

# 精细化小微订单人才培养模式的探索与实践 ——以浙江育英职业技术学院商贸类专业为例

陈贤平 欧阳驹

(浙江育英职业技术学院, 浙江 杭州 310018)

**摘要:** 商贸类专业精细化小微订单构建“三个维度、四项准则、五种途径”的订单培养模式, 优选企业、班额限定, 校企深度合作、产教深度融合, 企业主导为主、学校支持为辅, 合作制定精细化小微订单人才培养方案, 系统设置课程内容, 使学生置身企业真实情景, 感受企业价值文化, 全方位、多时空培养订单学员, 最终获得“一精、两升、三赢”的收获, 即学生专业能力精进, 就业率、稳定率提升, 学生、企业和学校三方共赢。

**关键词:** 精细化; 小微订单; 人才培养

中图分类号: G712

文献标志码: A

文章编号: 0199(2018)04-0006-04

浙江育英职业技术学院商贸分院与企业合作开展订单培养已有十多年的历史, 是商贸类人才培养的一大特色。然而, 随着企业转型升级和区域经济发展, 企业对人才的需求日益精细化和多样化, 传统订单培养模式的弊端日益呈现, 比如订单班学生人数较多、接受企业教育有限, 最终较难达成满意的人才培养目标。同时, 由于培养期较长, 学生和企业都有不稳定情况, 导致最终进订单企业顶岗实习和就业的学生比例偏低, 校企供求平衡较难达成。为解决以上问题, 更好地为企业培养所需人才, 我们在 2013 级学生中尝试精细化小微订单人才培养模式, 优选企业、班额限定, 校企双方共同设计订单培养方案、制定人才培养课程, 置身企业真实情景、融合企业价值文化, 企业技术专家和校内资深讲师共同授课, 职业素养教育和职业技能教育并重, 对标企业岗位工作, 将学生适岗教育推向课堂, 增强学生适岗能力、缩短学生适岗时间。该做法在浙江省教育厅官网和浙江教育报(数字报)报道。

自 2014 年以来, 我们建设精细化小微订单班近 30 余个。如市场营销专业曾组建华润 OLE 班、大地财险班、物美管培生班、星巴克店长班、大地

财险班等; 物业管理专业曾组建开元物业经营管理班、耀江商务楼宇管理起航班、南都房地产服务品牌班等。另外在电子商务、物流管理专业中也建立多个订单班, 5 年来累计有 500 余名学生在精细化小微订单班学习并结业。

## 一、订单人才培养模式的设计

精细化小微订单班是在原订单人才培养模式基础上, 以提高综合职业能力为目标<sup>[1]</sup>, 融合知识、技能、态度及价值观念, 构建“三个维度、四项准则、五种路径”的订单培养模式, 校企合作“双核驱动”<sup>[2]</sup>, 产教融合协同育人。订单培养强调三个维度, 即文化熏陶、课程培养和企业顶岗, 也即从思想意识, 到课堂传授, 再到岗位实践, 步步推进、层层递进, 精准落实订单培养措施; 四项准则指订单组建和过程管理的基本准则, 包括双向选择、过程共管、全员实习、考核就业; 五种路径指文化熏陶、课堂授课、活动提升、岗位实习、制度勉励等, 全方位、多时空培养订单学员, 通过实施企业主导、学校引导的基本管理模式, 为知名企业培养高素质技能型职业人。

收稿日期: 2018-09-28

基金项目: 2016 年浙江省教育厅科研项目“民办高职商贸类专业校企融通合作育人机制研究”(Y201636581), 2016 年浙江省成人教育与职业教育协会“产教融合背景下民办高职院校与企业(行业)合作育人机制研究”(16-杭 32)。

作者简介: 陈贤平(1979- ), 女, 浙江育英职业技术学院商务贸易分院, 副教授, 硕士, 主要从事高等教育、技术创新管理; 欧阳驹(1976- ), 男, 浙江育英职业技术学院商务贸易分院, 副教授, 硕士, 主要从事高职教育、电子商务。

精细化小微订单的人才培养贯穿专业人才培养整个过程,包括第一、二学期的专业认知考察、企业嘉宾讲座,使学生对合作企业有初步的了解;第三学期将重点开展订单班学员选拔和订单人才培养方案定制,包括:1)精选各专业校企合作紧密的知名企业,邀请他们进校园宣讲,并开展互动活动,获得学生认可;2)企业组织选拔面试,企业和学生双向选择,组建精细化小微订单班,每个订单班学员一般在15到25人左右;3)专业教研室和企业共同商定培养方案、确定课程体系、拟定奖励制度等。第四学期,按校企共同制定的订单人才培养方案执行,学校和企业双主体,过程共管、责任共担、合作共赢;六月中旬课程结束,学生进入订单企业顶岗实习5-6个月,之后企业和学生双向选择、考核就业。

## 二、小微订单人才培养模式的实践与创新

### (一)小微订单人才培养模式的实践

精细化小微订单培养的三个维度,包括文化融合、课程培养和企业顶岗,是基于对订单学员的岗位工作需要,从文化、理念和技能三个方面着手培养,促进学生快速成长。

文化融合主要包含“引进来”和“走出去”两个方面,“引进来”指引入企业讲座,定期邀请相关企业专家为学生讲座,给学生带来行业发展的前沿动态;“走出去”指企业岗位考察、参加企业实训,让学生更直观的感知行业企业,熟悉岗位工作流程,知晓岗位工作内容。

订单班课程在原有职业人培养方案课程基础上,由订单企业为班级量身定制课程,主要围绕企业岗位,模块化设计教学内容,课堂演练和岗位实操相结合,突出对学生专业技能和职业素养的塑造和培养。华润OLE为订单班定制课程包括华润万家发展史、走进Ole'、人事政策与制度、诚信与防损、Ole'基础英语、顾客服务礼仪与投诉、质量管理等课程,主要涉及企业发展历程、企业价值文化、企业规章制度、岗位知识与技能等方面,突出企业工作岗位的实际需要,让学生置身企业真实情景,增强学生对企业文化价值的认同感。开元物业为订单班定制课程包括开元物业项目经营与文化价值、项目经理人的素质和能力、物业服务业主心理需求分析、物业项目实战运营等课程。又如物

美为管培生班开设课程包括物美文化、人事政策与制度、超市专业基础术语、店铺首问负责制度、零售业大学生职业发展规划等课程。

校内课程结束,企业和学生再次双向选择,确定每位学员顶岗实习岗位,并为每位学员指定一名企业师傅,学生制定顶岗实习计划。企业顶岗作为订单培养的重要环节,以实战和实操为主要手段,在企业师傅的指导下,开展全真顶岗实习实训。期间要求学员定期汇报实习成果、交流实习心得,相互勉励、共同成长。

### (二)小微订单人才培养模式的创新

精细化小微订单人才培养模式在原有订单培养基础上,做了一些改革和创新,充分利用校企合作机制灵活的优势,优化资源配置、细化过程管理,推进订单人才培养质量的提升。

1.订单培养激发学生内驱力。开展订单培养的合作企业都经过精选,在企业规模、实力、行业影响力等方面都具有代表性,学生被企业订单班录用,是素养和技能综合实力的证明,是对学生的一种肯定;另一方面,企业和学生遵循双向选择的原则,企业经过面试、选拔后组建的订单班,学员基本素质符合企业用人标准,企业愿意投入更多精力来打造储备人才。同时,订单培养采用文化熏陶、课堂授课、活动提升、岗位实习、制度勉励等途径培养适岗的学生,包括企业为订单学员提供实习岗位和奖学金,全员顶岗、考核就业,让学生很清晰的看到,只要努力就能进入到优质企业实习和就业,极大地激发学生的学习热情。

2.订单课程精准,切合学生需要。根据企业用人标准,结合学生实际情况,专门定制订单培养方案,校企双方共同制定特色课程,从企业文化入手,吸引学生、凝聚人心,提高学生对企业的忠诚度;同时,强调职业素养和岗位技能并重,根据企业工作岗位的实际需要,与校内专业课程体系呼应,设计课程内容,组织教学过程。

3.教学组织灵活,教学设计新颖。精细化小微订单把部分课堂主动权交给企业,企业和学校双主体,共同设计和组织教学。课程教学多时空、多维度,同时做到“双结合”,即课堂教学与现场教学相结合、经验传授与全真实操相结合,让学生走出课堂、走进企业、融入岗位,亲身体验工作岗位内容、切身感受企业价值文化,转换视角、转变观念,吸引学生投入课堂,切实提高学习实效。

4.校企师资融通,教学优势互补。小微订单班的课堂授课采用“双师”模式。企业授课教师主要来自企业中高层管理,如人力资源部总监、运营总监、区域经理、项目经理等,或者是企业内部培训团队的专业培训讲师,他们具备丰富的实战经验和良好的表达能力,擅长人际沟通,善于团队建设。同时,各专业教研室还会另外配一名专业教师,负责与企业授课教师对接,配合企业授课教师开展教学设计和课堂组织。“双师”教学模式,充分利用校企授课教师的优势和特长,融合理论教学和技能实操,有效保证课堂教学质量。

5.奖励机制明确、过程管理柔性。为吸引学生、稳固订单生源,企业在组建小微订单班时,会根据企业自身实力和人力资源规划设置奖励机制和人才成长机制。比如,2016级电商专业的网创品牌管理订单班设置万元奖学金,并在结束课程、完成顶岗和企业就业三个阶段按30%、30%、40%比例发放;同时,企业专门为订单学员指派师傅,指导学员学习和实践;并给订单学员提供更便捷的学习成长路径,更具吸引力的成长发展通道。

### (三)小微订单人才培养模式的成效

通过多年的尝试,小微订单人才培养模式在多方面显现成效,总结起来就是“一精、两升、三赢”。

1.“一精”指学生专业能力的精进。精细化小微订单班除校内课程之外,企业还为其量身定制课程和活动,融合企业文化、岗位工作以及项目实战,通过企业培训讲师和中高层管理领导课堂授课及专业指导,学员专业技能获得提高,综合素质获得提升。同时,企业为学员专门指派师傅,一方面工作中遇到问题确保有人指导,另一方面也给学员感受到人性化管理和企业大家庭的温暖,使学员在订单企业获得较快速的成长,能够在较短的时间里从岗位和职业中获得成就感,进一步激励学员努力工作,不断学习,提升自己,获得发展。

2.“两升”指就业率和稳定率的提升。从2016届和2017届毕业生情况来看,订单培养学生进订单企业顶岗实习的学生比例保持在100%;最终在订单企业就业的学生比例基本在80%左右,大部分未能在订单企业就业的学生多数都因为地域原因,父母希望孩子离家更近的地方就业。另外,根据2016届毕业生一年后的就业稳定率调查情况来看,订单学员在订单企业的就业稳定率为95%

左右,离职率较低。在精细化小微订单班的培养中,学生对企业价值文化已经有深入的了解,并在不知不觉中认同和接受。在此情况下,学生能更快地融入企业,从而很大程度上避免了顶岗初期因环境陌生、人生地不熟而导致的离职,平稳度过适应期。

3.“三赢”指学校、企业和学生三方共赢。精细化小微订单班培养模式,相比较其他途径的招聘,有多方面的优势:1)企业更早锁定所需人才,并有计划的开展培养工作;2)通过订单课程培养,订单学员熟知企业业务,工作上手快;3)订单学员稳定率高,对企业忠诚度高,为企业节省人员流动成本。精细化小微订单助推学校人才培养质量提升,学生专业技能和综合素养提高,最终就业率和稳定率方面都获得提升,从而达成了学校、企业、学生共赢的局面。

## 三、问题和展望

经过多年与多家企业精细化小微订单合作,校企双方由于立场不同、角度不同,所以也存在一些问题。为更好的推进工作、提高实效,我们深入分析问题,并探索解决方案。

### (一)存在的问题

1.校内订单课程内容广度和深度兼顾比较困难。精细化小微订单课程基本都在第四学期开设,校内课时数一般在32-48之间,总课时比较有限。考虑到订单学员首先需要建立对企业的初步印象,校企双方共同商定课程时,一般都会从“广度”上去设计课程,使学生了解企业文化、价值理念、岗位流程、基础知识,掌握部分实践操作,所教授内容相对比较浅显,未能实现在专业技术方面深度授课。

2.订单培养方向的单一性和企业人才需求的多样性企业对人才需求一般是多样的,比如电商企业需要客服,还需要运营、美工等,但企业开设订单班的课程往往只能侧重某类岗位,突出某类岗位相关知识和技能的需要,无法满足多个岗位的需求。从这类订单班出来的学员被分配到不同类型的岗位上工作,可能会带来差异,比如对岗位工作熟知程度,也可能带来后续的问题,比如在岗稳定性。

3.企业订单课程系统性和延伸性相对不足。精细化小微订单课程主要根据企业需求来设计和开

发,企业主导、学校辅助,包括授课教师,主要来自企业培训讲师、技术总监、HR 总监和其他中高层管理干部等,他们侧重于把企业最前沿的知识和技术传授给学生,使学生在校就能接触行业领域内最先进的技术和发展动向。但也存在与校内职业人培养课程的互补交融不足,以及订单课程本身系统性和延伸性不足的问题。

### (二)未来的展望

根据多年精细化小微订单培养的经验来看,我们认为可以进一步加强校企合作,使企业和学校在形式和内容上深度交融,并重点从以下几个方面尝试改革:

1.系统规划设计企业订单课程。将精细化小微订单培养工作列入职业人培养方案,作为培养方案拓展课程的一个课程系列,并从原来一个学期的课程延长至两个学期。同时,在课程设计和内容设计上,企业专家和校内教师共同商讨和研究,着眼于人才培养课程设置系统性,做好校内职业人培养课程和订单课程的衔接,并在第一学期重点体现内容广度,第二学期过渡到内容深度,在条件

允许的情况下,可以在第二学期细化订单学员培养方向,针对未来工作岗位开发专项课程,强化学生提高学生专业技能和适岗能力。

2.企业实战项目带动订单学员成长。针对精细化小微订单学员专业技能提升,可以尝试在第二个学期的订单课程中引入合适的企业实战项目,校内教师和订单学员共同参与项目运作,采用公司化管理模式,制定激励和考核细则,让学员在项目实战中获得专业技能提升,获得真实体验和感受,使学员面对顶岗实习或就业实习工作能很快上手,缩短适岗时间,提高稳定率。

3.校企深度融合推进订单培养系统化。学校和企业是两个不同主体,各自的责任和使命不同,通过项目合作、技术服务、员工培训等方面开展深度合作,互惠互利,从文化、价值、内容等方面相互交融,使学校与企业、生产和教学相互依存、相互作用的“利益共同体”<sup>[3]</sup>;精准定位订单培养目标,系统设计订单课程体系,精心开发订单课程内容,并为小微订单配备专业师资,提升精细化小微订单培养实效。

### 参考文献:

- [1] 胡昌送等.注重学生关键能力培养的综合职业能力教育模式研究[J].广东交通职业技术学院学报,2012(6):114-121.  
 [2] 胡定军等.订单“双核驱动、双证融合”培养模式创新与实践[J].中国职业技术教育,2016(14):5-11.  
 [3] 张健.订单教育:中国化的“双元制”[J].中国职业技术教育,2014(36):85-89.

## The Exploration and Practice of Personnel Cultivation Model of Micro-ordered Classes

——Taking the Tradition Major of Zhejiang Yuying College of Vocational Technology as an Example

CHEN Xianping OUYANG Ju

(Zhejiang Yuying Vocational Technology College, Hangzhou Zhejiang 310018)

**Abstract:** We design the mini ordered classes which have the characters of three dimensions, four principles and five ways. We generate the personnel programme and curriculum system together with the cooperated enterprises. The students sit in the enterprise environment and are affected by the value culture. The corporation of enterprise and college are deepened and broadened. We acquire the enhancement of professional competence, the promotion of employment and stabilization, and the mutual win of students, enterprise and the college.

**Keywords:** Mini Ordered Class; Personnel Training; Mutual Win

(责任编辑:俞 明)