

专业人才培养方案 7 篇

专业人才培养方案篇 1

医院“人才培养计划”选拔和培养实施办法 为加强我院人才的培养，建设医院临床教育、科研和管理队伍的后备人才库，促进队伍的建设，现设立医院“人才培养计划”，以促进医院的发展。“人才培养计划”的选拔、培养和管理遵循公开、公平和公正的原则，重点加强各重点专科、领先专科、新兴专科等的建设，由本人申报或科室推荐申报，医务科组织专家评议和审定。“人才培养计划”选拔工作每年举行一次，每批选拔名额为 20 名，并就其中优秀者(5 名)推荐参加医院“优秀青年医生”的评审。

一、选拔条件

- 1、具有良好的政治素质、职业道德和强烈的事业心及工作责任感，能积极承担教学、科研和管理等各项任务，具有奉献精神。
- 2、年龄 40 周岁以下，具有硕士研究生学历毕业满 1 年以上，具有本科学历毕业工作满 3 年，具有大专学历毕业工作满 4 年，具有中专毕业学历毕业工作满 5 年的在职临床工作人员。
- 3、具有扎实的专业基础知识，有较全面的业务能力。
- 4、善于团结协作，有一定的组织管理能力。
- 5、身体健康，能坚持正常工作。

二、选拔程序

- 1、本人申请、科室推荐，填写《医院人才培养计划推荐表》。
- 2、“人才培养计划”的选拔采用申报者自荐由医务科组织有关专家及主管科室对申报材料内容的真实性、工作目标的科学性，实施方案的可行性、经费预

算的合理性等进行评议，然后由“人才培养计划”评议小组审定批准，报院务、党委会通过。

3、入选“人才培养计划”者在院内进行为期一周的公示，结果无异议后，医务科公布“人才培养计划”正式名单。

三、资助经费

1、入选“人才培养计划”者培养期为两年，最高资助额为1万元人民币，并以第一年考核结果作为下一年经费资助的依据。

2、资助经费主要用于培养人才而开展有关培训、国内、外学术交流和国内进修等，采取“实报实销制”。

四、组织管理

1、医务科成立“人才培养计划”选拔、培养和实施评议小组，形成以医务科为操作机构，其它职能处室参与和协调的综合考评体系，全面负责“人才培养计划”的选拔、培养和考核等管理工作。

2、“人才培养计划”所在科室应为“入选者”创造良好的成长环境，鼓励“入选者”多出成果，出好成果。

3、医务科将为“入选者”配备导师，落实培养计划。特设“育才奖”，对期末考核优异的“入围者”的导师和所在科室的人员予以表彰。

4. 医务科和科室对“入选者”既要全面关心，又要严格要求，对他们各个阶段的思想表现、业务水平和工作实绩定期跟踪检查。

(1) 医务科对“入选者”的培养模式：第一年以专科轮转为主，第二年结合本人、导师和科室的三方需求采取“个体化”的培养。

(2) “入选者”定期(至少半年一次)在医务科或科室组织工作汇报或学术讲座，并将书面材料上报医务科备案，作为考核成绩评定依据。

(3) “人才培养计划”评议小组对“入选者”的工作实施目标管理。科室及导师应辅助入选的培养对象制定具体的培养计划并对计划的落实予以一定的监督，在年度考核时对照既定目标，依据原定考核目标标准，测评“入围者”的工作实绩。

(3) 顺利完成项目计划的“入选者”，将在培养期末获“医院青年骨干”证书。

(4) 年度考核不合格者；未能正常履行工作职责者；违反院纪院规和职业道德，弄虚作假者；触犯法律法规者；调离本单位者，医务科将撤消“入围者”资格，终止资助。

7、对“入围者”中有能力开展科研者，选择进展良好或者位列学科前沿的课题作为院级课题立项追加科研经费。



专业人才培养方案篇 2

一、“订单培养”的本质内涵：定向合作培养

1 “委托培养”与“订单培养”。“委托培养”指用人单位根据自身人才需求情况委托院校培养相关技术人才，学员学成后回用人单位工作，用人单位根据院校情况给付一定数额的培训费。“委托培养”兴起于 20 世纪 80 年代，是打破国家人才培养和就业安置“统招统分”体制的一项改革创新，通过引入市场机制，加强了院校与用人单位间的直接联系，实行对口培养、对口分配，解决了一批用人单位急需专门人才“分不去、用不上、留不住”的问题，相对弥补了学校办学经费不足的同时也挖掘了学校的办学潜力和办学效益。但“委托培养”仍属于招生就业制度创新范畴，用人单位只是支付一定的培训费用，承担部分人才培养成本，并不介入学校的人才培养过程。随着中国特色社会主义市场经济的发展和“双向选择”就业制度的实行，“委托培养”模式逐渐式微，而“订单培养”模式日

渐兴起。“订单培养”是高职院校借鉴企业生产领域“订单生产”概念而提出的一种人才培养模式，但它不仅是一张“用人数量”的预订单，更是对专业设置、课程建设、教学实施、考核鉴定等整套人才培养模式的规定。“订单培养”包括六个基本特征：

(1) 用人单位与学校签订用人及人才培养协议；

(2) 双方共同制订人才培养方案和教学标准；

(3) 双方优势资源互补共享，共同参与人才培养过程；

(4) 用人单位提供实践岗位，注重实践能力培养；

(5) 用人单位参与人才培养质量评估、认定；

(6) 用人单位按照培养协议约定录用学生就业。可见，“委托培养”和“订单培养”都属于面向特定用人单位的“定向培养”，但在用人单位和院校关系上，“订单培养”是双方深入到培养过程的“合作培养”，双方构成了“培养共同体”。可以说，“定向合作培养”是“订单培养”的本质内涵，它反映了我国人才培养模式从一般培养到定向培养，再到定向合作培养的发展逻辑。

2 “企业订单培养”与“行会订单培养”。既然明确了“订单培养”就是“定向合作培养”，那么“定向谁”“与谁合作”“采取什么样的合作形态”等问题就可以在逻辑上展开探讨。考虑到“订单培养”涉及三个基本主体——培养单位、用人单位和学生，那么可以进一步探讨：培养单位只能一所院校还是可以多所院校？用人单位只能一个企业还是可以一个行业相关的若干企业？基于这样的思考，笔者提出两种基本的“订单培养”类型：“企业订单培养”和“行会订单培养”。“企业订单培养”就是校企一对一单线合作培养，学生就业定向单一的企业（或某企业的特定岗位）。“行会订单培养”，广义上指由行业协会主导，组建多院校、多企业的校企合作联盟，定向培养行业人才；狭义上指一所院校借由行业协会的中介作用，与行业内的一批龙头或骨干企业合作定向培养实用人才，这批企

业较好地代表了行业的特定领域，这既意味着学生就业能定向行业领域(或行业领域的一类岗位)，但又不妨碍学生企业间双向选择。

二、“企业订单培养”的机制缺陷：绑定企业，三方诉求难平衡

1. 全凭“企业订单”的风险。规模适度、持续稳定的“订单”是开展“订单培养”的先决条件。学校人才培养有其自身的规律和要求：一是考虑规模效益，一个“订单班”需要确保一个适度规模并保持相对稳定；二是考虑培养周期，培养期内培养目标既要明确又要保持相对稳定，且培养到期时人才应被批量录用；三是考虑教育专业化特点，学校投入“订单培养”的师资、课程、教材等诸多教学资源具有专用性，且需在多次循环中才能得以不断优化配置和提升效益。但是，在校企一对一的“企业订单培养”模式中，企业“下单”的依据是其自身的人才需求预期，而这又受企业经营发展状况的深刻影响。换句话说“，订单”的有效性和持续性取决于一个企业的经营发展状况。在我国社会主义市场经济条件下，企业受技术变革、同行竞争和相关宏观调控等的影响，经营状况不断变化，这就必然导致用人数量的随机性、用人周期的不确定性和用人标准的动态性。因此，随着企业经营发展状况的经常变化引起用人需求的快速变化，将不仅降低“订单培养”的有效性，从而有违企业“下单”的初衷；而且会导致“订单”的应急性、短期性和不可持续性，从而影响学校办学的稳定性和相关教学资源的长期效益。总之，将“订单”系于单一企业，不仅可能增加企业经营负担，而且会使企业的市场经营风险传导为学校稳定办学的风险。

2. 绑定“企业就业”的困局。企业采取“订单培养”的目的在于：一是先于市场渠道抢先获取优质人才；二是避免市场招聘中因信息不对称导致的选错人、用错人以及入职适应期较长等问题；三是经过一段培养期，在心智上、文化上培养学生对企业的认同感和忠诚度。因此，通过签订培养协议，期望将学生与企业“绑定”“互锁”，实现共赢，然而，实际上却可能得到一个事与愿违的尴尬局面。首先，培养协议的不同签订方式，意味着对学生的不同划分。如果采取“双向选择、自愿签约”的形式确定“订单班”，那么那些对自我期望比较高，敢于

拼搏的优秀学生，往往并不甘于限定于一个企业，从而会放弃“订单培养”；相反，那些对自身前景相对缺乏信心，乐于安稳的普通学生却更乐于选择“订单培养”。但如果采取招生入学后直接整专业、整班“订单培养”，虽然锁定了优秀学生，但也锁定了大量相对平庸的学生，虽然通过后续的学习表现可以筛选出优秀学生，但由于他们是“被迫订单”的，因而违约的概率也会增加。其次，由于协议是事先签订的，会给学生提前锁定了就业的预期，从而导致学生学习努力最小化的倾向，即只需使自己达到企业录用的基本条件即可，反而使得部分优质学生相对平庸化。如果录用条件定得过高，会降低整体录用率，从而降低“企业订单”的吸引力；而录用条件定得过低，不仅对优秀学生，对普通学生也将缺乏潜力激发，并最终录用更多的普通学生。再次，订单培养协议是个“弱协议”，在国家“双向选择”就业制度下，对学生的约束力较弱，优秀学生违约概率较高。即使不违约，优秀学生也未必愿意与企业签订长期就业协议，往往短暂就业后离职跳槽，“下单”企业难免落个“为他人作嫁衣”的结局。最后，绑定企业的培养协议是个“糟协议”。除上述提到的可能抑制学生潜力发挥之外，“订单培养”使学生知识、技能相对单一，可持续发展能力变弱，限制了学生后续转岗或再择业的空间；对最终被拒绝录用的学生也是一个不小的打击，造成他们的挫败感；另外，企业万一因经营发展不利，导致违约“断单”将导致学校办学调整困难和学生就业危机。

3. 仰仗“企业培养”的障碍。“订单培养”的关键在于“合作培养”，在于企业实质性地参与人才培养的全过程，包括共同制订培养方案、协同开发课程和教材，投入或开放共享用于实践教学的优质资源，安排胜任的实习实训指导教师，共同评价认定人才培养质量等。但在校企一对一的“企业订单培养”模式中，需要仰仗单一企业来完成“企业培养”的全部责任和任务，存在着很多的困难和障碍，最主要的有三个方面：动力不强、能力不足和资源不够。企业实质性参与“订单培养”过程动力不强的原因，正如上文所述，主要有两个方面：一是因企业经营状况的不断变化，在用人需求上，具有用人数量的随机性、用人周期的不确定性和用人标准的动态性等特点，使得“订单培养”能不能真正契合企业的用人需

求，会不会成为企业经营发展的额外负担等问题成为企业时隐时现的顾虑；二是“订单培养”很难真正或者全部锁定企业所需的优质人才，不是某种平庸化就是优秀人才流失到竞争对手那里，使得人力资本收益或下降或外溢，导致企业总体成本—收益不对等。企业实质性参与“订单培养”过程能力不足的主要原因是企业对人才培养工作天生不熟悉，其主要的工作重心是生产经营，因此其从组织架构到工作运行，都是围绕生产经营展开的。即使如企业人力资源部门，其主要职责仅是招聘和简单岗前培训，对与学校合作的“订单培养”也缺乏全面的参与能力和全局的掌控能力。而学校对生产经营过程又天然不熟悉，导致学校和企业两种话语体系在沟通中面临很大障碍。因此，企业一方面由于精力有限和能力不足，又加上与学校深层次沟通的障碍，在“订单培养”过程中，企业总是处于被动中，参与合作培养也往往只能停留于浅层，或限于局部。此外，单一企业可用于“订单培养”的资源也非常有限，特别是中小企业，较大地影响了“订单培养”的质量。总之，“企业订单培养”的核心是建立“有规模的校企直接合作培养共同体”，这对企业的要求非常高，从实践情况来看，除一部分中大型优质企业与优质高水平院校合作开展的“订单培养”取得较好成效外，大部分普通企业尤其是中小企业与普通院校实行的“订单培养”，往往形式大于实质内容，效果并不理想。

三、“行会订单培养”的机制优势：行会主导，宽领域定向，大合作培养

1. 大订单优势：行会订单集合行业需求。“企业订单培养”模式中，受企业经营风险不确定性的影响，基于企业用人需求的“订单”的稳定性和持续性始终是个突出问题，且无法通过企业自身解决。行业人才需求相对企业人才需求，不仅规模更大，也更稳定、可持续，即使变化也更平缓温和。因此，基于行业人才需求而成的人才培养“大订单”，将更符合学校人才培养的规律和特点。行业协会作为中介组织，是政府、企业和学校间相互连接的桥梁和纽带，除了是企业的指导者、约束者，还可以是职业教育政策的宣传者和建议者、校企合作的推动者和职业院校的服务者。因此，由行业协会主导开展行业人才的“大订单”培养，具有先天的优势。

2. 宽定向优势：学生就业定向行业领域。相对于学生“绑定”企业给双方带来的不利与尴尬“，行会订单培养”基于行业需求的“定向培养”，将学生“绑定”行业，但又不妨碍学生与行业内企业“双向选择”就业。对学生而言，选了专业就意味着定了行业，因而定向行业培养既不违背其意愿，反而更好地体现和满足了其意愿；因为就业时需要和参与合作培养的企业进行双向选择，就学期间自然会尽最大努力学习好、表现好，有利于激发潜能；同时由于不限于一个企业、一个岗位，学生的知识基础更宽、能力素质更综合，可持续发展能力更强，最后“双向选择”获得的工作的收入待遇和发展空间也将更好。对于企业而言，由行业协会牵头“订单培养”，且多企业参与合作培养，所以培养成本得以分担，但了解掌握学生的信息、吸引和获取优秀学生的机会是对等的，从而在成本下降的同时，成本—收益更加匹配。

3. 大合作优势：行会主导构筑培养联盟。在“企业订单培养”中，因企业的主动性不够或能力不足等因素，校企“合作培养”总体效果不尽如如意。在“行会订单培养”中，行业协会利用其独特的身份，在政府、企业和学校中能更好地发挥利益协调和资源整合的作用，构筑起一个目标一致、多方联动、运行顺畅的人才培养合作联盟。在“订单”的签订关系上，行业协会与学校签订订单培养协议，同时与会员企业达成委托协议，形成三方多边协议。行业协会作为中介，既是人才需求者，向学校“下单”提出人才需求，又是人才供给者，向企业提供订单学生。在“订单班”组建上，行业协会按与学校的协议从会员企业中组成订单企业库，收集企业的订单需求计划之后反馈给学校，学校按照协议挑选学生组成订单班。在培养环节上，学校为订单班制订基础理论课的课程教学标准，并负责实施教学；行业协会按照行业发展要求制定人才培养标准及相关实践实训课程的教学标准和教学方案，组织企业按要求提供实践实训课程的教学和实训场所及岗位。基于行会自身的职能特点，行会能够更好地根据市场和行业的动态变化建立人才培养动态调整机制，不断修正人才培养方案和教学计划，引导企业发展，纠正人才需求的方向。在考核录用上，学校、企业和行会联合对学生进行综合评定，合格者颁发结业证书，并遵循“双向选择”的原则，根据订单需求计划将学生分

配给订单企业。总之，在行会主导下，有了行会对企业的约束和对行业的长期把握，以及行会强大的利益协调和资源整合能力，能较好地实现学校、学生、企业和行会四方的各自利益诉求，达到共赢。

专业人才培养方案篇 3

一、培养目标

本专业培养掌握服装设计的基础理论、基本知识和基本技能，能适应地方经济建设和社会需求，具有人文精神、服装艺术设计与技术创新能力，熟悉设计程序和相关法律，了解中外服装艺术设计的发展动态，实践能力强，能在服装设计教育、研究、设计、新闻等生产和管理领域从事相关服装艺术设计、研究、教学、管理等方面工作，具有创新精神和创业能力的应用型人才。

二、培养要求

服装设计方向突出实践能力和创新精神的培养，学生主要学习服装艺术设计方面的专业基础理论和基础知识，受到服装设计方面的设计思维与方法及基本设计技能、技巧的训练，具有服装设计与实践、教学和研究等方面的专业知识、能力与素质。培养学生自主学习能力，激发学生的兴趣和潜力，培养学生的团队协作意识和创新精神。

1、坚持厚基础、宽口径、新思维、重创造的基本原则和理念，使学生具有一定的人文社会科学和自然科学的基本理论知识，掌握服装设计专业的基础知识、基本理论、基本技能，了解服装艺术设计学科前沿和发展动态，具有独立获取信息、提出问题、分析问题和解决问题的能力及开拓创新的精神，具有一专多能的知识结构，具备较强的从事服装艺术设计专业工作的能力和素质。

2、知识结构：具有较扎实的服装艺术设计专业基础知识、基本理论和基本技能，了解本专业学科的新成就、新发展，获得服装艺术设计的初步训练，具有一定的设计鉴赏能力和创作能力，懂得艺术设计学科的一般规律，能胜任相关单位的服装设计工作和研究工作等。

3、素质结构：热爱社会主义祖国，树立正确的世界观、人生观和价值观；具有敬业爱岗、遵纪守法、团结协作的品质；具有良好的思想品德、社会公德和职业道德；具有良好的心理素质，高尚的审美情操，坚强的意志和较强的应变能力，养成健全的人格和健康的个性。

4、毕业生应获的知识和能力：服装艺术设计专业的学生要具备较强的语言文字表达能力，热爱服装艺术设计事业，具备基本服装艺术设计中获取信息、处理信息能力，服装设计组织管理能力，并有较强的使用现代技术及计算机辅助设备能力；具有服装艺术设计学科的基本理论、基本知识，有较高的美学修养；掌握服装艺术设计学科的基本技能和学术研究、创新方法；掌握和运用现代设计技术，特别是平面辅助软件、网络技术的能力；掌握并能够初步运用营销学、心理学、设计美学等基础理论，具有良好的设计师职业道德素养和从事服装艺术设计的基本能力；了解服装艺术设计行业的前沿理论、应用前景及发展动态，以及平面艺术设计行业的新成果，具有一定的创造能力和自学能力；掌握文献检索、资料查询的基本方法，具有初步的科学研究和实际工作能力。

三、主干学科

艺术设计学、文学。

四、主要课程

服装概论、构成艺术、服饰图案、服装效果图技法、服装设计基础、主题设计、专题设计、服装结构设计、服装工艺学、服装材料学、服装色彩设计、服装立体裁剪、针织服装设计、服装 CAD 服装推板排码、计算机辅助设计。

五、主要实践教学环节

教学实践、服装市场调研、服装设计实习、专业考察实习、毕业实习等等，四年共安排 4~5 次，累计 6~15 周。

六、修业年限及授予学位

四年，文学学士。



一、 资格条件

(一)认同宝源企业文化和历史使命，为人诚信，拥有良好的个人品质和职业道德，爱岗敬业。

(二)能够较好的面对和处理工作中的压力，能够以发展和变化的眼光对待工作，善于接受新鲜事物，拥有良好的学习习惯，具备持续的自学能力。

(三)具有较强的沟通和语言表达能力。

(四)在宝源工作期间，有良好的工作业绩和绩效评价，具备较强的专业工作能力。

(五)大专(含)以上学历，35 岁(含)以下，在集团工作 1 年(含)以上。

二、后备人才的申报与选拔程序

各部门、各基地于每年的 6 月及 12 月上报本部门的后备人才名单。综合管理部根据各部门、各基地申报名单对候选对象进行审查、考核，筛选，确定人选，进入后备人才库。

(一) 申报

申报人填写《后备人才申报表》(附后)，通过以下方式上报综合管理部：

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/896153212042010230>