



林润惠 等著

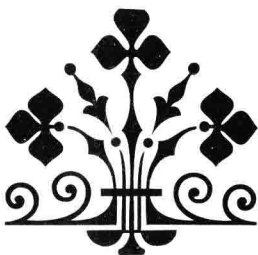
高职院校校企合作

—— 方法、策略与实践



清华大学出版社





高职院校校企合作

—— 方法、策略与实践

林润惠 王玫瑰 廖俊杰 著
揭广川 谭辉平 李作为 官春平

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书通过长期的企业调研、社会调研及校企合作实践的积累,在全面综合、理性分析的基础上编写成文。全书高度概括了校企合作的重要性,对于校企合作过程中的程序、内容、要求等进行了详细的解释说明,分析了校企合作中可能遇到的问题,并提出了解决问题的相关途径和方法以及较为完善的管理制度。

本书既可作为职业院校的管理者、教师参考用书,也可供与职业教育有关的政府官员和热心职业教育的企业家、企业工程技术人员及管理人员阅读参考。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

高职院校校企合作——方法、策略与实践/林润惠等著. —北京:清华大学出版社,2012.3

ISBN 978-7-302-28135-1

I. ①高… II. ①林… III. ①高等职业教育—产学合作—研究—中国 IV. ①G718.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 027103 号

责任编辑:朱怀永

封面设计:付瑞学

责任校对:袁 芳

责任印制:杨 艳

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座

邮 编:100084

社 总 机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者:北京国马印刷厂

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×240mm

印 张:12.25

字 数:258 千字

版 次:2012 年 3 月第 1 版

印 次:2012 年 3 月第 1 次印刷

印 数:1~2000

定 价:26.00 元

产品编号:046303-01

前 言

随着校企合作的不断深入,校企间的合作已不仅是个别学校和少数企业的问题,而且是职业教育发展中亟待解决的方向性问题,是构建现代职业教育体系的关键节点。许多先行的学校大多是摸着石头过河,尤其是在校企合作过程中出现的一些以前从未遇到的问题,可能成为合作双方难以逾越的障碍。

本书作者通过较为深入的企业调研、社会调研和长期的校企合作实践,分析了目前校企合作中出现的某些现象,根据教育部对职业教育的指导意见,结合我国职业教育的发展现状,本书对校企合作发展进行了系统深入的探讨。参考国内外职业院校的做法;归纳各方专家的观点、建议,总结成功的经验和失败的教训;辅以正在实践的项目的预期和对未来展望的设想,《高职院校校企合作——方法、策略与实践》一书便出版面世了。本书一方面将有关的零散问题做出归纳,同时力求将抽象的理论变成形象的操作,将某些操作加以规范,并以分类条款的形式撰写,提出在校企合作中学校和企业可以做什么,不能做什么。从宏观上来看,本书可指导一所学校或一个专业的校企合作;从微观上来看,或许合作协议的细则就可直接借鉴书中的若干条款。同时,学校的相关部门可以此为据制定相应的规章制度,以强化校企合作的精细化管理,完成校企合作的制度建设。

当然,不同的学校有不同的背景及校情,就有不同的校企合作实施方法和经验,创新的理念与模式,而这些必将引领校企间的合作走向新的高度。

在本书撰写期间,高海燕、陈冬梅、周汉辉、李青、张伟强等老师提出了很好的意见,在此表示感谢。限于水平,书中还存在不少的问题,请广大读者不吝赐教。

作 者

2011年10月

目 录

一、校企合作的背景观察与分析	1
(一) 校企合作中双方社会分工的背景分析	1
(二) 对企业的观察与定位	2
(三) 企业寻找与之合作的高职院校的依据	7
(四) 学校寻找合作企业的方式	8
(五) 校企合作的调研	9
(六) 行业协会与商会的分析	12
二、校企合作的动机	14
(一) 校企合作动机(企业方)	14
(二) 校企合作动机(学校方)	18
三、校企合作面临的问题	23
(一) 企业对介入职业教育不感兴趣的原因	23
(二) 在校企合作中企业不满意学校的原因	24
(三) 在校企合作中学校不满意企业的原因	24
(四) 校企合作要解决的几个问题	25
四、与不同类型企业合作的内涵与要点	28
(一) 合作企业类型分类	28
(二) 与不同类型企业合作的注意要点	28
(三) 与传统企业的合作	30
(四) 与技术进步迅速企业的合作	30
(五) 与不规范的中小企业的合作	31
(六) 充分利用缺乏资金资源的合作单位	32
(七) 不能合作或慎重考虑合作的企业	32

五、不同类型专业的校企合作内涵与要点	34
(一) 工科类专业的校企合作	34
(二) 文科类专业的校企合作	35
(三) 艺术类专业的校企合作	37
六、校企合作的原则与条件	40
(一) 校企合作办学引进企业的原则	40
(二) 政府在校企合作中扮演的角色	40
(三) 校企合作中学校必须坚持的原则	41
(四) 学校在合作中的超前度	42
(五) 校企合作办学的条件	42
七、校企合作的机构组织、制度建设及人员职责要求	44
(一) 校企合作办学机构	44
(二) 校企合作办学所必须建立的文件	44
(三) 合作办学双方的权利与义务	45
(四) 校企合作中学校方各级人员的职责	46
(五) 校企合作管理机构的职责	47
(六) 企业人员在学校中担任的角色	48
(七) 企业派出长驻学校的联络员	50
(八) 对企业方人员进驻学校的要求	51
八、校企合作中的财务与资产管理	53
(一) 校政企合作办学中要求政府与企业投入的理由	53
(二) 争取政府与企业投入的校企深度合作办学项目的准备文件	54
(三) 产权归属问题	55
(四) 课酬与交通补贴、误餐补贴的发放	56
(五) 奖学金、奖教金与专项奖金	57
(六) 校企合作办学教学过程中发生的费用	58
(七) 企业为学校投入的资金使用	58
(八) 校企合作办学中的财务管理	59
(九) 校企合作办学中的资产管理	59
(十) 合作双方的设备问题	60

(十一) 股权问题	61
九、校企合作办学的学生管理	62
(一) 学生权益保障	62
(二) 校企合作过程中学生心理的调节	63
(三) 顶岗实习中的师生党团活动的规范	64
(四) 校企合作中的学生思想政治工作	64
(五) 招生形式	65
(六) 就业途径	65
(七) 班主任在学生顶岗实习中的工作	66
十、校企合作的程序	68
(一) 学校说服企业与之合作的方式	68
(二) 合作的程序	71
(三) 合作时间	73
(四) 终止(中止)合作与撤出机制	73
(五) 校企合作绩效评价不好企业的退出	73
十一、校企合作的内容	74
(一) 校企合作的主要内容	74
(二) 校企合作进行教育研究	76
(三) 合作开发课程	76
(四) 合作编写教材	78
(五) 合作制作教具、仿真设备	79
(六) 校企合办企业报刊杂志	80
(七) 校企合作共建企业网站	81
(八) 校企合作共建文化传承与传播基地	82
(九) 校企合作培养学生的创新能力	83
(十) 校企合作培养学生的创业能力	84
(十一) 校企合作举办技能大赛	85
十二、校企合作人才培养的具体要求	86
(一) 企业人才培养标准与学校人才培养标准的协调	86
(二) 将生产任务转化为教学任务的规范	87

(三) 合作办学专业的时间介入	89
(四) 学校教学计划与企业生产的衔接问题	89
(五) 入学教育	90
(六) 教学过程	90
(七) 实习动员	91
(八) 专业与企业合作的要求	92
(九) 学生在企业实习的扩展学习	93
十三、校企合作的模式、形式与层次	98
(一) 校企合作办学的模式	98
(二) 合作的深度	99
(三) 校企合作的形式	99
(四) 厂中校模式	100
(五) 校中厂模式	101
(六) 校企合作联盟	102
(七) 国际化的校企合作	104
(八) 校企合作办学的教学模式	106
(九) 订单班	108
(十) 合作办学涉及的跨系设置专业	108
(十一) 校外实习基地	109
(十二) 校企合作双方挂牌选择	110
(十三) 校企合作办学的层次	111
(十四) 校企合作联合培养专业学位硕士研究生	112
十四、校企合作开展科研与社会服务	113
(一) 科研	113
(二) 技术服务	114
(三) 孵化创业	114
(四) 新技术传播	115
(五) 企业员工培训与考证服务	115
(六) 为企业员工尤其是农民工进行培训的内容	116
(七) 学校进驻企业或高新产业园区	117
(八) 校企合作共建新企业	118
(九) 为企业升级转型服务的具体操作	118

(十) 教师在技术服务中的作用	119
(十一) 服务平台的建立	120
(十二) 知识产权	121
(十三) 合作申报专利	121
(十四) 学校为企业开展“诊断”与“体检”服务	122
(十五) 向企业展示学校的资源	124
十五、校企合作中的学生素质培养	126
(一) 校企合作中学生隐性能力与素质的培养	126
(二) 校企合作中将工业文化融入职业教育	126
(三) 提高学生适应企业所需的素质而采取的措施	130
(四) 企业环境转化为学校的企业仿真的软环境	134
(五) 大学生课余与假期社会实践	137
十六、校企合作中的师资培养	138
(一) 校企合作办学的企业兼职教师	138
(二) 企业兼职教师的资格与培训	138
(三) 校企合作过程中教师到企业锻炼的安排	139
(四) 促进教师积极参与校企合作的措施	139
(五) 学校教师在企业的培训要点	140
(六) 企业兼职教师的培训要点	143
(七) 校企合作中的师资培训形式	147
(八) 兼职教师的考核	147
(九) 优秀企业兼职教师标准	148
(十) 校企合作共建名师、名专家工作室	149
(十一) 校企合作专家的培养	150
十七、校企合作的运行与管理	151
(一) 学生在学习与实习的教学质量的保障	151
(二) 企业在校内的生产	151
(三) 顶岗实习的管理	152
(四) 校企合作中的场地管理	153
(五) 校企合作项目的检查	154
(六) 企业派驻合作办学机构负责人必定要参加与可选择参加的会议	155

(七) 校企合作中各专业的无界化合作	156
(八) 毕业生的质量跟踪	157
十八、校企合作的互动	159
(一) 校企合作办学的互动	159
(二) 校园文化与企业文化	159
(三) 合作双方的决策	161
(四) 维系校企联系的形式	161
(五) 校企合作的稳定性	162
(六) 校企合作中寻求更高的动力支持	162
(七) 编写《校企合作企业介绍汇编》	163
十九、校企合作中要解决的其他问题	165
(一) 计划外企业活动的安排	165
(二) 关于合作期间档案的处理	165
(三) 证书(企业证书)的考取	166
(四) 双方的名称、照片、标志使用	166
(五) 校企合作中的廉政建设	167
(六) 校企合作中矛盾的产生与冲突的解决	169
(七) 多家相同类型企业争相与学校合作的对策	175
(八) 基础课教师在校企合作中的任务	175
二十、校企合作的绩效评价	177
(一) 绩效评价	177
(二) 对企业的评价	178
(三) 对校企合作整体情况的评价	178
(四) 校企合作成果展示	184

一、校企合作的背景观察与分析

学校与企业之间要进行合作,需要对合作背景进行以下观察分析:

- (1) 了解清楚为何要合作;
- (2) 企业的现状如何;
- (3) 合作的目的是什么;
- (4) 合作的前提条件是什么;
- (5) 合作双方期待的收益是什么。

这个了解的过程,无异于给企业“照一次 X 光”,把企业了解透,摸清楚这些问题,合作双方就容易正确定位,有助于合作的顺利开展。

(一) 校企合作中双方社会分工的背景分析

1. 高校的职能

(1) 人才培养。人才培养是高校的根本任务。高校所有的工作全部是围绕培养人才而进行。高职院校主要是培养专才而非通才。学校要想方设法提高教学质量,创新人才培养模式,完善质量保障与监督机制,培养德能兼备的高端技能人才。

(2) 科学研究。科研是高校一项重要的功能,也是增强高校竞争力的一个重要标志。高职院校关注的是应用性的科研,要大力与企业合作进行应用技术的研究,提高自主创新的能力,促进科研成果的转化,做好高新技术的传播,加强产、学、研合作,使学校的科研成为企业发展的助推器。

(3) 社会服务。服务社会是高校的一项重要职责与使命,开展有偿与无偿的服务,建立高校与社会的互动,在信息咨询、社会培训、学校参与企业服务等领域,以服务求企业的支持,向社会提供高校的各种资源,热心为社会服务,通过服务提升教育水平与质量。

(4) 文化传承。学校是文化传承的载体之一。古今中外的文化,都可通过学校得以继承与传播,对学生的价值观、审美观、历史观、国际视野、个人修养、道德的形成等方面带来巨大的影响。学校通过弘扬先进文化,探讨文化的功能,形成社会主义核心价值观,这对于人才培养、科研与社会服务无疑起到很好的推动作用,增加软实力的影响,才能为中国的崛起服务,为推动人类文明做出贡献。

2. 企业的责任

(1) 经济责任。企业是以盈利为目的的经济组织,企业必须生产经营,必须提供服务,

否则不叫企业。企业的生产、服务将丰富人民的物质生活与精神生活,企业必须创造利润,否则无法生存。企业要想办法获取利润,降低成本,保证利益相关者的合法权益。

(2) 守法责任。企业在生产与服务过程中,要遵守国家的法律,依法纳税,依法用工,依法生产,合法经营,合法贸易,承担责任,维护市场公平,遵守质量法规,反对不正当竞争,尊重知识产权等。

(3) 伦理责任。首先,人本伦理责任,企业要解决就业,关心员工,关心人权,让员工有发展的空间。其次,企业要有社会伦理责任,与企业息息相关的社会消费者、员工、供应商、股东、政府等要有诚信,生产合格产品,有义务支持文教卫生事业,合法竞争,合法盈利。另外,企业还要有生态伦理责任,即尊重自然,保护环境,减少污染,节约能源,绿色生产,让自身与社会都能可持续发展。

(4) 慈善责任。这是企业的一种重要的社会责任。企业要参与创造和谐与安定的社会环境,介入教育、医疗卫生事业与社会保障事业,参与城乡建设与公共设施建设,这既可以弥补国家、社会某些专项资源的不足,企业家也可以借此成为好的社会公民。一些企业对这一责任采取了逃避的态度,也有不少企业的慈善行为是低调的。

3. 校企合作的基础

(1) 根据《中华人民共和国职业教育法》的规定,高等职业教育根据条件和条件由高等职业学校实施,或者由普通高等学校实施。当然,企业也可以办学,但学校的功能,企业是无法完全取代的;企业的责任,学校同样也是无法完全具备的。学校与企业的社会分工各有其固定的领域。因此,对于培养人才来说,虽然学校与企业都有责任,但学校无疑是教书育人最重要的主体。

(2) 企业会因必须创造利润而派生出很多企业利润至上的做法。不少企业认为行善只是道德追求,并没有上升到社会责任的层面,慈善的文化氛围不足。这样的环境对校企合作是不利的。另外,慈善是单方面的行为,而校企合作是双方的行为,目标是要达到双赢,与慈善行为是不同的。

(3) 学校也可以具有企业的某些责任,但不是必须要做的,例如校办企业,在某种意义上说,只是辅助性的。由于学校具备了企业责任的某些基础,与企业容易沟通,有共同语言。

(4) 企业也可以具有学校的部分责任,有些是自发性的;出于企业的需求,有些是被动的,受某种因素的影响而建立。由于企业也有该方面的需求,因此需要介入职业教育。

总体上说,企业责任与学校的功能发生了交叉,有重叠部分,有交集,交集的范围可以不断扩大,但互不取代。这就是校企合作的基础。

(二) 对企业的观察与定位

知己知彼,百战不殆。对初次接触的企业要有一个全盘的观察与研判,多方面了解企业,取得基本的印象并给予定位,确定是否可以合作或在哪些方面合作,确定到什么合作程

度,要基于以下的观察点。

1. 与本校专业的关联性

要看企业的合作要求与学校的专业是否相关联。若没有关联,从人才培养的角度考虑,难以合作,只能从另外的合作项目考虑,或不考虑合作。

2. 企业规模

一般情况下,企业规模太小,表示实力不足,合作程度有限。要合作办学,应考虑具有较大规模或具有一定实力的企业。但也不排除与小企业合作,只是合作的项目应有所侧重。

3. 企业的属性

确定企业的属性是学校寻求合作对象的对话基础。一般而言,企业属性包括下列几个方面:

(1) 一般指企业属于哪一级管理,比如中央企业、省属企业、市属企业。经委等部门有时指大行业属性,比如工业、商业、建筑业等,行业部门有时指具体行业名称,比如钟表、造纸、酿造等。

(2) 企业类型一般指大、中、小型。

(3) 企业登记注册类型一般指营业执照上的企业类型,如股份公司、有限责任公司等。

(4) 企业的创新度,如高新企业、创新型企业。

4. 企业的合作动机

在洽谈校企合作时要逐步摸清企业的合作动机,有利于判断是否可合作。若能合作,要判断合作的目标与方向、合作的紧密程度,并根据企业的合作动机明确告知对方有哪些目标可能达到,哪些目标不能达到。

5. 与企业的距离

本来距离不是合作的障碍。但对一般的合作而言,尤其是有学生到企业实习的合作,要考虑学校与学生和企业的负担是否能承受交通费、联系的成本。企业若能承担交通成本,远距离的合作也可以实现。

6. 企业要求学校做什么事情

这是关键的问题。可以让企业先提出要求学校做什么事情,然后校方结合专业与学校的实际情况告知企业,学校能做到什么,尽快沟通。有些要求不能马上回答,例如提及需要合作场所,作为谈判者不能立刻作出决定,要看学校是否有场地资源,并要与相关主管部门商量后才能回应。

7. 对职业教育的热情

企业家对职业教育的热情反映了其对企业战略的思维高度及社会责任心。热心职业教育的企业一般情况下有兴趣与学校进行深入交流,合作办学的可能性将会增大。一个对职业教育不热情的企业负责人,一般情况下只是从利益出发考虑合作办学。因此,当合作办学营利能力弱,甚至不盈利的情况出现时,企业会丝毫不顾及学生的利益,断然中止合作。但

也不能要求所有的企业都很热心。当然,合作的方向不一定是培养人才,也可以在技术服务或其他方面进行合作。

8. 对人才培养的熟悉程度

不少企业都熟悉如何培养人才,只不过社会分工不同,大多数企业没有精力也没有能力做这方面的工作,而一旦有机会,它们会提出很好的建议。因此,了解企业在这方面的情况,有利于朝更深度合作的方向洽谈。对于根本没有关注人才培养的企业,可能只提出人才在哪些方面不足,而没有提出应该怎样培养的具体建设性意见,这样的企业或具体的合作者,在将来合作的过程中就要适当考虑,如委派什么样的人来共同制订教学计划等事宜。

9. 企业技术的先进程度

合作企业的技术先进程度影响到人才培养的超前与滞后。选择技术相对超前的企业合作,使学生能掌握较新的技术设备所需要的技能,有利于增加毕业生就业竞争力。

10. 国际化程度

企业国际化程度越高,一般情况下对人才的要求越高。与这类企业合作,有利于培养高素质的技能人才,也更有利于与国际标准对接。

11. 产品的情况

要考察企业的产品是否畅销,产品的质量是否达到国家标准或国际标准的要求,是否有竞争力,是否属于低环境负荷与低碳的产品,在工业设计方面是否有优势等。深入了解产品情况,可以对一个企业的现状与未来作出初步的判断。

12. 在行业中的位置

具有引领行业的位置或在行业中称“老大”的企业,无疑是合作的最佳伙伴。因其具有各方面的影响力,与其合作,将会影响一大片,其他企业会随之与学校合作。但要注意,这类企业往往技术力量先进,规模较大或是在创业过程中有过人的本领,企业家自信程度高,不太注意一所高职院校的出现,一般学校对其没有吸引力,容易对学校摆出傲慢的姿态。

13. 是否愿意为合作提供资源

这是合作的核心。企业在全面了解学校合作意愿的基础上,若能提供资源,如设备、技术、软件、师资乃至资金等,说明合作已具有很好的基础,可以更深入地合作。若是企业不愿意提供资源,则学校会对企业的合作动机有所怀疑,或认为不值得合作。但有两种情况例外:一是在企业还没有全面了解学校和合作基础的情况下,学校太急于表达需要企业提供资源的强烈意愿,令企业反感;二是企业还需要时间详细考察与思考,不急于表达。校方谈判者需注意把握提出问题的时间和分寸。

14. 企业负责人的思维

全面了解企业负责人或老板的思维,看其是否保守、超前、平和、激进、超常规、随大流等,以便在合作时根据其思维表达,适时提出校方的意见,会对合作互动形成一致带来好处。例如,若企业负责人思维超前,则不能提过于保守的意见。但若遇到一些原则的问题或涉及

办学理念的核心问题,该坚持的还得要坚持,不应一味迁就企业。

15. 目前企业存在的问题

这是有的放矢的前提。清楚企业目前存在的问题,可以有针对性地提出解决方案,从而容易取得合作的成果。企业也将乐意促成这类合作。

16. 企业今后的发展方向

人无远虑,必有近忧。了解企业长远的发展,学校对人才培养的各个方面要随之配合,及早作出调整。若有的企业已是临近淘汰大限还毫无察觉,则应慎重考虑是否值得合作,例如其产品技术含量不高,属于劳动密集型企业,到目前还没有长远的考虑,则有可能在合作过程中出现企业倒闭的尴尬局面。

17. 企业的人才状况

了解企业的人才状况,要摸清几项指标,如大学生的数量与比例、博士与硕士的比例、工程技术人员比例以及管理人员的比例,人才通过何种方式聘请、培养或晋升,摸清企业在用人方面的现状与取向,及时调整合作中人才培养的互动目标。

18. 企业的产品销售或服务营运状况

根据学校专业的需要全面了解企业的产品销售形式或服务情况,针对可合作的部分提出学校的意见。若产品的销售形式新颖,或服务水准很高,学校无疑要将其纳入到人才培养方案中,作为建设标准;若水准还不高,学校应通过校企合作全面帮助企业提升。

19. 企业对新技术、新理念的敏感性

这主要是考察企业是否与时俱进。若企业对原有的技术、原有的理念比较满足而不思进取,则它不是创新型的企业,学校方要将新的技术带入到企业会有难度,或学校不容易有新的合作机会。相反,若企业对新技术与新理念敏感,则在合作中有较多的机会提供给学校发挥与展开。

20. 接受学校师生到企业实习或锻炼的可行性

一般情况下,在合作洽谈初期,就要谈到涉及学校师生到企业实习或锻炼的可行性。因为这是合作的重要目标。若企业能接受,要具体讨论人数、岗位轮换、实习指导乃至学生就业等问题。若由于企业原因,不能接受学生或教师实习,则要修改合作的目标。

21. 企业的科研与产品设计、开发状况

要全面考察企业的科研与产品设计的力量、现状、计划与今后的方向,这样才能与学校本身的力量作一个比较,看是否可能对接或承接,做到心中有数,并要对其中的一些项目有一个基本的判断,以向企业作出承诺。

22. 企业的产业前景

这是合作的基础。与学校合作的应是朝阳产业的企业,若是属于国家明令淘汰的产业,与之合作要非常慎重,否则后患无穷。若不易判断,可加强观察与了解。有些产业属于传统产业而非夕阳产业,只不过面临升级或改造,这类企业不可误判。同时要注意一些号称“新

的产业”,其风险极大,要注意判断和及时调整合作的程度,不要受其影响太大。

23. 企业的管理规范程度与先进性

企业的管理是井井有条,还是混乱不堪;是有效管理,还是低效管理;是使用先进手段,还是留恋于传统的方式;是否采用工业工程方法对企业进行诊断与体检等,校方都需要了解,为的是在合作时判断学校方在这方面所能发挥的力量和自身的定位,以便权衡应该对企业作出哪些承诺。相反,若企业有先进的一面而未能为学校所知,学校应虚心学习,并把有关的方面融入教学之中,提高人才培养质量。

24. 企业与其他学校合作的情况

若企业之前没有和其他学校合作,则一切都是从头开始,没有框框,自由度相对较大。若企业已与其他学校合作,必定有过经验与教训。这时,校方应请教企业,让其介绍,好的继承,不好的需避免。此外,针对目前正在与之合作的学校的合作情况,详细制订企业与本校的合作战略与细则,要以较好的合作为目标,全面超越已有的合作,而非低于原有的与其他院校的合作。

25. 企业改革的情况

要了解企业的改革尤其是国有企业的改革,是否有活力,是否合理,是否更先进,是否对校企合作有利等,为进一步的合作提供背景。

26. 企业的专利现状

这方面可以说有两个极端。有不少企业的专利已到了申报国际专利的级别,但仍有不少企业到目前为止还没有自身的一项专利。学校要对其作一个研判,估计在帮助企业取得专利方面还可以做什么事情,作为技术服务的一项重要内容。

27. 企业家的背景

对于企业家的学历、经历、出身、爱好、眼光、思维、目标等,学校都需要了解。清楚这一背景,有利于合作时的合作目标定位,也有利于进一步的交流。

28. 企业用人标准与用人方式

考察企业对人才使用的理念、标准,包括职位提升的标准与过程,包括如何用人,一般在基层锻炼的时间、形式,如何根据个人的特点安排岗位与职位。这样,可针对到该企业实习与就业的学生进行培养。若企业的用人标准与用人方式不规范,特别是对于一些不愁招不到人的企业,确实会出现人才过多而没有用好的情况,则要考虑如何合作或是否可以合作。

29. 企业有较多的校友

企业有较多的校友,说明企业欣赏学校的毕业生,有其一定的合理性。但校友过多有时不一定是好事,要具体分析。有些企业虽然校友多,但并不在一起工作,而是分散工作,这样的话是没有多大影响的。另一种情况是虽然都要一起工作,但互不相干,不构成竞争,这种情况也是可以认可的。但若都挤在一起,不但人数众多,还构成激烈竞争,甚至出现“窝里斗”的情况,则不可接受。若企业继续要求合作并要求学生在企业就业,这种情况就要慎重

考虑,从长远来看,也许不一定要考虑。当然,也可以采取隔一段时间再合作的形式,但也要有学校学生分布的战略考虑。

30. 企业的行政架构

清楚企业的行政架构,有利于合作期间的操作,最起码知道万一出现问题时应找哪个部门,找哪一位领导,有利于合作的顺利进行,同时也清楚新的计划要找哪个部门方可实现。

31. 企业吸引人才的情况

对于企业的薪酬、福利、待遇、业务培训、工作环境、升职、住房、人际关系、职称等,都要了解清楚,这对人才的培养有帮助,也有利于有针对性地做相关学生的工作,让其愿意留在企业工作。

32. 生产任务转变为教学任务的可能性

将生产任务变为教学任务,在老师的指导下让学生完成真实的工作,是校企合作的一项重要内容。但要经过评估,评估该任务的技术含金量,是否达到人才培养方案或教学大纲的要求,时间的衔接是否许可,任务的工作量有多大,指导力量是否能胜任等。

33. 企业的社会地位与影响

企业在社会中有何种地位与影响,将对学生产生间接的影响。企业越是在社会有地位,学生对企业越趋向。学校与有影响的企业合作,会帮助学校提升其社会地位。因此要了解企业的获奖、评比情况,媒体出现频率、民间的口碑,企业员工在各级政协、人大等部门的任职以及在行业协会与学会中的兼职情况,产品的广告、品牌形象、社会反映、是否有负面新闻等,以全面评价企业的社会影响。

(三) 企业寻找与之合作的高职院校的依据

1. 能让企业进驻的院校

企业进驻高职院校可带来多方面的资源,学校可腾出适当的场地吸引企业进驻。

2. 专业能与企业对口的院校

校企合作应对企业直接带来多方面的效益,其专业与企业基本对口是一个前提。

3. 有令企业认可的办学理念、能让企业心动的院校

高职院校要有先进的办学理念才能打动企业。

4. 地理位置较好的院校

地理位置好,企业容易联系,或容易取得另外的社会网络资源,对企业有较大的吸引力。而地理位置偏僻的院校,不容易联系企业。

5. 有特色的院校

特色是一个事物或一种事物显著区别于其他事物的风格、形式,是由事物赖以产生和发展的特定的环境因素所决定,是其所属事物独有的。一所具有与众不同的特点的高职院校,例如外语特色或文化特色等,更容易吸引企业。