

汽车技术服务与营销专业建设与发展研究

李延廷

北京信息职业技术学院 总务处

摘要：简要介绍汽车产业发展现状、汽车销售和售后服务人才需求、汽车销售和售后服务关键技术、汽车类企业调研的目的、汽车类职业分析、职业能力分析以及专业建设规划。通过深入地进行企业调研、职业与岗位分析、职业能力分析，获得了本专业的培养目标、人才培养规格、职业综合能力及其各项综合能力对应的专项能力，获得大量的、能够为本专业建设与发展提供有力支持的调研资料，为完善本专业专业标准、新建或完善本专业的课程体系、课程教学资源、强化培养双师型师资队伍、新建或更新实习实训基地提供支持，并通过专业调研及专业建设研究提高了专业教师队伍的专业建设、课程建设、教学与教学研究能力。

关键词：汽车技术服务与营销；发展现状；企业调研；职业能力分析；专业建设规划

【DOI】10.12252/j.issn.2096-6288.2023.02.118

引言

曾在我校汽车工程系工作多年。作为汽车电子技术专业带头人，曾负责汽车类专业的管理工作，曾主持完成国家骨干校建设项目：《汽车技术服务与营销专业人才培养模式改革建设》。不久前，虽然离开了教学部门，但一直在关注汽车技术服务与营销专业的发展。从目前北京市的汽车技术服务与营销专业发展看，2023年以前因生源问题，面临较严重的困境。随着北京市生源状况逐步好转，该专业又将迎来新的发展契机，该专业的建设与发展工作仍需要继续推进。

一、汽车产业现状与关键技术分析

（一）汽车产业发展现状

自20世纪90年代中后期以来，我国汽车产业迅猛发展。2006年底，全国机动车保有量1.4亿辆，北京市机动车保有量287.6万辆。2022年底，全国机动车保有量达到4.17亿辆，北京市机动车保有量712.8万辆。汽车保有量巨大并持续增长，带来新车销售、汽车保养维修、金融服务、保险服务、配件销售、二手车销售等市场继续发展，汽车销售和售后服务市场巨大。

（二）人才需求分析

在巨大汽车产销量、保有量的支撑下，汽车销售和售后服务市场仍需要相当多的从业人员，急需高素质的汽车销售与售后服务技术技能型人才。因此汽车技术服务与营销专业仍有较好的市场潜力和发展前景。

（三）关键技术分析

通过深入调研，获得了汽车销售和售后服务行业需要的关键技术。主要包括：（1）汽车（含二手车）营销技术；（2）汽车保险与理赔技术；（3）汽车鉴定与评估技术；（4）汽车售后服务管理技术；（5）汽车保养与维修技术；（6）汽车配件管理技术等。上述关键技术的水平体现出汽车销售和售后服务岗位的核心竞争力与重要竞争力，直接决定汽车销售与售后服务质量。

二、企业调研与职业分析

（一）企业调研

与多家汽车企业的销售人员、售后服务人员、管理人员、企业指导教师及本专业毕业生探讨，深入了解专业培养目标、人才培养规格、职业岗位、专业领域或方向、典型职业岗位人员分类等。

（二）职业分析

1. 典型职业岗位分析

通过分析、归纳、整理调研资料，可以得到汽车技术服务与营销专业学生未来的就业岗位及其相应可以取得职业资格证书，如表1所示。

表1 专业领域或方向-典型职业岗位-职业资格证书对应表

序号	专业领域或方向	典型职业岗位	职业资格证书（名称、等级）
1	汽车营销	汽车销售（含二手车置换） 汽车配件销售 汽车营销策划	汽车营销员（高级） 汽车驾驶员证书（C1以上）
2	汽车评估	事故车定损 二手车鉴定与评估	汽车维修电工（高级） 汽车鉴定与评估员高级 汽车驾驶员证书（C1以上）
3	汽车检测	生产厂整车检测 汽车检测场检测	汽车维修电工（高级） 汽车驾驶员证书（C1以上） 现代企业5S岗位管理证书
4	汽车维修	汽车维修接待 汽车保养 汽车修理	汽车维修电工（高级） 汽车驾驶员证书（C1以上） 现代企业5S岗位管理证书
...

2. 典型工作过程分析

经过对调研资料进行分析、归纳、合并、舍弃等一系列处理后，获得了来自企业的典型工作任务。以此为基础，可以建立了本专业的专业课程体系，包括核心课程、专业限选课程、实习实训课程、专业选修课程等，如表2所示。

表2 职业岗位、岗位职责、典型工作任务对应表

序号	职业岗位	典型工作任务	学习领域 (专业课程)
1	汽车销售	汽车、二手车、配件销售	汽车营销
2	汽车保险	汽车保险与理赔	汽车保险与理赔
3	汽车评估	事故车定损、二手车鉴定与评估	汽车评估
4	汽车配件管理	汽车配件管理	汽车配件管理
5	汽车售后服务管理	汽车售后服务管理	汽车售后服务管理
...

三、专业培养目标、人才培养规格、职业能力分析表

(一) 专业人才培养目标

通过整理调研资料,获得本专业的专业培养目标。本专业主要面向首都汽车产业,培养思想品德优秀、职业道德好,身体健康灵活,心理素质良好,敬业精神和团队意识强,系统学习汽车构造、汽车营销、汽车技术服务知识,熟练掌握汽车营销与技术服务技能,具备较强的职业拓展能力,能从事汽车(二手车、配件)销售、保险理赔、评估、汽配配件管理、保养维修及相关企业的基层管理工作的高端技能型专门人才。

(二) 专业人才培养规格

通过整理调研资料,获得本专业的专业人才培养规格。

1. 基本职业素质要求

(1) 道德感: 爱心意识; 责任意识。(2) 身心健康: 身体健康; 情绪调控能力。(3) 信息处理能力: 语言文字能力; 信息处理能力。(4) 分析与解决问题能力: 科学思维能力; 自主学习能力。(5) 沟通与合作能力: 沟通交流能力; 与人合作能力。(6) 安全与环保意识: 安全意识; 环保意识。(7) 创新能力: 批判性思维; 就业与创业意识。

2. 专业知识

(1) 市场与市场营销的概念、观念及环境。(2) 汽车业发展历程与现状、汽车三大车系及汽车品牌。(3) 汽车市场调查内容、调查方法、调查问卷设计技巧、汽车市场预测步骤和方法。(4) 汽车消费者对汽车商品的认知过程、需要类型、基本特征、消费心理与行为特点。(5) 汽车市场细分、汽车产品市场定位、汽车产品组合、汽车产品生命周期及特征。(6) - (39): 略。(40) 汽车企业财务管理基本理论、方法。

3. 职业能力

(1) 能够正确描述汽车市场营销环境。(2) 能够正确描述汽车市场营销调研的详细过程及市场预测方法。(3) 学会用消费者心理学知识对汽车购买者心理及行为特征进行剖析。(4) 熟悉汽车市场细分原则与标准、汽车目标市场选择,会分析汽车市场定位策略。(5) 能够正确描述汽车产品策略。(6) - (37):

略。(38) 能够熟练地进行客户满意度管理。

(三) 职业能力分析

通过组织专家论证会,进行职业能力分析,确定本专业的综合能力及每项综合能力对应的专项能力。

1. 综合能力: 销售汽车

对应专项能力有: 正确描述汽车市场营销环境; 学会汽车营销市场研究与市场预测方法; 学会对汽车购买者心理及行为特征进行剖析; 熟悉汽车市场细分的原则与标准; 选择汽车目标市场与分析汽车市场定位策略; 正确描述汽车产品策略; 正确描述汽车产品价格策略; 运用汽车产品销售渠道策略建立销售渠道方案; 运用汽车促销策略设计车品促销方案; 训练汽车销售技巧。

2. 综合能力: 代理汽车保险与理赔

对应专项能力有: 熟悉保险法; 数码图片处理; 办公软件应用; 判断车辆事故的原因与更换零配件原因; 钣金喷漆工艺流程与判断钣喷修复量; 根据车辆年限估算保费; 整车外观检查与评估。

3. 其他综合能力: 能够二手车鉴定评估与汽车损伤评估; 管理配件; 管理售后服务业务

各自对应的专项能力: 略。

四、专业建设与发展规划

在前期进行广泛调研的基础上,制定本专业的专业建设建设方案。具体内容如下:

(一) 建设指导思想

1. 以“校企合作与工学结合”为基本指导思想

坚持以“工学结合、校企合作”为指导思想建设汽车技术服务与营销专业人才培养模式。

2. 校企共建专业,完善专业教学标准

邀请行业、企业专家担任专业指导委员会成员,共同设计、审定专业教学标准;定期向他们收集信息、征求意见,然后调整、优化专业结构;了解用人单位对毕业生的知识、能力及素质的要求,并及时调整专业教学标准。

3. 以工作过程为导向,深化课程改革

课程体系构建:针对所面向工作岗位的典型工作任务进行调研、分析,确定各典型工作任务所需要的职业能力;按行动导向课程要求对相关知识进行重组,形成本专业的各个学习领域,构建基于工作过程的课程体系。

课程实施时间安排:应遵循人才培养的四阶段模式。

课程教学内容选择:根据职业岗位工作任务选择课程内容;选取融职业素质培养、知识传授、技能训练相结合的综合教学内容;以工作任务和工作过程为依据,整合课程教学内容。

实践教学安排:构建“课内实训-企业见习-集中实训-综合实训-顶岗实习”的实践教学体系。

改革教学方法:尝试“教、学、做”一体、“边学边做、亦工亦学”的教学模式;实现教学课堂与实训地点一体化、学习环境与工作情境一体化;灵活运用任务驱动、项目导向、案例分析、分组讨论、角色扮演、启

发引导等教学方法；加大实践环节考核在评价体系中的比重。

4. 培养“双师素质”教师队伍

可以采取以下措施：（1）选派学校专业骨干教师参加相关考评员认证培训，取得资格证书；（2）从行业、企业引进有丰富实践经验的技术人员，充实教师队伍；（3）定期派专业教师到企业学习锻炼、培训进修，提高实践技能；（4）从企业聘请兼职教师来校授课或指导学生实训实习。

5. 完善校内外实训条件

在现有校内实训基地的基础上，开始着手建设校内生产性实训基地，为学生提供了真实的实训环境；与企业合作建设校外实训基地，为实践教学提供真实的工作环境，使学生能够了解企业的实际工作过程、体验企业文化。

（二）专业建设思路

1. 建设思路

本专业建设与发展思路为：通过整理融合研究调研资料，完善专业标准。按照新专业标准要求，建设核心课程体系、专业支撑课程及实习实训课程体系，培养双师型教师队伍，新建或改造校内外实习实训基地，完善教师企业实践、企业兼职教师聘用、顶岗实习与生产性实训管理、实习实训基地管理等运行机制。

2. 核心课程和专业支撑课程建设说明

经过对调研资料进行分析、加工后，可以获得本专业的核心课程体系和专业限选课程体系。

核心课程包括：汽车营销、汽车保险与理赔、汽车配件与财务管理、汽车鉴定与评估、汽车售后服务管理。

专业支撑课程包括：计算机信息处理技术、汽车构造、汽车电子控制电路分析、汽车商务礼仪与管理沟通、汽车电控系统检测与维修、汽车专业英语。

（三）专业建设要点

1. 积累汽车技术服务与营销专业建设资料

主要包括：企业调研资料、校企合作委员会会议资料、实践专家会议资料、专业教师教学研讨会资料、在校内座谈会资料、毕业生座谈会资料、专业教师参加的交流和培训的资料等。

2. 编写规范、科学、可行的汽车技术服务与营销专业的专业教学标准

主要包括：专业人才培养目标、职业范围、毕业生规格、职业能力分析表、专项能力解析表、教学计划表、课程说明、专业教师要求、校内与校外实训实习基地要求等内容。

3. 完成本专业的核心专业课程和重要专业支撑课程建设

编制完成以“工学结合、教学做一体化”为特色的9门核心专业课程和重要专业限选课程的全套教学资料。其中，至少出版5本教材、印刷4本校本教材。

4. 完成教师队伍建设目标

建立一支本科以上、职称比例合理的全部双师型校

内专业教师队伍，并且青年专业教师年均企业实践学时不少于1个月；建立一支由30名大专以上学历、实践经验丰富、语言表达能力较强，实践经验丰富的企业一线人员组成的兼职教师队伍。

5. 完成实习基地建设

在校内实训基地的基础上，与企业合作建立校外实习实训基地30家。

6. 毕业生100%取得企业汽车维修工、汽车营销员等证书

按照用人单位需求，让毕业生100%取得汽车维修工、汽车营销员等相关的职业资格证书。

7. 运行机制建设

建立校企合作教师企业实践锻炼运行机制、校企合作企业兼职教师聘用机制、校企合作学生顶岗实习/生产性实训管理与考核机制、汽车专业实训基地管理制度。

（四）保障措施

具体保障措施如下：（1）经费保障：由上级部门、学校提供专业建设与发展保障经费。（2）学校管理措施：学校定期提供检查、督导。（3）教学院系管理措施：专业带头人提供指导、检查、督导；选择合适的校企合作单位和合作方式；每月组织至少1次研讨会，解决专业建设过程中存在的问题；专业建设团队成员参加专业建设与改革方面的交流、培训等。

五、结束语

通过调研获得大量能够为本专业建设与发展提供有力支持的资料。在不失实的原则下，对调研资料进行整理加工后，可以为完善专业标准、新建或完善本专业的课程体系、课程教学资源、强化培养双师型师资队伍、新建或更新实习实训基地提供支持。同时，通过专业调研及专业建设研究还有效地提高了专业教师队伍的专业建设、课程建设、教学与教学研究能力，增强了团队合作意识。

参考文献

- [1]马军.高职项目化课程体系研究[M].北京:北京理工大学出版社,2011
- [2]姜大源.关于工作过程系统化课程结构的理论基础[J].职教通讯,2006(1)
- [3]刘存山等.汽车技术服务与营销专业课程体系的开发研究.中国电子教育,2010(2)
- [4]李磊.汽车技术服务与营销专业“教学做”一体化课程体系设计.科技经济市场,2011(2)
- [5]叶志斌.汽车技术服务与营销专业工学结合培养模式的实践探索[J].教育与职业,2010(18)
- [6]郭琳等.汽车技术服务与营销专业课程体系的重组.长春大学学报,2011(12)

作者简介：李廷廷（1970.02—），男，汉，山东省嘉祥县人，硕士研究生，高级工程师，总务处副处长、电子工程学院（南区）兼职专业教师，主要从事后勤管理、汽车电子技术、汽车售后服务技术、电子信息技术等方面的研究工作。