# 人才培养方案

来源：网络 作者：星月相依 更新时间：2025-05-09

*第一篇：人才培养方案人才培养方案为了建立和完善公司人才培养机制，通过制定有效的人才培养与开发计划，合理地挖掘、开发、培养公司战略后备人才队伍，建立我们公司的人才梯队，为公司的可持续发展提供智力资本支持。特制订本方案。一、人才培养遵循的原则...*

**第一篇：人才培养方案**

人才培养方案

为了建立和完善公司人才培养机制，通过制定有效的人才培养与开发计划，合理地挖掘、开发、培养公司战略后备人才队伍，建立我们公司的人才梯队，为公司的可持续发展提供智力资本支持。特制订本方案。

一、人才培养遵循的原则

坚持“内部培养为主，外部培养为辅”的培养原则。

二、培养目标

坚持“综合培养和专业培养同步进行”的人才培养政策，即公司培养综合型的管理人才和专家型的技术人才。综合型管理人才指在本单位或本部门工作领域具备全面知识，有较高管理水平的人才。专家型的技术人才指在某一工作领域内掌握较高技术水平的人才。

三、人才培养组织体系

公司建立“统分结合”的人才培养体系，总经办和各公司职能部门作为人才培养的基地负责人才培养对象的初步甄选和人才培养计划的具体实施，总经办作为公司人才培养的组织协调部门负责人才培养规划、人才甄选标准和程序的制定、培养对象的确定和培养计划的统筹安排。

四、人才的甄选

1、目的通过慎重地甄选，选拔出真正具有领导或专业潜质的后备人才，以树立公司用人及人才晋升理念。

2、具备的条件

进入人才培养队伍的员工必须能够胜任现有岗位工作，有强烈进取精神，有一定的培养潜质。

3、程序

由各部门/公司/项目组分别向总经办提名4人，最终由董事长从每个每个部门/公司/项目组各甄选出2人进入人才培养队伍，建立战略人才库。

4、范围：公司全体员工。

五、人才培养模式

采用复合型综合人才的培养模式，统一培养出一支综合素养高的人才队伍并根据自身条件及岗位性质进行专业的外部培养。

六、人才培养方法

1、内部导师

由董事长会同各公司高层管理人员从公司内部推选出1名综合素质高的培训导师，由该导师对人才库成员集中开展提升综合素质的培训，并对培训效果进行分析，对参训人员进行考评。

2、岗位轮换（由部门经理决定必要性）

（1）前提：轮岗人员必须胜任本职工作。

（2）范围：本部门内部不同岗位间的轮换。

（3）周期：轮岗周期原则上分为三个月和六个月，具体轮岗时间由各部门/公司/项目组根据实际情况确定。

（4）审批：部门内部人员的轮岗需由部门经理审批，各公司行政人事部备案。

3、外部培训

战略人才库中的每一位成员由内部导师培训后，导师会同各公司总经理、各部门领导对该员工进行综合考评，根据岗位性质及其稳定性、可塑性，有针对性的给予其外部专业培训的机会，但是必须与公司签订培训协议，凡拒不签署培训协议的，公司将不再作为公司战略人才进行培养。

七、目标人才的淘汰与晋升

1、目的为了保证公司战略人才培养规划的有效实施，促进公司战略人才积极进取的精神，公司战略人才实行动态管理，每半年进行调整一次，淘汰不符合条件的人员，并吸收新的优秀人才加入。

2、淘汰

经过绩效考核，不能胜任现有工作岗位的，由主管领导建议，经行政人事部确认没有进一步培养潜质的，将不再作为公司战略人才进行培养。

凡淘汰出公司战略人才培养计划的人员，仍有机会再次进入公司战略人才培养计划，但第二次被淘汰的人员将失去再次进入公司战略人才培养计划的资格。在评估过程中不配合评估工作的个人，行政人事部将根据具体情况考虑淘汰出战

略人才管理库。

3、晋升

当公司出现岗位空缺时，将优先从公司战略人才库中挑选适合人选，战略人才库中没有合适人选的，再考虑从公司外部引入适合人才。

八、附则

1、本方案的拟订和修改由总经办负责，报董事长批准后执行。

2、本管理办法由总经办负责解释。

3、本管理办法自公布之日起执行。

总经办

2024年11月21日

**第二篇：人才培养方案**

中等职业学校市场营销专业技能型人才培养教学方

案

一、市场营销专业技能型人才培养的指导思想

根据企业和劳动力市场对市场营销人才的需求，以服务经济建设为宗旨，坚持“以就业为导向”、“以能力为本位”的教育理念，建立多样性与选择性相统一的教学机制，通过综合、具体的职业实践活动，帮助学习者积累实际工作经验，突出职业教育特色，全面提高学生的职业道德、全面素质和综合职业能力。随着市场经济的不断发展，市场营销逐渐成为企业运营趋势和潮流，根据我国市场营销发展的客观要求及劳动力市场的特点，考虑我国经济领域各行业发展水平，以及不同地区经济、技术、社会以及职业教育的发展水平和区域特点，着力提高学生的操作技能和综合职业能力。本专业人才培养应体现以下原则：

1．根据市场需求，明确人才培养定位

中等职业学校市场营销专业以具有明确的职业岗位能力为培养目标，以市场营销领域的分析、人才市场的分析为前提，以生源分析和办学条件分析为基点，以用人单位对毕业生的满意度和学生的可持续发展为重要检验标准，按照“适应与超前”相结合的原则，培养各行业和各企业有关市场营销岗位需要的、能胜任相关职业岗位群工作的、技能型应用性中初级专门人才。

2．以全面素质为基础，提高学生综合职业能力

技能型人才的培养，应加大行业分析、职业分析、职业岗位能力分析的力度，构建以技术应用能力或面向工作过程能力为支撑的专业培养方案，加强实践性教学环节，以提高综合职业能力为着眼点，以致力于人格的完善为目标，使受教育者具有高尚的职业道德、严明的职业纪律、宽广的职业知识和熟练的职业技能，成为企业生产服务第一线迫切需要的、具备较高职业素质的“现代人”和“职业人”。

3．以社会和企业需求为基本依据，坚持以就业为导向的指导思想

将满足社会和企业的岗位需求作为课程开发的出发点，提高中等职业教育的针对性和适应性，探索和建立根据社会和企业用人“订单”进行教育的机制，根据社会和企业用人需求，调整专业方向，确定培养规模，开发、设计产学结合、突出实践能力培养的课程方案。职业学校应密切与相关行业、企业的联系，在确

定市场需求、人才规格、知识技能结构、课程设置、教学内容和学习成果评估方面发挥企业的主导作用。

4．适应行业技术发展，体现教学内容的先进性和开放性

市场营销专业应广泛关注行业新知识、新技术、新方法的发展动向，通过校企合作等形式，及时更新课程设置和教学内容，克服专业教学存在的内容陈旧、更新缓慢、片面强调学科体系完整、不能适应行业发展需要的弊端，实现专业教学基础性与先进性的统一。在课程中还应融入如何去学习专业知识、寻找获取专业相关信息的途径与方法等思维训练及方法训练的内容，在学习与掌握职业知识过程中强化学习方法与创新意识，培养现代社会从业人员所必须具有的方法能力与社会能力，使学生通过学习能适应时代发展的需要。

5．以学生为主体，体现教学组织的科学性和灵活性

充分考虑学生的认知水平和已有知识、技能、经验和兴趣，为每一个学生提供劳动力市场需要和有职业发展前景的模块化的学习资源。力求在学习内容、教学组织、教学评价等方面给教师和学生提供选择和创新的空间，构建开放式的课程体系，适应学生个性化发展的需要。采用“大专业、小专门化”的课程教学模式，用本专业职业能力结构中通用部分构筑能力平台，用灵活的模块化课程结构和学分制管理制度满足学生就业的不同需要，增强学生的就业竞争力。

二、培养目标与就业范围

专业名称：市场营销

职业岗位：营销员、推销员、业务员等。

修业年限：三年

招生对象：初中毕业生或具有同等学历者

办学层次：中等职业技术教育

培养目标：培养我国经济发展和行业变化的需要，有理想、有道德、有文化、有纪律、热爱社会主义祖国和社会主义事业，具有良好的职业道德和行业规范，掌握必需的文化基础知识，具有相应的综合职业能力的中初级市场营销人员。本专业培养技能型人才，应特别突出以下专业基本能力的培养：

（1）具有较强的语言与文字表达、人际沟通和组织协调能力，掌握一定的心理学知识，具有现代营销人员的精神和气质。

（2）了解市场营销的基本原理，熟悉市场营销的各种方法和策略。

（3）具有对营销市场进行调查研究、获取经济信息的能力，掌握主要的调研方法。

（4）具有分析研究营销市场特征，策划、运用营销策略和方法的能力。

（5）掌握一定的推销技巧，熟悉业态分布和管理规律，具有业务开拓和产品销售的能力。

（6）具有较强的计算机应用能力，能使用计算机进行营销业务方面的管理。

（7）具有一定的理财意识和财务基本知识，能进行初步的成本和盈亏核算。就业范围与机会：本专业毕业生可在各种工商企业中从事产品销售、促销、推销、导购、理货等工作，也可以在企业中担任业务洽谈、市场调研、营销策划、信息管理等工作。

三、核心教学与训练课程及教学要求(见附表1-1,2)

根据企业用人具体要求和校内外教学与训练条件，可对上述核心课程与实训项目进行必要的选择与组合，可对其内容的深度和广度做适当调整。

四、教学安排建议

1.组建专业教学指导委员会，把握教学工作总体方向

各职业学校应以企业为依托，聘请营销方面的专家、职业教育方面的专家组建专业教学指导委员会。教学指导委员会应根据产业发展和市场需求，通过调查、分析、研讨和咨询等活动，制订本专业领域具体的培养计划及教学方案，对教育教学过程进行指导、监督和评估，并对毕业生的就业提供必要的指导。

2.建立具有鲜明特色的课程和教材体系

教育部将按照中等职业教育教材的管理原则，组织开发和编写技能型人才培养培训教材。各地和职业学校可根据具体情况开发地方和校本教材，丰富教材形态，建立具有明显职业教育特色的课程和教材体系。要打破传统的按照学科体系编写教材的模式，开发和推广与推销技术密切联系的综合性和案例性课程和教材。在综合性和案例性课程和教材的开发中，既可将原有若干科目教学内容按照职业活动的特点和要求进行整合，形成综合性的课程，也可以完全打破学科体系，按照实际的工作任务、工作过程和工作情境组织课程，形成围绕工作需求的新型教学项目。

3.优化教学过程，采用先进的教学模式

技能型人才的培养培训采用国际上先进的“行为导向”模式。各职业学校要努力创造能发挥学生主动性的学习环境和学习条件，努力实现个性化教学。学生应有机会在一定程度上根据需要选定具体学习目标，选择学习进度、学习资源和学习方法，并评价自己的学习成果。要努力为学生提供体验完整工作过程的学习机会，经历“确定任务→制定工作计划→实施计划→进行质量控制与检测→评估反馈”整个工作过程，增强学生适应企业的实际工作环境和解决综合问题的能力。

4.实行学历教育与资格认证相结合，建立科学的教学评估体系

技能型人才的培养培训采用学历教育与资格认证相结合。加强学历教育与资格认证的结合，使学生在取得学历证书的同时获得相应的资格认证。要建立相应的机制，把学生获得的相关资格认证转换成相应的学分。在学历教育的课程结构、教学内容和教学进度安排等方面，都要为学生获得资格认证提供方便。在学历教育考核中，要建立对学生综合能力进行科学和持续性评估的机制，让用人单位、学生和学生家长共同参与学习评价。要将终结性评估与形成性评估结合起来，注重学生综合职业能力的培养。

5.加强师资队伍建设，转变教师角色

技能型人才培养中采用专职教师与兼职教师相结合。现有专职教师要定期到企业学习和实习，地方和学校要为教师的企业实践创造必要的条件。要特别注意聘请企业的有丰富实践经验的专业技术人员到职业学校担任兼职教师。鼓励有条件的企业通过举办职业学校专业教师培训班、接收教师实践锻炼、提供技术资料等途径，不断更新教师的专业知识，提高教师的专业技能。在教学过程中，教师要适应新的教学模式的要求，转变工作角色，努力成为学习过程的策划者、组织动员者和咨询者。

附：1.参考性教学安排(见附表2-1,2)

注：

①限选课模块：可开设商务礼仪、公共关系、企业经营与管理、经济法律法规知识、电子商务基础、网络营销、国际贸易实务、会展实务、房地产营销实务、汽车营销实务、就业指导等。在表中的课程名称和具体上课学期的时间都留有余地，各地也可以根据具体情况设置专业选修方向，但限选课必须修得不少于20学分。

②任选课模块：可开设基础会计、统计基础知识、财税金融基础知识、经济地理、广告实务、顾客信用管理、商务代理与分销管理等，在表中的课程名称和具体上课学期的时间都留有余地，各地也可以根据具体情况开设其他选修课程，但修得约16学分。

③综合实践课：包括见习(社会调查)、毕业实习、军训、劳动等。

2.教学学时统计表(见附表3)

**第三篇：人才培养方案**

人才培养方案

一、专业名称

文秘专业

二、教育类型及学历层次

高职高专，大学专科。

三、招生对象：

招收普通高中毕业生。

四、学制

基本修业年限为3年。

五、人才需求与培养目标分析

（一）人才需求分析

社会需求是文秘人才培养目标的依据为了确保秘书专业人才培养目标符合社会所需，首先，要通过各种途径对人才需求市场进行广泛的调研。在调研的基础上，通过成立的专业建设指导委员会认真讨论，确定秘书高等职业人才培养目标：以中小企业、商务公司就业为导向，将商务技能作为专业特色及专业方向，强化培养学生的商务技能，以适应就业市场需要。随着我国市场经济的不断发展，大大小小的公司不断涌现，秘书逐渐成为炙手可热的职位。以往只负责抄抄写写，往往给人“花瓶”印象的秘书，如今其工作已被划分到行政管理范畴，主要是帮助经理分担日常事务，职责涉及文档信息管理、会议和约会的安排、一些商务往来函电的起草处理以及内部和外部的沟通等各方面，已经成为一个公司、单位不可或缺的职位。其需求在招聘排行榜上的位置不断前移。目前，我国秘书从业人员约2300万人。秘书逐渐成为一种地位日益提高的职业。根据原人事部人才市场公共信息网公布的近几年全国部分人才市场供求情况数据进行分析，可以看出：不管是招聘数量的排名，还是求职数量的排名，文秘职位的招聘都呈现出上升的趋势，而且，文秘专业的供求比较稳定，在以后相当长的一段时间里，文秘仍将是个热门职业。

（二）职业岗位分析

文秘岗位主要涉及以下几个方面的工作：一是行政事务岗。行政事务文秘人员的工作任务包括行政事务管理、办公室文书档案管理、办公服务工作、办公环境维护、办公设备操作、办公财务管理、文印工作等。二是客户服务岗。客户服务文秘人员主要从事办公电话接听、拨打，前台迎送客人，接待来访宾客，企业客户来访接待方案设计和实施，处理企业客户投诉等工作。三是文字秘书岗。文字秘书人员需要根据上级布置的工作任务写作公务文书、事务文书、经济文书写作、广告文案等，文书写作几乎是所有文秘人员必须掌握的一项技能，但综合办事能力在实际工作中更重要，单纯从事文字写作的秘书不多。四是品牌宣传岗。品牌宣传秘书人员的工作任务是公司品牌宣传方案与预算的制订，新产品上市活动的策划，各项重大活动的策划，参与行销辅助品的设计，内外部新闻稿的撰写发布。五是公关秘书岗。公关秘书人员需要负责企业内部活动策划、组织、宣传、主持，企业外事的联系，工作会议和大型会议策划、筹备、组织、操作，收集反馈行业、市场信息，商务谈判等。六是经理助理岗。经理助理的主要工作包括经理的日程安排及来访客人的接待、负责撰写经理所需的各类文稿、完成与经理日常工作相关的其他行政工作、配合经理 处理外部公共关系等，这一岗位要求综合职业能力强、素质高，属于高级文秘人员。

**第四篇：公司人才培养方案**

公司人才培养方案

1、总则 第一条：目的建立和完善公司人才培养机制，通过制定有效的人才培养与开发计划，合理地挖掘、开发、培养公司战略后备人才队伍，建立我们公司的人才梯队，为公司的可持续发展提供智力资本支持。

第二条：原则

坚持“内部培养为主，外部培养为辅”的培养原则，并采取“滚动进出”的方式进行循环培养。

第三条：人才培养目标

公司人才培养目标始终坚持“专业培养和综合培养同步进行”的人才培养政策，即公司培养专家型的技术人才和综合型的管理人才。专家型的技术人才指在某一工作领域内掌握较高技术水平的人才，综合型管理人才指在本单位或本部门工作领域具备全面知识，有较高管理水平的人才。

第四条：人才培养组织体系

公司建立“统分结合”的人才培养体系，职能部和各项目组作为人才培养的基地负责人才培养对象的初步甄选和人才培养计划的具体实施，人力资源部作为公司人才培养的组织协调部门负责人才培养规划、人才甄选标准和程序的制定、培养对象的确定和培养计划的统筹安排。

第五条：主要内容

本管理办法由以下几个方面组成：战略人才培养体系的构成、战略人才的甄

选、战略人才培养模式、战略人才的培养方法、战略人才的淘汰与晋升。

2、战略人才培养体系的构成公司战略人才培养体系由“雏鹰计划”、“飞鹰计划”和“精鹰计划”和“雄鹰计划”四个部分组成。由这四个部分共同构成公司战略人才库。

第六条：“雏鹰计划”

该计划旨在通过对有上进心、乐于学习、积极进取的新入职大学生的培养，使其逐步成为成长为部门技术骨干、业务骨干。

第七条

：“飞鹰计划”

该计划旨在通过对公司现有的有两年以上工作经验的、有进一步培养潜质的普通员工进行培养，使其逐步成长为各职能部门的负责人。

第八条：“精鹰”计划

该计划旨在通过对公司有进一步培养潜质的中层管理干部进行培养，使其逐步成长为公司能够独当一面的人才，为公司副总、总监一级的岗位储备人才。

第九条：“雄鹰计划”该计划旨在对通过对现有高级管理人员和技术领军人物的培养，使其逐步成长为全面的人才，为公司今后的战略扩张作好准备。

通过上述四个计划，逐步将培养对象培养成为关键岗位继任者和公司后备人才。关键岗位主要指公司根据当前或根据未来发展所需要的一些重要中级和高级岗位。后备人才主要是指公司为因应未来发展变化而储备的一些可替代公司某些中、高级岗位的具有培养潜质的人才。

3、战略人才的甄选 第十条：目的通过科学的测评，慎重地甄选，选拔出真正具有领导或专业潜质的后备人才，以树立公司用人及人才晋升理念。

第十一条：甄选条件

进入战略人才培养队伍的员工必须能够胜任现有岗位工作，有强烈进取精神，有一定的培养潜质。

第十二条：甄选工具

1、《战略人才推荐表》（见附件一）

2、《职业锚（职业倾向）自我评价测试问卷》（见附件二）3、《管理人员能力评价表》（见附件三）4、职业满意度测试（见附件四）

5、《霍兰德职业倾向测验量表》（见附件五）第十三条：甄选程序

对于公司战略人才，首先由人力资源部根据甄选条件和甄选工具提候选人员名单，然后由总经理确认战略人才库入选人员名单。

4、战略人才的培养模式

为了适应不同岗位的需要，结合员工的职业生涯发展规划，公司对战略人才采用下列两种培养模式：

第十四条：复合型经营管理人才培养模式

对于复合型经营管理人才，公司采取宽口径培养模式，即采用：轮岗工作（不同系统）+挂职锻炼（不同部门）+新项目工作+继续教育多种培养方式相结合的方式进行培养。

第十五条：业务/管理型专才培养模式

对于业务/管理型专才，强调又红又专，在业务线和管理线上深度培养。公司采取线\*\*叉培养模式，即采用：业务或专业领域内轮岗+项目工作+继续教育

+内部指导人培养等多种培养方式进行培养。

5、战略人才的培养方法

为了保证人才培养的针对性、有效性，公司对列入战略人才培养计划的各级人员采用不同的培养方式。

第一部分：对于列入“雏鹰计划”的人员

对于列入“雏鹰计划”的后备人员可以采取内部导师、在职培训、外部培训等方法进行培养。具体内容如下：

第十六条：内部导师

根据公司《内部导师手册》及公司《内部导师管理制度》，对列入“雏鹰计划”的人员进行培养。

第十七条：在职培训

凡列入公司“雏鹰计划”的公司战略人才的员工必须按公司《培训积分管理制度》完成必须的积分。规定期限内没有积满培训积分的将不在作为公司战略人才进行培养。

第十八条：外部培训

根据公司《培训管理制度》，凡列入公司“雏鹰计划”的战略人才可以参加公司付费的外部长短期培训，但必须与公司签订相应的培训协议，凡拒不签署培训协议的，公司将不在作为公司战略人才进行培养。

第二部分：对于列入“飞鹰计划”的人员

对于列入“飞鹰计划”的后备人员可以采取内部导师、岗位轮换、在职培训、外部培训等方法进行培养。具体内容如下：

第十九条

：内部导师

根据公司《内部导师手册》及公司《内部导师管理制度》，对列入“飞鹰计划”的人员进行培养。

第二十条：岗位轮换

1、轮岗目的：由于飞鹰计划主要在于培养中层管理人员，所以其岗位轮换的目的主要是使其能够熟悉部门内部不同岗位的主要职责和不同岗位间的配合情况。

2、轮岗前提：轮岗人员必须胜任本职工作。3、轮岗范围：本部门内部不同岗位间的轮换。

4、轮岗周期：轮岗周期原则上分为三个月和六个月，具体轮岗时间由各单位根据实际情况确定。

5、轮岗审批：部门内部人员的轮岗需由部门经理审批，公司人力资源部备案。6、轮岗人员的管理：部门内部轮岗的人员仍由部门经理对其日常工作进行管理。第二十一条：内部培训

凡列入公司“飞鹰计划”的公司战略人才的员工必须按公司《培训积分管理制度》完成必须的积分。规定期限内没有积满培训积分的将不再作为公司战略人才进行培养。

第二十二条：外部培训

根据公司《培训管理制度》，凡列入公司“飞鹰计划”的战略人才可以参加公司付费的外部长短期培训，但必须与公司签订相应的培训协议，凡拒不签署培训协议的，公司将不再作为公司战略人才进行培养。

第三部分：对于列入“精鹰计划”的人员

对于列入“精鹰计划”的后备人员可以采取内部导师、岗位轮换、内部培训师、在职培训、外部培训等方法进行培养。具体内容如下：

第二十三条：内部导师

根据公司《内部导师手册》及公司《内部导师管理制度》，对列入“精鹰计划”的人员进行培养。

第二十四条：岗位轮换

1、轮岗目的：由于精鹰计划主要在于培养高层管理人员和技术拔尖人才、销售拔尖人才，所以其岗位轮换的目的主要是使其能够熟悉公司不同部门主要职责和不同部门间的配合情况。

2、轮岗前提：轮岗人员必须胜任本职工作。3、轮岗范围：公司不同部门间的轮换。

4、轮岗周期：轮岗周期原则上分为三个月、六个月和一年三种，具体轮岗时间由各单位根据实际情况确定。

5、轮岗审批：部门间的轮岗需由主管副总审批，公司人力资源部备案。

6、轮岗人员的管理：部门间轮岗的人员由新任职部门的主管领导对其日常工作进行管理。

第二十五条：内部培训师

为了满足公司高级岗位所必须的沟通能力、表达能力以及知识自主积累总结能力，凡列入公司“精鹰计划”的公司战略人才，根据公司《内部培训师管理制度》，报名参加内部培训师，并完成相应的工作。凡不报名参加内部培训师或未能完成《内部培训师管理制度》规定工作的，将不再作为公司战略人才进行培养。

第二十六条：内部培训

凡列入公司“精鹰计划”的公司战略人才的员工必须按公司《培训积分管理制度》完成必须的积分。规定期限内没有积满培训积分的将不再作为公司战略人才进行培养。

第二十七条：外部培训

根据公司《培训管理制度》，凡列入公司“精鹰计划”的战略人才可以参加公司付费的外部长短期培训，但必须与公司签订相应的培训协议，凡拒不签署培训协议的，公司将不再作为公司战略人才进行培养。

第四部分：对于列入“雄鹰计划”的人员

对于列入“雄鹰计划”的后备人员可以采取岗位轮换、内部培训师、在职培训、外部培训等方法进行培养。具体内容如下：

第二十八条：岗位轮换

1、轮岗目的：由于雄鹰计划主要为公司培养分公司总经理级或副总经理（公司运营副总经理、营销副总经理、工程副总经理）人才，所以其岗位轮换的目的主要是使其能够熟悉公司不同部门主要职责和不同部门间的配合情况。运营副总经理主管财务部、综合部、报建部、成本部、营销副总经理主管销售和策划、工程副总经理主管工程部、监理部、招标部，针对上述主管区域不同将有针对性的培训。

2、轮岗前提：轮岗人员必须胜任本职工作。3、轮岗范围：公司不同部门间的轮换

4、轮岗周期：轮岗周期原则上分为三个月、六个月和一年三种，具体轮岗时间由各单位根据实际情况确定。

5、轮岗审批：部门间的轮岗需由主管副总审批，公司人力资源部备案。

6、轮岗人员的管理：部门间轮岗的人员由新任职部门的主管领导对其日常工作进行管理。

第二十九条：内部培训师

为了满足公司高级岗位所必须的沟通能力、表达能力以及知识自主积累总结能力，凡列入公司“雄鹰计划”的公司战略人才，必须根据公司《内部培训师管理制度》，报名参加内部培训师，并完成相应的工作。凡不报名参加内部培训师或未能完成《内部培训师管理制度》规定工作的，将不再作为公司战略人才进行培养。

第三十条：内部培训

凡列入公司“雄鹰计划”的公司战略人才的员工必须按公司《培训积分管理制度》完成必须的积分。规定期限内没有积满培训积分的将不再作为公司战略人才进行培养。

第三十一条：外部培训

根据公司《培训管理制度》，凡列入公司“雄鹰计划”的战略人才可以参加公司付费的外部长短期培训，但必须与公司签订相应的培训协议，凡拒不签署培训协议的，公司将不再作为公司战略人才进行培养。

6战略管理人才的淘汰与晋升 第三十二条：目的为了保证公司战略人才培养规划的有效实施，促进公司战略人才积极进取的精神，公司战略人才将实行动态管理，每半年和公司其它管理制度相结合进行调整一次，淘汰不符合条件的人员，并吸收新的优秀人才加入。

第三十三条：淘汰

经过绩效考核，不能胜任现有工作岗位的，由主管领导建议，经人力资源部确认没有进一步培养潜质的，将不再作为公司战略人才进行培养。

在培养过程中，未能达到本制度第十八条、第二十二条、第二十八条和第三十二条规定和公司签订培训协议的，或未能达到本制度第二十六条和第三十规定不报名参加内部培训师的，经人力资源部确认不再作为公司战略人才培养。

凡淘汰出公司战略人才培养计划的人员，仍有机会再次进入公司战略人才培养计划，但第二次被淘汰的人员将失去再次进入公司战略人才培养计划的资格。

4、轮岗周期：轮岗周期原则上分为三个月、六个月和一年三种，具体轮岗时间由各单位根据实际情况确定。

5、轮岗审批：部门间的轮岗需由主管副总审批，公司人力资源部备案。

6、轮岗人员的管理：部门间轮岗的人员由新任职部门的主管领导对其日常工作进行管理。

第二十九条：内部培训师

为了满足公司高级岗位所必须的沟通能力、表达能力以及知识自主积累总结能力，凡列入公司“雄鹰计划”的公司战略人才，必须根据公司《内部培训师管理制度》，报名参加内部培训师，并完成相应的工作。凡不报名参加内部培训师或未能完成《内部培训师管理制度》规定工作的，将不再作为公司战略人才进行培养。

第三十条：内部培训

凡列入公司“雄鹰计划”的公司战略人才的员工必须按公司《培训积分管理制度》完成必须的积分。规定期限内没有积满培训积分的将不再作为公司战略人才进行培养。

第三十一条：外部培训

根据公司《培训管理制度》，凡列入公司“雄鹰计划”的战略人才可以参加公司付费的外部长短期培训，但必须与公司签订相应的培训协议，凡拒不签署培训协议的，公司将不再作为公司战略人才进行培养。

6战略管理人才的淘汰与晋升

第三十二条：目的为了保证公司战略人才培养规划的有效实施，促进公司战略人才积极进取的精神，公司战略人才将实行动态管理，每半年和公司其它管理制度相结合进行调整一次，淘汰不符合条件的人员，并吸收新的优秀人才加入。

第三十三条：淘汰

经过绩效考核，不能胜任现有工作岗位的，由主管领导建议，经人力资源部确认没有进一步培养潜质的，将不再作为公司战略人才进行培养。

在培养过程中，未能达到本制度第十八条、第二十二条、第二十八条和第三十二条规定和公司签订培训协议的，或未能达到本制度第二十六条和第三十规定不报名参加内部培训师的，经人力资源部确认不再作为公司战略人才培养。

凡淘汰出公司战略人才培养计划的人员，仍有机会再次进入公司战略人才培养计划，但第二次被淘汰的人员将失去再次进入公司战略人才培养计划的资格。

**第五篇：高职人才培养方案**

高职人才培养方案

摘要

高等职业教育要以工学结合为模式，依托校企互补的实训条件，培养德、智、体、美全面发展的人才，要求具有必备的基础理论知识、专门知识、创业精神和良好的职业道德，能够面向铁路、特别是高速铁路、城市轨道工程施工和运营第一线，并且具有一定理论基础、掌握高速轨道施工技术和维护、管理的一线技术应用型人才。

关键词

职业教育

高技能人才

培养模式

工学结合一、坚持职业道德、素质教育的培养模式

高等职业院校要坚持育人为本，德育为先，把立德树人作为根本任务。要把社会主义核心价值体系融入到高等职业教育人才培养的全过程。要提高学生的实践能力、创造能力、就业能力和创业能力，培养德智体美全面发展的社会主义建设者和接班人。

有人说人才应该具备四种能力，即：“实践能力、创造能力、就业能力和创业能力”，应该说要求是很高的，其中“实践能力”的提高才是关键，有了实践能力，才谈得上创造；有了实践能力，才谈得上就业；而至于创业能力，对于工科高职学生而言，显然很高，因为创业伴随着管理的要素，而工科高职学生是以特定岗位或岗位群的操作技能为看家本领，对于运筹帷幄，打拼市场，从事经营，实在是弱项；但对于不同的学生又要因人而异的进行引导和培养，为其将来的创业能力打造良好的基础。

二、高职学生学习心理问题分析

调查结果表明：有54%的学生喜欢学习专业技能课，28%的学生喜欢文化、历史等人文课，15%的学生喜欢音乐、体育等素质课，只有3%的学生喜欢专业理论课，这说明学生非常重视专业技能课的学习，而忽略了人文素质和基础理论知识。

因此，有必要对他们开展人文素质教育，改变这种状况。加强学生的人文素质教育，很多高职学生重专业技能、轻人文科学，因而导致综合素质较差。

三、高等职业教育的人才培养模式

在对学生学习方式的调查中，只有接近28%的学生在课堂上跟着教师学习，调查数据显示，这部分学生主要是一年级的新生。有39%的学生愿意自学，而另外33%的学生喜欢与同学讨论。这种结果表明，越来越多的学生追求多样化的学习方式，学生的学习方式正逐渐成熟化、理性化，迫切要求变革当前的教学方式，同时，在课时安排上应考虑给学生留出更多的自主学习的时间。因此，可以制定以下人才培养模式：

（一）“订单式”人才培养模式

根据高速铁路相关企业提出的具体人才规格，可以实施满足企业的“订单”培养。在“订单”培养过程中，经校企协议，签约学生实施不同侧重的教学组织。在具体培养过程中，教学组织打破了常规模式。

首先是在班级设立上打破常规。学生签约后，依据不同的专业方向，打破原有班级建制，安排专门的班主任，开展单独培养。

其次是课程设置上打破常规。按照订单企业提出的培养要求，适时调整课程设置。与原有课程相同或相近的，学院就对原有课程进行修改或删减；对于没有设立的课程，通过校企工作小组，进行资源调配，满足教学需求。

第三是课时安排上打破常规。

为增强学生的实践应用能力，根据教学内容的特点，以企业实训基地作为授课地点，改变原授课时间的节奏，开发校内演练场及计算机房，并配备指导教师，随时指导。

第四是能力考核上打破常规。

根据订单企业要求，学院对订单班学生的考核，均由企业全程参与。

（二）“工学结合”式人才培养模式

“工学结合”的人才培养模式就是把整个学习过程分离为学校学习和企业工作交替进行的过程。对于学生而言，“工学交替”是完成了一个“实践——理论——实践”的循环上升过程，其目的是通过实践来修正自身的学习从而能够适应社会的需求，简言之就是“社会需要什么，就好好学什么”。

工学结合的本质是教育通过企业与社会需求紧密结合，高等职业院校要按照企业需要开展企业员工的职业培训，与企业合作开展应用研究和技术开发，使企业在分享学校资源优势的同时，参与学校的改革与发展，使学校在校企合作中创新人才培养模式。

（三）“顶岗实习”式人才培养模式

为培养适用对路的高素质、高技能人才，实现高质量就业，充分考虑企业的可持续性发展和学生的成才需要，使学生的知识、能力和素质与企业的需求完全吻合，实现人才培养与职业岗位标准的近距离对接，并真实客观地检验专业教学质量，高速铁路专业在深化校企合作的基础上，很有必要坚持推行“顶岗实习”的教学模式。

高等职业院校要保证在校生至少有半年时间到企业等用人单位顶岗实习。现在高速铁路在全国各地都有修建，可组织学生深入到生产第一线，去了解高速铁路的具体形成过程。

参考文献：

[1]涂玉芬，王德洪.我国高速铁路人才培养问题的几点思考[J].中国成人教育.2024，（15）.[2]姚梅林.培养高职学生的可持续发展能力[J].高等职业教育，2024，（12）.[3]吴红梅，宋敬.如何加强高职学生的人文素质教育[J].中国职业技术教育，2024，（11）.

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！