关于“岗证课”深度融合人才培养模式的改革

□李艳娥

摘　要：论述了市场营销专业依托校企合作体制机制创新，探索“双主体”高技能人才培养新机制，建立“岗证课”深度融合的专业课程体系，校企合作共同开发专业课程和教学资源，职业道德与职业技能并重的人才培养模式改革的研究与实践。

关键词：体制机制；双主体；岗证课；人才培养模式

作者简介：李艳娥（1969–），女，山东东明人，广州城市职业学院教授，管理学博士，研究方向为市场营销、高职教育。

基金项目：本文系广州市教育科学“十一五”规划课题“职业资格制度与高职教育教学改革研究”（编号：08A056）；广州市社科联 2008 年度课题“职业资格制度与高职教育教学改革‘深度融合’的研究与实践”的研究成果。

中图分类号：G715　　文献标识码：B　　文章编号：1001–7518（2011）29–0078–02

一、依托校企合作的体制机制创新，探索“双主体”高技能人才培养新机制

教育部陈希副部长在 2010 年 9 月 “全国高等职业教育改革与发展工作会议”上指出：从某种意义上，职业教育是就业教育，是岗位教育。只有第一线的专业技术和管理人员才能掌握行业最新的技术和知识，进一步提高高职人才培养质量，必须创新体制机制，大力推进校企合作办学、合作育人、合作就业、合作发展的“双主体”人才培养新机制，突出人才培养的针对性、灵活性和开放性。

市场营销专业是广州城市职业学院现代服务业专业板块的重点专业之一。依托学校“校企社政”合作办学体制机制创新，“一核双体三级四方”（学校为核心，校企双主体，市区街三级教育网络，校企社政四方合作）社区职业教育办学模式的构建，积极探索“双主体”专业人才培养新机制。

建立学校、行业、企业、职业技能鉴定机构共同参与的专业指导委员会，制定专业指导委员会工作章程，明确各方在人才培养中的权力、责任和义务，建立各方在教学组织、教学管理、资源共享等方面紧密合作长效机制，形成多方合作的专业和课程建设的良性发展机制。打造专兼结合的师资队伍，专任教师到企业参加生产实践制度化，聘请一批具有行业影响力的专家、行业骨干作为为专业骨干教师，使双师素质专任教师比例达到 90%，兼职教师承担顶岗实习、营销策划、市场调查、营销职业与文化等核心技能课程。

依托校企长效合作机制，推行 2+1 人才培养模式改革，1/3 教学任务在企业完成。校企合作建立豪森威电话访问中心等一批“校中厂”，整合学校、企业、行业资源和力量，建立营销职业资格鉴定站，与企业、社区、职业技能鉴定机构等合作建设资源共享、互惠共赢的融教学、培训和职业技能鉴定为一体的生产性、开放性实训平台，建立教学做一体化的学习环境，满足基于工作过程课程改革和服务社区的要求。整合专业资源，服务政府与社会，主持承担《广州地铁服务满意度调查研究》、《广东服务业的“互动导向与企业绩效关系模型构建与实证分析》、《广州现代服务业品牌资产的提升途径与对策研究》等企业和政府项目，为企业和社会提供推销专业知识和职业技能鉴定培训服务。

二、依托体制机制创新，建立“岗证课”深度融合的专业课程体系

（一）职业资格认证引入阶段。职业资格证书是劳动者求职、任职、开业的资格凭证，是用人单位招聘、录用劳动者的主要依据，也是境外就业、对外劳务合作人员办理技能水平公证的有效证件。职业资格证书制度是我国劳动就业制度的一项重要内容，它是指按照国家制定的职业技能标准或任职资格条件，通过政府认定的考核鉴定机构，对劳动者的技能水平或职业资格进行客观公正、科学规范的评价和鉴定，对合格者授予相应的国家职业资格证书。[1]

2005 年，迫于“双证率”的外在压力，市场营销专业把职业资格证书的获取列入人才培养方案，学生在完成正常专业人才培养课程的基础上，须参加职业资格认证考前辅导课程和职业资格认证考试。专业本身课程体系设置还没有考虑职业资格认证的要求，更没有建立在岗位技能需求分析的基础上，人才培养的岗位定位还比较模糊，专业课程体系以本科压缩为主，课程改革停留在理念和理论探讨阶段。从人才培养的结果看，虽然双证获取率大幅提高，但职业资格认证标准并没有融入人才培养的过程，学生的职业技能水平没有得到切实的提高，人才培养的岗位针对性不强。

（二）“双证”课程体系建构阶段。实现高职教育教学改革与职业资格制度的融合，从专业设置、人才培养目标、课程体系设计、课程教学内容、教学方法和手段、实习实训基地建设、课程考核评价、师资培养与培训各方面，全过程都与职业资格认证对接。[2] 2006 年起，市场营销专业全方位启动人才培养模式改革，组织大规模的市场调研和可行性论证，进行就业岗位分析，确定专业人才培养的定位：推销员岗位即主要从事商品、服务推销的人员；营销师岗位即主要从事市场分析与开发，为企业生产经营决策提供咨询，并进行产品宣传促销的人员。分析国家职业资格证书的五个等级，即初级（国家职业资格五级）、中级（国家职业资格四级）、高级推销员（国家职业资格三级）、营销师（国家职业资格二级）、高级营销师（国家职业资格一级），确立达到三级国家职业资格证的培养目标，构建融教学、培训与鉴定于一体的双证书课程体系。对接职业资格认证的知识和技能要求，推进课程改革，改进教学内容，着手建立满足职业资格

(C)1994-2021 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net

鉴定要求具有真实工作氛围的生产性实训基地、校外实习实训基地，实行以证代考的课程考核制度、加强了“双师”素质师资队伍的建设。

（三）依托“双主体”人才培养新机制，实现“岗证课”深度融合。依托学校“校企社政”合作办学体制机制创新，“一核双体三级四方”社区职业教育办学模式的构建，探索“岗证课”深度融合的专业课程体系改革。组织行业企业专家、营销职业资格认证专家、行政管理部门领导、高职院校营销专业教育工作者，联合进行了更为全面细致的专业论证，根据区域经济的发展要求，把人才培养定位进一步明确为：企业销售部的销售员、市场部的调研员、促销员、客服部的客户服务人员；其次，通过目标岗位与典型工作任务分析，参考职业资格认证标准，依据学校“精平台、强专业、多方向、模块化”的专业与课程体系改革原则，创建“岗证课”深度融合的专业课程体系框架（详见表1）。第三，以职业能力和职业素养的培养为核心，全面深化课程改革，根据技术领域和职业岗位（群）的任职要求，选择教学内容，创新课程设计，选取教学方法和手段、校企共建校内生产性实训基地，引入企业真实的工作任务和工作项目，在校外实训基地完成1年的顶岗实习，建立健全了“双师结构”的师资队伍。第四，校企合作运行机制建设。“岗证课”深度融合人才培养模式的创建，认证机构、学校、企业、政府四方合作的运行机制是基础和保证，“合作办学、合作育人、合作就业、合作发展”的理念是关键。在人才培养过程中，企业把人才需求信息、最新的技术发展动态和岗位技术标准传递给认证机构和学校，企业技术和管理人员、职业资格认证专家是学校专业指导委员会专家和兼职教师，又参与职业资格标准的制定。学校是校企合作的基地，是职业技能鉴定站，是人才培养和企业培训中心。教师是高职人才培养的主力军、职业资格认证标准的参与制定者和考评员，也是企业的营销顾问。政府是合作运行机制的政策引导者和推动者。

为了使人才培养具有快速的市场适应性和岗位针对性，我们提出“以核心技能求发展、以拓展技能谋就业”的人才培养思路。在进行专业课程体系设计时，学生完成职业基本素养、职业基础能力、核心能力培养、综合能力培养课程模块之外，我们专门安排了若干个拓展能力模块，根据人才市场的需求和学生的就业倾向适时调整。2008-2010年，拓展模块确定为汽车销售与服务模块、电子商务网站推广与服务模块。2009级汽车营销方向的一名毕业生在实习期间得到公司销售冠军，多位学生在全国职业院校汽车营销技能大赛获奖。电子商务创业团队获广州市团委和广州市纺织工业集团组织的"炫纺SOHO"青年网络创业大赛的冠军，参加阿里巴巴网商大赛，获得出色成绩。

表1 市场营销专业“岗证课”深度融合专业课程体系

职业岗位	核心职业能力	能力培养	课程模块	课程设置
销售、销售内勤及销售管理岗位；客服与客服管理岗位；市场调查与分析岗位；促销执行类岗位；营销活动策划与执行岗位	客户沟通与服务能力；销售与客户关系管理能力；市场调研与分析能力；营销活动策划与组织实施能力；	职业基本素养培养	公共基础课	思想政治课；大学英语；计算机应用；国学精粹
		职业基础能力培养	营销基础知识	市场营销★；营销职业与文化；经济学基础；现代管理方法；统计技术；电子商务基础与实训；经济法
		职业核心能力培养	市场调研与分析能力	市场调查★；消费行为分析★；调查数据分析
			营销活动策划与组织实施能力	营销策划实务★
			销售与客户关系管理能力	销售管理★；推销与洽谈技术
			客户沟通与服务能力	商务沟通★；渠道管理
			网络营销能力	网络营销★
		综合能力培养	综合实训	专业顶岗实习；毕业顶岗实习
		拓展能力培养	汽车销售与服务 电子商务网站推广与服务	汽车概论；汽车品牌与文化；汽车商务与服务； 电子商务网页设计；电子商务网站规划与管理； 电子支付与电子银行

三、职业技能与职业道德并重

育人为本，德育为先。“文化塑校”是学校的办学理念之一，学校积极探索国学教育与职业技能教育相融合的校园文化建设，创建了国内高职院校首个国学院，开设了“国学精粹”必修课及国学相关选修课程模块。市场营销专业依托学校的校园文化建设，致力培育学生的职业道德和职业素养。立足《国学精粹》，将国学的精髓与学生职业道德和职业素养教育密切结合，通过各种国学实践活动将中国传统文化精华渗透到学生日常的行为举止当中。学生通过课堂、网络、实训、实习、自主性学习网络课程，实现自主性、主动性、协助性、互动性学习，切实完成“五个一”：背一部国学经典、读一本国学参考读物、听一次城市国学讲坛、参加一项国学实践活动、写一篇国学学习心得。其次，针对高职毕业生主要在生产服务管理第一线工作的特点，注重培养学生具有良好的职业精神和行为规范；在三年学习过程中，学生根据自己的爱好，在琴棋书画等方面选择专题课程进行深造，参加国学传习活动，培养良好的职业修养。第三，学生入学之初，即开设《营销职业与文化》课程，由企业一线管理者任课，使学生认识营销职业，了解目标岗位，熟知核心能力，培育职业认同。第四，把实习实训教学环节作为职业道德和职业素养培养的主阵地，通过指导教师的行为和精神使学生深刻感知，通过实训基地的“软环境”建设使学生体会人文关怀和职业氛围，通过顶岗实习使学生感受企业文化，培养严谨工作态度和吃苦耐劳的工作作风等等。鼓励学生积极参与社会、社区志愿服务，培养学生的社会服务意识，提高学生的综合能力素质。

参考文献：

[1]沈凤池，等.高等职业技术院校实施职业资格证书制度的问题与建议[J].教育与职业，2007(9)中.

[2]李艳娥.构建职业资格制度与高职教育教学改革的良性互动机制[J].广州城市职业学院学报，2009(4).

责任编辑 夏焕堂

(C)1994-2021 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. http://www.cnki.net