



Exploring Education Development

ISSN 1539-3046  
CN 11-3722/G4 全国中文核心期刊

# 教育发展研究

教育应该成为上海新一轮发展的强大“推动器”  
独立学院——我国高等教育新一轮发展的历史性选择  
现代信息技术与学校课程整合  
西部地区农村学校课程改革的问题及对策  
美国培训文化的中国本土化实践及其启示

2004

4

教育发展研究(月刊)  
全国中文核心期刊

决策参考

- 53 当代中国高考政策的多元化发展及其完善策略 胡东芳  
58 西部地区农村学校课程改革的问题及对策 骆小平  
62 高等教育通向农村的政策建议 宋华明 王 荣

论 坛

- 65 民办独立学院的成本核算和分担问题探析 楼世洲  
68 办好现代中小学校的构想 袁再旺  
73 教师在校本教研活动中成长 常生龙  
76 现代教育技术提升学校教育服务品质的实践与探索  
上海市市西实验中学  
78 新课程改革中解读“传统教育” 王月芬

广 角

- 81 高校用人制度与分配制度的转型 山鸣峰 杨 军  
83 “职业能力”培养的实践探索 王 妙  
86 浅议奖学金评定方式的创新 薛 丽  
88 试论高职院校职业情境的创设 吴建设  
91 高校教师公寓建设和管理模式刍议 陈 飞 陈 伟  
93 学习化社区和终身教育 岑志明

信息平台

- 95 强强联手,打造苏州教育新品牌  
——《教育发展研究》杂志社苏州研究中心揭牌仪式暨苏州市部分  
中学校长座谈会综述 孙昌立

摄影报道(本刊记者)

求真务实 追求特色 以人为本 质量立校  
——上海商业职业技术学院 前一  
务实创新 和谐发展——上海市第二中学 前二  
高校后勤管理谱新篇——浙江大学教师公寓扫描 后二 后三

主办 上海市教育科学研究院  
上海市高教学会  
出版 《教育发展研究》杂志社  
地址 上海市沪太路520号  
邮 编 200065  
编辑部:(021)56534931  
研究部:(021)56534931  
发行部:(021)56534932  
服务部:(021)56534932  
主编室:(021)56534933  
传 真:(021)56534932

杂志社

主 编 胡晓文  
副 主 编 顾冷沅 陈国良  
黄 焱(常务)

银行账户

上海市教育科学研究院

开户银行

上海银行沪太支行

银行帐号

316340-00006134618

标准刊号

ISSN 1008-3855  
CN 31-1772/G4

出版日期

2004年4月10日

承印单位

上海铁路局印刷厂

杂志社电子信箱

E-mail:jyzt@263.net

# “职业能力”培养的实践探索

◆ 王 妙

职业能力培养是高职教育的目标和特色,但职业能力究竟如何培养?一直是高职课程,尤其是商贸类专业课程教学关注的热点,也是教学探索的难点。上海商业职业技术学院《市场营销学》经历六个学期的改革探索,逐步形成了着力于“职业能力”培养的课程教学模式——“实践教学”。所谓“实践教学”,是指以“职业能力培养”为课程教学目标,强调理论教学为职业技能训练服务,强化职业技能训练为教学重点,以职业素质培养为课程重要内容。

实践证明“实践教学”是高职课程教学有效的教学模式。“实践教学”使高职“以能为本”的教育特色真正落在实处,这种教学模式对学生职业能力培养的作用是巨大的,其体验性、有效性是一般教学实践形式(参观、案例分析、模拟情景)所不能达到的。据调查问卷统计所示,96%的学生对“实践教学”的课程模式表示认可和满意,“实践教学”真正使学生掌握了基本技能,提高了综合素质。《市场营销学》实践教学对职业能力培养的探索总结了以下操作经验。

## 一、注重“知识、技能、素质”三位一体的培养,把职业能力培养计划落在实处

“职业能力培养”并不排斥专业理论知识的讲授,理论知识的掌握对高职学生来说是必须的。但“实践教学”所强调的理论教学不同于传统的理论教学,它所强调的是“理论知识讲授不是为了考试,而是为了指导职业技能的训练”。

在《市场营销学》教学中,理论教学掌握的原则是:(1)技能培养需要指导的理论知识是课程重点讲授的;(2)理论知识只需“适量、有用”,要对课程体系进行有效整合;(3)要把理论教学与实训教学有效地组合起来,相得益彰。根据企业营销岗位所需的基本技能培养需要,我们整合出本课程

的理论知识结构为:

教学培养目标	理论教学内容	理论指导作用
第一单元: 提高“营销重要性” 认识能力	学习“营销概述”理论	指导“营销重要性”的认识
第二单元: 掌握“市场调研”技能	学习“市场调研”、“营销环境”理论	指导“市场营销调研”的技能训练
第三单元: 掌握“目标市场定位”技能	学习“目标市场定位”理论	指导“产品市场定位分析”的技能训练
第四单元: 掌握“4PS”营销计划技能	学习“产品、价格、分销、促销”营销策略理论(也称4PS)	指导“4PS营销计划方案设计”的技能训练

职业技能训练是职业能力培养的重点,高职课程教学的重心应从专业知识的讲授转向职业技能的训练;应以职业技能训练作为课程教学安排的出发点和重点。

《市场营销学》作为一门研究市场开发和消费者购买行为的应用学科,在60课时内,如何完成职业技能的训练?我们抓住基础的、核心的技能训练;技能训练安排做到先易后难,循序渐进,细化设计本课程的技能训练项目为:

教学单元	基础技能训练	文本实训作业
第一单元 “营销重要性”认识培养	(1) 组织课堂交流,“谈营销重要性”	(2) 联系著名企业的成败实例,思考成败的原因所在,谈“营销重要性分析”教学作业
第二单元 “营销调研”技能训练	(3) “调研课题”确立 (4) “调研计划”制定 (5) “调查问卷”设计 (6) “问卷”实地调查 (7) “调查问卷”统计 (8) “营销资料”分析	(9) 联系具体企业,具体项目,编制“市场调研报告”实训作业
第三单元 “目标市场定位”技能训练	(10) “市场细分图”设计 (11) “企业产品定位图”设计	(12) 联系具体企业,具体项目,编制“目标市场定位分析报告”实训作业
第四单元 “4PS营销计划方案”设计技能训练	(14) “品牌名称和标志”设计 (15) “促销方案”设计 (16) “分销方案”设计	(17) 联系具体企业,具体项目,编制“产品营销计划方案设计”实训作业 (18) 联系具体企业,具体项目,编制“价格计划方案设计”实训作业

王 妙/上海商业职业技术学院 (上海 200435)

高职课程教学不仅仅是“教学”，更要注重“教育”，应该把职业素质的培养注入课程教学中，把职业素质作为“职业能力培养”的重要内容，这是高职教育的根本。在实践教学过程中，我们把职业素质称为“通用能力”，如此命名主要是与一般所提的“人文素质”区别开来。通用能力是一种跨职业、可转变的、可发展的、有助于形成个人独立的终身不断进步所必备的能力，是体现作为特定职业岗位技能基础的一般性能力，这种能力是从事任何工作的任何人要取得成功所必须掌握的能力。要使高职学生日后具有就业竞争能力和自我发展能力，在高职课程教学中必须强化通用能力的培养。

在《市场营销学》实践教学过程中，我们根据国际化、现代化、信息化时代对人才的要求；根据高职学生的现状，为弥补他们非智力因素不足的需要，为引导、激励他们走向成功的需要；并根据现有教学条件，对高职学生通用能力培养规划了以下项目及其要求：

通用能力培养项目	通用能力培养在课程教学中的具体要求
(1) “自理、自律”能力培养	要求学生对自己的学习要有目标，要有计划，要自觉执行；能自律教学纪律与学习责任。
(2) “学习、发展”能力培养	要求学生能自我调节学习心态，培养学习兴趣，掌握有效的学习方法。
(3) “交流表达”能力培养	要求学生在学习中注重和加强自己语言表达、书写表达的锻炼，善于交流，善于沟通。
(4) “团队合作”能力培养	要求学生在学习中积极融入集体之中，展现自我，善于帮助、协作，发挥团队之力量，取得更大成绩。
(5) “评判创新”能力培养	要求学生在学习中积极开展评判性思考，大胆判断分析，注重学习创造性的发挥。
(6) “信息技术应用”能力培养	要求学生在学习中最大限度能运用信息技术，有效地、创造性地为自己的学习服务，提高学习效果。
(7) “刻苦耐挫”能力培养	要求学生在学习中发扬不怕困难、敢于拼搏、百折不挠的精神，战胜学习困难，磨炼自己意志。
(8) “应急应变”能力培养	要求学生在学习中对突发事件能敏捷应变，靠自身力量来加以解决，获得成功。

## 二、“校外实地取材与校内课堂训练相结合”的职业能力训练模式

职业能力不是讲授出来的，而是训练出来的，职业能力的培养强调学生必须自己动手操练。能力训练需要实训基地，而实训基地是高职课程教学改革的“瓶颈”，技能培养往往就在此被搁浅，陷入困境。

几年来，《市场营销学》课程实训也使我们深感校外实训基地落实有很大难度，在校内建立“实训室”也有很大的局限性。困难的存在使我们抛开对它的依赖型，开辟了高职课程实训的新路——“校外实地取材与校内课堂训练相结合”的职业能力训练模式。实践证实了像《市场营销学》这类商贸课程完全可以采用这种训练模式进行职业能力培养的。

这种训练模式要求教师和学生通过各种渠道（与企业联

系、上网、平时观察）收集有关现实市场和企业的资料，把这些资料带入课堂，作为职业技能训练的背景材料；要求教师根据这些实地资料精心设计技能训练项目和素质培养方案；要求教师有效组织各项训练教学活动，指导学生进行技能训练和素质锻炼；要求学生自己动手操练，完成各项训练项目。这样的训练是可行的，把课堂作为职业能力培养的现实场所，把实训基地真正落在实处，从根本上解决了“实训难”的问题。

几个学期来，我们组织收集大量的校外资料，学生在课堂上完成的技能训练项目有《“联华”开拓上海便利市场的分析》、《美国“沃尔玛”进入上海超市的营销环境分析》、《“友谊”集团开发老年用品市场分析》、《上海黄酒市场的调研》、《“联华便利”新店开发的可行性分析》、《上海时装公司“企业市场形象”设计》、《捷强超市02年“春节”促销策划报告》、《“维维”豆奶4PS营销计划方案设计》、《“石库门”上海老酒4PS营销计划方案设计》、《大学生创业项目市场调研》、《商业创业项目的4PS营销计划方案设计》等。

当然，这种训练模式对任课教师提出更高、更新的要求。要求教师在职业技能的掌握上先行一步，教师应该多走入企业，多收集资料，多虚心请教，多参加企业课堂研究，组织教师去企业实训要比组织学生容易的多。这种训练模式还要求教师提高策划水平，周密规划、精心设计各种有效的训练方案；要求教师提高管理水平，进行有效的课堂控制；要求教师增强工作责任心，要有开拓创新的热情，要有面对困难、甚至失败的勇气；要求教师的工作面由对教学的研究拓展到对学生的研究，要从学生的角度、学习的角度来研究能力训练。

## 三、把“实训作业”作为职业能力训练手段

在《市场营销学》教学中，我们认识和寻找到一种有效的能力训练手段——“实训作业”。所谓实训作业，是指能够体现专业基本技能培养目标要求的并必需通过学生自己动手操作方能完成的训练课题和项目。实训作业是实践教学把专业知识理论转化为专业基本技能的一种有效的载体，这种载体是实践型的，必须要求学生动手操作。实践证明了实训作业是技能训练的必要手段和有效工具。

实训作业的精心设计是“职业能力培养”的关键，在设计中要注重：

(1) 设计系统的、可操作的作业项目。在设计实训作业时，不仅要考虑贴近实际，容易操作，还要注意各项训练项目之间的有机联系，帮助学生从整体上掌握专业技能。

(2) 设计具体的、规范的实训作业。要求联系具体的市场、企业，联系具体的业务项目来设计各单元的实训作业，并要求规范操作。学生所训练的实训作业就内容和创意来说都是不同的，但并不是没有要求，作业的操作都应该有量化的、详细的评估标准。

(3) 设计“实践型”的作业形式。《市场营销学》的实训

作业都是采用企业常用的业务文本报告,如“市场调查报告”、“年度营销计划书”、“项目的可行性分析报告”等形式。这种形式的实践性很强,可以让学生在在校期间就走近企业,真正掌握实际的岗位技能。

(4)设计“多样化”的作业类型。根据现有教学条件,可以设计了课堂完成的“基础技能操作作业”和课外完成的“文本实训作业”。根据作业的易难程度,可以设计自己完成的“个人实训作业”,也可设计小组合作完成的“集体实训作业”。实训作业还可以设计“网上作业”。把有关这一项目的实训作业的指导内容,参考范文都挂在学院网上,学生自己上网阅读,下载作业资料,参考网上范文,写成电子版报告,网上发送作业,教师网上批阅作业。

#### 四、设计“操练四步法”作为职业能力训练程序

《市场营销学》实践教学要求学生根据训练项目走入市场,走入企业去收集资料,进行分析判断,作出解决问题的结论;要求学生根据市场背景资料和企业背景资料,进行积极思考,大胆创意,策划有效的营销方案。这种训练从根本上改变了传统的以教师为中心的“讲授”模式,确立的是以学生为主体的“学习”模式。在这种技能训练程序中,学生成了学习的主体,充分发挥了学习的主动性和积极性,此时教师的作用真正变为指导、帮助、引导学生,这正是高职教育的目标所在。

《市场营销学》在教学中所设计的“操练四步法”,体现了“教学互动”的职业能力训练程序:“作业布置→教师指导→学生操作→考核点评”。

第一步:作业布置。(1)在单元教学时,首先向学生布置本单元的能力训练任务。对学生要完成的实训作业提出具体评估要求,教师要提供作业范文和作业资料。(2)在布置实训作业时,要充分进行思想动员。提高学生实训作业操练价值的认识,培养他们对技能操作的兴趣,调动他们做实训作业的积极性。(3)为完成实训作业,学生必然会阅读有关“实训作业”的范文,关心和思考“实训作业”应该如何操作;就会寻找到“问题”。

第二步:教师指导。(1)对学生要做的实训作业,教师要细化指导。要向学生说明作业的具体要求;帮助学生理解作业的资料背景和理论运用;指导实训作业具体的写作内容和格式;解释作业评估标准和评估原则。(2)学生会带着“任务”,带着“问题”来听教师作有关“实训作业”所需的理论、方法的课堂指导;教师要认真指导。(3)在作业指导中,学生必定会认真听讲,积极思考。主动提出不懂的问题,求得教师解答;并会要求教师细致讲解,教师要耐心指导。(4)为完成实训作业,学生会要求组织更多的“课堂讨论”来解决实训作业操作中的重点、难点。学生在课外会主动与教师联系,一般喜欢运用电话、电子邮件询问作业难点,求得帮助,教师要提供联系的方便。

第三步:学生操练。(1)明确实训作业的具体要求,理论指导、作业形式、操作程序、完成期限,做到心中有数。(2)根据作业项目,需要“范文”示范,明确实训作业的基本写作思路和格式要求,使作业达到较规范的文本化要求。(3)根据作业项目,需要收集或提供市场背景资料和企业背景资料,这是实训作业操练的又一前提。(4)依据有关资料进行判断分析,设计策划,得出结论和方案。这是实训作业操练的重点和关键,需要学生积极思考、大胆创意,因为没有现成的答案可取;还需要团队合作,共同讨论,群策群力,因为个人的力量、能力是有限的。(5)把分析结论或设计方案,按规范文本要求撰写出书面报告,最后完成实训作业的整体操作。

第四步:考核点评。(1)实训作业是实践教学考核的主要内容,对于学生所完成的实训作业,教师要认真评分。(2)对实训作业的评分,教师要倾听学生的意见,给学生应有的机会提出申述。尤其是教师评分出现了过失,过错必须及时改正。(3)教师不仅要认真评分,更要求组织作业点评,帮助学生总结、提高;允许学生进行作业修改,重新评分。

#### 五、策划“展现型教学活动”为职业能力训练形式

通用能力的培养必须与课程教学活动结合起来操作,以丰富多彩的教学活动作为能力训练的有效形式,让学生在活动中体验人生价值,锻炼自身的意志和品格,提高自己的综合素质。为此,这种课程的教学活动必须是“展现型”的,也就是在这些活动中能够充分表现学生的才能,发挥学生的潜能。

“展现型”的教学活动关键在于要根据国际化、现代化、信息化时代对人才的要求,根据高职学生的特点,根据课堂教学现有的条件有系统、有重点、巧妙地策划足以能吸引学生的、富有教育意义的、能够展示自我价值、提升学生精神品位的教学活动。在《市场营销学》教学中,我们策划了多项教学活动。

通用能力培养的教学活动设计	
(1) 以小组为单元组织课程教学,实行“组长负责制”	(9) 课堂限时、即时操练技能,设计训练难度
(2) 学生自律课堂纪律	(10) 学生上网收集作业资料
(3) 情景互动性教学	(11) 学生运用多媒体手段交流作业,代表小组接受考评
(4) 课堂案例讨论与交流	(12) 实训作业采用电子文本
(5) 开展小组学习活动	(13) 师生联手现场考评
(6) 组织团队实训作业	(14) 学生主持组织考评活动
(7) 运用电话、电子邮件与教师沟通	(15) 学生自我评估考核
(8) 开展课外实地调查	(16) 实训作业网上考评

以上对“职业能力培养”的实践探索,只是起到抛砖引玉的作用。对高职“职业能力培养”的探索,任重而道远。有志于高职教学的教育者们会不断探索,不断总结,相信具有中国高职教育特色的职业能力培养模式一定会成熟起来。

(责任编辑 翁伟斌)