

基于职业技能大赛推进高职汽车营销与服务专业课程体系的改革与探索

Promoting the Reform and Exploration of the Specialized Course System of Automobile Marketing and Service in Higher Vocational Colleges Based on the Vocational Skills Competition

周海晶

Haijing Zhou

重庆旅游职业学院, 中国·重庆 黔江 409099

Chongqing Vocational Institute of Tourism, Qianjiang, Chongqing, 409099, China

【摘要】近年来,随着重庆汽车后市场对汽车服务与营销行业人才需求的急剧上升,培养适应汽车后市场发展需要的高素质技术技能人才,迫切需要高职院校对汽车营销专业课程体系做出相应的改革。作为培养技能型人才的高职院校,我院汽车服务与营销专业将以全国职业技能大赛为导向,将从高职院校学生汽车营销技能大赛规程的认知、汽车营销专业课程体系改革的探索以及校内职业技能竞赛常态化三个方面提出并建设汽车营销专业课程改革的新方案,学生通过课程的学习和校内技能竞赛的训练,使岗位所需素质有所提高,同时也可实现赛教结合、以赛促改、以赛促学的目的。

【Abstract】In recent years, with the sharp increase in the demand for talents in the automotive service and marketing industry in the automotive aftermarket in Chongqing, and to cultivate high-quality technical and technical personnel that meet the needs of the development of the automotive aftermarket, there is an urgent need for higher vocational colleges to make corresponding reforms to the automotive marketing professional curriculum system. As a vocational college that trains skilled talents, the automotive service and marketing specialty in our school will be guided by the National Vocational Skills Competition to propose and build a new plan for the reform of the automotive marketing specialized course from these three aspects: cognition of the rules of students' automobile marketing skill competition in higher vocational colleges; exploration of the reform of automobile marketing specialized course system and regularization of vocational skill competition in school. Through the study of the course and the training of the skill competition in the school, the students can improve the quality of the post, and at the same time, the combination of competition and learning can be achieved, which promote reform and learning through competition.

【关键词】技能大赛;汽车营销;课程改革

【Keywords】skills competition; automobile marketing; course reform

【DOI】<https://doi.org/10.26549/jxfxysj.v1i2.1229>

1 充分认知全国汽车营销技能大赛(高职组) 赛项的规程

近年来,在重庆旅游职业学院对职业技能大赛的高度重视下,我院交通工程系汽车营销教研组的教师对全国汽车营销技能大赛的项目进行了深入、详细的研究和学习。2018年,全国职业技能大赛由全国交通运输职业教育教学指导委员会主办,全国汽车服务职教集团和湖北交通职业技术学院承办,上海道唯新能源科技有限公司等单位支持协办,大赛设置了三个子竞赛项目,分别是:汽车营销与服务基本技能、汽车销售综合技能和汽车营销策划技能。每个竞赛模块的时间、所占分值和对应权重如表1所示。

表1 竞赛模块时间、所占分值和对应权重

竞赛模块	时间 (分钟)	所占分 值(分)	对应 权重(%)	总分
汽车营销与服务基本技能	50	20	20	100
汽车销售综合技能	25	50	50	
汽车营销策划技能	135	30	30	

参赛队是以院校为单位、以团体赛的方式进行的。每个参赛队由A、B两名选手组成,规定不得跨校组队,而且在报名的时候就要确定A、B选手的任务分配,并且所有的赛项都必须由两名选手共同完成。竞赛模块1汽车营销与服务基本技能竞赛是通过人机互动即上机考试方式进行的,该竞赛模块重点在于检阅参赛选手对汽车营销领域相关专业知识的掌握情

况,包括电子商务、二手车鉴定评估、车险承保等业务的相关基础知识、管理知识以及技能知识,各项占比例是一致的。竞赛模块 2 汽车销售综合技能是通过情境模拟的方式进行,该竞赛模块重点在于检阅参赛选手对整个销售流程的掌握程度与面对不同顾客的灵活运用能力,并且针对顾客进行销售接待、需求分析、产品推介、报价成交和异议处理等环节的工作能力。竞赛模块 3 汽车营销策划技能是通过 120min 的现场策划及 PPT 制作和 15min 的方案汇报展示两个环节进行,重点在于检验参赛选手对汽车营销策划知识、技能的掌握和应用,同时考核参赛选手分析解决问题、沟通表达能力以及团队合作的能力。

2 汽车营销专业课程体系改革的方案

高等职业院校经过长期的发展和积淀已经形成了比较完善的课程体系,但近年来,生源素质的下降以及行业对人才素质和技能提出了更高的要求,反映出课程体系和行业并未做到无缝对接,尤其是汽车营销与服务类职业性很强的专业,最突出的问题体现在三个方面:第一,课堂教学和职业要求脱节,使培养出的学生在企业单位岗位上很难快速适应管理;第二,理论教学和实践教学的分配不合理,使学生理论知识比较扎实,但是实践操作能力却不够;第三,大部分学生在工作岗位上的职业发展潜力低,欠缺自主创新的能力。基于以上调查研究,以汽车营销与服务专业为例,以全国职业技能大赛为契机,以行业标准和课程标准为核心,构建能够发挥职业教育特色的课程体系。

2.1 课程体系构建的思路

依据《现代职业教育体系建设规划(2014-2020 年)》中关于课程设置对接职业标准的要求,结合全国职业技能大赛^[1],我院汽车营销与服务专业坚持“以行业为依托、以文化为基础、以质量为核心、以就业为导向”的办学思路,研究并开发“基于工作过程”的课程体系^[2],该课程体系模型由汽车营销与服务专业职业岗位能力、全国职业技能大赛和课程标准三部分组成,如图 1 所示。

第一部分是汽车营销与服务专业的职业领域、工作岗位和所对应的的职业岗位能力进行分析,职业领域主要包含汽车营销和汽车售后两部分,主要的职业岗位是汽车销售顾问、服务前台和售后服务顾问,涉及营销展业、销售导购、销售洽谈、销售成交、客户资料、客户需求、客户接待和异议处理 8 大职业能力。

第二部分是职业技能大赛和职业技能鉴定项目相结

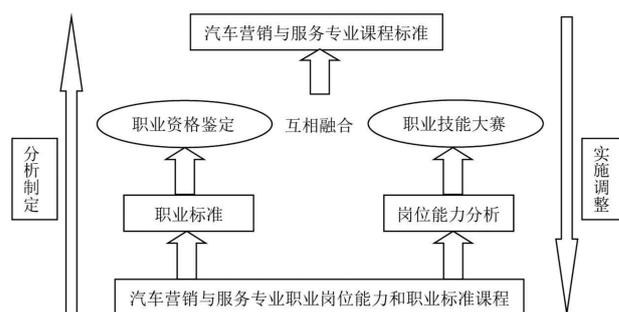


图 1 基于工作过程的课程体系模型

合,借鉴和参考近年来全国汽车营销技能大赛赛项的规程对其进行分析归纳和总结,并将职业技能鉴定项目进行融合,达到课证融合、提升能力的目的。

第三部分是将职业岗位能力融入课程体系中,从而制定的课程标准部分,学生通过职业技能签订考试取得职业资格证书,通过参加职业技能大赛检验自己的技能水平,从而查缺补漏、发现差异,进而推动教学的改革,提升教学能力,使学生的素质综合能力得到一定的提升。

根据以上的课程体系模型,汽车营销与服务专业“基于工作过程”的课程体系开发思路和流程如图 2 所示。

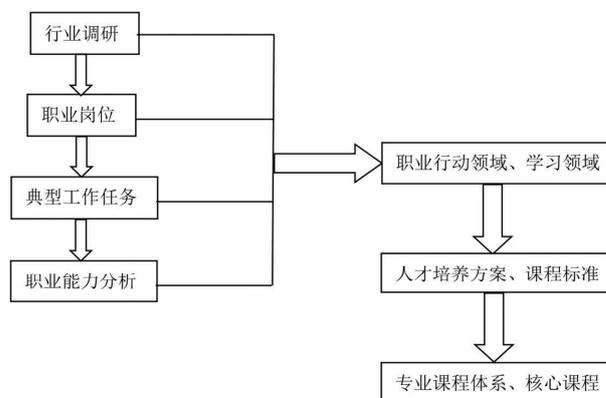


图 2 课程体系构建思路

2.2 课程体系构建框架

按照由“典型工作任务”→“行动领域”→“学习领域”的步骤,将典型工作任务组成的职业行动领域进行教学化处理,根据职业成长和认识递进规律进行重构,形成了行动体系的学习领域课程。课程体系由基础学习领域、专业学习领域和拓展学习领域组成,各学习领域与本专业的典型工作任务、行动领域的对应关系如表 2 所示。

2.3 实训软件、课程教材和共享资源的建设

从对全国营销技能大赛规程的认知中了解到:在三项子竞赛项目中人机互动的项目占比为 50%,这就要求必须熟悉计算机的操作环境,该课程的教学形式和技能大赛的形

表 2 课程体系 - 对应课程和能力

目标岗位	典型工作任务	行动领域	能力要求	核心能力	学习领域
汽车销售顾问	营销展业 销售导购 销售洽谈	销售政策 潜在客户的开发 六方位绕车介绍 客户需求分析 车型功能使用	潜在客户开发能力 客户需求分析能力 销售流程熟悉能力 人员沟通能力 专业知识能力 业务素质能力	专业知识能力 沟通能力	《汽车营销基础与实务》、《汽车性能评价与选购》、《汽车推销技巧》、《汽车概论》、《汽车营销策划实训》、认知实习、定岗实习、汽车服务与礼仪
汽车售后服务顾问	客户资料 客户需求	制定保养计划 客户资料的建立 零配件导购 技术咨询 异议处理	客户需求分析能力 专业知识能力 客户异议处理能力	专业知识能力 沟通能力	《汽车性能评价与选购》、《汽车电子技术基础》、《汽车发动机结构与拆装》、《汽车故障诊断实训》、《汽车故障诊断与检测》、《汽车配件管理与营销》
服务与前台	客户接待 异议处理	客户档案建立 业务引荐 异议处理 客户接待 其他工作	沟通交际能力 异议处理能力 业务素质能力	业务素质能力 沟通交流能力	《汽车性能评价与选购》、《汽车服务与礼仪》、《汽车概论》、《计算机基础》、认知和定岗实习

式必须充分结合,需要配备开放式的网络资源教学环境,为此引入了由运化科技提供的与技能大赛相同的实训软件,加强学生的计算机操作技能^[9]。要想加快共享资源的建设工作进度,除了常规教学中的课程标准、多媒体课件、实训手册、教学视频等项目以外,还要增加一些教学过程中互动的项,加强学生与教师之间的交流,为此,还需要开发与技能大赛相匹配的教材和新的案例以及新的知识点^[9]。

3 校内职业技能竞赛的实施与开展

高职院校的职责就是要为社会培养更多的技能型人才,而技能的获得更多是从实践中而来^[9],本着为了遴选更多优秀的、有能力的学生作为参加技能大赛的储备人才,通过参加技能大赛获得比赛经验,从而检验课堂教学效果,由汽车营销教研组牵头,每年在交通工程系内部举行一次校内的汽车营销技能大赛。

3.1 赛项设置

校内汽车营销大赛的比赛赛项设置将参照全国汽车营销技能大赛的赛项,并和我院的实训场地以及实训设备相结合,包含汽车营销基础实务知识竞赛、汽车整车销售综合技能竞赛以及汽车营销策划汇报展示三部分。比赛的过程也和国赛类似,以团队进行,两名学生一组。

3.2 加强校企合作

校内技能大赛的开展,单纯地依靠学校的实训场地和设备,并不能检验课堂教学效果,可以寻求和企业的合作共同开

展校内技能大赛^[9],这样可以丰富比赛车辆的种类,让学生对汽车的认识更加广泛,而且可以通过企业的赞助为参赛学生颁发一定的奖品,让学生获得学习的积极性,同时还可以让企业直观地了解到课程改革的效果,增强校企之间合作的信息,达到企业和课堂无缝对接的效果。

综上所述,参加技能大赛可以让学生获得更多的技能,为走进企业的工作打下坚实的基础,必须将课程改革和技能大赛以及行业标准相结合,培养汽车营销专业高素质、高技能、优秀的人才。

参考文献

- [1] 教发[2014]6号.现代职业教育体系建设规划(2014-2020年)[Z].
- [2] 罗雪.基于技能大赛的高职汽车营销项目化课程改革探索[J].山西农经,2017(20):103.
- [3] 罗双.基于技能大赛的高职《汽车销售》课程改革的探讨[J].当代教育实践与教学研究,2017(08):168-169.
- [4] 游帆,夏浩敏.基于工作过程的项目化教学法在管理学基础课程设计中的应用[J].中外交流,2017(25):46.
- [5] 吴全全,闫智勇.工作过程系统化课程开发范式的内涵与特征[J].中国职业技术教育,2017,31(2):136.
- [6] 李志成,李艳艳.基于技能大赛、职业及课程标准为一体的课程体系研究[J].教育与培训,2017(31):150-152.

基金项目

重庆旅游职业学院 2017 年度高等教育研究课题——高职院校职业技能大赛与常规教学对接策略的研究(项目编号: XJkt-2017-10), 主持人:周海晶。