

文/姜恩桥

谈研究生的高层次“订单式”培养



本文作者 姜恩桥, 北京航空航天大学学生就业指导中心副主任。
栏目主持人 程基伟, 北京航空航天大学毕业生就业创业指导研究专家。电子信箱: chengjw@buaa.edu.cn。

又是一年毕业生求职高峰期,金融危机的警报还在嘶鸣,630万应届毕业生依旧要直面大学生就业的现实压力。经对目前已经进入笔者所在学校举行专场招聘会的百余家重点用人单位的调查统计,90%以上用人单位的毕业生需求量较去年增加或持平,但其选材标准亦更加“苛刻”,特别是对研究生的科研经历、项目实施等方面与本单位实际需求的匹配程度格外看重。这,让笔者想到了“订单式”培养模式与思路在研究生培养中的应用。

提到研究生的“订单式”培养,很多人可能“不屑”——“订单式”是为职业教育培养蓝领工人而设计的,与高等学校特别是重点高校没有关联。不过,面对诸多与用人单位需求差距明显的“高素质人才”,面对一进入现实职场就“尽显稚嫩”的“精英一代”,作为教育实施机构和受教育者,确实应该与“市场试金石”的用人单位一道,共同发现人才培养过程中的薄弱之处和不适环节,也许,“订单式”的一些思路 and 做法,对研究生培养颇有借鉴。

首先,研究生“订单式”培养是以就业市场为中心的学生培养理念的体现。“订单式”人才培养模式的基本出发点是以就业为导向,把人才培养质量作为校企双方共同关注的焦点。然而毋庸置疑的是,研究生教育必须保持其独立性和前瞻性。所以,本文中的“订单”,不是简单的“订单”,它最终离不开就业市场这张“大单”。

面向就业市场的人才培养,要充分体现就业工作在高校人才培养中的导向和

参谋角色,主动结合、辩证分析当今和未来的市场需求,特别是与高校设置专业相对应的主流行业、骨干企业的人才需求类型与标准,纳入高校办学体制、教学内容、教育方法、评价方式的完善优化与改革创新中。在就业教育中,我们引导学生应具备“四大”能力:专业核心能力、理论和实践的融合创新能力、就业适应和可迁移能力和求职应对与展示能力。这些能力的审核与认可,企业是第一权威。所以,高校人才培养部门应不断总结、调整并预判各专业人才培养,通过理论教学与实践锻炼、校内培养与校外实习,全面提高毕业生以“就业能力”为核心指标之一的培养质量。

其次,研究生“订单式”培养,能够有效凝聚创新型人才培养的合力与资源。企业的需求与支撑,是“订单式”教育的前提。不过,“订单”层次越高,对“订单”的设计、培育环境的要求、“订单”的输送与配置等一系列条件的边界约束越多。为了真正形成“大订单”,要使“订单”培养形成规模效应,吸引大批具备相应资质的企业参与,充分利用企业的资源,特别是在实践机会、创新意识、人力管理和青年成长环境上的优势。政府和行业主管部门,应积极创建人才培养上的校企合作国家标准和战略平台,鼓励和扶持企业以国家意志般的信念和责任,突破企业界限和行业壁垒,共同提升大学生就业创业能力。

笔者所在大学已与数十家企业签订实习实践基地协议,每年组织多支研究生假期实践队深入一线企业;企业的高级管理人员、技术专家也成为校园大讲堂最受学生欢迎的常客;企业联合实验室和大学技术中心也把人才培养与科技研发良性绑定。2008年,我国大飞机项目启动,学校第一时间集合相关专业优秀研究生,成立了“大飞机高级人才培训班”,学校与企业联合,理论与实践结合,在管理制度、运行机制和培养模式上突破创新,打造专业人才高层次“订单式”培养通道。

第三,研究生“订单式”培养,便于用人单位减少招聘成本、降低招聘风险。10月到次年5月是用人单位招聘部门最紧张忙碌的时间。成堆的求职简历耗费了大量的人力、物力和财力,且未必能真正招

聘到最合适的学生。这是用人单位长期头疼、至今不能很好解决的问题。同时,对招聘入职的毕业生,也常有不适应职场、职位的情况出现,这些都是对有效控制招聘成本和招聘风险的“严重拷问”。

近年来,有些企业特别是外资企业,都在通过校园俱乐部、实习生计划、暑期夏令营等,灌输企业文化和员工价值观,挖掘优秀潜质的在校生,通过全面长期的考察、锻炼,为毕业生招聘打下选材基础,形成了良性循环,这对订单式培养的推广和铺开具有鲜明的指导意义。

以笔者所在高校为例,有的用人单位已经根据自身情况开始启动相应工作,避开招聘高峰期,通过研究生导师、辅导员、教研室同学等调研对象,对某些专业的二年级研究生进行“政治思想、学业实绩、科研素质、团队精神甚至是生活习惯”的全面了解,选拔符合条件的学生进入企业进行时间不等的实习并享有优先签约资格,这种方式可以说是订单式培养应用于研究生教育的可行和务实之举。

最后,研究生“订单式”培养,利于学生专注学业发展,提高入职适应能力。毕业生在毕业前的论文研究阶段,把大量的最宝贵的时间用在参加招聘会、笔试面试等求职环节中,严重影响了项目进展和研究质量。而“订单式”培养格局的实现,将一定程度上促进这种局面的改观:第一,通过“订单式”模式下的企业资源,学生的综合求职能力得以提高,缩小与用人单位的需求差距;第二,通过校园推广、社会实践,学生对本专业相关行业、企业有所了解,能够客观定位、理性择业,避免盲目求职,提高求职效率;第三,对于已经明确“订单”的毕业生,将全身心地投入论文研究工作,并在此基础上主动、提早为毕业入职做好相应的准备,增强入职适应能力。

为了把“订单式”培养的精髓和理念扎根在研究生教育中,我们还要将“订单式”置于高等教育服务于社会、提供精神产品这一责任的高度上开展,要遵循人才培养周期性这一客观规律并进行充分调研,要通过增强“订单”的适应性来提高毕业生就业的适应性。

(责任编辑 朱宇)