

高等职业学校汽车营销与服务专业教学标准

一、专业名称（专业代码）

汽车营销与服务（630702）。

二、入学要求

普通高级中学毕业、中等职业学校毕业或具备同等学力。

三、基本修业年限

三年。

四、职业面向

本专业职业面向如表 1 所示。

表 1 本专业职业面向

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
财经商贸类 (63)	市场营销类 (6307)	零售业 (52); 保险业 (68)	销售人员 (4-01-02); 保险服务人员 (4-05-04)	汽车销售顾问; 配件销售与管理; 汽车保险产品销售; 查勘定损; 二手车鉴定评估

五、培养目标

本专业培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发展，具有一定的科学文化水平，良好的人文素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展的能力，掌握本专业知识和技术技能，面向零售业、保险业的销售人员、保险服务人员等职业群，能够从事汽车销售顾问、配件销售与管理、汽车保险产品销售、查勘定损、二手车

鉴定评估等工作的高素质技术技能人才。

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，具有社会责任感和社会参与意识。

（3）具有质量意识、环保意识、安全意识、信息素养、工匠精神、创新思维。

（4）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合作精神。

（5）具有健康的体魄、心理和健全的人格，掌握基本运动知识和1~2项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，以及良好的行为习惯。

（6）具有一定的审美和人文素养，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、安全消防等知识。

（3）掌握汽车结构及基本原理。

（4）掌握汽车营销及活动策划与组织的基本知识与方法。

（5）掌握商务谈判的基本知识与方法。

（6）掌握汽车性能及商务评价方面的基本知识。

（7）掌握汽车维修接待流程和维修保养的基本常识。

（8）掌握配件营销与管理方面的基本知识。

（9）掌握汽车保险与理赔方面的基本知识。

（10）掌握二手车鉴定评估与交易的基本知识和方法。

（11）掌握汽车电子商务方面的基础知识。

（12）了解汽车最新的技术发展及市场动态。

（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）具有本专业必需的信息技术应用和维护能力。

（4）能够组织实施汽车产品的市场调查与分析。

（5）能够撰写汽车营销活动策划方案并组织实施。

- (6) 能够对汽车产品的技术和性能进行合理的评价。
- (7) 能够对客户关系和销售进行日常管理，完成汽车维修接待。
- (8) 能够进行汽车保险产品销售以及处理汽车保险理赔业务。
- (9) 能够对二手车进行合理的鉴定评估。
- (10) 具有汽车电子商务运营与管理的能力。
- (11) 具有汽车销售及维修类企业的基本管理能力。

七、课程设置及学时安排

(一) 课程设置

本专业课程主要包括公共基础课程和专业课程。

1. 公共基础课程

根据党和国家有关文件规定，将思想政治理论、中华优秀传统文化、体育、军事理论与军训、大学生职业发展与就业指导、心理健康教育等列入公共基础必修课；并将党史国史、劳动教育、创新创业教育、大学语文、信息技术、高等数学、大学物理、公共外语、健康教育、美育、职业素养等列入必修课或选修课。

学校根据实际情况可开设具有本校特色的校本课程。

2. 专业课程

专业课程一般包括专业基础课程、专业核心课程、专业拓展课程，并涵盖有关实践性教学环节。学校可自主确定课程名称，但应包括以下主要教学内容：

(1) 专业基础课程。

专业基础课程一般设置 6~8 门，包括：汽车文化、汽车机械基础、机械制图、电工电子技术、经济学基础、商务沟通与礼仪、管理学原理等。

(2) 专业核心课程。

专业核心课程一般设置 6~8 门，包括：汽车构造、汽车电子控制基础、汽车营销基础与实务、汽车顾问式销售、汽车性能评价与选购、汽车售后服务、汽车保险与理赔、二手车鉴定评估与交易等。

(3) 专业拓展课程。

专业拓展课程包括：汽车配件管理与营销、汽车电子商务、汽车服务企业经营与管理、新能源汽车概论、汽车智能网联服务等。专业拓展课程可以依据区域产业结构的实际情况进行适当调整。

3. 专业核心课程主要教学内容

专业核心课程主要教学内容如表 2 所示。

表 2 专业核心课程主要教学内容

序号	专业核心课程名称	主要教学内容
1	汽车构造	汽车发动机的基本结构及工作原理、汽车底盘的基本结构及工作原理、汽车电器系统的组成及工作原理、汽车车身基本结构及原理
2	汽车电子控制基础	汽车电子控制的基本知识、常用测量仪器的使用、综合技术应用与训练
3	汽车营销基础与实务	营销战略和计划、营销信息系统的工作内容、市场调研与预测、消费者心理与行为分析、市场细分和选择目标市场、市场营销的策略（4P、4C）、营销策略组合应用、汽车电子商务与网络营销、营销新理念以及汽车市场营销策划实务训练
4	汽车顾问式销售	汽车销售的内容与特点、汽车销售人员应具备的专业素质、售前准备、寻找与开发潜在客户、销售接待及沟通技巧、顾客需求分析、车辆展示与产品介绍、试乘试驾、顾客异议处理、报价与成交、交车服务、售后维系、销售人员的自我管理
5	汽车性能评价与选购	汽车发动机综合性能评价、汽车动力性能评价、汽车安全性能评价、汽车经济性能评价、汽车操控性能评价、汽车舒适性能评价、汽车通过性能评价、竞争车型综合性能比较评价、汽车选购基本常识
6	汽车售后服务	汽车维修接待技巧、业务接待的核心流程、维修收入与维修合同、机动车辆保险与索赔、有关政策法律与法规等内容
7	汽车保险与理赔	汽车保险的相关法律法规、汽车保险原则、汽车保险合同、机动车交通事故责任强制保险、汽车商业保险、汽车保险投保与承保、汽车保险理赔流程、现场查勘与事故车定损、汽车保险赔款理算、汽车保险典型案例分析
8	二手车鉴定评估与交易	二手车鉴定评估概述、二手车鉴定评估基础、汽车技术状况鉴定、二手车价值评估、二手车交易实务、二手车鉴定估价行业管理

4. 实践性教学环节

实践性教学环节主要包括实验、实训、实习、毕业设计、社会实践等。实验实训可在校内实验实训室、校外实训基地等开展完成；社会实践、跟岗实习、顶岗实习可由学校组织在汽车营销与服务类企业开展完成。实训、实习主要包括：整车销售技能实训、汽车保险理赔技能实训、二手车鉴定评估技能实训、汽车电子商务技能实训、跟岗实习、顶岗实习等。应严格执行《职业学校学生实习管理规定》。

5. 相关要求

学校应统筹安排各类课程设置，注重理论与实践一体化教学；应结合实际，开设安全教育、社会责任、绿色环保、管理等方面的选修课程、拓展课程或专题讲座（活动），并将有关内容融入专业课程教学；将创新创业教育融入专业课程教学和相关实践性教学；自主开设其他特色课程；组织开展德育活动、志愿服务活动和其他实践活动。

（二）学时安排

总学时一般为 2800 学时，每 16~18 学时折算 1 学分。公共基础课学时一般不少于总学时的 25%。实践性教学学时原则上不少于总学时的 50%，其中，顶岗实习累计时间一般为 6 个月，可根据实际集中或分阶段安排实习时间。各类选修课程学时累计不少于总学时的 10%。

八、教学基本条件

（一）师资队伍

1. 队伍结构

学生数与本专业专任教师数比例不高于 25:1，双师素质教师占专业教师比例一般不低于 60%，专任教师队伍要考虑职称、年龄，形成合理的梯队结构。

2. 专任教师

专任教师应具有高校教师资格；有理想信念、有道德情操、有扎实学识、有仁爱之心；具有汽车服务工程、市场营销等相关专业本科及以上学历；具有扎实的本专业相关理论功底和实践能力；具有较强信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究；有每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

3. 专业带头人

专业带头人原则上应具有副高及以上职称，能够较好地把握国内外汽车营销与服务行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际，教学设计、专业研究能力强，组织开展教科研工作能力强，在本区域或本领域具有一定的专业影响力。

4. 兼职教师

兼职教师主要从汽车整车与配件销售、汽车保险及其他商务服务机构聘任，具备良好的思想政治素质、职业道德和工匠精神，具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，具有中级及以上相关专业职称，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等教学任务。

（二）教学设施

教学设施主要包括能够满足正常的课程教学、实习实训所需的专业教室、校内实训室和校外实训基地等。

1. 专业教室基本条件

专业教室一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，互联网接入或 Wi-Fi 环境，并实施网络安全防护措施；安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

2. 校内实训室基本要求

（1）整车销售技能实训室。

整车销售技能实训室应配备投影设备、白板，上课学生每组（2~3 人）1 台计算机，

覆盖网络，支持手机接入网络课程及资源库；主流车型实车 2~3 台、谈判桌椅一套、资料架、车型资料、保险资料、按揭资料、40 款主流车型车模陈列柜等；支持用于汽车顾问式销售课程及汽车营销技能综合实训等。

(2) 汽车保险理赔技能实训室。

汽车保险理赔技能实训室应配备投影设备、白板，上课学生每人 1 台计算机，覆盖网络，安装汽车保险理赔模拟操作软件；保险公司投保单每人 1 份、事故车教学台架、查勘用相机每 2 人 1 台、测量用卷尺每 2 人 1 把、查勘定损用相关单据（查勘单、定损单等）每 2 人 1 套等；支持用于汽车保险的投保与承保、保险理赔查勘定损等实训。

(3) 二手车鉴定评估技能实训室。

二手车鉴定评估技能实训室应配备投影设备、白板、计算机（上课学生每人 1 台）、二手车鉴定评估软件、事故车教学台架（每 8~10 人 1 台）、车身电子测量仪（每 8~10 人 1 台）、漆膜鉴别教学板（每 2~4 人 1 套）、漆膜测量仪（每 4 人 1 台）、工业内窥镜（每 8~10 人 1 台）、手电筒（每人 1 支）、照相机（每 4 人 1 台）、计算器（每人 1 个）、钢制直尺（每人 1 把）、车辆证件（一套）；支持二手车证件识伪、漆膜鉴定、事故车鉴定、评估报告撰写等实训。

(4) 汽车电子商务技能实训室。

汽车电子商务技能实训室应配备服务器、投影设备、白板，计算机（上课学生每人 1 台），覆盖网络，安装电子商务 B2C/B2B 模拟实训平台、汽车电子商务网页设计相关软件及工具等；支持用于汽车电子商务等课程的教学与实训。

3. 校外实训基地基本要求

校外实训基地基本要求为：具有稳定的校外实训基地；能够开展汽车销售、配件销售与管理、汽车保险产品销售、查勘定损、二手车鉴定评估等实训活动，实训设施齐备，实训岗位、实训指导教师确定，实训管理及实施规章制度齐全。

4. 学生实习基地基本要求

学生实习基地基本要求为：具有稳定的校外实习基地；能提供汽车销售、配件销售与管理、汽车保险产品销售、查勘定损、二手车鉴定评估等相关实习岗位；能涵盖当前相关产业发展的主流技术，可接纳一定规模的学生实习；能够配备相应数量的指导教师对学生实习进行指导和管理；有保证实习生日常工作、学习、生活的规章制度，有安全、保险保障。

5. 支持信息化教学方面的基本要求

支持信息化教学方面的基本要求为：具有可利用的数字化教学资源库、文献资料、常见问题解答等信息化条件；鼓励教师开发并利用信息化教学资源、教学平台，创新教学方法，引导学生利用信息化教学条件自主学习，提升教学效果。

(三) 教学资源

教学资源主要包括能够满足学生专业学习、教师专业教学研究和教学实施所需的教材、图书文献及数字教学资源等。

1. 教材选用基本要求

按照国家规定选用优质教材，禁止不合格的教材进入课堂。学校应建立专业教师、行业专家和教研人员等参与的教材选用机构，完善教材选用制度，经过规范程序择优选用教材。

2. 图书文献配备基本要求

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要，方便师生查询、借阅。专业类图书文献主要包括：汽车及相关行业的政策法规、行业标准、技术规范等；汽车技术、汽车营销与服务相关专业类图书和实务案例类图书；5种以上汽车营销与服务专业学术期刊等。

3. 数字教学资源配置基本要求

建设、配备与本专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件、数字教材等专业教学资源库，应种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新，能满足教学要求。

九、质量保障

(1) 学校和二级院系应建立专业建设和教学质量诊断与改进机制，健全专业教学质量监控管理制度，完善课堂教学、教学评价、实习实训、毕业设计以及专业调研、人才培养方案更新、资源建设等方面质量标准建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达成人才培养规格。

(2) 学校和二级院系应完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设水平和教学质量诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

(3) 学校应建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、在校学业水平、毕业生就业情况等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

(4) 专业教研组织应充分利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。