

# 汽车营销类专业人才培养方法及途径的探讨

苏磊

芜湖职业技术学院

**[摘要]** 在我国汽车技术服务和汽车营销岗位上仍旧有很大的缺口，如何培养出市场需要的专业化人才，一直是相关院校的重要研究命题。为了能够达到培养全面人才的目的，院校应当首先分析相关岗位的需求，才能够制定出针对性的人才培养方案，使相关人才在进入社会之后，能够满足汽车营销的需求，从而创造更大的经济效益。发挥个人的专业能力，体现出汽车营销的职业素养。也使汽车销售行业能够更加活跃，创造更大的经济效益，推动我国社会经济的发展。

**[关键词]** 汽车营销类；专业人才；培养方法

**[DOI]** 10.12252/j.issn.2096-6288.2021.09.249

目前社会各界对于教育的重视度已经越来越高，在开展人才教育时，已经从精英式的教育走向了大众式教育。教育的目标是非常重要的，尤其是高职专业类院校，倘若无法获知相关岗位的需求，就无法展开针对性的教育过程。学生在进入社会之后，就很难适应专业岗位的工作模式，发挥个人的优势，与其他应届毕业生竞争也会存在一定的压力，所以高职院校更应当注重对专业人才的培育过程。本文主要探讨的是汽车营销类的专业人才培养时的具体方式，我们希望能够考虑教育的具体途径，在人才培养时更具有效性。也使学生在迈入社会之后，能够发挥个人的价值，获得更大的收益，也创造更大的效益，也能够进一步推动汽车营销行业的发展。

## 一、汽车营销类专业人才培养当中存在的问题

### 1.1 理论与实践课程安排并不合理

汽车营销类的专业学生在进行学院化的教育过程当中，经常出现实习时间过短的情况。每一次给学生安排的实际时间一般在4周左右，而且4周的时间往往是较长的时间范围，但对于汽车技术服务和营销岗位而言，4周的时间无法让学生完全了解到汽车营销工作实践的全部内容，使得学生的专业实践过程不足、实践经验不够，也很难全面掌握汽车营销的知识。汽车销售服务企业不同于其他的生产制造企业，在接受实习生时最多不超过5个，而且还需要考虑学生自身的素质、实习的时间等，导致学生进入实习单位的整个过程难度较大。而且汽车营销的实践发展需要一定的资金支持，学院方很难投入足够多的资金在学生的实习安排中，使得教师的许多实践教学计划被迫停止，也无法保障学生的实践经验获取和专业学习，教师无法基于学生的真实能力展开及时性的指导，导致教育的过程过于被动，学生也缺乏对于汽车营销过程的积极主动性，教学效率自然也会大打折扣<sup>[1]</sup>。

### 1.2 课程设置脱离岗位的需求

许多高职类院校在开展汽车营销类专业教学时，经常存在课程设置与岗位实际需求不相符的情况。课程的内容多偏于理论，而汽车营销却是实践性质较为浓郁的工作种类，对于学生的实际操作能力要求极高。倘若学院在专业课程的设置方面，无法满足实际岗位的需求，学生在毕业之后就很难胜任汽车营销的职业，从而无法体现出个人的价值。

### 1.3 教材内容偏离目标的定位

汽车营销类的教科书通常是一些本科教材的压缩版，其内容并不全面，缺乏现代化的岗位专业知识，导致学生在学习高职类汽车技术服务与营销专业时，无法基于实际的岗位需求，展开自我定位，对专业知识的了解过于欠缺。而且汽车技术类的教材通常只是对一些专业知识点的压缩，在一些更具复杂性的科目中，如汽车发动机构造与原理、汽车底盘构造与原理等等，缺乏深入探究的过程。许多教材内容还存在严重的滞后性，已经不适用于现当代的汽车结构和技能知识当中，使学生在教师教育的过程中，面临许多的阻碍，也影响了学生的深入学习过程。

### 1.4 汽车营销教师缺乏实践经验

有许多高职院校在办学的过程当中，没有构建出强大的教师队伍。导致汽车营销相关专业的教师本身的技能水平不足，没有实战经验。在教育时仅仅在理论层面展开教学过程，无法给予学生实际经验的指导和具体营销方面的帮助，而导致高职院校培养汽车营销类专业人才时，教育的水平有限，教育的目标无法达到。

### 1.5 过于注重比拼“专升本”的升学率

从社会的大环境看，学生在毕业时，学历是入职的一块敲门砖。而高职院校学生的学历水平相对较低，有许多学生拥有个人意愿，想要通过专升本的考试成为本科学历。而且院方也经常将专升本作为教学质量的一项衡量标准。有许多教师在开展教学时，就将专升本作为个人教育的重点。而没有基于汽车营销的专业，做好技能知识的普及。这种教育形式完全脱离了教育的目标，也并非是一个院校能够长远发展的正确模式。这对于学生个人而言，也无法起到一些实际性的作用。教学的效率和质量应当通过多面的评价来衡量，而并非只是以专升本的升学率来衡量。学院方应当将更多的精力放在专业知识的教育中，使学生能够在今后毕业投入社会时，拥有一定的技能水平，能够完成实际的上岗操作。

## 二、汽车营销类专业培养方法及途径的改善

### 2.1 改变教学模式

为了能够达到培养优质专业人才的目的，高职类院校首先应当改变传统的教育形式，学会研发新型的教育模式，要更适应于现当代汽车营销专业人才的培养。根据德国双元制模式，再结合我国的国情，展开1（学校）+0.5（企业）+1（学

校)+0.5(企业)的教育模式,能够更好的提升教育的效率。这种教育模式已经通过试点,证明具备教育方面的有效性。通过配合具体的专业做出有效调整,能够极大程度的提升教学水平,也能够使得学生在职业技能学习的过程当中,更具积极主动性。它强调在第一学年,通过对于专业知识和理论基础的学习,完成一些基本技能的获取。并且在教育中适当的增加一些实训过程,开展素质化的教育工作。从第三个学期开始,就可以让学生深入企业中,体验汽车营销过程的一些实践方法,从而强化职业道德规范。学生也会在实习的过程中,对于个人的技能水平拥有更加深刻的认知,从而产生对于知识探究的渴望。再在之后的学习当中,更具积极主动性,这也有助于教师提高教学的效果、改善教育的效率。在最后一个学期时,教育内容主要是以学生深入社会展开实践为主。要求能够让学生在之前理论学习和实践的过程中所获得的技能得到充分的发挥,且该阶段也有助于进一步的提高学生的技能水平,帮助学生在真正迈入市场之后拥有从业的专业能力和资格<sup>[2]</sup>。

## 2.2加强“双师型”教师的培养

对于高职院校而言,通过极其主动的创建高质量的教师队伍,能够使学校开展职业教育中更具教学的水平和有效性。学院方可以积极主动的纳入一些兼职教师,这些兼职教师可以是专业的从业者,从而给予学生更多的实践指导。确保在人才培养的过程当中,能够基于实际的岗位需求,作出综合性的教育和培养过程。学校也可以积极与其他企业展开合作,从而达到优势互补的目的,创建出一种“双师型”的教育模式,让专业的教师能够派到同专业合作企业中去参与实践过程,从而提高个人的职业水平。院方在聘请专业的教师时,也可以去一些精英企业当中选拔职工人才,从而加大师资力量,使教师队伍的整体技能水平能够有所提升。也更有助于开展专业的教育过程,给予学生更多专业知识上的帮助,也使得汽车营销类的学生在投入市场、迈入实际的工作时,能够更加的游刃有余。

## 2.3以岗位能力设置课程

以能力为核心设计课程,能够突出实践的重要性,避免纯理论知识学习给学生带来的片面性,从而强调知识结构体系的完整性。要以汽车营销类职业的刚需为前提,使学生能够拥有理论和实践的双重学习过程。在设置课程内容时,要控制好专业基础学习和专业理论课程学习的比例,要以提高培养对象今后的适应性为主,保持教学水平。要使得知识的传递过程更具专业性,能力的训练更具合理性。要把握教育的重点,要准确定位学院和教师的角色,有时候面面俱到并不是一种良好的教育模式,通过专业化的技能培训,能够使汽车营销类的学生在实际上岗工作之后更加拥有销售的水平,能够充分发挥个人的才能,起到积极推进汽车营销过程的目的。从而推动行业的发展,创造更多的价值和更大的经济效益。

## 2.4构建实训平台

实践教学是培养专业岗位人才综合能力的一种重要手段,它能够使学生在实际操作的过程当中,拥有独立分析和解决问题的能力。这也是学生今后从事汽车服务和营销行业的基本职业技能需求。高职汽车技术服务与营销专业在培养职业人才时应当面向汽车整车及配件销售、二手车交易、维修服务顾问、金融服务等等多种岗位进行深入探究,找到应用型人才培养的方式,满足不同岗位的需求。通过综合性的调研,从而获悉相关职业在聘用专业人才上的标准以及相关岗位对于人才技能水平的要求。要使学生在校时能够根据不同的汽车营销类岗位的需求,展开实际的教育过程。在设计实践教学体系时,更要以促进学生长远发展为先,培养学生的潜力,激发学生的创造力,构建出实训平台,给予学生零距离上岗的机会。学生也能够通过体验真实的工作环境,获得实践的经验,完成规范化的操作,清楚业务流程的具体处理形式。最终使得学生能够在不断训练的过程当中,产生与具体职业的联系,学生也能够更加清楚个人今后的职业定位。在真正投入市场时,才能够找到心仪的岗位并得到长远的发展,创造出个人的价值<sup>[3]</sup>。

## 2.5教材改革

为了能够更好地达到专业人才的培养过程,高职院校的教材改革迫在眉睫。改革最终应当突出相关内容的实用性,在理论方面可以尽可能的精简。要基于学生的社会实践角度出发,使课本当中的内容能够与时代的汽车营销方面的内容挂钩。避免教材内容滞后性情况的出现。要鼓励教师与企业的专业从业者进行交流沟通,共同编纂教材或讲义,来达到提升教材整体专业性和实用性的目的。

## 三、结束语

综上所述,高职类的院校更应当以提供优质人才为主,在人才培养的过程中,通过考虑具体的教育形式,以培养专业化人才为目标,使学生能够在学校学习的过程中,了解到一些能够具备实用价值的知识与技能,今后毕业踏入社会,才能拥有一技之长,找到个人的定位和价值。尤其是汽车营销类的专业人才,相关职业对学生的实践能力要求较高,在人才培养时,要提升教材的实用性,构建实训平台,合理设置课程内容,使学生得到综合性的培养。

## 参考文献

[1]教育部教高[2006]16号文件.关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见.

[2]巩航军.论汽车营销人才的培养方案.职业教育.2006.9.

[3]岳玉革,吴良胜.关于高职《汽车营销学》课程若干问题的思考[J].广东交通职业技术学院学报.2004.(1).

[基金项目]2018年芜湖职业技术学院校级“质量工程”立项项目校级精品专业汽车营销与服务(2018JPHY02)