

广西国际商务职业技术学院

现代流通学院

2022 级汽车技术服务与营销专业人才培养方案

一、专业名称（专业代码）

汽车技术服务与营销 500210

二、入学要求

高中阶段教育教育毕业生或具有同等学力者。

三、修业年限

标准学制 3 年，实行弹性学习年限制度，学业可在 3—5 年内完成。

四、职业面向

1. 本专业职业面向

表 1：汽车技术服务与营销专业职业面向一览表

| 所属专业大类 (代码) | 所属专业类 (代码) | 对应行业 (代码) | 主要职业类别 (代码) | 主要岗位群或技 术领域举例 |
|----------------|-------------------------|--------------|----------------|---|
| 道路运输类 5002 | 汽车技术服务与 营销 500210 | 汽车销售企业 | 销售人员 | 汽车销售服务顾 问、配件销售与 管理员、二手车 鉴定与评估员 |
| | | 汽车保险企业 | 保险服务人员 | 保险代理人 |
| | | 汽车维修企业 | 汽车售后服务人 员 | 汽车维修业务接 待员、汽车维护 保养、汽车维修 |
| | | 汽车装备制造企 业 | 企业工人 | 汽车装配工、质 量检测员（相关 岗位） |

2. 职业能力与证书要求

表 2：汽车技术服务与营销专业职业能力与证书要求

| 能力领域 | | 能力目标 | 证书 | 备注 |
|----------|------------|---------------------------|-----------------------|----|
| 通用 能力 | 语言能力 | 英语应用能力强,口语与听力日常 交流无障碍; | 全国大学生英语应用能 力 B 级考试 | 鼓励 |
| | | 汉语口头表达能力强、普通话标准 | 全国普通话等级测试(二 级乙等) | 必备 |
| | 计算机应用能力 | 计算机应用能力强,熟练操作计算 机常用软件 | 全国计算机等级考试一 级 | 必备 |
| 专 | 二手车鉴定与评估能力 | 二手汽车市场的了解与掌握,对二 | 二手车鉴定评估师 | 鼓励 |

| | | | | |
|----------------------------|-----------|---------------|------------|----|
| 业 能 力 | | 手车的鉴定与评估 | | |
| | 事故查勘与理赔能力 | 车辆事故勘察处理及保险理赔 | 汽车保险公估人 | 鼓励 |
| | 汽车知识基础能力 | 汽车基本原理及驾驶技术 | 机动车驾驶证（C1） | 必备 |
| 创 新 创 业 能 力 | 加盟创新创业能力 | 具备创新创业意识和能力 | 就业创业证 | 鼓励 |

五、培养目标

本专业与湖北福康行汽车销售服务有限公司（集团）通过专业共建的合作模式进行，培养思想政治坚定、德技并修、德智体美劳全面发展，适应汽车发展需要，培养要求学生汽车营销专业知识学到，汽车销售技能习到，行业职业素质修到，为人处事情商悟到，做事胆商练到。主要面向汽车销售和服务等汽车经营类企业，能从事汽车销售服务顾问、配件销售与管理、二手车鉴定与评估、保险代理人、汽车维修业务接待员、汽车维护保养、汽车维修、汽车装配工、质量检测员（相关岗位）工作，具备创新精神、创业意识和创新创业能力，具有国际化视野的现代商务特色鲜明的高素质应用人才。

六、培养规格

本专业毕业生应在素质、知识和能力等方面达到以下要求：

（一）素质

1. 坚定拥护中国共产党领导和我国社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感。
2. 崇尚宪法、遵法守纪、崇德向善、诚实守信、尊重生命、热爱劳动，履行道德准则和行为规范，具有社会责任感与参与意识。
3. 具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养，具有国际化视野和市场洞察力，具有创新意识和创业精神。
4. 培养践行工匠精神，怀匠心、铸匠魂、守匠魂、践匠行。怀匠心即精巧、精妙之思，本质就是创新精神；铸匠魂即人的品德、品行、品格；守匠情即培养崇高的家国情怀、职业的敬畏情怀、负责的担当情怀、精益求精的卓越情怀；践匠行即真抓实干。
5. 勇于奋斗、乐观向上，具有自我管理能力、职业生涯规划的意识，有较强的集体意识和团队精神，能够进行有效的人际沟通和协作，与社会、自然和谐共处。
6. 具有健康的体魄和心理、健全的人格，能够掌握基本运动知识和 1-2 项运动技能，养成良好的健身和卫生习惯，以及良好的行为习惯。
7. 具有一定的审美和人文素养，具有感受美、表现美、鉴赏美、创造美的能力，能够形成 1-2 项艺术特长或爱好。

（二）知识

1. 掌握必备的思想政理论、科学文化基础知识和中华优秀传统文化知识；
2. 熟悉与本专业相关的法律法规以及环境保护、安全消防等相关知识；

3. 掌握汽车 4S 门店运营管理、零部件销售及车辆评估技术知识；
4. 掌握汽车基础原理知识；
5. 具有汽车事故定损理赔知识。

（三）能力

1. 具有探究学习、终身学习、分析问题和解决问题的能力；
2. 具有良好的语言、文字表达能力和沟通能力；
3. 独立进行市场调查的能力；
4. 具备市场调查、推广能力；
5. 具备汽车营销项目策划与执行能力。

七、课程体系设计及构成

（一）课程体系设计思路

汽车技术服务与营销专业以无缝就业为导向，按“能力为重，专通结合、素能一体”的原则，完善课程体系建设。在原有精品课程建设取得的成果基础上，进一步深化课程建设和改革，运用先进的课程开发设计理念构建一流的教学内容；以校企合作的先进职教思想为指导编写优质（特色）的教材；以“教、学、做”一体化的学习模式为目标探讨一流的教学方法；实施一流的教学管理。通过优化课程体系、完善课程标准、整合课程内容、编写课程教材，改革教学方法，形成课程优势，进而形成专业优势。

（二）职业能力分解与课程体系构建

表 3：汽车技术服务与营销专业“工作项目→工作任务→职业能力→学习领域”表

| 序号 | 工作项目/ 工作领域 | 工作任务 | 职业能力分析 | | | 学习领域 |
|----|---------------|------------|----------------------------|-------------------------|---------------------------|-------------------------------------|
| | | | 知识 | 技能 | 素质 | |
| 1 | 汽车销售管理 | 组织实施汽车销售计划 | 产品、价格渠道、促销分析；汽车销售技巧；客户接待技巧 | 吃苦耐劳自我激励能力 市场分析能力 | 政治素质，思想素质，道德素质，业务素质 | 《汽车市场营销》 《汽车推销技术》 《汽车售后服务与管理》 |
| | | 客户接待与洽谈 | | | | |
| | | 完成销售任务目标 | | | | |
| | | 业务沟通与技术交流 | | | | |
| 2 | 客户服务 | 客户关系管理 | 客户资料建档、维护保养对接、客户管理知识、客服技巧 | 熟练使用办公软件，良好的语言表达，情绪自我掌控 | 职业道德，敬业精神，创新能力，良好语言沟通表达能力 | 《商务沟通实务》 《客户关系管理》 《应用文写作》 |
| | | 维修保养接待 | | | | |
| | | 客户服务管理 | | | | |
| | | 客户投诉管理 | | | | |
| 3 | 技术支持 | 二手车鉴定估价 | 汽车保险理赔流程、二手车评 | 数字分析能力，敏 | 有较强的逻辑思维能力、沟通能力和 | 《汽车保险与理赔》 《二手车鉴 |
| | | 二手车交易 | | | | |
| | | 汽车保险业务办理 | | | | |

| | | | | | | |
|---|------|----------------|-------------------------|----------------|---------------------------|------------------------------------|
| | | 汽车美容与保养 | 估、汽车美容装饰 | 锐观察能力、应变能力 | 协调能力, 健康的身体素质、一定审美能力 | 定与评估》 《汽车金融实务》 |
| | | 汽车销售活动组织 | | | | |
| 4 | 营销支持 | 培训组织和管理、销售团队建设 | 汽车新知识培训、技能培训, 企业文化、团队活动 | 判断能力、分析能力、设计能力 | 爱岗敬业诚信进取、团结协作勇于创新、艰苦创业的精神 | 《汽车营销综合实训》 《汽车 4S 店经营管理》《管理学基础》 |

八、课程设置及主要教学内容

(一) 课程设置

本专业课程设置按课程属性分为公共基础课程和专业（技能）课程两类，按照课程类别分为必修课和选修课两类。公共基础课程包括基础能力课、通用能力课、公共选修课、素质选修课；专业（技能）课程包括专业基础课、专业核心课、专业选修课。其中，基础能力课、通用能力课、专业基础课、专业核心课为必修课，公共选修课、素质选修课、专业选修课为选修课。

1. 基础能力课

根据党和国家的有关文件规定，公共基础课包括毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、思想道德修养与法律基础、形势与政策、体育与健康、军事理论、军事技能、入学教育、心理健康教育、安全教育、普通话训练、劳动教育、职业发展、就业指导、创新创业课。

2. 通用能力课

为体现学院现代商务人才培养特色，通用能力课包括综合商务英语、现代商务信息技术、商务写作与沟通课。

3. 公共选修课

公共选修课分为限定选修课和任意选修课。限定选修课包括公共艺术类课程。任意选修课包括经济类课程、马克思理论类课程、党史国史、科技类课程、人文类课程、职业类课程、健康类课程、创新创业课程、其他类课程、在线通识课。

4. 素质选修课

素质能力课旨在培养学生社会适应性和提高学生职业素养（学习能力、实践能力、就业和业能力、交流沟通和团队协作能力等）和创新创业能力，分成“社会实践、职业技能、学术创新、业绩奖励”四项，包括学生参与各类社会实践（包括民族文化活动）、职业技能资格考证、学术创新、参与各类竞赛和评先评优取得的业绩奖励等。

5. 专业基础课

专业基础课主要培养学生汽车技术服务与营销方面的能力和素质，包括汽车文化，职业素质课等。

6. 专业核心课

专业核心课是所有课程的重中之重，包括汽车市场营销，汽车构造，汽车保险与理赔，汽车 4s 店运营管理实务，二手车鉴定与评估，业设计与答辩，跟岗实习，顶岗实习。

7. 专业选修课

专业选修课包括汽车零配件销售，汽车营销策划，汽车售后与服务管理，消费者心

理与行为学，汽车营销礼仪，二手车交易实务等。

(二) 专业核心能力课主要教学内容

1. 《汽车市场营销》

| | | | | | |
|-------------|--|------|----|------|---|
| 学习领域名称 | 汽车市场营销 | 基准学时 | 72 | 学分 | 4 |
| 教学目标描述 | 本课程要求完成汽车营销原理讲授和方法的训练。通过本课程的学习，了解市场营销学的基本原理，学会市场细分和确定目标市场的方法，掌握汽车的产品、定价、销售渠道、促销等策略，培养汽车营销策划的能力 | | | | |
| 学习情境组成 | 主要教学内容 | | | 学时分配 | |
| 汽车市场营销概述 | 理解汽车市场以及市场营销的基本概念；掌握我国汽车工业的发展与现状，以及我国汽车市场的发展与现状。 | | | 6 | |
| 汽车市场营销环境 | 了解汽车试产搞营销环境分析的含义；掌握汽车市场营销宏观、微观环境分析的具体实施方法。 | | | 4 | |
| 汽车市场营销调查与预测 | 理解市场营销调查信息系统，掌握汽车市场调研方法和技术，以及进行较为精确的汽车市场预测方法和流程 | | | 6 | |
| 汽车用户购买行为分析 | 了解影响用户购买行为的主要因素；掌握汽车个人用户购买行为以及汽车集团组织用户购买行为分析方法 | | | 6 | |
| 汽车市场营销战略 | 掌握汽车市场细分及其策略；汽车企业目标市场选择；汽车企业市场定位与竞争的战略策略 | | | 8 | |
| 汽车产品策略 | 了解汽车产品与产品组合概念，理解汽车产品组合策略；掌握产品生命周期理论与营销策略；熟练运用汽车产品牌策略 | | | 8 | |
| 汽车产品定价策略 | 了解汽车产品价格构成及影响因素，掌握汽车产品的基本定价方法和策略 | | | 6 | |
| 汽车销售渠道策略 | 了解汽车销售渠道的基本概念，掌握国外汽车销售渠道现状，熟练运用国内汽车销售模式，以及汽车销售渠道的设计和组织实施流程 | | | 6 | |
| 汽车产品促销策略 | 了解促销策略的基本概念，熟练运用人员推销、广告、营业推广等策略。掌握公共关系中礼仪部分 | | | 8 | |
| 汽车服务营销 | 了解服务营销理念，熟练运用汽车服务营销实务及流程 | | | 6 | |
| 汽车营销实务 | 了解4S店的基本构成，熟练运营汽车销售的基本法则和技巧，理解展厅布置与销售人员的仪表，以及欢迎客户与车辆介绍，其中较为重要的是沟通技巧 | | | 8 | |
| 教学条件与环境要求 | 多媒体与实训室 | | | | |

| | |
|--------|--------------------------------------|
| 主要教学方法 | 项目教学法，工学结合一体化教学法，案例教学法，角色扮演法，任务驱动法 |
| 考核评价标准 | 考核形式：过程性与结果性评价相结合，方案策划与设计 |
| | 评价构成：过程性评价（40%）+结果性评价（40%）+态度评价（20%） |

2. 《汽车保险与理赔》

| | | | | | |
|-----------|---|------|----|------|---|
| 学习领域名称 | 汽车保险与理赔 | 基准学时 | 36 | 学分 | 2 |
| 教学目标描述 | 本课程主要讲述汽车保险原则，汽车保险、汽车理赔。通过对本课程的学习，能够使学生对汽车保险与理赔的理论知识有所了解，为今后在汽车行业从事保险理赔工作奠定基础 | | | | |
| 学习情境组成 | 主要教学内容 | | | 学时分配 | |
| 保险基础 | 讲述风险概述；风险管理与保险及可保风险。了解风险的定义、风险的要素、风险的特征。掌握风险管理与保险、可保风险应具备的条件及可保风险与不可保风险的转化。 | | | 2 | |
| 汽车保险概述 | 讲述我国汽车保险的发展概况；汽车保险的含义、职能和作用；汽车保险的要素与特征及汽车保险的种类。了解我国汽车保险的发展概况。掌握汽车保险的含义、职能和作用；汽车保险的要素与特征及汽车保险的种类。 | | | 6 | |
| 汽车保险原则 | 讲述保险利益原则；最大诚信原则；近因原则；损失补偿原则及公平互利原则。了解保险的公平互利原则。掌握保险的受益原则、最大诚信原则、近因原则、损失补偿原则。 | | | 4 | |
| 汽车保险的运营原理 | 讲述汽车保险的参与者；汽车保险的保险费；汽车保险合同。了解汽车保险人中介人的概念及影响汽车保险费及其费率的因素。掌握汽车保险人、汽车投保人、被保险人的定义；保险金额和赔偿限额、免赔率和无赔款优待的定义以及其条件。掌握汽车保险合同的订立与生效、更正与终止。 | | | 4 | |
| 汽车保险 | 讲述汽车保险概述；我国汽车损失险；我国汽车损失险的附加险；我国汽车的第三者责任险；我国汽车第三者责任险的附加险；其他保险；美国的汽车损失险及美国的汽车责任险。了解美国汽车保险的损失以及责任险。掌握汽车损失险的保险责任、责任免除以及保险金额； | | | 8 | |

| | | |
|----------------|---|---|
| | 汽车损失险附加险的保险责任、责任免除；汽车保险第三者责任险的保险责任、责任免除以及保险金额及其附加险的险种。 | |
| 汽车核保 | 讲述核保的原理；核保的运作；投保单；核保实务；单证的管理及保险费管理。了解汽车核保的任务和目标。掌握汽车核保的原理、运作以及投保单的内容；核保单证和保险费的管理及汽车核保的主要内容。 | 4 |
| 汽车理赔 | 讲述汽车理赔概述；汽车保险理赔业务流程；汽车保险理赔细则；一些特殊案件的处理及汽车理赔案例分析。了解汽车理赔的意义及特殊案例的处理方法。掌握汽车理赔的流程及细则；现场勘察的流程及定损核损的流程。 | 6 |
| 汽车消费贷款与分期付款的保险 | 讲述汽车消费贷款与分期付款的保险概述；我国的汽车消费贷款；汽车消费贷款保证保险及汽车分期付款售车信用保险。了解我国汽车消费贷款与分期付款保险的发展状况、汽车消费贷款与分期付款保险的风险以及其存在的问题、汽车消费贷款与分期付款保险的发展趋势。掌握我国的汽车消费贷款、汽车消费贷款保证保险、汽车分期付款售车信用保险等内容。 | 2 |
| 教学条件与环境要求 | 多媒体与实训室 | |
| 主要教学方法 | 项目教学法，工学结合一体化教学法，案例教学法，角色扮演法，任务驱动法 | |
| 考核评价标准 | 考核形式：过程性与结果性评价相结合，闭卷考试 | |
| | 评价构成：过程性评价（40%）+结果性评价（40%）+态度评价（20%） | |

3. 《汽车4S店经营管理》

| | | | | | |
|--------|---|------|----|------|---|
| 学习领域名称 | 汽车4S店经营管理 | 基准学时 | 72 | 学分 | 4 |
| 教学目标描述 | 通过本课程的学习，让学生了解我国4S店的现状，4S店的基本组织架构，汽车的销售、零配件供应与规范管理、售后服务、信息反馈等内容，为学生今后从事汽车4S店经营管理工作奠定基础。 | | | | |
| 学习情境组成 | 主要教学内容 | | | 学时分配 | |
| 4S店概述 | 了解汽车4S店的概念；理解目前中国汽车4S店的经营模式和经营状况 | | | 8 | |

| | | |
|---------------------|---|----|
| 4S店整车销售组织及价格定位 | 了解汽车的销售组织结构；熟悉汽车销售组织应该具备的职能；理解汽车价格的构成；熟悉汽车产品的定价策略，并能够结合实际制定汽车定价策略 | 8 |
| 4S店整车销售的市场环境与购买行为分析 | 分析汽车营销的宏观和微观环境；了解消费者市场的特点和汽车购买行为的类型；分析影响汽车购买的因素以及决策 | 6 |
| 4S店促销策略 | 掌握汽车促销的主要方式的特点；掌握企业在促销时应该考虑的因素；学会制定促销策略 | 10 |
| 4S店配件供应创新经营模式与规范化管理 | 了解汽车配件的分类及仓储管理知识；掌握汽车配件出入库的流程；了解汽车配件的采购等 | 8 |
| 4S店配件保修索赔规范化管理 | 了解4S店配件索赔的相关概念；掌握4S店配件索赔的原则与索赔流程 | 6 |
| 4S店客户关系管理与服务战略 | 了解汽车经销商三动客户关系管理模式的内容；掌握挖掘客户资源的策略 掌握售前、售中、售后服务的内容要求 | 10 |
| 4S店售后服务管理 | 掌握售后服务的规范化管理；了解汽车维修过程和维修接待流程 | 10 |
| 信息反馈 | 理解质量信息反馈、竞争对手信息反馈、市场需求信息反馈以及信息系统建设的方法和内容。 | 6 |
| 教学条件与环境要求 | 多媒体与实训室 | |
| 主要教学方法 | 项目教学法，工学结合一体化教学法，案例教学法，角色扮演法，任务驱动法 | |
| 考核评价标准 | 考核形式：过程性与结果性评价相结合，方案策划与设计 | |
| | 评价构成：过程性评价（40%）+结果性评价（40%）+态度评价（20%） | |

4. 《二手车鉴定与评估》

| | | | | | |
|----------|--|------|----|------|---|
| 学习领域名称 | 二手车鉴定与评估 | 基准学时 | 72 | 学分 | 4 |
| 教学目标描述 | 通过本课程的学习，使学生能充分了解二手车鉴定与评估的流程。培养学生对相关汽车金融产品和服务的理解能力、分析能力、营销能力和创新能力。 | | | | |
| 学习情境组成 | 主要教学内容 | | | 学时分配 | |
| 汽车基础知识 | 汽车分类及汽车型号编制规则、汽车使用的相关知识、二手车鉴定评估的基础知识 | | | 14 | |
| 二手车评估与鉴定 | 二手车鉴定评估概述、二手车鉴定、二手车拍照 | | | 14 | |
| 二手车评估 | 二手车成新率计算方法、二手车评估方法、二手车评估 | | | 14 | |

| | | |
|-----------|--|----|
| | 方法的选择、二手车鉴定评估报告、二手车鉴定评估报告案例 | |
| 事故车损失评估 | 概述、碰撞损伤诊断与测量、常损零件修与换的掌握、汽车碰撞损失项目确定、汽车水灾损失分析、汽车火灾损失分析、工时费和涂饰费的确定、材料价格、修复价值和残值 | 14 |
| 二手车交易法规解析 | 我国二手车行业相关政策概述,《二手车流通管理办法》解读,《二手车交易规范》解读 | 16 |
| 教学条件与环境要求 | 多媒体与实训室 | |
| 主要教学方法 | 项目教学法,工学结合一体化教学法,案例教学法,角色扮演法,任务驱动法 | |
| 考核评价标准 | 考核形式:过程性与结果性评价相结合,方案策划与设计 | |
| | 评价构成:过程性评价(40%)+结果性评价(40%)+态度评价(20%) | |

5. 《汽车构造》

| | | | | | |
|-----------|---|------|----|------|---|
| 学习领域名称 | 汽车构造 | 基准学时 | 72 | 学分 | 4 |
| 教学目标描述 | 通过本课程的学习,掌握和了解汽车及发动机总体结构的组成与工作原理,掌握汽车各总成的功用与工作原理,掌握汽车零部件的基本结构与工作原理,了解汽车的新技术、新工艺、新材料 | | | | |
| 学习情境组成 | 主要教学内容 | | | 学时分配 | |
| 汽车发动机总体构造 | 汽车发动机由曲柄连杆机构、配气机构、润滑系、供给系、冷却系、起动系、点火系组成 | | | 16 | |
| 汽车底盘总体构造 | 汽车底盘由传动系、行驶系、转向系和制动系四部分组成 | | | 16 | |
| 汽车电气设备 | 仪表系统和辅助,设备系统,现在应该还有发动机电子控制系统,底盘电子控制系统,舒适系统。 | | | 16 | |
| 汽车车身 | 汽车车身的作用主要是保护驾驶员以及构成良好的空气力学环境。好的车身不仅能带来更佳的性能,也能体现出车主的个性。汽车车身结构从形式上说,主要分为非承载式和承载式两种。 | | | 24 | |
| 教学条件与环境要求 | 多媒体与实训室 | | | | |

| | |
|--------|--------------------------------------|
| 主要教学方法 | 项目教学法，工学结合一体化教学法，案例教学法，角色扮演法，任务驱动法 |
| 考核评价标准 | 考核形式：过程性与结果性评价相结合，方案策划与设计 |
| | 评价构成：过程性评价（40%）+结果性评价（40%）+态度评价（20%） |

九、学时和学分安排

（一）学时

本专业总学时为 2862 学时，其中，理论教学 684 学时，占 23.9%，实践教学 1858 学时，占 64.9%。每 16 学时折算 1 学分。

（二）学分

本专业总学分为 139 学分，其中，必修课学分为 108.5 学分，选修课学分为 30.5 学分。

| 课程类别 | 课程属性 | 课程性质 | 学分 | 学分比例 | 学时数 | | | 学时比例 | 备注 |
|---------|-------|------|------|--------|-----|------|------|-------|--------------------------------------|
| | | | | | 理论 | 实践 | 总学时 | | |
| 公共基础课 | 基础能力课 | 必修 | 24.5 | 17.6% | 240 | 290 | 530 | 18.5% | 必修课学时占 85.5% |
| | 通用能力课 | 必修 | 14 | 10.1% | 112 | 112 | 224 | 7.8% | |
| | 公共选修课 | 选修 | 6 | 4.3% | 48 | 48 | 96 | 3.4% | |
| | 素质选修课 | 选修 | 4.5 | 3.2% | 0 | 0 | 0 | 0.0% | |
| 专业(技能)课 | 专业基础课 | 必修 | 20 | 14.4% | 212 | 148 | 360 | 12.6% | 选修课学时占 14.5% |
| | 专业核心课 | 必修 | 50 | 36.0% | 72 | 1260 | 1332 | 46.5% | |
| | 专业选修课 | 选修 | 20 | 14.4% | 0 | 0 | 320 | 11.2% | |
| 合计 | | | 139 | 100.0% | 684 | 1858 | 2862 | 100% | 理论学时占 23.9% 实践 学时占 64.9% |

十、教学进程表

详见附件。

十一、实施保障

主要包括师资队伍、教学设施、教学资源、教学方法、教学评价、质量管理等方面，应满足培养目标、人才规格的要求，应该满足教学安排的需要，应该满足学生的多样学习需求，应该积极吸收行业企业参与。

（一）师资队伍

校企合作中最关键的是师资队伍，按照要求，教学任务应由学校教师和企业指导老师共同承担，学校教师以专业基础课程为主，强调理论知识；师傅以专业实训课程、专

业扩展课程为主，强调实训以及对帮助学生提高对现代企业制度及管理的认识。

校内老师和师傅（双师）共同参与学生管理、共同进行课程研讨、共同完成教案撰写。

企业指导的营销服务类老师一般具有至少4年以上相关岗位工作经验，检测维修类老师一般具有3年以上一线岗位工作经验，且均持有汽车行业岗位高级技工证书，素质优良。

（二）教学设施

学校教学设施应能初步满足本专业人才培养实施需要，其中实训（实验）室可按实训功能进行划分为：

汽车商务营销实训室（根据实际情况，可选配）：

面积约为100平方米，主要用于汽车商务课程的实训教学。

设备：4S店接待台，接待室，洽谈桌，汽车模拟展示台，售后服务接待区等

目的：满足汽车营销实训的教学。

发动机维修实训室：

面积：约需100平方米；

设备：发动机、底盘实训台若干以及教学用发动机翻转架等教学设备；

目的：满足发动机及底盘课程的实训教学。

车身电器实训室：

面积：约需100平方米，

设备：各类涉及车辆电器部件的示教板，如汽车空调电器示教板、案例气囊电器示教板、汽车车灯电路示教板、汽车座椅电路示教板等

目的：满足汽车电器电子课程的教学。

（三）教学资源

本专业理论教学资源优先选用高等学校专业主干类、纳入规划的教材，辅之以行业优质培训资料，使理论教学资源丰富成熟又紧跟行业发展；实训教学以行业项目为导向，以职业规范为标准，以该专业岗位的工作流程为实践过程的设计思想充分体现该专业岗位任务要求。

学院已实现网络全覆盖，为信息化教学手段的运用提供了有利的保障。

（四）教学方法

转变教育思想和教育观念，对人才培养模式、课程体系等做较大的改革与创新。突出“2+1”人才培养教学模式，和工作过程导向的课程开发模式，以项目驱动、情景教学突出和加强实践性教学。让学生有更多的时间进行实践实训，实现跟企业的零距离无缝接轨。

（五）学习评价

1、考核形式多样化

根据不同课程特点和要求采用笔试、实训考核、技能测试、阶段测试、调研报告等多种考核方式，甚至是多种考核方式相结合。

2、注重平时成绩考核

平时成绩考核的目的是在于引导学生注重平时的学习过程，保持学生课程学习的主动性和持久性。平时成绩考核主要考察学生在课程学习期间的学习质量、接受程度、学习态度、出勤率等。

3、以赛促教、多方考核

除学校考核系统外，还通过参加校内外各种专业技能比赛，促进学生的学习积极性也是有效检验学习效果和教学效果的手段，此外合作企业作为第三方对学生实训、实习进行考核评定，形成校内校外多方考核评定的教学评价系统。

（六）质量管理

为保障教学质量，每个学期应设有不同的阶段质量控制，具体如下：

第一学年：

期中期末考试：对学期教学结果的日常检查

专业课程实训考试：对学期内专业课程的实训内容作考核

企业参观：加强学生的专业认识，树立学习目标，增强学习兴趣

第二学年：

期中期末考试：对学期教学结果的日常检查

专业课程实训考试：对学期内专业课程的实训内容作考核

技能比赛：明确学习目标、增强学习兴趣，通过分组选拔，选出优秀的学生作重点培养。

工学交替（跟岗实习）考核：在企业参与教学实习后，由企业开具考核单，作为学生学习成绩的一部分。

第三学年：

顶岗实习考核：在企业参与教学实习后，由企业开具考核单，作为学生学习成绩的一部分。

通过每个阶段的目标设定及结果考核，对教学工作中的成绩及问题予以总结，进行改进，再应用于教学过程，使校企合作人才培养模式逐步趋于完善。

十二、毕业要求及考核

（一）学分要求

在学生完成三年的学习后，对于理论课程各科成绩，实训课考核，实习结果考核均达标的同学准予毕业。

（二）素质知识能力要求

通过本专业的学习，学生学习达成度能实现以下“五到”：知识学到、技能习到、素质修到、情商悟到、胆商练到。

表 5：学生学习达成度一览表

| 序号 | 学习达成度 | 具体内容 |
|----|-------|---------------|
| 1 | 知识学到 | 基本大学生概念知识学到； |
| 2 | 技能习到 | 汽车营销基本技能学到； |
| 3 | 素质修到 | 学生社会素质学习； |
| 4 | 情商悟到 | 适应社会的能沟通情商悟到； |
| 5 | 胆商练到 | 创新创业的胆识练到； |