

# 《汽车营销与服务》 专业建设方案

二 级 学 院： 交通工程系

执 笔 人： 刘 娟

审 核 人： 罗亚军

制 订 日 期： 2016.08.24

修 订 日 期： 2019.05.15

## 一、基本信息

表 1 专业基本信息

专业名称	汽车营销与服务	专业代码	630702
专业所属大类	财经商贸大类	专业所属二级类	市场营销类
专业设置时间	2016 年	修业年限	3 年
专业特点	<input checked="" type="checkbox"/> 产业支撑型 <input type="checkbox"/> 人才紧缺型 <input type="checkbox"/> 特色引领型 <input type="checkbox"/> 国际合作型 <input type="checkbox"/> 其他 _____		
是否跨省招生	<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	所属院系	交通工程系
专业带头人（负责人）基本情况			
姓名	刘娟	性别	女
出生年月	1981.12	学位	硕士
学历	研究生	所学专业	化工过程机械
毕业院校	陕西科技大学	职称	副教授
职务	交通运营教研室主任	联系电话	13669179671
电子邮箱	1813097825@qq.com		

表 2 专业建设团队名单

序号	姓名	工作单位	职称 / 职务
1	罗亚军	陕西机电职业技术学院	副教授/交通工程系主任
2	李靖	陕西机电职业技术学院	副教授/交通工程系副主任
3	杨倩	陕西机电职业技术学院交通工程系	讲师
4	张超龙	陕西机电职业技术学院交通工程系	助教
5	张静	陕西机电职业技术学院交通工程系	助教
6	张明	陕西机电职业技术学院交通工程系	助教
7	李军强	陕西群力电工有限责任公司	技师
8	刘双平	宝鸡市公共交通有限公司	技师

## 二、建设基础

### (一)专业对接产业

汽车服务与营销专业对接的产业包括汽车产业中的汽车 4S 店、汽车维修服务站、汽车维修企业或保险公司、汽车二手车交易市场行业。服务的行业包括汽车配件产品的管理、销售、整车的销售、汽车保险理赔，二手车的鉴定等行业。专业对接的岗位是汽车制造厂销售部门，汽车 4S 店的汽车销售顾问、汽车服务顾问、企划专员；汽车维修服务站汽车配件管理员；保险公司理赔部的事故车辆定损与理赔员；以及二手车评估与交易员、汽车装饰美容员等岗位，岗位具体情况如下表 3 所示。

表 3 汽车营销与服务专业岗位描述

序号	工作岗位	岗位描述	主要职责	知识和能力要求		岗位资格证书		
						名称	等级	颁证单位
1	汽车销售顾问	组织、实施汽车的销售计划，完成汽车销售客户接待、车辆介绍、客户洽谈及成交的整个业务过程；与相关人员进行业务沟通和技术交流。	1. 销售导购、销售洽谈、销售成交； 2. 交车、客户维系。	知识	1. 具有丰富的汽车构造知识和具备对汽车进行技术评价的能力； 2. 掌握汽车销售的基本原理和销售技巧。	汽车维修工（服务顾问）	中级	人力资源与社会保障部
				能力	1. 制定工作计划能力； 2. 解决实际问题能力。			
2	汽车服务顾问*	接待客户，客户回访，进行客户关系的管理与维护，促进一般客户发展为忠诚客户。	1. 售后和前台的接待服务，前台环境和各种设施管理及卫生清洁；	知识	1. 具有良好的职业道德，遵纪守法； 2. 具有良好的人际交流和沟通能力；	汽车维修工（服务顾问）	中级	人力资源与社会保障部

			2. 接待用户，文明礼貌，主动热情，快捷周到，使用户感受到最好的服务；	能力	1. 制定工作计划能力； 2. 解决实际问题能力；			
3	二手车鉴定评估师	二手车评估、组织货源和销售。	1. 对二手车的综合状况进行检测； 2. 结合车辆相关资料对二手车的技术状况进行鉴定；	知识	1. 掌握汽车售后服务知识与技能； 2. 具有安全、文明生产和环境保护的相关知识和技能。	汽车维修工（服务顾问）	中级	人力资源与社会保障部
				能力	1. 制定工作计划能力； 2. 解决实际问题能力。			
4	汽车保险专员	接受客户委托，为客户设计车辆投保方案，对车辆保险条例进行据实说明，出具报单和相关文件凭证；接受客户的报案，对事故车辆能够进行现场查勘，正确进行事故损失估损，能够正确计算赔付额，并整理出具相应文件凭证。	1. 为客户提供车辆保险续保； 2. 为客户提供车辆保险咨询服务； 3. 定期提交保险市场业务动态报告和市场策略方案； 4. 为客户提供事故车辆的估损定损服务；	知识	1. 具备从事汽车保险投保、查勘和理赔业务的能力； 2. 掌握汽车售后服务知识与技能。	汽车维修工（服务顾问）	中级	人力资源与社会保障部
				能力	1. 制定工作计划能力； 2. 解决实际问题能力。			

## （二）专业培养目标

本专业培养拥护党的基本路线，德、智、体、美等全面发展；掌握本专业的文化科学基础知识和专业知识，具备汽车服务与汽车销售的技能能力，具有与接受的高等教育水平相符的管理沟通与协调能力，具备在汽车售后技术服务领域、汽车销售等行业从事汽车销售、营

销策划与管理方面工作的高技能能力；适应现代化建设一线需要的“下得去、留得住、用得上、干得好”的技术技能型人才。

### （三）专业现状

#### 1.专业现状数据表

表 4 专业现状数据表

1.招生就业情况		2016-2017 学年	2017-2018 学年		
新生报到人数（人）		7	5		
新生报到率（%）		41.1	50		
毕业人数（人）		/	/		
就业率（%）		/	/		
就业对口率（%）		/	/		
毕业半年后平均月收入（元）		/	/		
2.在校生情况 <sup>1</sup>		在校生总数	高招生员 （含“3+2”）	中职生源 （含“3+3”）	注册入学
人数（人）		20	/	/	20
是否有协同育人培养 （包括订单班、现代学徒制）		否	人数（人）	/	
3.专业教师情况 <sup>2</sup>		专业教师数 <sup>3</sup> 7	双师比例（%） 71.4	硕士及以上 比例（%） 71.4	高级职称 比例（%） 14.3
专业教师数/课时数 <sup>4</sup>		5/2600	企业兼职授课教师数/ 课时数 <sup>5</sup>	2/624	
二级学院内兼专业课教师数/课时数 <sup>6</sup>		3/312	校内兼职授课教师数/ 课时数 <sup>7</sup>	1/104	
校外兼职授课教师数/课时数 <sup>8</sup>		/			
4.专业课程教学情况 <sup>9</sup>	理论教学占教学总学时 <sup>10</sup> 的比例（%）		33.1	专业课程教学总学时数： 2132	
	校内实践占教学总学时的比例（%）		44.9		
	校外实践占教学总学时的比例（%）		/		
	生产性实训占实践教学总学时的比例（%）		22.0		
	2015-2016 学年本专业学生校外实习实训基地学时总量（人/天）		/		
	毕业前半年顶岗实习学生占毕业生总数比例（%）		100		
5.校内实践教学条件 <sup>11</sup>	现有实训设备总值（万元）	232	现有实训仪器设备（台/套）	86	
	其中大型实训仪器设备总值（万元）	58	其中大众实训仪器设备 <sup>12</sup> （台/套）	4	
	生均校内实践工位	4			

	数（工位/生） <sup>13</sup>					
6.校外 实习基 地情况	合作的主要形式	合作企业数 <sup>15</sup>			2	
	主要合作企业名称	西安恒泰 汽车服务 有限公司	天天优车	3	4	5
	合作起始日期	2018 年 10 月	2018 年 10 月	年 月	年 月	年 月
	合作主要内容和形 式 <sup>14</sup>	顶岗实习	顶岗实习			
	企业参与教学（人/ 课时）					
	接收实习实训学生 （人/天）					
	接收顶岗实习学生 数（人）	5	2			
	接收毕业生数（人）					
	学校为企业培训员 工数（人）					
	对学校捐赠设备总 值（万元）					
	企业的专项投入（万 元）/项目类型 <sup>16</sup>					
7 科研 与社会 服务 <sup>17</sup>	横向技术服务到款 额（万元）		技术交 易到款 额（万 元）		纵向科 研经费 到款额 （万元）	
	非学历培训到款额 （万元）		专利获 取数（ 件）		公益服 务（人/ 天）	

注：1.该栏目统计填报本方案时的数据。

2.该栏目统计填表本方案时的数据。

3.指担任本专业专业课或专业实践课教学的专任教师，且一名教师只能计入其主要服务的一个专业，不得重复计算。

4—8.统计 2017-2018 学年数据，其中 8 指其他高校等非企业人员担任专业课教学的人数及授课学时数。

9.该栏目统计 2017-2018 学年数据。

10.此处所指的教学总学时是专业课教学总学时，不含公共基础课，下同。

11.该栏目统计填报本方案时的数据。

12.指单价≥5 万元的一起设备。

13.指实践教学工位总数（个）/本专业在校生总数（生）。

14.指企业与学校开展校企合作的具体形式，如生产实习、顶岗实习、现代学徒制等。

15.仅指与学校签订合作协议，开展如上述校企合作形式的企业。

16.项目类型指企业奖助学金、实训基地建设投入等。

17.统计近三年数据的和。

## 2.专业建设现有成果

专业自 2016 年开设以来，在整个建设期间，通过领导、教师以及学生的共同努力，取得丰硕的成果。具体内容如下表 5 所示：

**表 5 专业建设成果一览表**

序号	成果名称	第一主持人	级别	颁发机构	获取年份
1	“汽车营销”技能大赛二等奖	王博	陕西省	陕西省教育厅	2016
2	“技能大赛与汽车服务与营销专业教学质量关系的研究”课题	刘娟	校本课题	陕西机电职业技术学院	2017
3	与宝鸡吉利汽车校企合作共建实训基地的研究与实践	罗亚军	校本课题	陕西机电职业技术学院	2017
4	高职院校汽车协会对专业教学和学生职业生涯贡献的研究	杨 倩	校本课题	陕西机电职业技术学院	2017
5	汽车营销技能大赛培训模式的探究	王博 夏田	发表论文	现代营销(创富信息版)	2018
6	基于主动式学习在高职院校汽车底盘构造信息化教学中的应用——以《盘式制动器》教学设计为例	冯秋佳 任工昌	发表论文	科技视界	2018
7	新能源汽车以及重要零部件的营销探讨	刘娟 卢彦峰	发表论文	经济研究导刊	2017

### 三、标杆分析

#### （一）标杆选取

省内陕西交通职业技术学院、陕西工业职业技术学院、陕西国防工业职业技术学院、西安汽车科技职业学院、陕西职业技术学院等高职院校开设有汽车营销与服务专业。近三年来，省内汽车营销与服务专业每年招生形势良好，新生报到率保持在 80%以上。我校于 2016 年开设汽车营销与服务专业，专业建设与兄弟院校相比有一定差距。陕西交通职业技术学院汽车专业群办学历史悠久，专业实力强，为区域经济建设作出了重大贡献。汽车营销与服务（汽

车定损与评估方向)专业是陕西省高等职业教育重点专业,优秀示范院校重点建设专业。综合对比后,选择陕西交通职业技术学院汽车营销与服务专业为标杆专业1。

## (二) 寻找差距

表6 标杆专业分析表

专业 指标名称	本专业	标杆专业1	标杆专业2	标杆专业3	差距描述
新生报到率(%)	41.1				
在校生总数(人)	17				
近三年毕业生总数(人)	/				
毕业半年后就业率(%)	/				
毕业半年后月收入(元)	/				
毕业生对母校满意度(%)	/				
自主创业率(%)	/				
生均教学科研仪器设备值(万元)	13.6				
企业棘手顶岗实习学生数占毕业生总数比例(%)					
企业接受毕业生数占毕业生总数比例(%)					
对学校捐赠设备总值(万元)					
对学校准捐赠设备总值(万元)					
纵向科研经费到款额(万元)					
横向技术服务到款额(万元)					

## (三) 待解决的关键问题

### 1.生源问题

学院处于发展初期,在招生竞争日趋激烈的形势下,生源数量严重不足。

### 2.人才培养模式改革有待深化

一是专业人才培养与企业契合度不足,需大力推进多渠道、多形式、多维度的校企合作。



二是人才培养中如何处理好学生就业质量与可持续发展两者间的矛盾，需进一步探索。

三是学生实践能力和综合素质有待进一步提高，创新创业能力培养有待加强。

### **3.师资队伍结构亟需改善，水平有待提高**

教师企业经验缺乏，对岗位需求、岗位标准、职业素养要求等方面认识有限；新进教师居多，对高职教育教学规律的把握有待提高；兼职教师队伍水平参差不齐，教育教学理念、教学方法应用、课堂有效管理等方面存在短板。

### **4.教学资源建设有待加强**

教学资源建设开发制度规范滞后；部分课程缺乏适合我校教学特点的教材，自主开发力度不够；系统化的微课、教学视频、在线开放教学资源、学案等资源较匮乏；校企联合开发力度亟待加强。

### **5.实习实训条件有待改善**

校企共建共享实训基地力度有待加强；实习实训管理制度需要进一步规范。

### **6.教学质量监控体系建设有待加强**

管理系统信息反馈和自我调节机制不够健全，信息化管理水平和管理效率有待进一步提高。

## **四、建设目标**

### **（一）总体目标**

我院汽车营销与服务专业采用工学结合人才培养模式，建设过程中将培养模式与本校专业发展的整体现状（即学院为主体，校企合作为抓手的培养宗旨）相结合，经过深思熟虑的探究研讨；我们希望通过三年建设周期，本专业水平能够在全省同类专业中位居中等偏上水平，即力争达到前 50%；同时学生的第一志愿报考率希望较目前上涨 50%，毕业生年终就业率达到 95%以上，专业对口率达到 90%以上；除此之外，为了更好的发展专业，通过调研实际（营销类岗位收入水平层次不齐），希望学生毕业半年后月收入水平较实习期提升 50%左右，以期达到 3000~10000 元（即不低于 3000）不等的工资水平。

### **（二）具体目标**

#### **1.人才培养模式**

汽车营销与服务专业采用“2.5+0.5”的工学结合人才培养模式。即学生前二年半在校学习，系统地学习专业理论知识和专业操作技能，从第五学期下半期开始进入汽车相关企业进行顶岗实习和毕业实习。为了综合考量，我们将整个培养过程划分为四个阶段：第一阶段

自开学起算为期一年，主要教授公共课和专业基础课程、学生参与社会实践活动，为专业课的学习打好基础，最终实现学生基本素质的培养；第二阶段同样为期一年时间，主要教授专业核心课程，学生理论知识学习和专业训练相结合，最终掌握专业核心领域，职业素养得到培养与提高；第三阶段为期 0.5 年，学生按照岗位要求标准进行专业实习，最终通过岗位轮换实训，训练职业技能、培养并提高岗位能力；第四阶段截止毕业为止为期 0.5 年，学生进行校企合作企业顶岗实习，最终结合能力训练并培养岗位适应能力。以上四个阶段的教授与学习在知识上层层递进，在能力上逐步提高，以期达到通过教学尽可能让 90% 以上的学生掌握专业课程与能力的目的；通过培养同样让超过 90% 的学生适应、并有能力承担就业岗位的工作。具体培养模式见下框图 1。

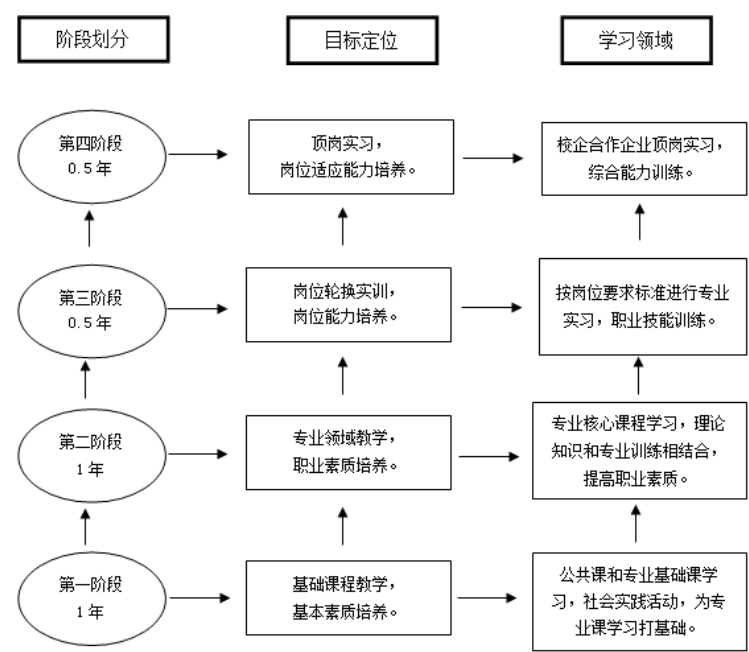


图 1 人才培养模式框图

## 2. 师资队伍建设

汽车营销与服务专业的设置囊括了汽车销售顾问、汽车服务顾问、企划专员、汽车配件管理员、事故车辆定损与理赔员、二手车评估与交易员、汽车装饰美容员等各教学环节与岗位，目前本专业专兼职教师共 7 人，研究生学历 5 人，高级职称 1 人，中级职称 3 人，双师型教师 5 人，具有扎实的理论功底和丰富的实践经验。现已经形成了一支结构合理、经验丰富，理论水平高、实践能力强的师资队伍。

## 3. 课程建设

力争满足学生培养要求，目前我们已经建成本专业囊括专业基础学习领域、专业核心学习领域、专业拓展学习、综合实训学习领域以及选修课学习五部分在内的课程体系结构，分

别为：业基础学习领域（汽车文化与专业发展、汽车机械基础、汽车构造、汽车电工电子技术）；专业核心学习领域（汽车电气系统及检修、汽车营销基础、汽车性能评价与选购、汽车故障诊断技术、汽车配件管理与营销、汽车保险与理赔、二手车鉴定与评估、汽车装饰美容、汽车电子商务、汽车维修企业管理、新能源汽车技术、汽车维护与保养、汽车营销策划）；专业拓展学习（大学生就业创业指导）；综合实训学习领域（汽车认识实训、汽车装配基础要素实训、汽车机械 CAD 实训、汽车服务礼仪实训、汽车拆装实训、汽车销售实训、汽车维修接待实训、信息技术应用、毕业设计答辩、毕业顶岗生产实习）等。

以上专业核心领域课程所有理论教学模块均实现基础教学设备(教学一体机等)的配备，一体化教学中融合云课堂、爱课程等平台中的精品资源进行理论教学；最终积累了包括课程教学 PPT、课程教学影视资料、课程扩充案例、以及课程教学计划、考核试题等在内的课程教学资源一整套。专业综合实训学习领域中在基础教学设备配备之外，进一步实现实训器材配备的全面综合性和可适用性，以期在专业综合实训课程中让学生掌握专业核心课程，完成操作训练。除此之外，通过教学团队对校级课题“技能大赛与汽车服务与营销专业教学质量关系”研究的完成，进一步明确了课程建设教学核心内容。

#### 4.条件建设

我系自 2016 年开设汽车营销与服务专业，目前专业基础设施建设完善，教学教室均配备有一体机、书写黑板等。系内现有教学用车 29 辆，各种汽车实训设备完备，可同时满足 20 个班级教学、实训任务，完成汽车营销、汽车配件管理、汽车维修接待、二手车鉴定评估、发动机构造与维修、底盘构造与维修、电控发动机构造与维修、电器设备构造与维修、汽车故障诊断等课程的教学工作。学生毕业时在取得毕业证的同时可考取汽车维修工、电工、机动车驾驶证等证书，能适应汽车维修及制造企业的多种岗位需求。除此之外，我们还专门建设了汽车营销实训室，二手车与保险理赔综合实训室，并配备有各类实训器材，完全满足汽车营销与服务专业学生的教学、实训以及大赛培训的需求。专业建设中，除拥有一套适用的专业教材外，图书馆馆藏书籍达到几十万册，用以学生参考学习，营销教研室整理营销服务专业书籍若干，用以专业教师的定期学习和提升。

校内及校外实训基地现有条件如下表 7、表 8 所示：

表 7 校内实训室条件

实训室 (基地) 名称	面积(m <sup>2</sup> )	设备设施	容纳学生人数 (一个班)	主要实验实训项目	对应课程 (课时)
----------------	---------------------	------	-----------------	----------	--------------

汽车营销实训室	90	迈腾整车、配件展示货架	48 名	1. 汽车营销实务实训; 2. 汽车维修接待实务实训; 3. 汽车配件管理实训;	《汽车营销与基础》(52 课时)《汽车营销策划》(52 课时)《汽车配件管理》(52 课时)
保险理赔实训室	90	博越整车	48 名	1. 汽车营销实务实训; 2. 汽车维修接待实务实训; 3. 汽车配件管理实训;	《汽车保险与理赔》(52 课时)《二手车鉴定与评估》(52 课时)《汽车配件管理》(52 课时)
虚拟仿真实训室	90	联想台式机、汽车仿真软件、汽车营销软件、数字教学平台等	48 名	1. 汽车机械制图教学; 2. 汽车营销实务教学; 3. 汽车构造仿真教学;	《二手车鉴定与评估》(78 课时)《汽车维修企业管理》(52 课时)《汽车机械CAD 实训》(78 课时)《信息技术应用》(52 课时)
模拟驾驶实训室	90	汽车模拟驾驶设备	48 名	1. 汽车模拟驾驶; 2. 汽车安全法规学习及测试;	《汽车安全驾驶》(52 课时)
技能鉴定实训室	90	汽油发动机台架、柴油发动机台架等	48 名	1. 凸轮轴的检测、曲轴的检测、气缸磨损程度及圆度、圆柱度偏差的检测; 2. 正时皮带的更换、检测调整气门间隙、发动机总成的装配;	《汽车维修中级工》(78 课时)

汽车综合实训中心	1600	举升机、四轮定位仪、氮气充气机、实训车辆、干磨工作中心、二氧化碳保护焊机、车身修复机、烤漆房	48*4 名	1. 汽车维护实训； 2. 汽车四轮定位； 3. 汽车钣金喷涂实训；	《汽车维护与保养》（52课时）《汽车钣金喷涂实训》（52课时）
发动机实训室	160	发动机演示机、发动机拆装实训台（带翻转架）迈腾 1.8T 发动机、博越 1.8T 发动机	48 名	1. 发动机拆装与维修； 2. 发动机各部分测量及检测；	《汽车发动机机械系统检修实训》（78 课时） 《汽车构造》（78 课时）
汽车底盘实训室	90	转向系前桥总成、后桥悬挂和车轮总成、变速器、制动系统台架	48 名	1. 汽车底盘构造与工作原理； 2. 汽车底盘各组成部分拆装和检修实训；	《汽车底盘系统检修实训》（52 课时）《汽车构造》（78 课时）
汽车电气实训室	90	汽车仪表系统组合实训台、汽车 CAN 总线综合实训台、全车电器实训台、汽车传感器实训台	48 名	1. 汽车 CAN 总线系统综合实训； 2. 全车电器工作仿真及故障检测； 3. 汽车仪表系统故障检测、点火系统与燃油喷射系统检测、ABS 制动系统检测、灯光照明系统仿真及故障检测、电动门窗与中控门锁系统实训考核；	《汽车电气系统及检修》（52 课时） 《汽车故障诊断技术》（52 课时）
全车电器实训区	90	卡罗拉整车、迈锐宝整车、科鲁兹整车	48 名	1. 全车电器认识及操作使用； 2. 全车电器故障诊断与维修； 3. 车身电控系统检测与维修；	《汽车电气系统及检修》（52 课时） 《汽车车身电控系统及检修》（78 课时）

汽车空调实训区	90	手动空调台架、自动空调台架、卡罗拉整车、迈锐宝整车、科鲁兹整车、汽车空调维修专用设备	48 名	1. 汽车空调原理及构造认识; 2. 汽车空调压缩机检维修; 3. 汽车空调系统检测与维修; 4. 汽车空调维修专用设备使用操作;	《汽车空调系统及检修》(52 课时)
故障诊断实训区	90	丰田 8A 发动机、帕萨特 1.8T 发动机、卡罗拉实训车辆、	48 名	1. 检测发动机常见传感器、执行器; 2. 汽车故障检测常见仪器使用; 3. 检测发动机燃油系统、发动机点火系统电控故障,汽车发动机常见故障诊断与排除,汽车发动机故障仿真实训;	《汽车故障诊断技术》(52 课时) 《汽车发动机电控系统 & 检修》(78 课时) 《汽车电控系统诊断与检修实训》(78 课时)
电控系统实训区	90	电控发动机、传感器综合实训台、卡罗拉整车、迈锐宝整车、科鲁兹整车、电控仿真系统	48 名	1. 检测电控发动机常见传感器、执行器; 2. 检测电控发动机燃油系统、发动机点火系统电控故障,汽车电控发动机故障仿真实训;	《汽车故障诊断技术》(52 课时) 《汽车发动机电控系统 & 检修》(78 课时) 《汽车电控系统诊断与检修实训》(78 课时)
变速器实训室	90	液力变矩器、平行轴式自动变速器、行星齿轮式自动变速器、CVT 自动变速器	48 名	1. 自动变速器的拆装检测实训;	《汽车底盘系统检修实训》(52 课时) 《汽车底盘电控系统及检修》(78 课时)
汽车电工实训室	90	汽车电工电子综合实训台、安全气囊系统实训台、音影导航系统实训台	48 名	1. 汽车电工电子基础实训教学; 2. 汽车电气系统检测与故障排除;	《汽车电工电子技术》(52 课时) 《汽车电气系统及检修》(52 课时)

表 8 校外实训基地条件

序号	校外实训基地名称	容纳学生人数	实训项目
1	西安恒泰汽车服务有限公司	50	1. 汽车营销实训; 2. 汽车检测与维修实训;
2	天天优车	50	1. 汽车营销实训; 2. 汽车检测与维修实训;
3	吉利动力总成有限公司	100	发动机动力总成制造与装配
4	宝鸡吉利汽车部件有限公司	200	汽车整车装配实训

### 5. 科研与社会服务

自 2016 年汽车营销与服务专业开设以来, 交通工程系多次申报各类课题项目, 含《汽车营销与服务》、《汽车配件与管理》精品课程建设、《汽车营销与服务》专业教学指导方案编写、《学习和引进国际先进成熟适用的职业标准、专业课程、教材体系和数字化教育资源》任务研究、《技能大赛与汽车服务与营销专业教学质量关系的研究》、《高职院校汽车协会对专业教学和学生职业生涯贡献的研究》等各类课题的开发与研究。同时, 各专业课教师在各类期刊发表多篇论文。

截止目前, 我院汽车营销与服务专业学生已多次参加陕西省汽车营销技能大赛、陕西省互联网“+”创新创业大赛、宝鸡市“互联网+”创新创业大赛等多项比赛获得荣誉, 为专业的建设发展以及行业的创新创造提供了更多的可能性。其次, 各专业学生已在省内外多个汽车企业进行有组织的顶岗实习, 同时与宝鸡多家汽车维修企业和各品牌汽车 4S 店进行对口交流、合作; 毕业生被安排到西安恒泰汽车服务有限公司、天天优车、宝鸡吉利汽车有限公司等优秀企业就业, 并以扎实的基本功和过硬的动手能力赢得了用人单位的一致好评和广泛欢迎。

### 6. 国内外教学交流合作

2016 年专业开设至今, 在学院领导的大力支持下, 全面开展国内外教学交流合作项目, 深化教育模式的探究, 进一步提高教师的专业能力。具体表现为交通工程系主任罗亚军和副主任李靖曾赴德国进行为期半年的“职业教育教学法”的学习, 进行职业教育方法研究。同时, 交通系多名教师参加行业、企业和其他院校组织的交流和培训, 使我系教师的教育教学水平得到了一定提升。具体项目如下表 9 所示:

表 9 教师培训学习项目汇总

序号	姓名	培训项目 (技术服务任务)	培训实践 (服务) 地点	培训 (服务) 时长	培训 (服务) 日期
----	----	---------------	--------------	------------	------------

1	李靖	上汽通用汽车有限公司 2017 年度 ASEP/AYEC 专职教师铜级认证	上海，上汽通用汽车有限公司经销商培训中心	15 天	2017. 3
2	蔡俊清 白兰 张芽 张明	“吉时雨”精准扶贫项目合作院校师资培养	湘潭，湖南吉利汽车职业技术学院，吉利汽车公司	21 天	2018. 7
3	罗亚军	2017 年度宝鸡市信息化教学比赛评委	宝鸡，宝鸡市教育局	2 天	2017. 6
4	李靖	2018 年度宝鸡市信息化教学比赛评委	宝鸡，宝鸡市教育局	2 天	2017. 6
5	罗亚军	交通运输类专业建设指导委员会委员	陕西省职业技术教育学会	3 年	2017. 11-2020. 11

## 7. 人才培养质量与社会评价

长期以来，交通工程系在教学中坚持以人为本的教学理念，在开展专业课的基础同时并始终把构建大学生的核心价值体系作为学院德育工作的重中之重，坚持以大学生的核心价值观和责任感为主线，以爱国主义教育和理想信念教育为重点，通过专题讲座、座谈会、宣传栏、网络、社会实践等形式多样的活动，营造学生品德养成的校园环境；通过感恩励志教育、心理健康教育、诚信教育、关爱教育、成长教育、职业人生教育等主题教育活动，引导学生深入学习和领会社会主义核心价值观的内涵，从根本上提升了学生的品德水平。

除此之外，在教学环节中广泛关注就业岗位发展现状，根据岗位情况不断改革深化教学模式；以职业教育的特有优势力争使学生在毕业初期就能很好的适应岗位工作。同时辅导帮助学生积极参加各级职业技能竞赛及升级大赛，在各类竞赛以及培训的过程中深化学生认识，并全面提高学生素质和能力；从而使得毕业生受到各用人单位的广泛好评。

## 五、建设任务与举措

### 1.建设负责人

本专业建设负责人为交通运营教研室主任刘娟老师。

主持《汽车发动机构造与维修》精品课程的建设，汽车工程系学生顶岗实习办法的制定、《汽车电工电子》、《汽车发动机构造与维修》课程标准的制定，完成 2017 级汽车服务与营销专业的人才培养方案的制定。主要承担的课程有《汽车机械基础》、《汽车文化》、《汽



车材料》、《汽车发动机构造与维修》等。

发表论文：

2017 年 34 期《经济研究导刊》发表论文《新能源汽车以及重要零部件的营销探讨路》。

2018 年 01 期《自动化与仪器仪表》发表论文《汽车机械式变速器可靠性设计与优化分析》。

## **2. 建设内容及举措**

自 2016 年汽车营销与服务专业开设截止目前为止，汽车营销与服务专业的建设内容及举措主要包括以下方面：

### **（1）教学模式建设**

按照“教、学、做”一体化的要求，推行任务驱动、项目导向为主的教学模式改革。采用融“教、学、做”于一体，课程教学以工作过程为主线，构建“以汽车营销与服务流程为导向”的职业教学模式，结合基于 4S 职业岗位的课程体系建设，分解典型工作岗位的工作流程所需掌握的知识、技能、素质，引入现场实际教学任务，重点突出教学过程的实践性、开放性和专业性；整合开发培养岗位职业能力的课程和工学结合教学包；打造优质专业核心课程；将职业资格标准融入课程内容中来，将学校考核与企业考核相结合。

### **（2）实习实训基地建设**

将汽车营销与服务专业的人才培养方案，与专业岗位能力需要相结合，跟踪汽车营销与服务专业的发展方向，一方面建设校内专业实习基地（汽车营销实训室、保险理赔实训室），满足学生日程事件要求；礼仪方面通过与校外企业合作建设实训基地，实现专业核心课程理实一体化的教学及各能力模块和职业技能的训练。加强与行业企业合作，与 4S 店或汽车服务企业建设稳定的校外实习实训基地，开展专业群学生工学交替和顶岗实习需求，培养学生职业能力。充分利用校内实训基地和优质稳定的校外实习基地，培养学生“扎实的首岗胜任能力、突出的岗位适应能力、良好的职业可持续发展能力”，同时继续加强与各汽车后市场服务企业合作开展“订单式”人才培养。

### **（3）师资队伍建设：**

根据“校企合作、共同培养”的校企合作模式，汽车营销与服务专业教学团队在现有基础上，一方面将合作企业承担教学任务的能工巧匠列入专业教学团队，更主要的是根据汽车专业群的建设内涵，通过政策激励、下企业锻炼、国内外进修、行业资格培训、教科研与技术服务等多种方式外引内培师资队伍，加强“双师结构”和“双师素质”的师资队伍建设，在合作办学企业之外，继续增量聘请企业的能工巧匠为兼职教师，使教师队伍的梯队建设更

加合理、更加适应高职教育的要求。

#### （4）质量保障体系建设

建设以社会评价为主，过程监控为核心的人才培养质量评估体系。学生在完成一个模块的学习后，按企业标准或者参考国家职业技能标准对学生进行考核，实现学生就业的“零过渡期”。建立健全教育教学能力测评体系，开展教师教育教学能力测评，提高课堂教学质量。

#### （5）核心课程建设

汽车营销与服务专业的课程建设内容主要包括课程标准建设、核心课程建设、教材建设、教学方法和考核方式建设等内容。建设期间，着力组建包括教育专家、企业专家、专业骨干教师在内的课程教学团队，按照计划、决策、实施、检查、评估、反馈的“六步法”课程开发思路，扎实推进专业核心课程建设工作。深入企业调研，与企业技术专家一起，按照学习情境设计的“开发学习情境---确定教学组织---实施开发评估---反馈”四步骤，制定出汽车营销与服务专业相关课程标准，共同做好课程描述、学习情境划分与描述，学习项目（任务）的划分、推荐考核方式等内容，形成课程标准，经教学实践并修改，最终成为成熟的课程标准。

#### （6）社会服务能力建设：

在努力做好专业人才培养的同时，进一步增强专业的社会服务能力与辐射能力，充分发挥学院现有师资、实训基地和职业技能鉴定站的作用，建设汽车技术网络服务平台，大力开展职业技术培训、对外技术服务，为企业、社会和职业院校学生提供职业技能鉴定和汽车技术咨询服务，提升专业为地方经济建设服务的能力和水平。

### 3. 经费预算

表 10 汽车营销与服务专业建设任务经费预算表

建设内容	汽车营销与服务专业建设任务经费预算（万元）			
	2017 年	2018 年	2019 年	小计
教学模式改革				
实习实训基地建设	60			60
质量保障体系建设				
师资队伍建设				
核心课程建设				
社会服务能力建设				

## 六、建设进程与经费预算

表 11 建设进程与经费预算汇总表

序号	建设任务	建设内容	起止日期	经费预算（万元）			合计
				2017 年	2018 年	2019 年	
1	改革教学模式	教学模式改革					
2	加强实训基地建设	实习实训基地建设		59.24			59.24
3	完善质量体系	质量保障体系建设					
4	增强师资队伍	师资队伍建设					
5	加强课程体系	核心课程建设					
6	提高社会服务能力	社会服务能力建设					
合计：		59.24	万元				总计：59.24 万元

## 七、保障措施

### 1. 组织保障措施

成立由学院分管领导、教务、科研处、专业所在教学系的主要领导、专业带头人组成的项目建设领导小组，指导、协调项目建设工作。

### 2. 制度保障措施

建立健全相关制度。主要包括：教学管理制度、实验实训仪器设备管理制度、校内外实训基地管理制度、人才引进和管理制度、教师考核制度、教研和科研奖励制度、教师培训进修制度、教师顶岗实践制度等，通过完善的管理制度来确保专业建设持续、健康推进。

### 3. 激励保障措施

为加强和提升专业服务能力建设，学院和系部建立激励机制，对汽车营销与服务专业建设成效显著、效益突出的项目与人员，予以奖励，制订并认真实施项目建设绩效考评制度。