



摘要:目前,高职院校对学生关键能力培养的重要性认知不足,但此项能力是企业评价人才素养和能力的核心指标。文章结合高职院校工商管理专业学生的专业特点,对其必备的关键能力进行综合阐述,系统分析和探讨了关键能力培养的现实意义、应用价值及存在的短板,进而制定了可行的培养方案,希望高职院校能够明确工商管理专业学生关键能力培养的方向与目标,健全教学机制,提高人才培养质量。

关键词:高职院校;工商管理专业;关键能力培养

高职院校工商管理专业学生关键能力的培养

徐 双

关键能力的概念起源可追溯至 1974 年,它的提出者是德国社会教育学领域的知名学者梅腾斯。梅腾斯指出关键能力具有普遍性和可迁移性,对于劳动者来说是能够决定其未来发展的关键因素。对关键能力的概念进行分析可知,关键能力可促进人的不断发展与进步,并在能有效应对复杂环境的同时实现自我突破与提升,有别于其他能力。高职院校工商管理专业的学生虽利用在校时间较为系统和深入地进行专业的学习,但将来未必从事与所学专业对口的工作,这就对学生的关键能力提出了一定的要求,即要拥有在相关职业范围内的转化能力。人生各个阶段均可培养人的关键能力,但学校的培养不但目标明确还较为系统。针对工商管理专业的学生,高职院校要切实掌握他们对专业知识和技能的学习情况,对其进行针对性的培养和能力强化。

一、高职院校工商管理专业学生关键能力培养概述

工商管理专业在管理学学科体系中的占比较高,并成为国内外众多高等教学机构的热门专业。目前,各高职院校对工商管理类人才关键能力培养的方向和目标在下述四方面较为一致。一是人才素质。培养的人才不但要坚持四项基本原则,还要以德、智、体为发展目标。二是专业知识和技能。应拓宽人才培养面,学生除了要具备经济管理知识和法律知识,还要掌握

计算机应用能力。三是社会需求和人才就业方向。工商管理专业的学生可把工商企业、金融机构和各级政府等部门作为将来的就业方向,其所学专业与市场营销、人力资源管理、财务管理和生产组织管理等工作匹配度较高。四是高职教育内涵。其内涵是以培养应用型人才为目标,培养高级专门人才。从专业知识和技能培养角度而言,各高职院校在课程安排和教学方法上不断进行改进、探索和针对性完善。各高职院校在社会需求方面展开大量调研,并以校企合作的形式为企业培养急需的高级应用型人才。

有学者以现代企业对工商管理专业职业能力的需求为课题进行专项调研,并指出在招聘阶段把职业素养放在考察首位的企业超过了 71%,基本能力、岗位能力和知识结构的受重视程度呈递减趋势。全面发展人才的培养模式过于重视专业知识的培养,对以个人素养为代表的关键能力的培养重视不足,无法有效解决企业人才缺乏的问题。虽然高职教育改革提出能力是人才培养的核心与重点,却未落到实处。

为切实了解和掌握相关企业需要的工商管理人才类型,更看中和需要何种关键能力,文章运用实证法展开全面调查和系统分析,并以就业企业和岗位为主题对工商管理专业毕业生以问卷形式展开调查,把 50 家相关企业和机关事业单位作为调查样本,制造业、商品流通企业、物流及服务业企业、机关事业单位、金融企业各 10 家,实现人才培养目标中对工商管理

类专业学生市场需求面的基本覆盖。问卷以书面形式进行,调查者既是发放者,也是跟踪者和收回者。受限于培养时间,问卷方式以限定性选择为主,共包含四个板块,除个人素养和专业技能外,还包含了基本能力和社会能力,涉及企业最迫切、最需要的各种关键能力(8种)。发放和回收有效问卷的数量分别为50份和45份。通过分析问卷可知,大部分企业在工商管理类专业毕业生的选择上,重视的关键能力不同,考察各有侧重。高职院校清晰了解和掌握企业更看中相关专业毕业生的哪些关键能力,可有效提升高职院校培养该专业人才关键能力的针对性和有效性,进而制定最优的培养模式和路径,提高关键能力的培养质量与效率。

二、高职院校工商管理专业学生关键能力培养的必要性

(一) 教育现状造成对关键能力培养的迫切性

高职院校工商管理专业学生中不乏独生子女,有些家长溺爱孩子,对孩子过度关注,学生在此种环境中成长,有着极强的自我意识,对于他人的想法并不重视,缺乏对他人的关爱和理解。然而,现实要求工商管理类人才必须具备精准把握客户需求、想法的能力,因此对高职院校工商管理专业学生的关键能力进行培养非常重要。

目前,我国教育评价体制的主要内容是对学生的成绩进行考核,此种竞争型评价体制的应用,使高职院校工商管理专业学生无法充分认识到与他人合作的重要性,沟通意识缺乏的问题显著。虽然个体的作用在工作与生活中不可忽视,但是个体之间通过合作往往能够获得更显著的效果。

(二) 社会经济发展对关键能力培养的需求性

在知识经济时代中,进一步提高自身的素质、能力至关重要。近年来,我国经济发展迅猛,与各国的经济往来、合作越来越密切。我国企业企业形象的提升以及与其他企业合作通道的打开,优良的企业文化与信誉在其中起着尤为关键的正向作用。分析国内发展态势相对良好的企业,发现它们有着共同的特点,即优秀的企业文化以及高素质的人才团队。依据《国家中长期人才发展规划纲要(2010—2020)》中的内容对人才需求情况进行分析能够发现,在“整体开发”

人才方面提出了对应的指导方针:培养人才的力度要进一步加强,将关注点集中在职业道德建设、理想信念教育等层面上,对团结协作、奋斗拼搏、诚实守信等精神进行培养,推进人才的全方位发展。在我国知识经济时代的最新人才培养观中,核心内容便是对人才进行培养,对于此时的受教育者来讲,专业知识与技能是其必须具备的,不仅如此,还要能够与新环境快速适应。

(三) 满足高职教育市场化趋向的要求

高等职业教育的属性相对特殊,其具备教育和职业教育双重属性,主要任务便是对高端技能型人才进行培养。培养的高素质人才不仅要拥有较强的专业知识与技能,还要能够解决生产中出现的问题。在实际操作中,向具体产品方向进行转变,是技能人才的主要工作。目前,在高职教育阶段中,主要是针对信息分析、解决问题这两个方面的能力进行人才培养,以及在系统工作方法等方面对人才进行培养。

三、高职院校工商管理专业学生关键能力培养存在的问题

(一) 学校重视度不够

高职院校教师通常缺乏对工商管理专业学生关键能力培养的工作的重视,将主要的精力放在专业知识讲授方面。高职院校在设置课程体系时,突出的是专业工作的需求,所以在开展教学活动时,教师主要关注学生掌握专业知识的情况,不重视培养其关键能力。即便其重视此方面,也没有较强的目的性。高职院校教师在进行学生关键能力的培养时,需要保持连续性,不断地内化思维模式与经验知识,其整个过程比较长。因此,教师应当有效地整合课程内容,在讲授专业知识时适当地融入关键能力培养,形成明确清晰的培养目标,对培养模式进行进一步细化,逐步构建一个完整的培养链,在此基础上全面地提高工商管理专业学生的关键能力。

(二) 缺乏系统有效的培养措施

尽管当前已经对高职院校工商管理专业毕业生需求以及就业情况进行了研究和改革,然而高职院校人才关键能力培养的工作还停留在表面,培养方案与课程体系还有许多矛盾之处。此外,高职院校对工商管理专业学生的关键能力的培养主要侧重于课程体系调

整,通过加入实训以及进行校企合作的方式来解决就业问题。实际上,培养学生的关键能力并非通过简单的课程改革或者增加一些实践课程就能实现,这些调整仅仅实现了接轨的形式化。学生并未将关键能力进行充分的内化,表面来看似乎满足了企业所提出的岗位需求,然而如果出现了新问题新现象,岗位发生一定变动,则将难以较好地适应。

四、高职院校工商管理专业学生关键能力培养的策略

(一) 明确培养目标

高职院校在进行人才培养时,重点是明确培养的规格与目标,主要遵循的是能力为本的思想。为了实现工商管理专业学生关键能力培养的目标,高职院校的工作方向应更加明确。基于企业发展与市场需求,形成完善的学生关键能力培养的体系,有助于更好地协调企业与学校之间的关系。在这个过程中,最重要的就是高职院校要充分考虑市场及企业的实际需求,将人才培养目标确定下来,这也是制定培养方案所需的重要环节。对于高职院校的工商管理专业人才培养工作,应当开展全面的市场调查分析工作,明确目标,培养出具有良好的个人品质及优秀的专业理论素养的工商管理人才,为我国的社会主义建设作出贡献。

(二) 优化培养方式

实际上,高职院校在开展工商管理专业学生关键能力培养的工作时,要经过一个较长的过程使学生能够将各种理论知识通过合理的方式内化为自己的技能。在这个过程中,教师应当耐心地对引导学生进行引导,促使学生付出努力去参与练习,使教师所设计的教学思路以及讲授的解决问题的方法有效地转化成学生的思维形式,且内化为学生的素质与技能,实现由量变到质变。

在开展关键能力培养工作时,最重要的一个环节就是教学组织,通过教学组织,高职院校可进一步细化其培养目标,使之能够逐步落实到各项教学内容中,充分地融入教师的教学模式中。教学组织也是培养目标得到有效落实的重要环节。对此,高职院校应当由教师或者学生来主导教学组织,其形式可包括直接进行课堂讲授或者安排学生进行实操等。此外,高职院校的教师还可根据具体的培养需求及自身情况,来选择课程模式与地点;教师在进行教学时,可鼓励学生

去参与竞赛、讨论交流或独立分析。在设计教学方式时,教师不要只关注实践课与理论课的比例,更要合理地设计出有助于工商管理专业学生关键能力培养的课程体系及教学模式。在开展课堂教学活动时,教师应当采取灵活有效的方式,包括内容探究、合作探讨以及由学生来进行自主学习等方式,让学生在深入交流的基础上,形成项目研究组来共同地探究,使学生愿意积极地去参与探索,不断地增强自身的关键能力。

(三) 构建评价模式

在进行此项工作的考评分析时,高职院校需要将工商管理专业学生的关键能力的分析评价作为主线,形成一个行之有效且有针对性的考评机制。在该机制中,所需的考评指标体系明确,包括学生的商情分析,合作能力、调研分析及营销能力等。教师应当充分了解此项工作的重点,确保工商管理专业的学生能够认识到对其关键能力培养的重要目标。此外,高职院校应当明确此项考核评估所采用的主要方法,尽量采取灵活且多层次的方式,尽量多采用情景模拟或者实战的方式,从而提升考评的效果。作为高职院校,应当积极地与企业加强合作,以各种实际的项目及工作内容为考题,也可以根据需要进行模拟实战的方式进行考核。除此之外,考评模式应当是多次且分项的形式,在学生学习的过程中,利用各种考核项目来使学生参与申报,以不同的考核来评价其具有的能力。实际上,考核并非最终目的,其主要的目标是培养工商管理专业学生的关键能力,所以,考核环节是工商管理专业学生关键能力培养的重要手段。

高职院校应当结合市场发展对于人才的实际需求,来培养工商管理专业学生的关键能力,使之能够更好地就业与实现自我发展。然而,学生关键能力的培养工作会受各种因素的影响,所以难以通过高等教育过程全面实现,主要还是对工商管理专业学生的专业技能与知识进行培养,在此过程中适当地融入关键能力培养的工作,并且形成明确的培养目标,根据需要制定行之有效的培养方案,不断地完善教学组织,更加高效地落实学生关键能力培养的工作方案,从而更好地与社会需求接轨。(作者单位系滨州职业学院)

参考文献

- [1] 岳炳红.工商管理专业职业技能大赛实践及其启示[J].北京经济管理职业学院学报,2019,34(2):47-50.