

基于“订单”模式的商务英语课程改革刍议*

刘浩 廖莎

(武汉交通职业学院 湖北 武汉 430065)

摘要:基于“订单”模式的商务英语课程教学改革,应当充分发挥“订单”人才培养的优势,并根据专业及课程特点,精心设计教学环节与教学方法,力求课程教学效果最大化。

关键词: 高职商务英语课程; 订单式培养; 校企合作

DOI: 10.3969/j.issn.1672-9846.2014.04.014

中图分类号: G710; H319

文献标志码: A

文章编号: 1672-9846(2014)04-0058-03

为了培养适应社会需求的技术技能型人才,许多国家在职业教育方面做了探索,像德国的“二元制”、北美的CBE模式、澳大利亚的TAFE模式等。这些成熟的高级技术人才培养体系都各有其特点^[1],但其核心理念之一都是强调校企合作。“订单式”培养模式是实现校企合作办学的模式之一,它对学校和企业双方都是有利的,它搭建了校企合作的平台,成为了校企合作的纽带。为更好地在商务英语专业人才培养中体现校企合作的优势,我们申请了湖北省教育厅课题“‘订单式’人才培养模式在高职商务英语专业中的实践与探索”,在研究过程中,我们从武汉交通职业学院2012级商务英语专业中选取了商务英语这门核心课程进行了教学改革实践,从实践中发现了“订单式”培养对这门课程教学之有利之处,同时也发现了一些问题需要我们去解决。

一、“订单式”培养的定义和特点

所谓“订单式”人才培养模式,是指人才需求方与人才提供方(主要是学校)经过协商,由人才

提供方根据人才需求方所需人才的数量、知识水平以及职业技能等要求,在规定的时间内向人才需求方提供相应数量与质量人力资源的合约式人才培养模式。即学校与用人单位根据培养对象今后的工作需要,共同制定人才培养计划,签订用人订单,双方共同参与人才培养全过程的管理,学生毕业后直接到订单用人单位就业的一种人才培养模式^[2]。订单式人才培养模式的特点在于:

1. 人才培养的针对性强。订单式培养是应用用人单位要求而生的人才培养,其培养人才的规格、能力、水平都是由用人单位制定,学生毕业后即直接成为该企业的员工。经这种方式培养的学生对定制企业的适应性很强,到企业后基本不需要进一步的上岗前培训,缩短了学生对企业和岗位的适应期,降低了企业的用工成本,从而受到企业的欢迎。

2. 人才培养的“理实一体化”程度高。高职教育强调“理实一体化”教学,即理论教学与实验室实训或企业实践相结合。“理实一体化”教学

*收稿日期:2014-09-11

基金项目:湖北省教育厅人文社科项目“‘订单式’人才培养模式在高职商务英语专业中的实践与探索”(编号:2012Q175)。

作者简介:刘浩(1970-),男,湖北武汉人,武汉交通职业学院艺术学院副教授,主要从事英语教学和翻译研究。

廖莎(1981-),女,湖北武汉人,武汉交通职业学院旅游与商务学院讲师,主要从事英语教学和英美文学研究。

方法是建立在中外多位教育家的相关理论基础上的,如:美国近代著名的教育家约翰·杜威创建了实用主义教育体系,这个教育体系坚持的基本原则是“做中学”,也就是在做事情中学知识;我国的著名教育家陶行知先生也曾经提出了“教学做合一”的教育理论^[3]。虽然学校按照培养要求尽可能地配置了实验实训室,但是由于学校的资金限制以及对行业最新资讯的反应滞后性,导致学校的实训条件不可能随时跟上行业的发展。这样就会导致校内实训通常只能完成本专业的基础实训,如果要给学生更好的实际认知只有依托行业和企业的支持。而“订单式”培养正是发挥了企业支持这个优势,企业已将订单班的学生视为自己的准员工,有支持的热情,这样就有利于学校更好地培养学生的实际操作能力和岗位认知。

3. 人才培养过程中校企双方的互利性强。任何一种合作只有双赢才能持久,在订单式人才培养中,由于有企业的直接支撑,学生在学习过程中如果需要到企业进行课程实习实训有很便利的条件,学校能节省实习实训的资金投入并达到人才培养目的。而学生到订单企业实习既取得了实践经验,也对企业加深了认同感,利于学生毕业后在企业中创造更大的价值,这对订单企业是大有裨益的,同时企业能及时得到适合本企业的员工,节省招聘和用工成本。这样就打通了职业教育中最大的“瓶颈”,即学校培养的人才与实际就业市场需求的错位问题。

二、在商务英语课程实施“订单式”培养的的必要性和意义

“订单式”培养是一种人才培养模式,基于此的人才培养方案应体现出订单企业的岗位要求和文化特色,商务英语这门课程在人才培养方案中既是一门核心课程,同时也是一门强调实用的课程,其教学模式应围绕实际的岗位要求来组织,如采用模块教学、项目教学、任务教学等方式。其职业能力培养着重训练学生如何使用英语进行有效商务沟通,主要教学内容是商务环境下的听说读写译训练。这门课程在训练学生英语技能的同时需要将实际商务活动中的词汇、习语和表达方式传授给学生。但在常规的教学过程中存在教学内容的时效性不足、应用性不够、学生的认知感不强等问题。笔者认为订单式培养可以解决这些问题。

1. 通过订单式培养,企业可以参与编写和审

核授课内容,将企业实际商务运作中的有效内容或实际案例融入教材,利于教师编写校本教材,让学生做到“所学为所用”。例如外贸或外资企业可以将对外业务中的最新术语、业务流程和习惯表达方式加入原有授课体系。

2. 通过订单式培养,学校可以将商务英语授课教师定期派遣到合作企业进行下企业锻炼,这样教师在实际的企业工作过程中可以感知学校教学的效度,同时也有利于教师的知识更新,在讲课中可以做到有的放矢,自信心更强。

3. 通过订单式培养,可以在课程教学中或讲授完后,让学生到合作企业进行短期的课程见习和参观,实施模块教学或开设专门的实训课,让学生在实际工作场景中检验自己的学习效果,提高他们的学习兴趣。

4. 可实现任务式教学或项目教学,比如可以将企业业务员的工作任务引入教学,如写作和翻译实际的外贸函电、进行外贸询盘和还盘、起草和翻译外贸合同。

5. 商务英语这门课程是英语与职业结合程度很高的课程,通过“订单式”培养,利于打通学校和企业、课程和岗位、学习目标和职业要求的隔阂。

三、基于“订单”的课改出现的问题及对策

在商务英语这门课程的教学过程中应体现出“订单式”培养的特点,其益处我们已在课程教学改革实践中感知到,同时,我们也发现了一些问题并摸索出解决办法。

(一) 订单企业的筛选问题

合作企业如果选择不当会导致“订单式”培养难以落到实处。商务英语这门课程是训练学生如何使用英语来完成商务活动,因此我们应该选择涉外企业,但这类企业的特点是单个企业的人才需求量有限,选择一个企业容纳不了这门课程一个班的学生实习实训。在本次教改实践中,我们选择了湖北网商联盟武汉网商会作为“订单式”培养的合作平台,因为在这个平台上有众多的武汉知名外贸企业可以同时容纳我们所有学生的实践。同时它在行业中有较大的影响力,能最快接收到最新的行业动态等资讯,这利于我们的教学内容的更新。再者它是本地企业,选择本地企业既遵循了教育要首先服务地方经济的原则,也便于学生在课程教学的间隙去企业实习实训,否则就会存在交通、住宿等实际操作困难。

(二) 培养口径较小的问题

“订单式”培养模式反映在商务英语课程教学中,学生所学的内容有较强的特定企业的针对性,但其弊端是有可能使学生今后到其它企业就业时出现一定的知识或能力的不适,这就要求我们在商务英语课程教学中把握订单企业要求和本课程通识要求的平衡,从而利于提升学生的职业发展和职业迁移能力。

(三) 教师参与教改的主观能动性不足

笔者所在院校的商务英语课程教师多是英语专业出身,他们认为其角色就是一个教师,上好课就是完成了本职工作,到企业实践的主观能动性不足。但按照课程特点,商务英语课程的授课教师不仅仅是一位英语老师,他更应该是一位商科老师,他应该具有英语知识和行业知识双重背景。在“订单式”培养模式下进行教学的老师必须定期到订单企业进行锻炼,从而真正达到“上好课”的要求。同时,经过一个轮回的合作,在培养的学生获得企业认可的情况下,我们也积极要求企业为我们教师的下企业锻炼提供一定的工作补贴,增强教师下企业锻炼的动力。

(四) 教师的教学手段和教学理念与“订单式”培养要求的匹配性不强

在“订单式”培养模式下,教师的教学一定要强调理实一体化教学。我们利用各种机会将教师派出去学习培训,学习新的教学方法,比如模块教学法,可以将商务英语这门课程设计为几个模块,如:英语知识模块和商务知识模块;校内授课模块和企业实操模块等等。至于教学手段,可以采用案例教学法、企业现场教学法、模拟教学法等。比如案例教学法,我们可以选取订单企业中真实、典型的案例使用英语进行讲解、分析讨论,将英语的术语学习、听说读写译能力的训练融入到具体的案例中去,让学生能够生动地对书本知识进行理解,掌握其中必备的流程规则,比如在讲到外贸术语 FOB、CFR 和 CIF 时,我们直接将外贸合作企业的业务单据拿来给学生练习,避免了学生看书往往只能理解其概念,却难以真正地理解其实际意义的缺陷,让学生产生直观的印象。

(五) 传统人才培养评价手段单一和不科学

既然是订单式培养,那么在商务英语这门课

程中,我们就应该改变传统的试卷考试加平时上课表现的评价模式。我们应该引入企业的评价手段,比如:在每一个模块教学之后,我们可以由企业要求学生做相关的工作单据,然后由企业给出实际评价;取消期末的课程考试,代之以到企业课程见习后的见习感受和企业评价等形式。这样的评价方式变化可以鼓励学生重视企业的见习和评价,主动地在课程学习中认知企业,学会在学习过程中解决岗位上的实际问题。

四、结论

在商务英语课程体现“订单式”培养理念的教改实践中,我们达到了以下目的:一是激发了学生的学习兴趣。在传统的教学中,学生是缺乏实际感知的学习。在“订单式”培养模式下,学生学习商务英语这门课程可以直接接触到企业的实际运作信息,提高了他们对学习内容的认同感,从而增强其学习兴趣。二是有效解决了教学内容和实际工作内容匹配度不高的情况。有了订单企业的支撑平台,我们在教学中可以随时将行业的最新资讯引入课堂,特别是国际商务管理以及贸易实务方面的内容会因为经济全球化的影响而随时产生一定的变化。三是提高了学生的职场竞争力。有订单企业的支撑,学生在商务英语课程学习过程中可以增强岗位实习实训的真实性,对学生的应变能力特别是英语口语应变能力的提升有极大的帮助。英语学习很重要的方式之一就是要在实际中操练,在解决问题的过程中,学生的商务英语能力能够得到很快地提高,这直接提高了学生在就业市场的竞争力。

在商务英语课程中发挥“订单式”培养模式的优势进行课改实践中,师生均感受到获益良多,教学效果有了明显的提高,值得坚持和推广。

参考文献:

- [1] 邱浩,朱方来,张亚琛. 关于高职院校实施“订单式培养”若干问题研究[J]. 职业教育研究,2012,(2):27-28.
- [2] 袁清武. 高职院校订单式人才培养模式初探[J]. 中国教育学刊,2013,(6):6-8.
- [3] 蒋焕新. 高职商务英语专业“订单式培养”的理实教学方法探析[J]. 太原城市职业技术学院学报,2013,(9):3-4.