

创新岗位能力培养模式在中职汽车营销专业教学中的应用研究

王敏

(郑州城轨交通中等专业学校 河南 郑州 450000)

[摘要]随着汽车工业的高速发展,汽车服务已经成为基本民生服务,为了向企业输送更加优质的人才,致力于汽车服务行业的发展,我校积极改进汽车营销专业学生在校培养实施方案,并耗巨资建造校内汽车营销4S实训展厅,在汽车营销专业学生岗位能力培养过程中,通过创新培养模式,在原有的传统教法下,实行第二课堂实景职业训练+校企联办技能竞赛双重提高,以学生的专业技能与职业核心素养为主要培养方向,全面增强了学生的综合素质,有效达成了我校汽车营销专业学生岗位能力培养目标。本文正是将创新岗位能力培养模式应用于中职汽车营销专业教学中的实践研究。

[关键词]创新岗位能力培养模式; 中职汽车营销专业; 教学运用; 实践研究

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6261.2021.07.247

在上一年度的教学工作中,创新岗位能力培养模式在我校的汽车营销专业教学中全面推进,打破了传统的理论课教学模式,根据我国汽车行业发展前景和趋势,贯彻落实国家“职业教育改革20条”,在教学中坚持工学结合、产教融合的育人理念,在汽车营销专业教学中,以市场需求为基准,以精准就业为导向,以学生专业能力培养为核心,实施第二课堂实景职业训练+校企联办技能竞赛双重培养模式,有效提高了我校汽车营销专业学生培养与企业需求、岗位要求的契合度,对培养学生的综合能力与职业核心素养具有非常重要的现实意义,得到了家长、学校、企业的一致好评。

一、目前中职学校的汽车营销专业学生岗位能力培养模式中存在的问题

1. 培养目标不明确

现阶段多数中职院校对于汽车营销专业培养目标大而全,广而泛,注重学生基础专业能力的培养,却忽略了学生个体优势和长处的发挥,进而缺乏对于提高汽车营销专业学生岗位能力培养策略的研究。

2. 实训基地资源匮乏

汽车营销专业是中职学校重要实践应用型专业之一,中职院校需要为教师实现理实一体化教学模式提供必要的实训设备和场地,但目前各院校汽车专业实训资源多以汽车维修等专业为主,汽车营销实训资源不够健全或匮乏。

3. 教学改革、教学创新能力不足

为达到人才培养目标,必须改变传统的以理论知识学习为主的教学模式。结合中职学生年龄偏小、学习能力有待提升的学情,在实际教学过程中,加强理实一体化教学,采用先进的教学方法,深化教学改革,提升教学创新能力。

4. “双师型”教师队伍建设需加强

中职教师多为高校毕业生为主,缺乏专业实践经验,中职学校应高度重视“双师型”教师队伍建设。为年轻教师多提供省市级教师培训和去汽车企业、4S店学习进修的机会。

5. 校企共育未充分发挥

为促进学生专业技能快速发展,必须要将行业要求、企业需求因素引入学生培养计划中,同时结合学生未来求职意向,制定相应的人才培养计划。然而现在多数院校对学生专业技能的培养仅停留在理论和校内基础实训上,很难做到校企共育。

二、创新岗位能力培养模式在汽车营销专业教学中的实践

在汽车营销专业学生岗位能力培养教学过程中,根据汽车营销专业的地位和性质,通过创新课堂培养模式,由理论课教学跨度到理实一体化教学,有效利用我校建立的汽车营销4S实训基地,让学生在课堂学习中融入企业情景,在真实的4S企业完成教学演习,提高学生的实践能力。

创新岗位能力培养模式主要涉及创新技能培养模式、创新素养培养模式、创新培养过程与创新检测过程。

1、创新技能培养模式

通过调研郑州市各汽车4S企业对于人才的专业技能要求及岗位需求,确定汽车营销专业学生岗位能力培养的主要任务,同时结合汽车营销专业人才培养方案确定汽车营销专业学生专业技能培养目标。对专业中涉及的主要工作内容分任务实训,并建立汽车营销第二课堂,在课余时间由汽车营销专业课教师带领汽车营销第二课堂学员进行实景训练,并通过各类小组竞赛,强化学生专业技能。在一学年的培训后,我系汽车营销第二课堂学生获得极大的进步,并派学生代表参加新郑市营销技能大赛获得三等奖。

2、创新素养培养模式

对政府、行业、企业、家长、往届毕业生等相关利益方进行需求分析和研究,通过学生的求职意向制定学生综合素质培养计划,将企业的人才需求目标融入我校汽车营销专业课程计划及人才培养方案之中。为提高学生的综合素质,创新学生素养培养模式,在学校培养过程中融入企业培养,由合作企业的专业业务人员带领学生学习汽车服务礼仪规范,并通过学生模拟练习业务接待流程中的问题分析讲解,通过专业人员对学生礼仪及沟通技巧的培训,有效增强学生的专业素养,提高学生的综合素质,并为校企联办技能竞赛的创办奠定基础。同时在网络授课过程中,带领汽车营销第二课堂学生开展“‘众志成城,抗击疫情’2020感动身边的人和事”视频分享会,会议上许多同学积极分享爱国故事,传递抗疫精神,宣扬爱国英雄事迹,并由教师进一步总结,通过此次会议同学们感慨良多,不仅看到了中国人民的万众一心,更看到了中国人民的无私奉献和国家的担当,此次会议作为我校推文推送,不仅是对汽车营销第二课堂学生培养工作的肯定,更是对汽车营销第二课堂学生综合素质的肯定。

3、创新培养过程

为促进学生专业技能快速发展，必须将行业要求、企业需求因素引入学生培养计划中，同时结合学生未来求职意向，制定相应的人才培养计划。然而现在多数院校对学生专业技能的培养仅停留在理论和校内基础实训上，很难做到校企共育。所以在学生职业能力培养过程中我们融入企业元素，让企业有效参与到学生的培养过程中，促进学生快速发展。除了汽车专业的课程安排以外，增加学生的企业实践课程与第二课堂学生培养活动，同时通过校企联办技能竞赛及校内车展活动，让学生真正融入汽车4S服务企业，同企业人员一起学习，一同进步。通过“走出去”及“请进来”，达到校企共育培养目标。为鼓励学生积极参加校企联办技能竞赛活动，学校利用家长开放日让家长也参与学生的成长过程，参加到学生的技能竞赛活动当中，从而形成学校、企业、家长三位一体化学生培养模式，有效增强了学生的学习自信，为学生的全面高素质发展提供了重要作用。

4、创新检测过程

实时跟踪观察我校汽车营销专业学生实训课堂，及营销第二课堂学生专业技能培养实况，并引入行业、企业评价，从而更好衔接企业，达到企业用人标准，同时也为汽车营销专业课教师的学生培养计划确定新的方向。

三、创新岗位能力培养模式实践成果

经过教学实践，创新岗位能力培养模式在汽车营销专业学生培养过程中，取得了理想的教学效果，学生的专业技能与综合素养均获得大幅度提升，在岗位实习中表现出较强的适应能力。本课题已作为我校2020年科研立项项目并成功立项，深得领导好评。

对学生而言，本次教学实践有效提高了学生的职业技能和综合素养、激发了学生的学习热情、加强企业实践、竞赛能力及岗前培养，提高学生就业竞争力，促进学生长期发展。

对教师而言，本次教学实践有效促进教师教学经验积累、教学能力提升、教学业务创新、进而带动教师个人和整体教师队伍的综合发展。

对学校而言，本次教学实践研究可以深化专业发展改革、加强双师型教师队伍建设、创新汽车营销专业学生培养模式，同时对中职院校探索校企合作模式，加强校企合作、产教融合有重要意义。

四、应用创新岗位能力培养模式与传统教学模式效果对比

为分析创新岗位能力培养模式在中职汽车营销专业教学中的具体作用，以18秋汽车营销专业学生为主要实验人群，将学生分为两组，以是否加入汽车营销第二课堂为主要区分手段，选取两组数据，分别为实验组（第二课堂实景职业训练+校企联办技能竞赛教学模式）和对照组（传统教学模式）。两组数据结果是在不同的教学模式产生的，其他影响因素诸如：授课老师、评价标准、期末试卷都相同。从教师角度来看，同一届学生在整体水平、能力上没有太大差

别，很大程度上能够排除这一变量对研究结果的干扰。以学生期末考试成绩为主要考核依据。

（1）实验样本实验对象总数为70人，实验组（汽车营销第二课堂学生）为35人，对照组（未加入汽车营销第二课堂学生）为35人。（2）实验数据实验数据均来自两组学生的期末综合测试成绩，采用标准差对所得实验数据进行分析。（3）实验过程实验组采用第二课堂实景职业训练+校企联办技能竞赛教学模式，对照组采用传统的课堂授课模式，两组的授课工作、学习进度以及教学活动设计都由同一教师完成，教学活动过程持续时间均为一个学期。（4）结果分析要对结果进行分析，首先需检验两组数据是否符合正态分布。使用非参数检验中的单样本K-S检验分别对两组数据做出分析，结果显示，实验组成绩K-S检验的显著性水平为0.658（ $\text{Sig}>0.05$ ），对照组成绩K-S检验的显著性水平为0.527（ $\text{Sig}<0.05$ ），两组数据检验结果均为正态分布。

五、结论

通过研究设计了汽车营销专业学生创新岗位能力培养模式，对我校汽车营销专业学生实施第二课堂实景职业训练+校企联办技能竞赛教学模式进行授课。在实验组与对照组的较量中，经过教学设计、实施、评价一系列环节，通过学生期末综合成绩、调查问卷、访谈及企业评价相结合的方式，了解对于创新岗位能力培养模式的接受程度，对于第二课堂实景职业训练+校企联办技能竞赛教学模式的适应程度。通过实践研究发现：

1. 传统的理论课教学模式已经不再适用于中职院校的学生，企业、学校、家庭三位一体的培养模式将更大程度提高学生的综合素养。

2. 对于学生而言，学生更在意未来的就业情况，企业实践课程是提高学生学习兴趣、增强专业教学效果最有力的手段，增强校企合作，产教融合，增加学生企业实践的机会，可以更好地帮助学生解决问题，提高成绩。

3. 对于教师而言，虽然创新岗位能力培养模式对教师来说是一个巨大的挑战，且除去正常授课任务外还需要利用空闲时间进行第二课堂实景教学，同时联系企业，带领学生进入企业学习，并组织各类汽车营销技能大赛，极大的提高了专业课教师的工作量，但是新的培养模式可以有效提高教师的教学效果，更好的助力于学生的全面发展，提高教师能力，增强从教信心。

4. 创新岗位能力培养模式是中职教育必然的趋势，作为中职教师，必须坚持以就业为导向，积极研究能够让学生快速实现企业对接，达到人才培养目标的新策略，不断改进并勇于实践。

参考文献

- [1]公廷春.基于客户管理的汽车营销专业人才培养策略[J].时代汽车,2019(4):70-71.
- [2]陈珊.深化产教融合与职业教育体系的人才培养调研研究-以汽车营销专业为例[J].智库时代,2019(1):102-103.