

年度“订单”培养方案

校企合作制定“订单式”人才培养方案

我校平面设计专业从专业要求、行业需求、人才培养过程等多方面对“订单式”人才培养进行了评估、论证和整合，并结合我校实际情况，形成了校企合作的订单人才培养的方案，具体如下：

一、“订单式”人才培养的总体设计

学校针对用人单位需求，以就业为导向，与企业共同研究制定或修订人才培养方案，为企业“量体裁衣”培养人才；校企双方在充分进行市场调研的基础上，签订用人及人才培养协议（订单），签订学生就业订单，并在师资、技术、设备等办学条件方面相互合作，利用校企的资源优势，采取多种形式组织教学，安排学生毕业后直接到用人单位就业。

二、“订单式”人才培养的培养目标

该专业培养具备平面设计领域相适应的文化水平与职业素养，掌握平面专业技术领域必备的基础理论知识的技能型人才；培养具有将专业知识转化为一线生产岗位工作应用能力和专业技能，以及具有快速适应能力，同时具有一定的可持续发展能力的高素质人才；培养适应社会主义现代化建设的需要，德、智、体、美全面发展，具有良好的职业道德和敬业精神的劳动人才；培养适应区域经济发展需要的技能型、高素质、劳动人才。

三、实施“订单式”人才培养的基本原则

1、培养专业知识过硬的技能型人才

具有较扎实的专业理论基础；具有独立处理实务中出现的一般性业务问题的能力；具有完成创造能力；具有一定的思维

能力和逻辑判断能力；具有了解和掌握工作中所涉及的图形图像处理、广告制作、装潢设计、海报制作、计算机网络、动漫制作、多媒体技术、电子商务等专业能力；具有较强的专业学习应用能力。

2、培养具有以下素质的高素质人才

(1) 政治素质：具有坚定正确的政治立场、是非观念；有理想、自觉遵守法律法规。

(2) 思想品德：爱祖国、爱人民、文明礼貌、行为规范。

(3) 文化素质：具有一定的文化艺术修养，有准确的语言、文字表达能力，能与人团结共事。

(4) 身体素质：身心健康，具有连续工作的耐力。

(5) 职业意识：具有高度的职业责任心，严谨的工作作风，认真的工作态度；

(6) 爱岗敬业、责任心强；具有质量意识、竞争意识、创新意识。

(7) 团队精神：具有团队工作精神，善于合作、协同工作的素质和组织管理能力；具有协调工作、组织管理工作能力。

3、培养面向市场、适应社会需要的人才

应树立强烈的市场和服务意识，掌握企业的需求信息，选择适当的“订单式”人才培养合作对象。“订单式”人才培养考虑因素：

(1) 合作对象对人才培养的需求情况及业务规格，学生毕业后是否愿意到合作对方去；

(2) 合作对方的设备条件、技术和管理水平，学生能否学到知识与技能，能否学以致用；

(3) 合作对方对合作教育的积极性。

四、“订单式”人才培养的组织体系与分工

1、教务处：

1) 负责学生入学前或培养期间需组建“订单班”时的专业计划落实、班级组建方案及组建过程中与企业的协商与协调和合作协议的审核确认；

(2) 支持并确认专业所在部“量身订制”新的人才培养方案；对因订单培养新产生的课程分工及费用分担进行确认；

(3) 组织制定订单式人才培养的相关文件，开展订单式人才培养的研讨工作，以不断总结经验，提升订单式人才培养工作水平。

2、招生就业办：

(1) 负责联系和接受各类用人单位“订单”培养的意向和人才规格要求，并及时反馈到各部和相关部门。

(2) 负责“订单班”形式以外的各种“订单式”培养的学生遴选与组织协调，并组织学生与企业达成协议，对涉及学生入学和就业的协议条款进行审核和确认。

(3) 通过学生管理系统，加强与企业的沟通，做好订单式人才培养的信息反馈工作。

(4) 负责学生到订单企业就业的相关工作。

(5) 负责组织订单培养毕业生的质量跟踪调查。

3、微机部：

(1) 对“订单班”明确订单专业负责人，成立有企业相关领域专家参加的订单专业专家咨询组织，以研究本专业订单培养的岗位要求，制定培养目标、培养规格、课程体系和实施方

案，并根据企业的实际需求，调整订单专业培养方案。

(2) 与订单企业密切联系，具体负责做好本部订单学生的宣传、发动和遴选工作、培养期间的教学运行与学生管理工作，对学生进行感恩教育与诚信教育，引导学生接受企业精神、企业文化的教育和熏陶，增强学生的责任感和使命感。

(3) 在订单企业建立实训基地，落实学生到订单企业实习制度并做好学生在企业实习期间的管理，实现校内专任教师与企业兼职教师资源互补。

(4) 根据企业的订单要求和不同专业的特点，及时将专业订单学生在校期间综合素质、实践技能等培养情况以及思想、行为表现等信息反馈给企业，使企业全程跟踪订单式学生培养情况。

五、有关说明

1、本方案中未提及的校内各处室在人才培养运行工作中的职责分工，仍依据学校相关规定执行。

2、学校相关部门要做好订单式人才培养的宣传和研讨工作，充分利用校园网、广播站、橱窗、信息等各种载体，为订单式人才培养工作创造良好的舆论环境。