



北京工商大学

教育教学研究论文集

北京工商大学教务处 编



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE



北京工商大学

教师教学研究成果汇编

2015-2016年度

G642.0
11

北京工商大学教育 教学研究论文集

北京工商大学教务处 编

经济管理出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

北京工商大学教育教学研究论文集 / 北京工商大学
教务处编. —北京: 经济管理出版社, 2007.4

ISBN 978-7-80207-890-1

I. 北... II. 北... III. 高等学校—教学研究—文集
IV. G642.0-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 055401 号

出版发行: 经济管理出版社

北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 11 层

电话: (010) 51915602 邮编: 100038

印刷: 北京中献拓方科技发展有限公司 经销: 新华书店

责任编辑: 胡翠平

技术编辑: 晓 成

责任校对: 龙 萧

787mm×1092mm/16

26 印张 536 千字

2007 年 3 月第 1 版

2007 年 3 月第 1 次印刷

定价: 76.00 元

书号: ISBN 978-7-80207-890-1/F·763

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部

负责调换。联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974 邮编: 100836

前 言

近年来，为实现学校的跨越式发展，贯彻落实教育部《关于加强高等学校本科教学工作提高教学质量的若干意见》的有关文件精神，学校高度重视本科教学工作，采取各项有效措施促进教学质量的不断提高。学校实施了“品牌专业建设工程”、“精品课程建设工程”、“优秀教材建设工程”、“教学名师建设工程”、“实践教学建设工程”、“学分制改革工程”、“优秀人才培养工程”、“教学质量保障系统工程”、“教学管理信息化工程”、“优秀教学成果培育工程”十大教改工程，深化教育教学改革，成果显著。

《北京工商大学教育教学改革论文集》概括地展现了广大教师和管理人员积极参与学校教育教学改革，在教育教学改革各个方面的探索和创新，内容包括专业建设与课程建设、教学内容与课程体系改革、教学方法与教学手段改革、实践教学与实验室建设、因材施教与素质教育、教学管理等。经过专家的认真评审，共选入论文 94 篇。但由于论文集的篇幅有限，肯定会有不少很有价值的论文未能收入，难以尽善尽美，不足之处，敬请专家、同仁不吝赐教。

本论文集从编辑到出版，得到了各院系部及有关单位的领导、教师 and 教学管理人员的大力支持，在此，谨向为出版本书而付出辛勤劳动的所有人员表示衷心的感谢！

北京工商大学 教务处
2007 年 1 月

专业建设与 课程建设

调整专业结构 加强专业建设

杨凤霞

(北京工商大学 教务处)

专业是高等学校根据社会专业分工需要和学科体系的内在逻辑而划分的学科门类,是高等学校人才培养的基本单元。专业建设是高等学校重要的基本建设,也是高等教育改革和发展的根本任务之一。专业建设的一个重要任务是改善和优化专业结构,而专业结构调整必须从经济社会发展的实际需要出发,从“主动适应”和“保持特色”两方面进行老专业的改造和新专业的建设。既要有现代教育理念,又要有前瞻性思维,既要秉承优良传统,又要有所突破和创新,使专业改革和建设在实践中进取,在探索中发展。

一、我国高校专业设置与调整的简要历史回顾

回顾我国高等学校专业设置与调整的历史沿革,大致可分为如下几个阶段。

(1) 1952~1965 年。新中国成立前的高等学校不设专业。有计划地按专业培养人才是从 1952 年开始的,当时我国的高等教育参照前苏联高等学校制度,普遍设置专业,从而导致专业越分越细,专业总数迅速增加,到 1953 年有 215 种本科专业,1963 年有 432 种本科专业,1965 年有 601 种本科专业。这种对口设置专业培养人才,只重视单一的专业知识传授的结果,使得专业口径狭窄,学生知识单一,社会适应能力差。我国曾于 1961 年、1963 年进行了专业调整,修订了全国高等学校通用专业目录,但仍未彻底解决问题。

(2) 1966~1975 年。“文化大革命”期间高等学校停办了大量的专业。大搞违反科学规律的“理向工靠”,文科则搞经济、哲学、历史“三合一”专业等,专业设置混乱不堪。

1975 年,教育部提出加强基础理论和调整专业的意见,组织了高校专业调整班子,但由于受到“四人帮”的严重干扰和破坏,工作未能开展。

(3) 1978~1980 年。1978 年教育部提出了新时期专业设置与改造的意见,并积极实施,经过初步调整,截至 1980 年全国高等学校共设有专业 1039 种。

(4) 1982~1998 年。1987 年、1993 年、1998 年我国先后对本科专业进行多次

调整。1998年7月,专业总数调整为249种,这次调整结合我国国情和高等教育改革与发展的实际,借鉴国外高等教育专业设置的成功经验,形成了体系完整、较为科学合理的《普通高等学校本科专业目录和专业介绍》。

(5)自1998年教育部颁布新的专业目录至今,由于经济社会的高速发展对本科人才需求的多样性和紧迫性,一些社会急需的应用性、复合性学科应运而生,因此,教育部近年来批准设置目录外本科专业约有140余个。

二、我校本科专业结构调整的历史沿革

北京工商大学是于1999年6月经教育部批准,由北京轻工业学院和北京商学院合并组建的多科性大学。现由中央与北京市共建,以北京市管理为主,是北京市重点建设的大学。

在1999年北京工商大学组建时,原北京轻工业学院和原北京商学院的本科专业各为15个。原北京轻工业学院于1958年建校,隶属原轻工业部,是一所学科专业以工科为主,兼有文学、经济、管理等学科专业的工科院校,其优势特色专业有精细化工(现应用化学)、工业自动化(现自动化)、环境工程、高分子材料与工程等,有8个研究生硕士点。原北京商学院于1950年建校,隶属原国内贸易部,是一所学科专业以经济管理为主,兼有历史、法学、文学等学科专业的商科院校,其优势特色专业有会计学、工商管理、贸易经济、市场营销等,有8个研究生硕士点。

按照学校专业发展情况和历次教育部专业设置与调整要求,北京工商大学做过调整的部分专业设置与调整情况见表1。

表1 北京工商大学本科部分专业设置与调整情况

专业名称	专业调整的历史情况
贸易经济	原商业经济
国际经济与贸易	原工业外贸(专科)国际贸易
金融学	原货币银行学
保险	原保险学、金融学(保险)
财政学	原税务
统计学	原商业计划统计
工商管理	原企业管理
物流管理	原仓储运输管理、市场营销(物流管理)
信息管理与信息系统	原经济信息管理
财务管理	原理财学
会计学	原会计学、审计
环境工程	原轻工化学工程(轻工环保)
生物工程	原轻工化学工程(制浆造纸、发酵)、生物化工
应用化学	原轻工应用化学、精细化工

续表

专业名称	专业调整的历史情况
食品科学与工程	原食品工艺（专科）、生物化工（食品工程）
机械工程及自动化	原轻工机械、机械设计及制造等
高分子材料与工程	原塑料橡胶加工工艺（专科）、高分子材料
自动化	原轻工电气自动化、工业自动化
计算机科学与技术	原计算机及应用
法学	原经济法
英语	原英文、专门用途英语（科技）
工业设计	原产品设计（专科）

三、学校专业结构调整的措施与成效

自北京工商大学组建以来，学校依托原有学科优势，在专业设置上紧密结合国家经济与社会发展，特别是首都现代服务业发展的需要，将原有的学科专业优化整合，新增了一批社会急需的新专业，调整了部分专业及专业方向，加强了重点专业建设，促进了学科专业的交叉、融合。学校现有 35 个研究生专业（硕士点），36 个本科专业，学科门类覆盖经济学、管理学、工学、理学、文学、法学、哲学、史学等 8 个学科。

近年来，为了贯彻落实北京市教委《关于推进北京高等学校学科专业结构调整工作的实施意见》的精神，根据北京市提出的将我校建成现代服务业人才培养基地的定位要求，自 2002 年 3 月起学校着手学科专业结构的调整工作，由学校领导带队，各学院（系、部）教学院长、校内专家组成的工作组，多次深入到各学院（系、部）调查研究，听取关于学科专业建设与改革的情况汇报，现场研究解决本科专业建设中出现的实际问题。校领导主持召开多次会议，专题研究学科专业建设，统一思想和认识，并提出了学科专业建设改革的思路。根据《北京工商大学“十五”时期发展规划》，学校制定了《北京工商大学本科专业建设发展规划》，同时组织各学院（系、部）制定了相应的学科专业规划，并予以实施。

学校在《北京工商大学本科专业建设发展规划》中，提出了本科专业建设的指导思想和建设目标：“加强基础，强调应用，突出特色，重视交叉，改老扶新，赶攀一流”，保持和发挥我校以经济学、管理学、工学为主体的学科专业优势，通过学校学科专业建设和结构调整工作的实施，使我校形成重点突出、布局合理、结构优化、特色鲜明、协调发展的以经济学、管理学、工学三大学科中的优势特色专业为主干，基础学科和人文学科为基础，理学、文学、法学等学科的各专业为重要支撑，经过学科交叉、融合派生出的交叉（新兴）专业为新的生长点的新型学科专业体系。力争在 5~7 年内，新建成若干个颇具优势和特色的学科专业群、在北京市乃至全国同类院校中具有优势或特色的品牌专业和市级（或国家级）重点实验室，

使我校学科专业建设在质量和水平上有一个新的提高和突破。

根据学校专业建设目标,我校近年来有重点地、分期分批地对现有本科专业进行建设和改造。

(1)专业的改造以营造品牌专业为重心。实施学校“新世纪十大教改工程”中的“品牌专业建设工程”,按照《北京工商大学重点专业建设管理条例》,对会计学等10个师资力量较强、教学质量和基础条件好、具有鲜明特色且有发展潜力的专业进行重点建设,并给予经费支持,其中应用化学等6个专业为北京市品牌建设专业,国际经济与贸易等13个专业成为北京市重点建设和重点改造专业。

(2)按照市场需要,增设新专业。从北京市经济建设发展需要出发,增设了人力资源管理等一批与现代服务业和高新技术产业相关的新专业,并按照《北京工商大学新办专业管理规定》中新办专业评价指标体系和标准对新办专业进行建设和验收。

(3)积极改造传统专业。注重对有市场需求的传统专业的改造,如采用高新技术对机械工程及自动化、自动化等专业进行改造,同时遵循市场规律,对招生难、就业难的专业视情况停招、减招,如停招化学、包装工程专业,财政学、经济学专业视需求情况隔年招生等。

(4)重视学科专业融合。支持具有文理渗透,工、商融合的交叉专业(方向)的建设,如金融工程、保险精算、物流工程、商业自动化、广告经营与管理等。

(5)遵循“拓宽专业口径、柔化专业方向、增强适应性”的原则,适时调整专业方向,增强适应性,如增设汽车电子、经济新闻与媒介经营管理、广告策划与经营管理方向等。

(6)加大经费投入,为专业建设提供保障。学校近年来教学经费逐年增长,主要用于专业建设中的实验室建设、实践基地建设、课程建设、教材建设和图书资料建设等,同时争取北京市专项经费投入,加强专业建设。

学校通过学科专业结构调整和建设,促进了学科专业的交叉、融合,取得了明显成效。目前,专业总体布局与结构合理,形成了以经济学、管理学、工学学科专业为主,经、管、工、理、文、法、哲、史学科专业协调发展,相互融合、相互渗透、相互支撑的学科专业体系。

四、一点思考

我校的专业建设尽管取得了显著成绩,但同时也存在一些问题:如学校整体的专业优势和特色不够突出;在为首都培养服务性人才的办学和培养模式方面的研究还不够深入;现有的专业建设特别是新专业的建设需进一步加强。上述问题也是我校在未来的专业建设和调整中亟待解决的。

我校的专业建设与调整除了紧密适应社会经济发展对人才的需要,建立科学的人才需求预测机制,加大专业建设的力度外,笔者认为还应注意处理好以下几个关

系：一是要处理好学科、专业与课程的关系。学科、专业与课程是构成高等学校的三大基本要素，学科建设、专业建设与课程建设也是高等学校的三大基本建设，它们各有侧重，同时又相辅相成。课程是构成专业的元素，而专业的人才培养功能是通过课程实现的，课程要为实现专业的人才培养目标服务，所以课程建设要以专业建设为依托，这也是专业建设的基础。从时序上讲，学校的建设一般应是先有专业建设、课程建设，再是学科建设，而从提高和发展上看，任何一所大学培养的人才质量，都取决于这所学校的学科水平，要提高专业、课程的水平，必须提高学科建设的水平，所以学科建设是学校建设的龙头。学科、专业和课程相互包含，相互联系，相互依存，相辅相成。由于学科建设、专业建设、课程建设这三大基本建设都要涉及到队伍建设、条件建设和制度建设等方面，因此应科学地整合这三者的关系，统筹规划，整体推进。二是要处理好热门与冷门、长线与短线、传统与新兴的关系。这也是在专业结构调整和专业建设工作中需要特别注意的。

参考文献

1. 万燕生. 我国高校本科专业建设特色.《高等理科教育》2001 年第 4 期
2. 罗云. 关于学科、专业和课程三大基本建设关系的思考.《现代教育科学》2004 年第 3 期

创新人才培养与课程系统创新

王章旺

(北京工商大学 传播与艺术学院)

21 世纪是知识经济的时代,既是科学技术的竞争,也是艺术设计的竞争,因为设计艺术是现代工业文明的灵魂,是现代科学技术的统一,也是科技与经济文化的高度统一,这将在很大程度上改变世界产业结构和人类的生活方式。艺术设计专业作为艺术与科学技术的最佳载体,正在成为现代高等教育中一门不可缺少的独立学科。

一、艺术设计专业教育的历程

中国设计教育经历了从“图案”、“美术工艺”、“实用美术”、“工业艺术”到“工艺美术”再到“艺术设计”的发展过程。

我国高等教育 1999 年扩招以来,艺术类专业规模迅速扩大,据不完全估计,目前全国 1683 所普通高校 80%以上设立了艺术类专业,而且大多集中在实用艺术领域,招生数量的增长惊人。从全国 31 所独立艺术院校的本专科在校生人数来看,1996 年只有 18457 人,2003 年达到 82177 人,增长了 4.7 倍,而到了 2005 年达到 163266 人,增长了 8.8 倍。

我校艺术类专业同样如此,2000 年我校工业设计、艺术设计、广告学三个专业面向全国招收 110 名本科生,报考的人数仅为 2600 人;2001 年同样招收 110 名,报考人数增长为 6400 多人;2002 年招生为 200 名(实际招生 150 名),报考人数增长为 8300 人;2003 年招生为 150 名,报考人数增长到近万人;2004 年招生为 150 名,报考人数增长为 13000 人;2005 年增加了数字内容专业,招生为 220 名,报考人数增长为 14000 人。2006 年招生人数与 2005 年相同,报考人数增长为 20000 人,呈现逐年递进的增长态势。

综上所述,我国高等艺术教育事业近年来得到了巨大发展,基本形成了具有相当规模、学科专业门类齐全、教学水平较高的艺术设计教学体系。但是,发展中的艺术设计教育有很多值得思考的问题。

二、培养创新人才的新思路

“本校艺术设计专业教育比起其他院校有何优势？经过四年的学习能具备哪些能力？”这是新生入学作专业介绍时听到学生提出的第一个问题，也是教育工作者需要认真思考的问题。

中国美术学院教授葛鹏仁认为，教育革命主要是思维革命。不论是教授者还是被教授者，其思维都要进入信息时代，以全球化的眼光去选择知识。葛鹏仁教授从创新人才培养到课程系统创新，提出了革命是先进的代替落后的，教育革命不但要有新的知识内容，还要有新的知识传授形式。具体地说，就是从内容到形式必须体现社会化、信息化、智慧化、创意化。

山东工艺美术学院院长潘鲁生教授指出，评价高等学校教育办学水平的高低，不能仅看招生、毕业生人数，以及教学、科研的状况，还必须看其为地方发展服务带来的经济效益和社会效益。他强调指出：随着中国经济发展“由制造向创造”转型，设计在国民经济发展中的作用日趋重要，成为促进国家或地方经济转型，提高产品附加价值的重要途径。

葛鹏仁与潘鲁生教授的观点与我校“艺术服务市场”的办学宗旨都证明：在当前形势下，培养高素质的创新型人才应是高等学校的首要使命。更新教育观念，深化教育改革，构建高校创新型人才培养模式，是高等教育发展的必由之路。所谓人才培养模式，是依据人才培养的目标和质量标准，为培养对象设计知识、能力和素质结构以及实现这种结构的方式。从这个角度来看，创新人才的培养模式将从目标定位、培养水准及实现方略等诸多方面着手，谋求科学合理、贴近实际和卓有成效的课程系统创新构建。

综观人类发展历史，可以发现：创造性是人的本质特征，没有创造就没有人类的发展。任何一项创新活动，都是创造者创新精神（包括创新意识与创新思维）、创新能力和创新成果的完美统一。我们呼唤人类文明的进一步繁荣昌盛，就必须培养造就新一代具备从意识到能力的艺术设计创新人才。

三、课程系统创新实践

创新人才的培养，关键在于高等教育本身的创新。作为教师，我们首先关注的是教育模式、内容以及方法等直接元素的创新，探索每个教学过程的新模式，将是实现创新的有效手段。因此，寻求创新人才培养模式基本内涵实现的最佳切入点，是教育创新的关键所在，我校艺术设计专业方向跨学科专业设置正是选择了这样一个切入点。在信息社会，各种信息资源无不对创新实践起着重要的导向作用，新科技、新材料、新理念、新发明等都是学习、设计、创造有形的资源和信号。美国伊利诺伊斯工学院的查尔斯·欧文教授说：“我们要向学生传授三个方面的知识：一是创造能力；二是敏感能力；三是知识和技能。”这种敏感性的培养，对于设计师来

说更为实际,敏感于市场环境、敏感于各种信息、敏感于生活动向是现代设计师应该具备的素质。我们在创新人才培养、课程系统创新设置上应参照这个原则。为此根据我校工与商相结合的特点,艺术设计专业开设了视觉传达设计、展示与环境设计、装饰艺术设计三个专业方向,并确定了每个专业方向与其他院校不同的教学与科研的突破点,确立了我校办学的特色。

(1) 视觉传达设计方向,以开放的中国市场为依托,突出艺术与科学相结合的特色,培养面向现代化、面向世界、面向未来,适应 21 世纪国家经济建设需要,富有创新思想、基础扎实、知识面宽、实际应用能力强,能够从事销售设计的复合型、应用型创新人才。

课程系统设置以其他艺术院校淡化的商品包装设计课程为主线,突出艺术与科学相结合、艺术教学服务市场的专业特色,注重国内外商品销售包装设计全方位的市场、消费、创新理念的培养与开发。基础理论课设置包括:中国艺术设计史、世界现代设计史、消费心理学、市场营销等课程;专业基础课设置包括:摄影、装饰、设计基础,设计创意与表达,计算机平面、造型、动画设计等课程;专业设计课设置包括:容器造型、纸盒结构、包装装潢设计、品牌设计、广告设计、书籍装帧设计、印刷工艺等课程;同时还设置了销售设计、旅游工艺品设计、陶艺设计、品牌设计等社会实践课程。课程系统的设置注重了基础理论扎实,现代化手段熟练,社会实践生动,教学与企业、市场、消费者关系结合紧密的务实与创新特点。

科研方面,我们重点研究了加入世界贸易组织后我国包装设计艺术的新发展,研究商品包装设计教学与艺术服务市场的新关系,研究信息社会包装设计艺术的新理念,研究新时期视觉传达设计的教育模式等新课题。

(2) 展示与环境设计方向是我们的重要创新点,将展示设计与环境设计两个极具竞争力的专业综合为一体,21 世纪的工业、科技与房地产业的飞速发展,为展示与环境设计带来了勃勃生机,其专业方向的设置,开阔了学生的视野,拓宽了毕业生的知识面与就业面。

本专业方向培养具备展示与环境艺术设计的创新、强调技术与艺术相结合的办学宗旨,研究人、社会、环境三者之间的关系,能在展示与环境领域从事设计、研究、施工和管理等方面工作的专门人才。尤其注重对具有商业展示与环境设计跨学科的双重技能人才的培养。

课程系统设置,注重展示与环境艺术设计的基础理论的讲授与社会实践能力的培养。基础理论课设置包括:设计心理学、环境心理学、中外建筑史、世界现代设计史等课程;专业基础课设置包括:摄影、装饰、设计基础,设计创意与表达,建筑初步,展示、园林设计基础,制图与人机工程,建筑形式美的法则,计算机展示、动画设计等课程;专业设计课设置包括:商业环境展示设计、橱窗设计、照明设计、室内设计、景观设计、园林设计、展览展示环境设计、欧洲环境艺术欣赏等

课程；同时还设置了民居园林考察与测绘实践、商业环境考察与测绘实践、展示环境市场调研实践、建筑与景观速写等实践环节，真正将展示与环境艺术设计理论与实践紧密结合起来。

科研方面，研究展示与环境设计的有机联系重点放在商业展示环境的发展课题上。如研究教育如何适应信息时代展览业的发展、研究新时期商业环境展示设计的新趋势等课题。

(3) 装饰艺术设计方向以毛主席的“古为今用，洋为中用”为指导思想，以传统装饰工艺设计、现代装饰艺术设计为主线研究旅游工艺品设计的专业发展思路。在现代生活质量提高的同时，艺术装饰越来越成为人们陶冶情操的必然需要，旅游事业的发展也带来了旅游纪念品市场的极大需求。

课程系统设置，在前期与其他方向专业基础理论基本相同的情况下，专业课设置了包括传统装饰工艺设计、现代装饰艺术设计、综合材料艺术设计、公共艺术设计、器物造型设计、旅游工艺品设计等课程，并设置了社会实务课程设计和旅游工艺品课程设计的实践教学环节。其中传统装饰工艺设计、现代装饰艺术设计及综合材料艺术设计专业课程为旅游工艺品设计课题奠定了开发的基础。以传统装饰工艺设计课程为主线，挖掘、学习、继承民间工艺，以现代装饰艺术设计及综合材料艺术设计为辅线研究旅游工艺品设计的新理念是我们确立科研方向及研究的新课题。抓住“入世”及奥运机遇，面向世界与未来，为继承与发展我国传统艺术瑰宝，学习国外先进的现代艺术精髓，开发我国的旅游工艺品市场，这是我们努力的方向。

通过我校多年的创新人才培养与课程系统创新实践使我们得知，艺术设计教育和其他学科的教育最大的不同之处在于它没有一个统一的教育模式。以前，许多国家都希望有个统一的教育体系，但由于各个国家、地区的社会状况不尽相同，有的差别很大，于是市场对设计人员的需求就各有侧重，造成艺术设计教育体系非统一化的趋势。如今，大家已然取得了共识：多元化是艺术设计教育发展的方向，艺术设计教育只能因地制宜，因国情设立，因市场需求而发展，并且随时都处在一种为应付变化的市场、社会需求而改变的状况之中。

在新的时代和新的形势下，建立艺术设计人才培养的模式必须有全新的设计思维，重点突出“创新”二字。中国要在 21 世纪的国际艺术设计领域占有一席之地并具有强大的竞争实力，就必须从国情出发，优化办学模式，克服盲目照搬办学模式的倾向，培养出大批具有创新意识和创造发明能力的艺术设计人才。因此，院校之间应该按照不同的艺术设计教育思想办学，形成以传统文化地方特色的艺术设计教育为目标，按市场需求而发展，因市场变化和需求而改变。艺术设计的发展终将不能脱离传统文化和国情特色，建立适合我国国情和市场需要的艺术设计教育体系具有特别重要的意义。

从人力资本理论角度看高校 人才培养模式

石 松

(北京工商大学 教务处)

1999 年以来,我国本科人才的培养规模不断扩大,但随着经济社会结构调整的不断深入和整个社会就业压力的不断增大,本科毕业生的就业问题逐渐凸显出来,相应的,学校培养的毕业生的质量就成为了就业市场上准入的一个标准,而这一标准直接与高校人才培养模式紧密相关。

人力资本理论认为,在各种资本投资中,对人的投资是最有价值的。接受教育可以提高一个人的劳动生产率,从而增加其受雇用的机会。中学生也是因为抱有大学毕业后可以找到好工作的想法,才选择挤上“独木桥”进入大学。因此,高等学校的人才培养模式将对他们的就业产生很大的影响。本文中我们借用人力资本理论来分析高等学校人才培养模式。

一、人力资本理论关于人力资本一般性和专用性的解释

著名的人力资本理论学者贝克尔认为,人力资本的形成来自于劳动力的投资,它“包括正规学校教育、在职培训、医疗保健、迁移,以及收集价格与收入的信息等多种形式”(贝克尔,1987)。在对在职培训的分析中,贝克尔把在职培训分为一般培训和特殊培训。所谓一般培训,是指雇员接受的这样一种培训,这种培训在雇员离开接受培训的企业到其他的企业工作时,仍然会发生作用。比如,在一家银行培养出来的理财顾问,在离开这家银行后,其所拥有的知识在其他银行仍然是有用的。也就是说,所有企业都可以享受到因培训导致生产率提高带来的好处。特殊培训则不同,这种培训只在提供培训的企业内发挥作用,雇员离开本企业而到其他企业就职时,这种培训就失去作用。比如贝克尔提到的军队的例子,在军队中,某些培训就是特殊培训,这些培训在民用部门用处极少,比如宇航员、战斗机驾驶员等。特殊培训所带来的劳动生产率的提高在提供培训的企业和其他企业是不同的。在培训属于完全特殊的情况下,只有提供特殊培训的企业才能享受由这种培训所导致的劳动生产率提高而带来的收益,其他企业不会享受到特殊培训带来的生产效