

高职院校汽车技术服务与营销专业实践教学优化路径

宋微

(长春汽车工业高等专科学校 吉林 长春 130000)

[摘要]高职院校汽车技术服务与营销专业教学内容是其教学体系中主要构成部分,亦是教师所关注的核心内容。单纯进行汽车技术服务与营销理论教学难以让学生学习到其中实用性。实践教学能够很好提高学生知识应用能力,让学生的专业素养得到进一步优化。但是,高职院校汽车技术服务与营销专业依然存在理念不够确定、层次不够清晰、条件不够达标问题。亟须有效分配课程,提升学生实践能力;强化校企合作,培养复合型技能人才;加强高职院校师资队伍的培训力度,持续创新实践教学。

[关键词]实践教学;汽车技术服务与营销专业;优化路径;教学水平

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6261.2021.06.462

课程改革本就是高职院校改革实施要点,传统高等院校教学模式在实施过程中大部分是将理论过与实训教学分割,这种模式下培育出来的专业化人才是理论与实践脱节的人才,难以获得良好人才培养效果,也无法满足行业发展现实诉求。为此,高职汽车技术服务与营销专业实践教学优化是教育教学发展的必然需要,也是全面改善专业实践教学效果,让学员综合素养和能力获得显著提升的核心。鉴于此,文章从实践教学内涵入手,全面分析高职院校汽车技术服务与营销专业实践教学优化路径。

一、实践教学的内涵

第一,实践教学的内涵。国内外诸多学者均对实践教学理论进行了一系列研究,关于实践教学的内涵解读通常区别于理论教学,自“实践性知识”与“缄默知识”提出之后,获得更多学者认可,促使让更多学者深入了解实践教学内涵。但是,这些理论在某种程度上产生了一些误解,把理论教学目的认定为理论知识的把控,将实践教学目的确认成获得实践经验,显然是狭义了实践教学概念。同样是区别实践教学与理论教学,但划分标准不尽相同,划分原则在于是以教师为主导的知识传授还是以学员为主导的活动探析。理论教学主要以教学为主的知识传授,在课堂上深入分析与讲解教师对知识框架与原理,由浅入深,持续提高学员对基础概念、原理和知识框架的总体认识。但是学员更多是被动接受新知识,借助听讲、记笔记等方式了解课程知识难点与重点;与之不同,实践教学是学员在实践教学处于主导地位,教师只是一个引领者,学员在这个过程中属于主动加入成员,扮演着主要角色。通过实践操作,研究与处理实验数据,设置实验方案,促使学员高度积极参与,并在实践过程中加深对知识掌握与运用,进而培育学员自身实践操作能力。在国内高等院校中,实践教学主要借助实验教学、实习训练、创新实践、课程设计等多重形式组成。

第二,实践教学体系内涵。实践教学体系是教学目标的具化,以实践教学方式,提高学员实践操作经验,培育学员创新实践能力,进而使大学生符合国家工程认证的相关专业标准,完成教育教学目标。实践教学体系侧重于以培育学员的实践操作能力为主要核心宗旨,关乎实践教学目标、教学

保障、教学内容、教学评价构成。按照前文提到的高等院校理工科专业实践操作能力的组成要素,建立实践教学体系主要以此为准则,在培育方案中明确如何培育这种实践能力。按照高职院校基本情况,确定符合汽车技术服务与营销专业人才实践能力发展的培育方案,再按照各专业特色将培养方案进一步细化,愈具体愈好。

二、高职院校汽车技术服务与营销专业实践教学面临的困境

(一) 理念不够确定

高职院校汽车技术服务与营销专业实践教学存在理念不确定问题。大部分高职院校致力于培育技术型人才,在日常教学中依然是以“理论教学为主,实践教学为辅”,实践教学的重视程度严重不足。例如,汽车技术服务与营销专业学生的培养缺乏创新实践能力,主要原因是该专业实践教学内容和实际问题差别巨大,教学目标设定成为空壳,设定的教学目标缺乏具体,在教学计划中无全面体现。部分高职院校实践教学的育人理念模仿其他高等院校,缺乏汽车技术服务与营销专业特色设定确切培育方案,只是根据全国统一标准贯彻实施教育教学活动,学员的实践能力并无得到应有提高。汽车技术服务与营销专业的实践教学过程设计的基础课程,在教学过程中,以教师为主,缺少学员的积极参与,在课堂中,学员属于被动接受知识的个体,未秉承以人为本教育理念。

(二) 层次不够清晰

高职院校学生的基础良莠不齐,相对应的实践教学内容无表现出清晰层次性,妨碍汽车技术服务与营销专业的分层教材与因材施教,一定程度上实践教学效果不佳。汽车技术服务与营销专业教学设计与实践活动均缺少层次性,如实验教学主要采取验证性实验方式,课程内容安排,整体缺乏实践能力培养的层次性。此外,高职院校汽车技术服务与营销专业学生缺乏统一实践教学标准,难以培育符合社会发展需求的实践性人才。产生这一现象的主要原因是,高职院校汽车技术服务与营销专业实践教学层次不够清晰,缺乏提高性实验、自主探究性实验,设计性实验,导致校外实践活动效果不佳,企业得不到人才保证,也不愿提供优良的实习环

境。由此以来,高职院校汽车技术服务与营销专业实践教学实习基地建设成为难点,校外实习实训缺乏阶梯式模式,抑制实践教学效率的提高。

(三) 条件不够达标

在发达国家与国内重点院校,产学研合作模式非常盛行,但汽车技术服务与营销专业的却不尽如意,部分高职院校的实习基地无法确定,学校组织的实习效果不佳,产生了很多实践教学不够达标问题。例如,一些高职院校汽车技术服务与营销专业的实践教学停留于走马观花的表面形式,做法更是无法相信,由学员自行联系实心单位,甚至毕业实习均是一张证明来决定。此外,高职院校汽车技术服务与营销专业实验室设备难以满足学生使用需求,简单实验均是三四个人一组,实验设施与设备严重匮乏,无法提高学生实践操作技能。对于自主探究性实验,部分高职院校也无给汽车技术服务与营销专业学生提供足够充足的开放性实验室,只有少量实验可以满足教学需要。这一环境下,高职院校汽车技术服务与营销专业学生教学实践能力难以获得全面提高。

三、推动高职院校汽车技术服务与营销专业实践教学的优化路径

(一) 有效分配课程,提升学生实践能力

高职院校若想实现汽车技术服务与营销专业人才培养,强化实训环节教学效能。因此,

在课程体系分配上,汽车技术服务与营销专业教师应合理分配文化课程、专业课程与实习课程。并且,在具体实践教学过程中,教师应将理论与实践有机结合。针对抽象知识点,汽车技术服务与营销专业教师应积极开展实践性强的教学活动,突显学生个人操作能力,大力提升学生就业率。具体而言,汽车技术服务与营销专业课程实训中,教师应让学生参与到模拟生活的真实场景中,并通过对比、剖析与总结方式,从生活中获得经验知识。比如,在汽车销售过程中,让一名学生扮演营销员,另一名学生扮演导购员,让学生们亲身体验销售过程,促使学生实践操作能力显著提高。在这一过程中,教师应提醒汽车技术服务与营销专业学生重视销售礼仪相关知识,且在实践中不断提高学生操作能力。

(二) 强化校企合作,培养复合型技能人才

高职院校的办学水平需要突出院校特征,应借助校企合作方式,打造出一个双赢局面。高职院校各机构应全面整合汽车技术服务与营销专业教学资源,强化与企业之间的协作。这一举措可以为汽车技术服务与营销专业学生提供完善的实训基地,真正实现上岗就业、提前适应社会环境,持续丰富学员实践操作与应用能力。高职院校应注重校企合作的汽车技术服务与营销专业人才培养模式。教师层面应秉承因材施教原则,通过最优化教学资源,为培养复合型技能人才提供保障。比如,高职院校与企业之间达成合作,学校应将汽车技术服务与营销专业学生参与到某汽车电子企业进行学

习与交流。通过学校与企业合作方式,强化汽车技术服务与营销专业学生实践操作能力。在实习过程中,学生应熟悉企业产业车间,明确新能源汽车工作原理,以及贴片与插件设备的实际操作。高职院校寻求新能源企业合作时应选择产品研发、营销、安装与咨询为一体公司,并达成合作,致力于商品市场拓展以及营销安装。

(三) 加强高职院校师资队伍的培训力度,持续创新实践教学

为培育众多复合型应用人才,高职院校应邀请更多高水平、高素养,具有丰富实践经验的教师。教师不仅要具备相应汽车技术服务与营销理论知识,还要有一定工作经验,才能为创新性实践教学提供诸多有利保障。高职院校可以聘请企业中资深兼职教师,弥补师资力量不足问题。并且,高职院校应利用寒暑假,安排教师到企业定岗实习,促使学生了解更多汽车技术服务与营销专业知识,持续积累实践方面经验,将其应用至实际性教学之中。譬如,某高职院校举办的“双师型”师资培训班,要求全学院汽车技术服务与营销专业教师均参加。

高职院校汽车技术服务与营销专业师资培训体系作为高技能汽车人才合作培养项目的重点,学校应将国际上一些优秀技能人才培养模式、教学方式进入国内。借助项目试点方法,助力高职院校建立一支双师型教师队伍,从而创新汽车技术服务与营销专业教学模式。在培训期间,教师应积极学习“二元制”的教学方式。其中,有项目教学法、情境教学法,融合大量的实战训练,提高高职院校汽车技术服务与营销专业教师整体的技术水平和应用能力。

参考文献

- [1]李文达.分析汽车技术服务与营销专业《汽车构造》课程教学方法改革与实践[J].时代汽车,2021(20):70-71.
- [2]何思越.高职汽车技术服务与营销专业实践教学改革方略谈[J].时代汽车,2021(15):30-31.
- [3]廖中文,李法春.高职汽车营销与服务专业课堂教学改革与实践——基于信息技术与协同学习融合的视角[J].广东轻工职业技术学院学报,2020,19(2):54-58.
- [4]吴星,吴丽萍,曾志.高职汽车营销与服务技术专业课程思政教学改革研究[J].南宁职业技术学院学报,2020,25(2):34-37.
- [5]韩苗苗,谢小娟.汽车技术服务与营销专业一体化教学模式探讨[J].时代农机,2019,46(9):106-107.
- [6]吴常红.“3+2”中高职衔接汽车技术服务与营销专业课程体系研究[J].南方农机,2018,49(20):26.

作者简介:

宋微,(1982.08—),女,汉族,吉林省通化市人,长春汽车工业高等专科学校讲师,硕士研究生,研究方向:汽车技术服务与营销。