

校企合作模式下高职院校服装设计专业改革研究

陈伟伟^{1,2},朱建军¹

(1.南通纺织职业技术学院,江苏 南通 226007;
2.苏州大学 纺织与服装学院,江苏 苏州 215021)

摘要:以南通纺织职业技术学院服装设计专业为例,从课程设置、人才培养模式、教学模式方面阐述了服装系校企合作的改革措施和收效;指出前店中校后厂的人才培养模式开创了服装设计专业校企合作的新模式。

关键词:校企合作模式;前店后厂;项目导向;高职院校;服装设计

中图分类号:G710

文献标识码:A

文章编号:1673-0356(2013)03-0094-03

高等职业教育以培养生产、建设、管理、服务第一线的高素质技能型专门人才为基本任务^[1],培养的毕业生受到了越来越多的企业欢迎。高职院校的服装专业教学与企业需求接轨是当前服装专业发展趋势和企业用人需求的必然选择^[2],只有实现学生与企业的"零距离"对接,才能体现高职院校的人才培养目标和优势。

1 存在问题

在对服装设计专业的顶岗实习学生和已工作多年的毕业生调查中发现服装设计专业教学存在如下缺点:(1)在课程设置上,虽然目前大多数高职院校按照“以工作过程为导向”进行岗位、课程能力要求对接,但实施的还比较笼统,不到位,项目驱动、任务引领教学还仅限于表面。(2)教学方法及手段都相对单一,很多学生在学习过程中感到乏味与枯燥。(3)课程的评价标准只针对学生学习效果的评价,不太重视学习过程的考核。(4)企业兼职教师较少,且较难控制其教学质量。(5)学生大多偏好服装设计课,而对结构工艺课缺乏重视,致使很多设计只是空中楼阁,难以实现,另外很多90后学生缺乏吃苦耐劳精神,对生产线锻炼和企业实践不能持之以恒。

2 改革措施

南通纺织职业技术学院服装系以“国家示范性高职院校建设”为契机,依托江苏纺织服装职业教育集团

收稿日期:2013-04-17;修回日期:2013-05-06

基金项目:2012年江苏省高等学校大学生实践创新训练计划项目《服装课程作品试销售创新实践》(2012JSSPITP3429);南通纺织职业技术学院教改项目《服装课程作品试销售创新实践》(JGY12013)

作者简介:陈伟伟(1981-),女,讲师,在读博士研究生,主要研究领域为服装工程。

平台,建成了集设计、工艺、管理等于一体的校内生产性、综合性实训基地,大规模的进行了专业课程设置、人才培养模式和教学模式的改革。

2.1 专家指导委员会参与制定专业培养方案和课程设置

在对大量的南通及周边城市(上海、苏州、南京、无锡、常州等)的企业调研和毕业生跟踪调查的基础上,与企业专家召开专家指导委员会,共同研讨当今企业的紧缺岗位,技能型人才种类,从而获得专业培养目标,具有极高的现实性。在此基础上,根据职业标准和岗位工作分析,提取、归纳职业行动能力,依此确定各课程的主体内容和层次定位,重组原学科性知识内容,形成一个以职业能力和综合素质培养为主体,突出能力目标和岗位工作要求的教育体系。专家指导委员会每年召开一次,用于调整、制定新一学年专业方案和课程设置。在大一新生课程设置中增设《专业认知与规划》,其中有一半的课程到企业进行参观、学习、交流,让新生在入学初期就第一时间了解服装企业现状、岗位需求和能力需求等。

2.2 工学结合、校企合作的人才培养模式

2.2.1 采用3-4-3工学结合人才培养模式

通过3个载体(生产性实训基地、师生工作室和服装设计中心),完成4组典型任务(服装设计比赛、单件产品设计、系列产品开发和创业方案企划),达到3种职业能力(通用职业能力、创新能力与创业能力)的培养目标,满足学生的成才立业需求。

2.2.2 前店中校后厂

2010年12月服装系辟出面积800 m²分南北两个展厅进行设计,如图1所示。南大厅为临街店铺,进行成品展示与销售;北大厅用来科技研发、教学,服装系

后方还有与南通纺联服装有限公司合作建成的“纺联教学工厂”,可进行生产线生产,真正实现了“前店中校后厂”这一校企合作新模式。前店后厂为服装系师生提供了一个集设计、打版、成衣、营销为一体的全程平台。服装系的学生在工作中学习,在学习中工作,将富有特色和市场潜力的作品投入生产,并将自己做好的成衣通过实体店进行销售。期间,企业资深人士与系专任教师一起对学生进行监控引导,培养符合企业发展和适应市场的优秀设计师及营销人员,让学生毕业后进入企业能实现无缝对接,迅速成长为企业的骨干。

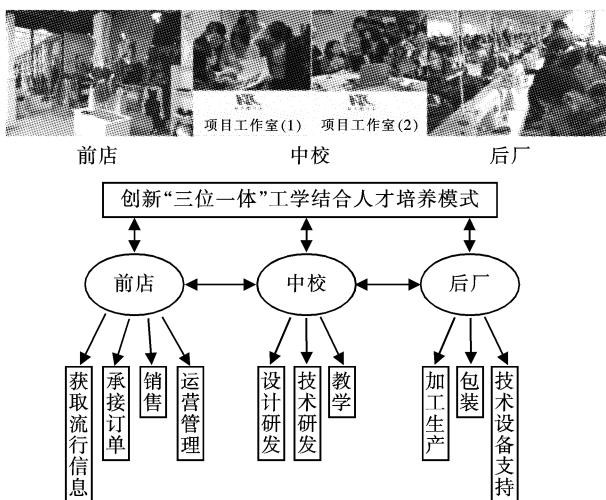


图1 前店中校后厂关系图

2.3 项目导向教学模式

通过“师生工作室、校企合作、服装赛事”等学习平台引入服装产品开发的典型案例和真实项目,形成教学过程与工作过程一体化、教学环境与工作环境一体化的工学结合、教学做一体化的行动导向型教学模式^[3],教、学、创、赛相结合的项目教学模式极大的调动了学生的学习积极性和自主能动性。去年我院服装系在全国高职高专技能比赛中夺得4金1银,团体总分第一,其成效是显而易见的。

2.4 教学团队建设

如图2所示,以双师素质教师为主,聘任行业专家、企业技术能手、技术人员为兼职教师,专兼结合,多途径加强教学团队建设。选送专业带头人去国外高职院校培训,推广新成果,并帮带1~2名骨干教师,骨干教师再通过企业对口交流、企业挂职锻炼(校企互兼)及国内进修培训,在专业建设、课程建设和实训基地建设中发挥骨干作用,并能帮带培养1~2名青年教师。

2.5 引入市场评价考核方式

建立多角度的立体的课程评价体系,既有客观评价又有主观评价,涉及学生的专业技能、过程中的学习态度、团队合作精神、沟通能力及自主学习能力等。评价分为学生自评、小组内互评、组间评价、教师评价及市场评价,市场评价的打分者是企业的资深人士或消费者。

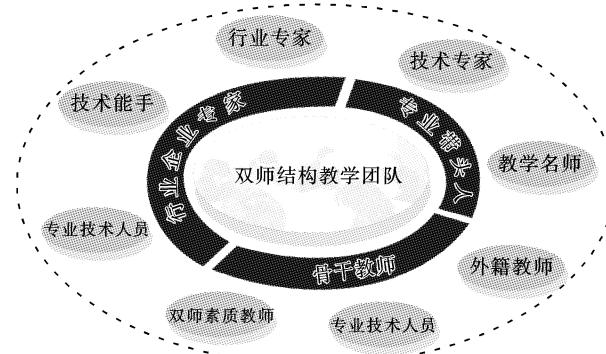


图2 教学团队构成

2.6 教学方法及手段创新

2.6.1 方法多样化

采用互动式、开放式教学方法、项目教学法、案例教学法、示范教学法等多种教学方法相结合,形成以学生为主体、以教师为主导的课程教学模式,课堂的地点可在校内实训基地,亦可选择在校外实训基地。

2.6.2 现代教学技术手段的应用

(1) 摄录系统 打板室、缝制室都装有多媒体摄录系统,每一位同学都能在大屏幕清楚地看到教师示范细节,且摄录系统能全程录下讲课内容,供学生课后自学。

(2) 多媒体课件 课题组教师与企业资深人士集体备课,配套大量企业生产录像,精心制作课件,形象直观演示,取得良好的教学效果,现已有两个课件分获全国课件大赛一等奖和二等奖。

(3) 教学网站 多门核心课程组建立课程教学网站,实现资源共享。

3 实施效果

(1) 突破传统的教学观念,以学生为主体设计教学。

(2) 突破了传统的学习方法,让学生在学中做,做中学。学生的主动思考能力,发现问题、分析问题、解决问题的能力得到了很大的提高,且在分组的任务中

培养了较高的团队合作意识和协调能力。

(3)前店中校后厂模式实现了校企技术共享,合作双赢,进一步强化了对学生综合职业能力和可持续发展能力的培养,为学生“零距离”上岗奠定了基础。

(4)教师走出校园,校企互兼。

4 结语

校企合作的人才培养模式要不断更新,要与市场变化衔接。前店中校后厂人才培养模式定义较为狭隘,广义上的前店不仅仅是服装系的实体店,可以是南通市区或是更远的全部服装商店和多个品牌,可更极

致的将人才培养、科技研发、服务社会三位结合一起,进一步推动高职院校的产学研合作。

参考文献:

- [1] 教育部. 国家高等职业教育发展规划(2011—2015)[Z]. 2010.
- [2] 鲁葵花. 职业院校服装专业教学适应企业需求的探讨[J]. 职业技术教育, 2007, (29): 11—12.
- [3] 邢颖.“项目导向式”教学模式在服装设计课程中的探索与实践[J]. 辽宁丝绸, 2011, (1): 33—36.

Study of Fashion Design Major's Reform in Higher Vocational College under School-enterprise Cooperation Model

CHEN Wei-wei^{1,2}, ZHU Jian-jun¹

(1. Nantong Textile Vocational Technology College, Nantong 226007, China;

2. College of Textile and Clothing Engineering, Soochow University, Suzhou 215021, China)

Abstract: The fashion design major of Nantong textile vocational technology college was taken as an example to illustrate the school-enterprise cooperation reform measures and effects of fashion department from the following points of curriculum settings, talent training pattern and teaching models. Especially, the training pattern of front shop, middle college and factory behind started the new model of shool-enterprise cooperation.

Key words: school-enterprise cooperation model; factory behind shop; project guide; higher vocational college; fashion design

欧盟市场低迷 纺织品出口商将亚洲作为目标

欧洲的纺织品和服装公司正寻找再次增长的领域。这主要是由于供应链的需求低迷、零售采购商和消费者因欧元区的危机及欧盟政府财政紧缩导致的采购削减引发的。

根据最新的数据,欧盟纺织品和服装向欧盟之外的国家的出口额在2012年增长了6.3%,而向欧盟内部其他国家的出口下降了2.3%。

在纺织品方面,欧盟向非欧盟国家的出口增长了2.9%,而向其他欧盟国家的出口下降了4.0%。服装方面出现了类似的趋势,向欧盟之外的国家出口上升了10.1%,向其他欧盟国家的出口下降了1.0%。

欧盟服装向许多新兴国家的出口出现强势增长,因为欧盟的出口商寻找新的消费者来抵消向欧盟消费者销售的下降。例如向中国的出口额增长了33.3%。向哥伦比亚的出口上升了24.9%,向中国澳门的出口上升了27.6%,向智利的出口上升了29.6%,向南非

的出口上升了30.6%,向巴西的出口上升了34.5%,向委内瑞拉的出口上升了52.2%。

欧盟的服装向其他几个国家的出口也出现增长,包括像俄罗斯的出口上升了10.5%,向日本的出口上升了17.5%,向阿联酋的出口上升了18.3%,向沙特阿拉伯的出口上升了20.4%,向韩国的出口上升了20.7%,向美国的出口上升了24.1%,向澳大利亚的出口上升了54.8%。

在2012年,欧盟的出口商得到欧元同美元的汇率贬值7.6%的帮助。这使欧盟向国外的销售更简单,因为许多欧盟的公司选择维持他们的美元价格,使他们的欧元增长,或者削减他们的美元价格,但不影响利润。

展望未来,在2014年,欧盟的出口增长机会应当提高,因为欧元今年再次贬值。

(中国纺织网)