

基于职业胜任力的汽车技术服务与营销 专业教学改革研究

戴华

无锡南洋职业技术学院，江苏 无锡 214081

摘要：伴随时间的推移，社会经济的迅猛发展，使得人们消费水准不断上升，对衣食住行有更为严苛的要求，因此，私家车数量逐步增多，汽车服务行业面临前所未有的机遇与挑战。为满足现阶段市场实际需求，高职院校应对汽车技术服务与营销专业的教学活动创新变革，旨在借助重视人才培养模式创新变革、建构理论与实践融合的课程体系等途径，培养高质量、复合型人才。本文主要论述建构理论与实践融合的课程体系教学过程中存在的问题，并就其专业教学优化路径展开分析，以此提升学生在市场内部就业竞争力，为汽车服务行业的健康发展提供助力。

关键词：职业胜任力；汽车技术服务与营销专业；教学

Research on the Teaching Reform of Automotive Service and Marketing Major Based on Professional Competence

Dai Hua

Wuxi South Ocean College, Wuxi, Jiangsu 214081

Abstract : With the passage of time and the rapid development of the social economy, people's consumption standards have been constantly rising, and they have more stringent requirements for food, clothing, housing and transportation. As a result, the number of private cars has gradually increased, and the automotive service industry is facing unprecedented opportunities and challenges. To meet the actual market demands at the present stage, higher vocational colleges should innovate and transform the teaching activities of the automotive technology service and marketing major. The aim is to cultivate high-quality, compound talents through emphasizing the innovation and transformation of the talent cultivation model and constructing a curriculum system integrating theory and practice. This paper mainly discusses the problems existing in the teaching process of constructing a curriculum system integrating theory and practice, and analyzes the optimization paths of its professional teaching, so as to enhance students' employment competitiveness in the market and provide support for the healthy development of the automotive service industry.

Keywords : professional competence; automotive technical service and marketing; teaching

引言

各类技术的创新变革，使得企业行业逐步完善发展，面对现如今日益激烈的市场竞争，对汽车技术服务与营销专业人才培育有了更严苛的需求^[1]。对此，积极设置汽车技术服务与营销专业教学改革十分关键。本文着重探究这一专业教学环节存在的各类问题，并提出相应的优化举措，继而为培养专业基础扎实的复合型人才增添助力，也可推动汽车服务行业的可持续发展^[2]。

一、汽车技术服务与营销专业教学过程中存在的问题

(一) 课程内容与实际需求之间相悖

就当前的情况来看，汽车技术服务与营销专业实际教学过程中，很多高职院校存在课程内容和需求实际相悖的现象。这一现象大多表现在课程内容的理论性较强，缺少实践操作和实践经验

的融汇，致使学生所学内容与工作岗位之间存在较大差异。此外，汽车技术的创新优化，要顺应时代发展潮流更迭，部分高职院校汽车技术服务与营销专业教学内容不能呈现最先进的发展动态，使得学生在毕业后不能适应市场变革^[3]。

(二) 专业教学模式单一

教师设定汽车技术服务与营销专业教学内容时，选用较为传

统的育人模式，导致教学模式过于单一，不能刺激学生对知识学习的兴趣，也会造成学生对所学内容无法全面掌握，严重限制学生对知识学习的深度与广度，影响最终育人效能。教学模式的单一性也会限制学生创新意识和实践操作能力的拓展，实际教学过程中，教师如果不能及时创新教学模式和育人理念，没有设定更科学的育人路径，不仅会造成课堂教学氛围沉闷，缺少学习互动性和讨论性，还会使得学生无法在学习中获取更充分的指引和启发，无法将所学内容应用于教学实际，继而影响学生综合素养能力的提升^[4]。

（三）专业课程体系建构尚未完善

就当前的情况来看，部分高职院校汽车技术服务与营销专业课程体系尚未健全完善，缺少全面性覆盖，使得教学活动和实践技能无法满足学生实际需求，致使学生知识建构有待完善，不能顺应时代的发展诉求。课程体系同样缺失连贯性和层次性，使得学生在实际学习过程中无法养成清晰的知识脉络和认知框架，不利于提升对专业知识的理解程度。汽车技术服务与营销专业教学过程中，如果并未设定完备的课程体系，教师极易在反复讲解中遗漏部分知识点，不仅会浪费学生的时间与精力，还会降低学生学习成效。

二、基于职业胜任力的汽车技术服务与营销专业教学优化路径

（一）重视人才培养模式创新变革

汽车技术服务与营销专业教学创新变革要依托于职业胜任力等内容，遵循现阶段高等职业教育改革需求，紧密联系汽车行业的发展趋势，着重培养更具创新能力和实践能力的复合型人才，切实围绕学生今后发展目标设定。为培养企业生产一线所需的复合型人才，对我国汽车领域工业协会、流通协会等组织展开调研，探究汽车销售与售后服务的整体概况、发展态势和人才需求^[5-6]。对汽车企业的高管、经理、顾问等工作岗位设定、人才需求实际、职业能力诉求等完成调研，积极培养可持续发展的学习与适应能力，具备汽车服务岗位的综合职业能力。

为使专业毕业生都能适应后续的岗位工作群内容，成为岗位一线需要的高端技能型人才，着重强化对专业人才的实践能力、社会能力、方法能力的培养，注重强化对学生自主学习能力的培育，促使学生可在后续的工作岗位中完成深造。紧密围绕地方行业管理部门，切实增进校企之间合作交流，优化完善人才培养模式，创设工学结合的人才培养体系，设定订单式人才培养路径，促使学生可以懂得掌握各类学科知识，又能了解为人处世之道，适应未来企业发展需求。

（二）建构理论与实践融合的课程体系

第一，设定实践教学的方式方法。汽车技术服务与营销专业理论基础和实践能力息息相关，在课堂教学过程中要以实践应用为基准，着重突出学生就业所需的社会能力、方法能力等培养。对此，实验实践教学环节创新变革更能提升学生工程意识和服务水准，逐步构建更为完备的课程育人体系^[7]。深入探究汽车技术

服务与营销岗位群之间的管理，以及其在应用阶段的职业基准和实践任务，使其转化为专业育人目标和实践内容。比如，结合汽车维修人员、汽车营销师等职业基准，设定汽车构造与维修、汽车营销基础、汽车售后服务管理等课程，并创新优化教学内容，深度融合新能源汽车、智能网联汽车等技术手段和知识点，强化学生学习效能^[8]。在实践教学过程中，教师应秉承“工作过程导向”的理念，以实践工作为载体，设定更科学的项目任务，选用基于项目驱动的教学模式，也可结合汽车技术服务与营销专业学生实际和课程特性，创新优化教学方法，灵活运用各类教学模式组织教学活动，实践教学要符合企业一线实际，使得学生在理性中获得感性认知，有效增强学生实践操作水准，也可以激发学生对学科知识学习的耐心。

第二，加强实践环节的教学安排。实践教学是高职教育的核心构成，和理论教学活动相互作用，在人才培养的过程中牢固树立学生工程意识，继而增强学生实践操作能力和创新能力，拓展学生综合素养发展路径。实践教学水准的好坏，直接决定毕业生参与企业工作的方式方法和个人习惯，明确决定毕业生对工作的适应能力。构建“认知实习+课程实训+综合实训+毕业实习”四位一体实践教学体系。将认知学习安排在第一学期，便于学生初步了解汽车技术服务与营销行业的实际内容；课程实训要贯穿专业教学始终，与课程内容相互衔接，促使学生可及时获取相关领域的知识和技能；综合实训主要应用于第五学期，并将专业学生集中训练，有助于提升学生实践操作能力；学生的毕业实习则设定在第六学期进行，使得学生在企业内部完成岗位实习，从而实现学生向职业人士的身份转变^[9-10]。

（三）强化校内外专业实训基地建设

第一，科学设定实训教学基地。校内实训教学基地创设是基于专业实践教学体系而言，也是培养学生实践能力的主阵地。针对实训基地建设环节要强调学生专项技能培育，综合环节设定、设备陈列等内容，尽可能的满足4S店的真实服务场景，也可为学校车辆提供保养、维修、补给等服务^[11]。教学实训基地的设定要满足教学、实践技能培育、职业技能鉴定、科研和社会服务等效能，真实体现教学环境的实物化、功能化和企业化等特性。

第二，建构校外实训基地。校外实训基地对于专业课堂来说至关重要。可为学生提供更充足的实践操作机会，使得学生有机会去参与真正有意义的工作，并为学生未来做好准备。因此，为了培育出拥有先进的专业知识和技能的高素质人才，在构筑完善的校外实践平台显得尤为重要。增大实训基地建设投入力度，健全完善各类实训装备，加强与汽车4S店功能相似的培训基地，包含汽车销售展厅、维修车间、设备配件仓库、售后服务中心等等，为学生提供更为真实的工作场景^[12-13]。此外，也可加强校外实训基地建设，和知名汽车4S店、汽车维修企业、汽车保险公司签订长期合作协议，维护稳定的校企合作关系，为学生提供更充足的校外实训和就业机会。

（四）创设具备丰富经验的师资队伍

优秀的教师团队对于提高人才培养的效果至关重要，学生的专业水平直接影响着毕业后的就业情况。为此，学校专门制定

了《专任教师企业实践管理办法》，以提升教师们的实践技能水准。为了更好地培养汽车技术服务与营销专业人才的素质，汽车技术服务与营销专业的教研室决定每个学期都会安排教师去北京盈之宝、温州力天、北京波士瑞达、保定长城汽车销售公司和其他汽车公司进修。这些活动旨在让他们更好地掌握汽车销售和售后服务的知识，并更好地接触高档汽车公司，从而增强他们的服务意识和团队合作精神。学校致力于打造一支出色的双师型教学团队，了解高端品牌感受企业文化理念，提高专业教师的实践能力^[14]。

通过教师的企业实践锻炼经历和收获，通过参加企业的实习，汽车技术服务与营销专业教师可以从中受益，这些经验可以作为指导，帮助专业教师更好地设计课程，方可满足市场对高素质教育工作者的需求。这样，汽车技术服务与营销专业教师就可以熟练掌握相关的行业理论，同时也可以在课堂上更好地运用这些经验来指导专业课堂。为了更好地培养出具备良好的教学与科研能力的优秀人才，将在汽车公司、相关院校以及行业组织中组

建一支由资深专家组成的团队，以此来不断改善专家的知识储备，并为他们申请到更多的高端企业认可的资格认可^[15]。

三、结语

综上所述，高职院校汽车技术服务与营销专业教学过程中，不仅要满足现阶段发展诉求，不断提升课堂育人质量和学生效能，助力专业人才培育体系创新变革，还要针对此阶段的教学问题做出相应改善，其中包含强化教学内容和需求之间的衔接性，有效改善这一教学基础特性，构建更为完备的育人体系，使得教学活动更符合此时期的实际需求，增强课堂育人成效。针对汽车技术服务与营销专业教学改革而言，专业教师要优化改善学科育人路径，紧密围绕行业发展趋势和诉求，科学整合育人内容和模式，保障教学内容紧随时代发展潮流。另外，高职院校也要助力其与企业间的合作交流，从而助推专业教学朝着可持续性方向发展。

参考文献

- [1] 吴亮. 大数据背景下汽车市场服务营销的特点及策略探析 [J]. 汽车知识, 2024, 24(05):181-183.
- [2] 燕扬添. A 平台汽车保养服务营销策略优化研究 [D]. 南京信息工程大学, 2024.
- [3] 蓝健. 大数据时代下的汽车服务营销人才培训实践研究 [J]. 汽车与驾驶维修 (维修版), 2024,(05):71-73.
- [4] 薛鹏. 汽车技术服务与营销专业课程教学改革研究 [J]. 汽车测试报告, 2024,(08):101-103.
- [5] 张林楷. 汽车技术服务与营销专业人才培养新路径探索 [J]. 职业, 2023,(11):76-78.
- [6] 黄世冠, 莫荣珍. 高职汽车技术服务与营销专业“线上+线下+现场”混合式教学模式改革 [J]. 现代职业教育, 2022,(36):83-85.
- [7] 肖小玲, 钟远婷. 1+X 证书制度下双师型教学团队建设研究与实践——以汽车技术服务与营销专业为例 [J]. 中国教育技术装备, 2023,(01):30-33.
- [8] 胡珀. 基于面向运营商大数据的汽车精准营销研究 [J]. 上海商业, 2022,(08):46-48.
- [9] 李梦飞, 郭建青. 基于岗位职业能力分析的汽车营销与服务专业课程体系建设的思考 [J]. 时代汽车, 2022,(14):91-93.
- [10] 高娟. YZ 汽车工业园招商运营公司服务营销策略研究 [D]. 江苏大学, 2022.
- [11] 范育建. 奇瑞汽车服务营销策略改进研究 [D]. 湖南大学, 2021.
- [12] 张军. 汽车维修企业服务营销相关问题探讨 [J]. 财富时代, 2021,(11):180-181.
- [13] 韦金孜. 大数据时代背景下的汽车服务营销及策略研究 [J]. 中小企业管理与科技 (中旬刊), 2021,(08):156-157.
- [14] 王景芳. 汽车服务营销专业应用型人才培养模式的研究 [J]. 时代汽车, 2021,(04):60-61.
- [15] 李俊桦. XL 汽车服务公司汽车美容项目的服务营销策略研究 [D]. 昆明理工大学, 2020.