改革进一步深化之后，转换政府部门职能。中共十五大报告以及国务院机构改革方案的精神已明确表现出国家广播电视宏观管理部门职能开始转换。总局、厅、局将通过国家行政机构职能调整，以一定的方式转化，广播电视媒介组织将成为参与市场竞争的主体。

（2）政事分开，政企分开。这样既简化了政府管理部门，明确了其进行社会管理、行业管理、法制管理和监审管理的基本职能，又放开了广播电视各事业单位，企业单位的手脚，使它们能在行业发展、产业发展中适应市场，自我约束、自我壮大、自我发展。

政府职能分离出去，将由一个精干、高效、懂行的政府部门去实施，由裁判员来管运动员，而非原来的自己管理自己，运动员管运动员。

通过政事分开，政企分开，实行国家广播电视事业、企业所有权、经营权与管理权相分离，重新划定、调整和规范政府与事业、企业、组织之间的权、责、利关系，切实转换国家政府部门管理角色与职能，建立现代事业制度与现代企业制度。第二，宏观管理手段将体系化，科学化

长期以来，我国广播电视媒介宏观管理手段就是单一的行政手段。依靠行政命令、行政文件、行政规章、行政处罚等各种行政手段管理如此庞大的广播电视体系，在计划经济条件下尚可见效，但是在社会主义市场经济条件下广播电视媒介系统内部以及整个媒介业的改革深化，多种问题已经大量出现，仅靠一种管理手段远远不能奏效。广播电视媒介宏观管理要依据其中管理问题的性质采用相应的管理措施与手段。除了常见的行政手段外，还有法律手段、市场调控手段等等。因此，需要建立一套科学的宏观管理手段体系，其中建立健全法制体系、建立完善市场调控体系、规范优化产业竞争体系是急需进行的。（1）建立健全广播电视媒介管理的法制体系。

随着我国社会主义市场不是人治经济，而是法治经济。另外，我国广播电视媒介宏观管理部门职经济建设的深化，法制体系建立与健全的呼声将空前高涨，因为市场经济能的进一步调整、转换也要求它们依治进行管理。

长期以来，我国的广播电视媒介管理靠方针政策和行政手段进行。有关广播电视的法律法规数量少，法规内容包含的面很窄，法律效力等级较低，而且不完善、不配套、不协调，距离形成完备的法规体系有很大的差距，甚至不少领域还是法律法规的空白点。因此，广播电视媒介管理需要在法治管理方面进行创新，建立健全完备的广播电视法律法规体系及依法管理的制度。

完备的法律法规体系是指以《广播电视法》为核心，以行政法规为骨干，以部门行政规章为基础，以地方性法规和规章为补充的系统而完善的广播电视法律法规体系。这一体系的建设要坚持引导性、前瞻性、公平性、强制性、惩戒性的特色。这样，这一体系才是科学的、成熟的。

依法管理的制度是指建立保证立法、执法、普法和法律监督统一的体制。系统立法是根本，严格执法是关键，普法教育是基础，法律监督是保证。

我国广播电视媒介管理的法制体系建设分两步走：

第一步是“九五”期间，主要是颁布施行法规规章，特别是涉及社会化管理的法规规章。在实施《广播电视管理条例》的基础上，通过不断总结经验，为形成行业大法作准备。同时，加强地方法规建设，使广播电视法规体系内部结构更加科学规范、和谐统一，从而提高广播电视法制工作的整体水平。

第二步是到2025年，基本形成以《广播电视法》为纲，以专项法规和配套法规为目的，符合现代广播电视发展，符合社会主义市场经济体制要求的广播电视法制管理体系。（2）建立完善广播电视媒介市场调控体系

在国家广播电视法制体系建立健全的前提下，我们急需遵循广播电视媒介业自身的发展规律，培养壮大广播电视媒介市场，加大广播电视媒介管理中市场的调控力度。

广播电视媒介管理的市场调控可以更加有效地配置各种广播电视媒介资源，提高资源的有效利用率。这是市场调控最重要的作用。具体表现在：

资金是广播电视媒介发展的前提条件，也是市场经济中资源配置与流动的基础。广播电视业的发展仅靠国家拨款、行政手段等远远能不满足其资金需要。因而，在符合国家有关法律的前提下，通过市场，扩大融资渠道，为广播电视业扩大再生产提供动力。

节目资源通过市场配置。形成节目市场，完善节目交易制度，优胜劣汰，保证节目投资、生产、使用的有效性。市场调节还可以生成一个很有发展前途的节目制作市场。这是广播电视媒介制、播分离发展所必需的。

频率、频道的调整、更新、整合也需由市场调控。市场通过受众收听、收视指标反映出频率、频道的社会效益和经济效益。优势频率、频道在市场上发展壮大，劣势频率、频道必将在市场竞争中调整、更新或整合到优势者那里。这已被当前的实践所证明。

市场还可以调控人力资源的流动。下一阶段广播电视媒介竞争越来越从节目竞争走向人力资源的竞争。市场上将会形成人力资源交流的场所，即人才市场，广播电视媒介自身也会利用市场手段来获取优秀人才。在建立完善广播电视媒介市场调控体系的同时，广播电视媒介的市场化程度将进一步提高。表现在广播电视市场有明确的竞争主体，即各级各类电台、电视台；有统一开放的市场体系；有比较完善的市场法规；具备有效的宏观调控体系；有与之相配套的社会保障体系。

（3）规范优化产业竞争体系在国家政府管理部门的依法管理下，在统一、开放的广播电视市场乃至更大的媒介市场和信息业市场上，广播电视媒介业需参与到公平、激烈的产业竞争中。

这种产业竞争本身也可以发挥宏观调控作用，其实，它也是市场调控体系的一种。这种产业竞争必须在规范的市场上进行，才能发挥作用。因此，它是建立在完善的法制体系和成熟的市场体系上的。在广播电视媒介业以及其它媒介业和信息产业仍然不发达，甚至还处在兴起阶段，就一味地任其自然，放任自流，自由竞争，其结果必然是消极的多于积极的。

从长远看，产业竞争对广播电视媒介业发展的宏观影响还是十分重要的。

一方面，产业竞争可以优化广播电视媒介产业的结构。随着我国改革的进一步深化，广播电视市场形成后，目前，广播电视媒介受行政区划和级别序列限制，今后应平等竞争，优胜劣汰。资源配置合理，有效利用率高，社会效益与经济效益均好的电台、电视台将壮大实力，通过竞争扩大市场占有。两个效益都不足的电台、电视台将逐渐失去其生存的市场，最终被调整、合并为更大的广播电视媒介组织的一部分。另一方面，产业竞争可以壮大广播电视媒介产业的规模。目前，我国以行政区域和行政级别建制广播电视媒介组织，它们沿袭行政机关“大而全”“小而全”的弊端，资源分散，缺少合作，不具规模效益，没有立得住、打得出去的广播电视媒介集团。通过产业竞争，优胜劣汰，打破行政级别与区域的限制。允许广播电视产权市场的存在，允许各形式的本地区和跨地区合作，允许组建广播电视集团或多家台联合的广播电视网。进一步而言，这些集团和广播电视网还应该形成国家级的“航空母舰”跨国经营，向海外发展。再一方面，产业竞争迫使广播电视媒介业必须加入信息产业及其竞争中。世纪之交的今天，广播电视媒介业者尤其需要进一步解放思想，进一步打开思路，迅速抓住现在的良好时机，搭上下世纪产业主流——信息产业的列车。

信息产业在我国处在起步阶段，广播电视媒介业加入信息产业的大循环、大竞争中也是刚刚随1998年国务院机构改革才被提上议事日程。

“走入21世纪，在全球改革开放的环境中，中国的电讯、媒体金融要在两三年或三五年的短暂时间里，从分割的行政管理部门演变成激烈竞争的产业，实现企业经营，有一定能力与跨国公司周旋，挑战极其严峻。”

二、管理运行体系中生产与经营层面的创新

广播电视媒介管理中生产与经营层面的变化将会是最快、最明显的，因为它是最基础的广播电视业务活动，也是介入市场最直接的要素。1．生产层面的创新

广播电视媒介生产活动就是生产节目和利用频率、频道播出节目。这种制与播活动将发生较大的变化。生产能力远远不能满足需要，再加上广播电视媒介组织内部改革，分流人员、减少部门使得节目的供、需关系进一步紧张。因此，制、播将在不远的将来实行分离。这是为发达国家广播电视媒介业实践证明了的。制与播的分离，使得媒介组织与制作组织都会发生相应的深刻变化。

第一，节目生产组织，即制作组织的大量增加使得生产日益社会化、市场化。所谓社会化是指节目将更多地由社会上的各种节目生产组织进行制作，而不再由广播电视媒介组织自已制作，特别是电视剧、娱乐节目、文艺节目、音乐节目、谈话节目等。所谓市场化是指节目成品作为商品在市场上流通，形成节目交易市场。节目通过竞争，优质优价，被广播电台、电视台选中购得进行播出，实现其社会效益和经济效益。生产的社会化打破了节目生产的媒介独家垄断，形成更丰富的节目来源，满足日益增长的节目需要，生产的市场化可以使节目公平交易、公平竞争、优胜劣汰，促进节目行业的发展，节目水平的提高。第二，节目播出的日益专业化、细分化，以适应受众市场的细分化和媒介市场的激烈竞争。广播电视媒介组织的主要任务是播出节目。过去，“大而全”、“小而全”的行政管理模式使得广播电台、电视台的频道、频率变为包罗万象的综合台。80年代，播出开始专业化，即分化出专业台，但是那时的受众市场以及媒介市场都不够成熟，因此，这些专业台也只是一定程度上突出专业特色的综合台，而非真正意义的专业台。

随着受众的成熟，加上各种新媒介的大量进入，受众对信息的需求走向根据自己的要求主动选择信息，受众因需求差异而开始分化，出现细分受众市场。广播电视媒介组织要充分利用自己的资源有的放矢占据细分化的受众市场。这样才以自己的特色、专长，以特有的定位在竞争中立足并求得发展。

面对产业市场高度细分化，不论是专业化还是本地化，广播电视业生存和发展的首要问题就是要在激烈竞争的媒介市场，乃至更大的信息产业市场上找准自己的定位，寻求发展。2．经营层面的创新

广播电视媒介组织的经营活动将日益壮大。通过行业内、本地区，乃至跨行业、跨地区、跨所有制的经营，以资产重组等方式壮大广播电视媒介产业。第一，联合经营

所谓联合经营，是指不同媒介之间充分发挥各自的优势，以互惠互利为目的，根据一定的协议而达成合作的一种经营方式。参与联合经营的电台或电视台并不是一定独立的企业，它们之间实际上是既联合又竞争的关系。众所周知，无论是电视、广播，还是报纸、杂志，作为大众媒介之一，都有各自的优势和劣势。而对受众来说，他们获取的是信息，而不在乎是看电视、听广播，还是读报纸杂志。谁能满足他们对信息的需求，谁就获得他们的青睐。联合经营能够充分发挥不同媒介的特点，扬长避短，可以产生整合传播的效果。这样，有利于扩大不同媒介的受众范围，从而吸引更多的广告客户，大家都能获利。从目前的情况看，以下两种联合经营的方式将有不同程度的发展。

同质媒介联合经营：是指电台与电台之间，或者电视台与电视台之间建立节目和经营方面的协作的广播网。在一些大众传媒比较发达的国家，许多广播电视媒介是以广播电视网的状态存在并发展的，在广东，一些广播电台也提出了建立覆盖珠江三角洲的广播网的设想。建立电台或电视台之间进行节目和广告经营协作的广播网，不但可以使相关电台或电视台之间形成共同的利益，缓解电台、电视台之间的日趋激烈的竞争，而且可以通过联合与协作形成一种更大的力量，增强广播电视媒介个体的实力和影响力，从而在整体上促进广播电视产业的发展。

异质媒介之间联合经营：电台与电视台，电台或者电视台与报纸、杂志等媒介进行合作。由于媒介间差别相对比较大，所以目前这种合作还比较少。仅有的一些联系停留在交换广告的较低层面上，即互相交换广告资源，宣传自身形象，缺乏深层次的合作。电台或电视台与异质媒介之间的联合经营完全可以多样化。尤其是在强调整合传播效果的今天，对广告主来说，不同媒介之间只有整合运用，才能产生最佳的广告效果。从这个角度来看，异质媒介联合经营的前景将是非常广阔的。第二，媒介集团。

从狭义上讲，集团是指以资产或者品牌为纽带而组成的包含两个以上大众媒介组织的传播经营集团。从广义上讲，媒介集团除了媒介自身的经营外，还应该包括相关产业或其他产业，如节目制作等。媒介集团通常会以一个或两个强势媒介组织为核心，或者吸引其他小型媒介组织参与，或者再创办一些相关媒介，或者是控股其他媒介，形成紧密联系的利益共同体，共同进行媒介产业经营。媒介集团将产生规模经营的效益，使得媒介经营的成本大大降低，而且能够充分发挥不同媒介的整合效果，因此，它是将来中国媒介发展的一个趋势。

目前国内已经出现这种媒介集团，比如北京的中国经营报联合体、广东的《广州日报》报业集团和上海的《新民晚报》与《文汇报》组成的报业集团。由于其成立时间比较短，其运作情况还有待于观察。国内的媒介集团多局限于狭义上的媒介集团。具备多元化经营的媒介集团则很少。就广播电视面言，媒介集团的形式可以有以下几种：

广播电视横向一体化：广播媒介和电视媒介进行合理的整合而出现的“广播电视一体化”的电子媒介产业集团。

广播电视一体化构想，早在几年前就已经出现，而在广播、电视媒介发展的态势日益变化的今天，这种构想的合理性和必要性则显得更加鲜明。首先是广播电视两种传播媒介在先天上就具有不可分割的联系，它们都以电波作传输手段，在技术上存在着许多相通之处，实现广播电视一体化，成为电子媒介产业集团不存在技术上的障碍；其次是广播电视媒介在特性上存在着与报纸媒介鲜明的分野，而广播电视二者在特性上的区别小得多；第三是广播和电视媒介在独立发展的过程中都逐渐意识到了自身的局限，如电视节目在实际运作中不如广播节目灵活，而广播媒介则很难获得象电视媒介那样广泛的受众覆盖面；第四是一些广播电台和电视台之间已经开始了互相的合作与渗透，如电视台和广播电台合作节目，广播电台承包经营电视节目频道，由于沟通渠道的不畅和利益的区分，二者分别面临了许多实际的困难；第五是广播电视媒介在寻求多元化发展中选择了非常相近的产业，如节目制作、音像出版、技术服务等；第六是在一向与广播电视构成竞争的报纸媒介中，报业集团已经出现，并且已经显示出规模经营的优势，而这种态势无疑将对广播电视媒介的经营与发展构成巨大的压力。

因此，实现广播电视一体化，无疑能够将双方的资源与优势进行充分的整合，使双方都能够在节目运作、受众范围、广告经营、多种经营方面获得更大的优势更加充足的资源，它是媒介进行规模经营的一个重要途径。

但是，实现广播电视一体化的电子媒介集团也面临许多实际的困难，而最主要的困难在于一体化实现的途径。在规模与实力上，电视媒介远远大于广播媒介，而广播媒介由于技术设备投入小、运作比较简单、需要的人员较少，而能够获得比较高的单位效益。二者各有优势，因此，各自在未来的电子媒介集团的地位就有可能成为难以取得统一的焦点问题。

广播电视纵向一体化：以电台或电视台为核心，整合与其相关的一系列运作过程，如节目制作、节目发行、受众调查、录音带或录像带出版发行、广告制作、广告代理等而组成的电子媒介产业集团。

长期以来，我国的电台或电视台几乎就是一个完整的系统，从设备、播出网络、节目制作到广告，几乎都由自身包揽下来。但是，在市场经济条件下，随着竞争日益激烈，并不是每个电台或电视台都有足够的资源进行这些运作。专业化的分工势在必行，专门从事节目选题、制作和发行的公司将会大量出现。一些小型电台或电视台可能只管播出，而把节目的制作等交给专业节目公司完成。而一些有实力的电台或电视台，能够有足够的资源进行节目的制作等工作。除此之外，电台或电视台进行音像出版发行显然比单纯的音像出版公司要有特别的优势，如技术上、宣传上、选题上，如果能充分利用自身的资源，其效益不可估量。这种广播电视纵向一体化下的媒介集团，其经营节目、音像出版发行或广告制作代理，与以往那种个体电台或电视台包揽一切的做法有本质的不同。前者服务对象是所有与之有关的目标媒介，它是建立在对自身资源的合理利用的基础之上，为的是产业经营上的扩张；后者则是求全，其服务对象可能仅仅局限在自身媒体上，媒介的有效资源不可能充分发挥，因而会造成媒介资源的浪费。

媒介集团：指以电台或电视台为核心，包括报纸或杂志等其他类型的媒介的媒介产业经营集团。这种集团可以充分发挥不同媒介的特点，进行优势互补，从而产生较大的经营效益。

这种跨媒介的媒介集团，其经营的范围将进一步扩大，内部组织与协调的复杂程度也大大提高。第三，以媒介业为主体的信息传播产业集团。

无论是联合经营，还是媒介集团，两者局限在传播媒介产业这个范围内。随着大众传播媒介业、电信业等的进一步发展，必然出现信息产业内部的产业重组，即组成涵盖大众传播媒介、特别是广播电视媒介业、电信业、网络业、娱乐产业、文化出版产业，乃至体育产业等在内的大型信息传播产业集团。对我国的电讯、媒介等产业来说，“首要的任务，与其他战略产业一样，不是企业自负盈亏，而是产业重组，整合出与我国已有生产能力相匹配的企业或企业集团。核心是克服一个‘散’字。‘散’的结果经常是企业经营范围过窄，规模过小，没有能力参与跨国公司参加的国内市场和国际竞争” “中国新闻媒体和文化产业比起其它产业，‘散’的状况更为严重。产品总量名列前茅，企业规模名列世界后茅，成为我国战略产业迎接21世纪挑战的基本障碍。”

总之，广播电视媒介管理创新是一项复杂的系统工程。特别是面对21世纪的发展，抓住主要的矛盾，解决主要问题，即树立先进的管理理念，创建良性运行的宏观管理和微观组织体系，着力优化人、财、物等资源的配置，构建起面向21世纪的广播电视媒介管理的创新体系。

主要参考文献：

图书： 中文部分：

广播电影电视部社会管理司编：《广播电视行业管理手册》，中国广播电视出版社，1997年。施天权等编著：《当代世界广播电视》，复旦大学出版社，1991年。杨伟光主编：《中国电视论纲》，北京出版社，1998年。刘宝顺主编：《电视管理文集》，北京出版社，1998年。

中国广播电视学会、广州人民广播电台合编：《中国城市广播的现状与发展论文集》，中国国际广播出版社，1997年。

广播电影电视部人事司编：《广播电影电视系统管理干部培训教材》，中国广播电视出版社，1996年。董悦秋等编著：《广播电视节目管理》，北京广播学院出版社，1997年。

《上海东方广播电台卷》编委会编：《当代中国广播电视台百卷丛书·上海东方广播电台卷》，中国广播电视出版社，1997年。

龙耘等主编：《走向21世纪的中国电视——台长、专家访谈录》，北京广播学院出版社，1998年。杨伟光著：《电视改革论集》，人民出版社，1995年。

[美]格雷戈里·古德尔著：《独立制片》，中国电影出版社，1993年。

中国社会科学院新闻研究所编：《七国新闻传播事业》，重庆出版社，1988年。李良荣著：《西方新闻事业概论》，复旦大学出版社，1997年。陶涵著：《比较新闻学》，文津出版社，1994年。

成美、童兵著：《新闻理论教程》，中国人民大学出版社，1993年。胡正荣著：《新闻理论教程》，中国广播电视出版社，1995年。[美]A·B·索恩等著：《报业管理艺术》，中国人民大学出版社，1991年。张笃行等著：《社会宣传管理学》，四川大学出版社，1995年。张隆栋主编：《大众传播学总论》，中国人民大学出版社，1993年。胡正荣著：《传播学总论》，北京广播学院出版社，1997年。

陈韬文等主编：《大众传播与市场经济》，香港钅卢峰学会出版，1997年。[美]W·施拉姆等著：《传播学概论》，新华出版社，1984年。

[英]D·麦奎尔等著：《大众传播模式论》，上海译文出版社，1997年。

《新闻事业与现代化建设》课题组编：《新闻事业与中国现代化》，新华出版社，1992年。蔡念中等著：《传播媒介经营与管理》，台湾亚太图书，1996年。

黄升民等主编：《媒介经营与产业化研究》，北京广播学院出版社，1997年。黄升民等主编：《报业广告策略与个案分析》，北京广播学院出版社，1997年。中央对外宣传办公室研究室编：《对外宣传工作论文集》，五洲传播出版社，1998年 罗荣渠著：《现代化新论续篇》，北京大学出版社，1997年。罗荣渠著：《现代化新论》，北京大学出版社，1993年。

[美]戴维·波普诺著：《社会学》（上、下），辽宁人民出版社，1987年。

[德]赫尔曼·哈肯著：《协同学：大自然构成的奥秘》，上海译文出版社，1995年。杨文士等主编：《管理学原理》，中国人民大学出版，1994年。

[美]斯蒂芬·P·罗宾斯著：《管理学》，中国人民大学出版社。PrenticeHall出版公司，1997年。张尚仁著：《管理·管理学与管理哲学》，云南人民出版社，1987年。潘承烈等著：《振兴中国管理科学》，清华大学出版社，1997年。[美]菲力普·科特勒著：《市场营销管理》，科学技术文献出版社，1991年。[美]丹尼尔·A·雷恩著：《管理思想的演变》，中国社会科学出版社，1986年。胡惠林主编：《文化经济学》，上海交通大学出版社，1996年。夏振坤主编：《发展经济学新探》，武汉出版社，1997年。

李悦主编：《产业经济学》，中国人民大学出版社，1998年。李琮编：《当代资本主义的新发展》，经济科学出版社，1998年。

张曙光主编：《中国制度变迁的案例研究》（第1集），上海人民出版社，1996年。王小强著；《产业重组，时不我待》，中国人民大学出版社，1998年。黄顺基主编：《信息革命在中国》，中国人民大学出版社，1998年。丁一凡著：《大潮流：经济全球化与中国面临的挑战》，1998年。

胡正荣等编著：《企业文化：现代企业之魂》，中国水利水电出版社，1995年。黄恒学著：《中国事业管理体制改革研究》，清华大学出版社，1998年。

胡鞍钢等著：《思考中国：挑战中国的九大问题》，辽宁人民出版社，1998年。[英]汤林森著：《文化帝国主义》，上海人民出版社，1999年。

[美]小拉尔夫·弗·迈尔斯主编：《系统思想》，四川人民出版社，1986年。

王雨田主编：《控制论、信息论、系统科学与哲学》，中国人民大学出版社，1988年。外文部分： P.S.Lewis，S.H.Goodman,P.M.Fandt:“Management:Challengesinthe21stCentury,”(2ndEd.),South-WesternCollegePublishing,1998.BarryL.Sherman:“TelecommunicationsManagement：Broadcasting/Cable andtheNewTechnologies，”（2ndEd.）,N.Y.:McCraw-HillInc,1995.P.K.Pringle,M.F.Starr,W.E.McCaritt:“ElectronicMediaManagement,”(3rd Ed)，Boston:FocalPress,1995 J.A.Brown,W.L.Quaal:“Radio-Television-CableManagement,”(3rdEd.),Boston:McCraw-Hill,1998.R.Hilliard:“TelevisionStationOperationsandManagement”，Boston:FocalPress,1989.报刊： 中文部分：

《新闻战线》1996年-1999年 《中国记者》1996年-1999年 《新闻大学》1996年-1999年 《现代传播》1996年-1999年 《新闻与传播研究》1996年-1999年 《中国广播电视学刊》1996年-1999年 《中国广播》1996年-1999年 《电视研究》1996年-1999年 《中国广告》1996年-1999年 《国际广告》1996年-1999年 《北京广播电视》1996年-1999年

《广播电视研究》，（上海）1996年-1999年 《岭南视听研究》（广东）1996年-1999年 《中国新闻年鉴》1996年、1997年

《中国广播电视年鉴》1995年、1996年、1997年、1998年。《人民日报》1998年-1999年 《南方周末》1998年-1999年 《中华新闻报》1998年-1999年 外文部分：

CommunicationQuarterly”,(USA),1997、1998.CommunicationResearchReports,(USA),1997、1998.BroadcastingandCable,(USA),1998、1999.ViaSatellite(USA),1997、1999.AsianMassCommunicationsBulletin,(Singapore),1997-1999.USAToday1998.（大陆广播电视媒介管理运行体系创新研究OntheInnovationofOperationSystemsofBroadcasting MediainMainlandChina发表于“海峡两岸21世纪广播电视发展研讨会”，1999年10月台湾）

**第三篇：浅谈教学实验室信息化管理研究与建设**

论文关键词：教学 实验室 信息化管理 系统设计

论文摘要：实验室信息化建设是校园数字化建设的重要组成部分，也是提高实验、实训的教学质量、优化资源配置和提升管理水平的有效途径和手段。本文针对筹建浙江农业商贸职业学院的契机，提出实验室建设中信息化平台的定位和设计原则，综合利用网络技术，构建集网络平台、硬件平台和软件平台于一体的高度自动化、立体化、开放化的教学和管理体系，更好地服务于学校的教学与管理。

一、教学实验室信息管理系统简述

实验室信息管理系统是通过计算机网络，采用科学的管理思想和先进的数据库技术对实验室的各种信息进行全面管理的计算机软、硬件系统；是计算机技术、管理科学和分析测试技术的集合体，是一个包括信号采集设备、数据通讯软件、数据库管理软件、实验室的内部管理在内的高效集成的管理系统。它以实验室样品分析数据的采集、录入、处理、检查、判定、存储、传输、共享、报告发布以及业务工作流程管理为核心，将实验室的人员、材料、设备、技术、方法、资料档案等资源有机结合起来，组成一个全面、规范的管理体系，为实现测试资料自动采集、网上调度、实验信息安全共享、人员量化考核、实验室管理水平整体提高等各方而提供技术支持。同时它也是连接实验室、管理部门及用户的信息平台。

二、教学实验室信息管理系统的设计

1．信息化平台的定位

实验室作为实验教学的平台和载体，其建设和管理水平直接决定着实验教学质量的高低，因此，实验室建设的指导思想应定位于实用、高效、节约，着眼于构筑与时代发展相适应的信息化环境，确保实验室内部知识信息从创新到应用各环节问相互协调与高效运作。建设的核心是将教学资源、教学软件、实验室仪器设备等采用现代化的手段加以科学管理，为实验室管理者提供有效的网络管理环境，为教师提供有效的网络教学和科研环境，为学生提供有效的网络学习环境。

实验室信息化平台，服务于“以学生为本，知识、能力、素质协调发展”的实验教育理念和“以能力培养为核心”的实验教学观念，是一个开放、深度、学术、实战多方面结合的平台，是一个提供全面系统的知识产品和知识服务的平台，是一个既重理论更重实践的平台，也是一个服务于知识经济、知识传播、知识分享、知识学习、知识创新和所有知识者的平台。该平台打破了传统的实验室管理模式和实验教学方式，充分体现以内容为主、学生优先、师生互动、资源共享的原则。

2．总体规划

系统所运行的平台是以网络为基础，利用先进的信息化手段和工具，实现实验室数据信息资源的全部数字化，在传统的管理基础上构建一个数字空间以拓展现实信息管理的空间维度，从而提升了传统管理方法的效率，扩展了传统管理方式的功能，最终实现全面信息化。实验室信息管理系统的建设是分阶段、分层次的，它经历的是由硬到软、由下而上、螺旋上升的建设过程。其体系结构可以用一系列同心圆表示，内圆是核心，是基础，外圆是在内圆的基础上提供的更进一步的服务。按照功能划分，可以分为四层：

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！