

还没毕业,已在企业独当一面

山东交通职业学院“工匠班”培养未来工程师

文/片 本报记者 尹明亮

企业首席技师 给学生当师傅

在山东交通职业学院机电工程学院,陈德全近段时间的课程安排比较紧凑,19日上午学习机器人编程,下午就要学习电机的装配。自从去年入学时通过双向选择,进入被称为“工匠班”的歌尔匠造专班,陈德全一直在为未来做着准备,“大一必须把基础打得更牢固一些,以岗位核心能力为目标,产教融合进行专业学习,为将要进入企业做准备。”陈德全说。

“开展现代学徒制的试点,‘工匠班’是一个新的升级。教育改革的成功离不开因材施教,多企业分方向深度合作,有利于学生的分层次、柔性化教育。”山东交通职业学院机电工程学院院长徐华东介绍。在学院,歌尔匠造专班并不是第一个“工匠班”,却都遵循着同样的培养模式,大一以学校为主体,以企业相辅助,培养学生的专业基础与职业素养;大二将课堂设在企业,以企业先进技术与生产工艺学习为平台,学校教师与企业师傅相结合,进行双主体育人,全面提升学生的技术技能;大三以企业为主体,学校相配合,以

在山东交通职业学院机电工程学院,一个个“工匠班”培养着未来的工程师。在伽途卓越维修工程师班,即将毕业的学生已经可以在企业独当一面;在歌尔匠造专班,两个班46名学生在为大二进入企业进行“双主体育人”学习做着知识与基础能力储备。学生们从学校到企业,跟着高级技师师傅进行岗位项目化学习。对“工匠班”的这些学生来说,他们的目标是专科毕业就能成为一名优秀技师,甚至工程师。



山东交通职业学院“工匠班”的学生在上課。

核心工作岗位为载体,进行核心技能强化与能力拓展教育,培养符合智能化生产的复合型创新与管理人才。

陈德全还在学习着基础的理论,而在歌尔声学,企业智能制造事业群首席技师李焕峰已经在为“工匠班”学生的到来做着准备,李焕峰是今年淮

坊工匠候选人之一。这一届“工匠班”有46位学生,李焕峰和同事们已经设计了一套专门的课程等着他们的到来。歌尔匠造专班的负责人王超介绍,在未来,每个师傅带两到三个学生,“学生们也将接触到最先进的设备、接触第一线的技术难题。”

实习生管起 整条线上机器人

因为匠造专班的学习要从大二才正式开始,陈德全至今仍要与其他班的同学一起学习基础课,对未来更多的是期待。相较之下,在北汽福田汽

车股份有限公司山东多功能汽车厂,如今正读大三的展鑫已经与自己的师傅一起承担起了两个焊接车间机器人的维护工作。他是山东交通职业学院另一个工匠班伽途卓越维修工程师班的大三学生。

展鑫从去年七八月份开始跟着现在的师傅学习,在焊接车间,他虽是一名实习生,但已经与自己的同学一起,独立承担起一条生产线上机器人的调试与维护任务。“在车间的学习和在学校实训室的学习完全是不一样的,这里有更多的实践,当其他机器人维护企业的工程师来给机器人做维护、编程序时,我们都会在一旁学习。”展鑫说。

班级的名字带着“工程师”三字,展鑫和自己的同学也期待着毕业后自己的名字后也挂上这三个字。“这几个学生学习东西都挺快,不到一年的功夫,他们对相关技术的掌握都还不错,基本能独当一面了。”冯义超是北汽福田资深的电气工程师,对于手下的三个徒弟,他颇为欣赏。

“现代学徒制的精髓就是校企合作、产教融合、多元办学。通过工匠班这个方式,合作培养的是企业智能化生产的未来工程师与工艺师。”徐华东说,在山东交通职业学院,新的一年,新的“工匠班”将继续组建。“这些学生的培养目标是能带团队、能做技术攻关的优秀工艺师。”王超介绍。

“数”解新高端,“论”道赢未来

——2019鲁酒营销创新暨酒商转型发展峰会盛大举行!

4月19日下午,由中国酒业协会、中国酒类流通协会指导,山东省糖酒副食品流通协会、山东省白酒协会主办,景芝酒业承办的“数”解新高端——2019鲁酒营销创新暨酒商转型发展峰会”在淄博盛大召开。

山东省轻工业联合会会长,山东省白酒协会会长姜祖模和景芝酒业董事长刘全平分别致辞。盛初咨询总经理柴俊,海纳机构董事长吕咸逊,卓鹏战略咨询董事长田卓鹏等业内专家作主题演讲,公司高管团队,优秀经销商代表,合作伙伴、新闻媒体、景芝老酒藏友代表等300余人参加会议。

三个小时的峰会,主题突出,内容丰富。10项议程,7个议题,百余干货,谈机遇、论营销、话收藏,一场深度创新营销、聚势赋能酒商、深挖芝香价值的鲁酒峰会进行了生动呈现,彰显了景芝酒业作为鲁酒龙头的风范,奏响了景芝酒业引领鲁酒振兴的强音。

创新驱动 景芝“四力”引领鲁酒振兴

近年来,景芝酒业在引领鲁酒振兴的道路上迈出了壮阔的步伐。

作为山东省省长质量奖和全国质量奖获得者,在营销模式、品牌建设、科技进步、管理提升、文化建设等创新发展方面取得了丰硕的成果,实

现白酒、文化、健康三大产业融合发展,成为中国酒文化的新地标。

对于景芝多年的积淀与发展成绩,刘全平在峰会致辞中谈到,成绩的取得源于景酒人始终坚持创新,追求高质量发展的信念,源于景酒人在品牌活力、产品动力、营销新力、团队战斗力“四力”上的不竭动力。

品牌活力上,景芝酒业坚持消费者精准培育和互动体验,以全新的理念、全新的动作、全新的服务,创新产品体验、消费体验和活动体验,增强消费者粘性,让“景芝品牌”富有扩张力、活跃度和闪光点,牢固树立鲁酒品牌的标杆地位。

产品动力上,坚守工匠精神,实施卓越管理,强化精益生产,夯实品质保障,聚力品牌文化,创新芝香体验馆、民间品酒师发现之旅和芝香探秘之旅,塑造“致良知植良能造良品”企业文化之魂,为山东乃至全国人民奉献“一瓶好酒”。

营销新力上,景芝酒业加快提升企业数字化建设步伐,以新产品、新工具、新玩法、新模式、新组织、新理念,创新“互联网+传统营销”模式,推动营销模式的创新与转型,数字化营销能力成为景芝领先于同行业的核心力。

团队战斗力上,打造一支忠于企业、有战斗力、素质过硬、业绩突出的人才队伍。一个实力景芝,品质景芝,科技景芝,文化景芝和希望景芝以其文化自信、品质自信、技术自信、品格自信“四个自信”屹立于齐鲁大地。



营销转型 数字化赋能酒商发展

2019年对于中国白酒行业而言是“数字化元年”,但源于景芝近年来对于数字化创新的技术积淀,2019对于景芝而言早已是数字化“起步年”,数字化营销能力已经成为景芝领先于同行业的核心力。

“顺应产业大势,加快数字化发展,跟上行业前进步伐,是景芝酒业实施聚焦战略的关键和重要战略举措”。刘全平表示,一直以来,景芝酒业坚持“利益共同体”理念,致力于厂商共赢发展,依托数字化营销为合作伙伴推出赋能措施,完成转型升级。

通过“四驱六新”,即品牌、品质、模式、组织四个驱动力,不仅可以解决消费场景发展新动能;更能以新理念、新产品、新模式、新工具、新组织、新玩法这“六新”来打造一品景芝的

发展新力量,建立打通服务于经销商、零售商、消费者的“景芝云商”“景芝云店”“景芝云众”大数据营销系统,为厂家、商家、终端商、消费者之间的互动链接带来平台工具。

以消费者为主,在体验营销、主题活动、会员体系三个玩法实现场景化,品牌IP化,消费者口碑化。去年开始,景芝的芝香体验馆、芝香探秘之旅、芝香双品会、芝香荟,我是品酒师大赛从各个层面推进一品芝香的品牌影响力形成。

这次峰会上,景芝酒业另一大品牌IP——“记忆中的那瓶酒”景芝老酒价值鉴赏巡展在峰会上同步启动。从4月开始,这场在山东各市陆续展开的老酒价值巡展,将以一场“最纯粹”的老酒鉴赏互动,为白酒爱好者搭建老酒鉴赏交流互动平台。同时,景芝酒业与福田汽车等签署了战略合作协议,进一步赋能经销商,助力市场开拓。

