

汽车技术服务与营销专业 人才培养方案

车辆运用工程系

二〇二二年五月

编 制 说 明

汽车技术服务与营销技术专业人才培养方案是依据《国家职业教育改革实施方案》（国发〔2019〕4号）、《教育部关于职业院校专业人才培养方案制定与实施工作的指导意见》（教职成〔2019〕13号）、《教育部关于深化职业教育教学改革全面提高人才培养质量的若干意见》（教职成〔2015〕6号）、《教育部高等职业学校汽车营销与服务专业教学标准》（2019版）、《山东省教育厅关于加快推进高等职业院校学分制改革的通知》（鲁教职函〔2017〕2号）、山东省教育厅《关于办好新时代职业教育的十条意见》等有关文件精神，结合中国特色高水平学校和专业建设要求，按照《烟台汽车工程职业学院2021级专业人才培养方案修订指导意见》要求制定。

一、人才培养方案组成

本方案共分两部分：第一部分为人才培养方案；第二部分为附件，包括课程标准、专业调研分析报告（包括人才需求调研和职业岗位能力分析）、专业人才培养方案变更审批表、烟台汽车工程职业学院车辆运用工程系学分制评价标准和烟台汽车工程职业学院人才培养方案审核意见表。

二、人才培养方案主要编制人员（姓名、单位、职务/职称）

序号	姓名	工作单位	职务	职称	备注
1	王永浩	烟台汽车工程职业学院	车辆运用工程系主任	副教授	主任
2	段钟礼	中国汽车职教联盟汽车营销专业委员会、北京博乐汽车营销管理科学研究所	汽车营销专业委员会专家、汽车营销管理科学研究所所长	高级讲师、高级工程师	副主任
3	杜绍研	烟台汽车工程职业学院	交通工程系教学副科长	副教授	副主任
4	闫春丽	烟台汽车工程职业学院	汽车营销与服务教研室主任	讲师	秘书长
5	周礼	湖南汽车工程职业学院	汽车营销与服务教研室主任	副教授	顾问
6	王旭荣	山东交通职业学院	汽车营销与服务教研室主任	副教授	顾问
7	刘学明	邢台职业技术学院	汽车营销与服务教研室主任	副教授	顾问
9	孙丽	烟台汽车工程职业学院	汽车营销与服务专业带头人	副教授	委员
10	梅钰	烟台汽车工程职业学院	汽车营销与服务专业骨干教师	讲师	委员
11	王香	烟台汽车工程职业学院	汽车营销与服务专业骨干教师	讲师	委员
12	焦爽	烟台汽车工程职业学院	汽车营销与服务专业骨干教师	讲师	委员
13	薛远水	烟台汽车工程职业学院	汽车营销与服务专业骨干教师	讲师	委员
14	王毅	烟台汽车工程职业学院	汽车运用技术教研室主任	副教授	委员
15	陈德阳	山东交通职业学院	二手车评估专家	讲师	委员
16	李海林	烟台保险协会	受险部主任	保险理赔师	委员

目 录

2022 年汽车技术服务与营销专业人才培养方案

一、专业名称及代码	4
二、入学要求	4
三、修业年限	4
四、职业面向	4
五、培养目标与培养规格	4
(一) 培养目标	4
(二) 培养规格	5
六、培养模式	6
七、课程设置及要求	7
(一) 课程体系构建思路	7
(二) 课程设置与描述	7
八、教学进程总体安排	14
(一) 教学进度计划	14
(二) 各类课程学时学分比例	14
(三) 实践环节教学进程表	15
(四) 汽车技术服务与营销专业教学进程安排表	15
九、实施保障	18
(一) 师资队伍	18
(二) 教学设施	19
(三) 教学资源	21
(四) 教学方法	22
(五) 学习评价	22
(六) 质量管理	23
十、毕业要求	23
十一、附录	25

2022 年汽车技术服务与营销专业人才培养方案

一、专业名称及代码

汽车技术服务与营销（500210）

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者

三、修业年限

三年（实行学分制的，以修满规定学分为准，可实行弹性学制）。

四、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)	主要岗位类别 (或技术领域)	职业资格证书 或技能等级证书 举例
交通运输 大类 (50)	道路运输 类(5002)	零售业 (52); 保险业 (68)	推销人员 (4-01-02); 保险服务人员 (4-05-04)	汽车销售顾问; 汽车服务顾问; 配件销售与管 理员; 汽车保险产品 销售; 查勘定损员; 二手车交易评 估师	汽车营销评估与 金融保险服务技 术; 汽车检测与维修 技术服务师; 汽车二手车评估 师; 汽车理赔服务师

五、培养目标与培养规格

(一) 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；掌握汽车销售与售后服务流程及技能，面向汽车销售、汽车售后服务、二手车市场等等职业群，能够从事汽车销售、售后服务管理、汽车保险理赔、二手车交易等工作的高素质技术技能人才。

（二）培养规格

1. 素质要求

（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一两项运动技能，养成良好的健身与卫生习惯，良好的行为习惯；

（6）具有一定的审美和人文素养，能够形成一两项艺术特长或爱好。

2. 知识要求

（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）熟悉汽车文化及市面车型信息等相关知识；

（3）掌握汽车客户消费心理学知识；

（4）掌握汽车商务礼仪规范相关知识；

（5）掌握汽车维护与保养的要点；

（6）掌握文案创作的一般流程、思路以及方法；

（7）掌握二手车交易和汽车评估的流程和技巧；

（8）掌握汽车构造及原理的相关知识；

（9）掌握汽车整车销售流程和技巧；

（10）掌握汽车市场营销与策划的基本原理；

（11）按照 1+X 技术模块中的标准及相关知识；

（12）掌握汽车零配件管理知识；

（13）掌握汽车维修接待流程和技巧；

（14）掌握客户关系维护与管理的相关技巧；

（15）掌握汽车新技术的构造、要点和销售技巧；

（16）掌握汽车新能源、汽车电器、事故车查勘与定损等方面的知识。

3. 能力要求

（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）具备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企业的基本管理能力。

六、培养模式

1. 人才培养模式的内涵

本专业人才培养模式是以当前汽车营销与服务专业人才需求和人才培养现状为背景，通过广泛的社会调研和人才需求市场分析，围绕职业岗位要求，与企业深度合作，以学生的终身教育为目标、渗透职业资格认证内容，在专业建设委员会的指导下，围绕职业岗位要求，专业与企业合作，教学与生产结合，建立以就业为导向，以能力为本位，推行学做一体的“校企交互、全程素养、能力递进的“222”人才培养模式。

2. 人才培养模式的实施

在人才培养模式的具体实施过程中，学生第一、二学期在校学习专业基础理论和基础技能，学院组织学生参访汽车销售及服务企业；第三学期至第四期在校学习专业理论和专业技能训练进而考取汽车营销评估与金融保险服务技术认证证书，采用专兼职教师共同授课的方式，期末考试引入第三方评价；第五、六学期到企业进行岗位实习，强化工作岗位的技能训练，完成毕业实习报告。下图为人才培养模式运行实施过程图。

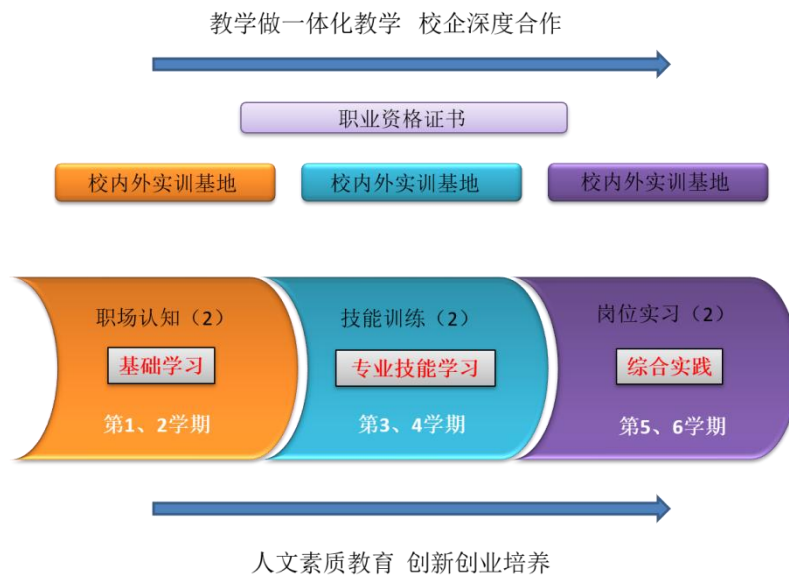


图1 “校企交互、全程素养、能力递进的222”人才培养模式的实施

第一、二学期综合考虑汽车销售顾问、服务顾问、二手车交易评估师及汽车定损员岗位需求和学生具体学情，组织学生到校内实训室和校外合作企业进行专业岗位职业能力的认知教育，着重让学生体验汽车销售及服务顾问和汽车保险服务、二手车交易顾问岗位的工作氛围，认识岗位工作职责，了解岗位所需职业能力；此阶段主要是培养学生人文素养，以理论学习为主。

第三到第四学期依托校内实训室与校外合作企业进行教学做一体化学习，完成专业技能课程的学习。培养学生汽车销售顾问和汽车服务顾问等岗位所需能力，包括汽车整车及配件销售能力、汽车维修接待能力、二手车交易、汽车保险销售与理赔等能力。通过在校内外实训基地各工作岗位的实境训练，通过专兼职教师

不同侧重点的教学要求使学生的专业综合能力得到多方位、立体化提升，在此期间要求学生参加相应工种职业资格鉴定，获取汽车营销评估与金融保险服务技术鉴定证书，提高学生的就业竞争力。此阶段主要为理实一体化学习。

第五、六学期以校外合作企业为载体，安排学生进行岗位实习，充分运用和展示前两年的学习积淀，以准员工的身份参与企业岗位，接受在校教师及企业兼职教师的双重管理双重指导，进一步提升学生理论和实践能力，以“准职业人”的标准毕业，争取毕业后能直接上岗。此阶段主要为实践课程的学习。

在整个人才培养过程中始终贯彻人文素质的教育和创新创业能力的培养。

七、课程设置及要求

（一）课程体系构建思路

汽车技术服务与营销专业构建了“平台+模块”的课程体系。其中，平台课程包括“通识课程平台和专业课程平台”，模块课程包括“素质拓展模块、专业拓展模块和创新创业模块”。平台课程以必修为主，模块课程以选修为主；通识课程平台适用于所有专业群，专业课程平台分为“专业基础课程、专业核心课程和专业实践课程”，专业基础课程适用于专业群内所有专业，专业核心课程为群内各专业核心课程；形成了基于通识课程平台共通、专业基础平台共享、专业核心模块分立、专业拓展模块互选、素质拓展和创新创业模块通选的模块化课程体系，满足了学生个性化成长需求。

专业课程平台的构建，是在专业建设委员会指导下，邀请汽车销售和汽车售后服务行业专家共同进行职业岗位需求分析，职业能力分析，典型工作任务分析，并开展教育专家、企业专家、专任教师共同参与的研讨会，通过“职业能力→行动领域→学习领域”分析转换流程，制定以职业能力培养为核心的新的专业课程体系，设计学习情境，建设优质专业核心课程，开发专业特色教材，制定课程体系评价体系。依据职业能力制定教学大纲，从本行业技术技能型人才所必需的岗位能力需求为出发点，同时结合专业课程的特点进行课程模式设计，采用密切结合行业实际的形式，采取学做一体的6·2·1的课程教学模式。在课程设置上，按照有利于提高学生职业心理素质和就业能力为导向，培养学生的创新能力和职业技能。不拘泥于现行的规定教材。在考核方法上，参照企业单位的用工标准改革考试方式与评价机制，把企业纳入考核的主体。

（二）课程设置与描述

本专业课程主要有必修课程和选修课程，其中，必修课程包括通识课程、专业基础课程、专业核心课程、专业实践课程；选修课程包括素质拓展课程、专业拓展课程和创新创业课程等。

1、通识课程设置与描述

通过通识课程的开设，帮助学生树立正确的世界观、人生观、价值观，培养学生掌握扎实的工科基础知识和人文素养知识，为学生可持续发展提供良好的知识储备。

通识课程根据国家要求由学校统一开设，主要包含军事理论、党史、思政课

程、形势与政策、劳动教育等规定课程，由全校进行统筹安排。

《军事理论》32学时，2个学分，让学生了解掌握军事基础知识和基本军事技能，增强国防观念、国家安全意识和忧患危机意识，弘扬爱国主义精神、传承红色基因、提高学生综合国防素质。

《党史》16学时，1学分，第2学期开设。

思政课程积极构建“思政课程+课程思政”大格局，通过“三全育人”模式，培养学生坚定理想信念教育，加强爱国主义教育、公民意识教育、中华民族文化教育，树立正确的价值观、人生观、世界观。

思政课程包含思想道德修养与法律基础、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、形势与政策3门课程。

《思想道德修养与法律基础》48学时，计3学分，其中理论教学2学分，安排在第1学期开设，实践教学1学分。

《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》64学时，计4学分。其中理论教学3学分，安排在第2、3学期开设，实践教学1学分。

《形势与政策》40学时，1学分。采用“理论+实践”的模式，1-5学期每学期不低于8学时，通过参加政治理论学习、竞赛、学院组织的思想教育活动等形式获得。

大学英语。128学时，计4学分。理论学时64，实践学时64。

计算机应用基础。64学时，计4学分。在第一、二学期授课，包括计算机文化基础、人工智能认知、程序设计基础等模块内容，采用模块式课程设置方式，在第一学期开设。

体育与健康。108学时，6个学分，在第一、二、三学期开课。旨在通过课内外体育与健康、心理健康两个方面的教育教学、训练、辅导、咨询，使学生掌握身心健康发展的体育知识、健身技术与技能，心态调适的方法与技巧；学会解决生活上、学习上和人际关系上产生的实际问题；提高学生的社会适应能力、承受挫折能力和情绪调节能力，促进身心全面和谐发展。

心理健康教育。32学时，2个学分，开设在第一学期。旨在使学生明确心理健康教育的标准及现实意义，掌握并应用心理健康知识，培养良好的心理素质、自信精神、合作意识和开放的视野，培养学生的自我认知能力、人际沟通能力、自我调节能力，全面提高学生心理整体素养，为学生终生发展奠定良好的、健康的心理素质基础。

2、专业课程设置与描述

专业课程包括专业基础课程、专业核心课程、专业实践课程和专业拓展课程。本专业遵循“课程思政”的理念，梳理出了课程所蕴含的思想政治教育元素和所承载的思想政治教育功能，将习近平新时代中国特色社会主义思想、社会主义核心价值观、工匠精神等思政教育元素融入到各课程的教学目标、教学内容和考核评价中。

(1) 专业基础课程

《汽车文化》课程是汽车技术服务与营销专业的专业基础课。通过该课程的学习，使学生了解汽车发展过程中车史文化、造型文化、名人、名车文化、汽车各个品牌文化及车型特点等知识，提高学生的汽车鉴赏能力、文化判断能力和欣赏能力，为学生通识市面车型和后续的二手车鉴定评估相关课程做好铺垫，培养学生资助查阅、乐于思考的职业素养。

《汽车制图(CAD)》课程是汽车服务专业群的专业基础课。通过本课程的学

习,使学生能够正确识读零件图和装配图;能够正确查阅《机械制图国家标准》,并根据标准正确绘制机械图样;能利用手工和计算机绘制机械零件图;能够利用CAD软件进行三位绘图;能够利用工具拆装汽车零部件并进行测绘;同时具备较强的空间想象能力和绘图技能;具备耐心细致、严谨的工作作风和一丝不苟的工作态度。

《商务沟通与礼仪》课程是汽车技术服务与营销专业的专业基础课。通过该课程的学习,使学生掌握商务谈判的报价与磋商、商务谈判的成交与签约、商务谈判心理、商务谈判的沟通技巧及接待与沟通礼仪、社交礼仪及汽车会展礼仪的基本知识、要领、规范与要求,以此树立个人良好的职业形象,全面提高其实际应变能力、沟通能力、人情世故的理解能力及服务艺术,并能正确地应用规范的商务礼仪完成汽车销售、汽车维修接待等工作,将礼仪和树立品牌形象、行业形象联系起来。

《汽车消费心理学》课程是汽车技术服务与营销专业的专业基础课。通过该课程的学习,使学生掌握消费者的消费心理和心理行为的基本规律,不同消费群体的个性特征和消费心理、影响消费者心理的因素,提高学生在汽车销售实践中的观察能力、分析能力和应变能力,并学会通过对消费者进行心理分析以提高营销技巧和技能的方法,同时培养学生精益求精的职业素养。

《汽车电工电子》课程是汽车服务专业群的专业基础课。通过本课程的学习,学生应能掌握汽车电路基础知识;掌握交流电基础知识;了解电磁学原理及应用;了解电子学基础知识;能够识读简单电路图;具备从事汽车电气控制线路和电气设备维护的基本技能;具有电子电工技术在其他学科的应用意识;具备电气控制技术综合应用能力;具备耐心细致的工作态度和清晰条理的逻辑思维。

《汽车机械基础》课程是汽车服务专业群的专业基础课。通过本课程的学习,学生应能掌握汽车常用机械传动机构的工作原理、类型、特点特性;掌握汽车常见轴系零件的原理、类型、结构设计及标准零部件的选用;熟悉汽车工程力学常识;熟悉汽车液压与气压传动;了解汽车维修岗位的职业道德、相关法律法规;培养爱岗敬业、工匠精神和创新能力。

(2) 专业核心课程

《汽车构造》是一门培养学生对汽车结构及检修能力的专业核心课,通过该课程的学习,使学生掌握汽车发动机和汽车底盘的构造及工作原理的相关知识。为后续专业课的学习和今后从事实际工作以及适应行业发展提供必需的继续学习能力和创新能力,奠定良好的基础,在构造、原理的学习中,培养学生实事求是、脚踏实地的行事原则,践行社会主义核心价值观。同时培养学生能够遵守操作规范,遵守劳动安全、环境保护的规章制度;能够按规定正确使用拆装工具、诊断仪器、维修手册和技术资料;同时培养学生吃苦耐劳、爱岗敬业、精益求精的工匠精神。

《汽车顾问式销售》是一门培养学生销售能力和技巧的专业核心课,通过该课程的学习,使学生掌握汽车销售的流程及技巧,并具备客户接待与沟通、车辆展示与介绍、试乘试驾引导、异议分析与处理、价格洽谈与磋商、车辆检查与交付、售后跟踪与回访等专项技能。帮助学生理解工作中创造价值、实现价值的现实意义。

《汽车营销策划》是汽车技术服务与营销专业的专业核心课,通过该课程的学习,使学生能够制定调研策划,进行全面调研,并进行全面系统的分析调研结果,撰写汽车营销策划方案,组织汽车营销策划相关活动。为学生日后胜任相关

工作打下必要的基础。

《汽车售后服务管理》是汽车技术服务与营销专业的专业核心课，通过该课程的学习，使学生掌握汽车维修企业的经营与生产管理、技术管理、质量管理和汽车维修服务核心流程的知识。并具备车辆交接与预检、维修项目确定与增减、维修作业组织与分派、维修质量检查与验收等专项技能，让学生形成汽车售后服务岗位严谨工作作风的认同感。

《客户信息管理与数据应用》是汽车技术服务与营销专业的专业核心课，通过该课程的学习，使学生掌握客户价值分析的方法、了解新客户的开发和老客户的维系及客户关系管理和经营的标准和方法。并能在工作中具备开发客户、分析客户组合、构建客户信息库、设计客户价值、管理客户周期、处理客户投诉等专项技能，为学生以后的工作打下必要的基础。

《二手车评估作业鉴定技术》是汽车技术服务与营销专业的专业核心课，通过该课程的学习，使学生掌握二手车评估和定损、二手车销售和售后管理等知识。为学生从事二手车交易评估师的工作打下必要的基础，培养学生细致认真、勇于挑战的职业素养。

《汽车保险理赔与三包作业技术》是汽车技术服务与营销专业的专业核心课，将 1+X 中汽车营销评估与金融保险服务技术模块中的考核标准融入课程教学，使学生能够独立处理汽车保险理赔和电子定损，帮助学生在新旧动能转化的大背景下，理解汽车保险与理赔作为金融服务行业的职业价值。能够正确判别事故车的事故性质，正确估损事故车，正确记录事故车的事故范围并提供维修建议。培养学生细致严谨的职业素养。

《汽车性能评价与选购》是汽车技术服务与营销专业的专业核心课，通过该课程的学习，使学生掌握汽车发动机性能和车辆的动力性、经济性、制动性、操作稳定性、行驶性、安全性、舒适性等知识。并对上述性能进行分析评价。帮助学生理解销售汽车需要参照的性能指标和注意事项，以及对从业人员细致、严谨的工作要求。

(3) 专业实践课程

专业实践课程包含汽车销售技能实训，认识实习、汽车服务技能综合实训、岗位实习、毕业设计等内容。认识实习主要以现场考察认知为主，不单独设课；在加强对学生技能培养，强调标准化、规范化操作的前提下，重点加强学生实践基本技能和综合能力的培养。单独开设实训课程，单独计算学时和学分；岗位实习 24 学分，24 个周，总计 600 学时。

1. 专业基础课程

本专业的专业基础课程由汽车服务专业群内各专业统一协调设置，有汽车文化、汽车制图（CAD）、商务沟通与礼仪、汽车电工电子、汽车消费心理学、汽车机械基础共 6 门课程，满足学生就业面向岗位的基础技术与职业基本素质要求，为学生后续专业类课程的学习打下基础。

序号	专业基础课程名称	学时	学分	主要教学内容
1	汽车文化（包括车型认知）	64	4	车史文化、造型文化、名人文化、名车文化、车标文化、赛车文化、各个汽车品牌文化及车型特点
2	汽车制图（CAD）	32	2	机械制图的基本概念、基本知识；《机械制图》国家标准；手绘图纸所需工具的使用方法；机械零件图样的绘制方法和图纸要求；机械零件图样的

序号	专业基础课程名称	学时	学分	主要教学内容
				计算机绘制方法和图纸要求；AutoCAD 绘制机械图样的方法；耐心细致的态度。
3	商务沟通与礼仪	64	4	仪容仪表、电话礼仪、握手礼仪、名片礼仪等、接待与沟通礼仪的基本知识、要领、规范与要求。
4	汽车电工电子	32	2	汽车电路基础知识；交流电基础知识；电磁学原理及应用知识；电子学基础；数字电路基础知识；汽车电路图识读；相关操作规范及安全注意事项。
5	汽车机械基础	32	2	汽车常用机械传动机构的工作原理、类型、特点特性；汽车常见轴系零件的原理、类型、结构设计及标准零部件的选用；汽车工程力学常识；汽车液压与气压传动；汽车维修岗位的职业道德、相关法律法规。
6	汽车消费心理学	32	2	汽车消费者心理活动过程、汽车消费者个性、汽车消费者需要与动机、影响汽车消费者行为的社会因素、利用消费心理实施汽车营销策略、4S 店人员职责及其对消费者的影响

2. 专业核心课程

本专业的核心课程有汽车构造、汽车顾问式销售、汽车售后服务管理、汽车性能评价与选购、汽车保险理赔与三包作业技术、二手车评估作业鉴定技术、汽车营销策划、客户信息管理与数据应用八门课程，是以汽车销售和售后服务流程为载体，培养学生综合职业能力、职业素养和创新能力的核心课程，八门课程贯穿了汽车技术服务与营销专业高职学生从第二学期到第四学期的整个专业理实一体化学习。

序号	专业核心课程名称	学时	学分	主要教学内容
1	汽车顾问式销售	64	4	客户接待与沟通、车辆展示与介绍、试乘试驾引导、异议分析与处理、价格洽谈与磋商、车辆检查与交付、售后跟踪与回访。
2	客户信息管理与数据应用	64	4	客户价值分析的方法、识别潜在客户、选择目标客户、开发目标客户、完善客户数据库、实施客户服务、恢复客户关系和客户关怀。
3	汽车构造	128	8	汽车发动机和汽车底盘的构造及工作原理。汽车发动机和底盘检修的操作规范、安全条例及环保规章制度；汽车维修工岗位职业道德、相关的法律法规、团结协作精神。
4	汽车营销策划	64	4	市场调研与预测、营销战略和计划、营销信息系统的工作内容、制定调研策划，进行全面调研，分析调研结果，撰写汽车营销策划方案，组织汽车营销策划相关活动。
5	汽车性能评价与选购	64	4	汽车发动机性能和车辆的动力性、经济性、制动性、操作稳定性、行驶性、安全性、

序号	专业核心课程名称	学时	学分	主要教学内容
				舒适性等作为主要内容。
6	汽车售后服务管理	64	4	汽车维修企业的经营与生产管理、技术管理、质量管理、车辆交接与预检、维修项目确定与增减、维修作业组织与分派、维修质量检查与验收等。
7	汽车保险理赔与三包作业技术	64	4	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、汽车保险典型案例案例分析
8	二手车评估作业鉴定技术	64	4	二手车静态技术鉴定、二手车动态技术鉴定、二手价格、撰写二手车鉴定评估报告、二手车收购、二手车销售、二手车置换和拍卖、二手车整备和拍卖等知识。

3. 专业实践课程

本专业实践课程有汽车销售技能实训、认识实习、汽车服务技能综合实训、职业技能培训与鉴定、毕业设计（论文）、毕业教育、岗位实习等七课程，在加强对学生技能培养，强调标准化、规范化操作的前提下，重点加强学生基本技能和综合能力的培养。七门课程贯穿了汽车技术服务与营销专业高职学生从第二学期到第六学期的整个专业理实一体化学习。

序号	专业实践课程名称	学时	学分	主要教学内容
1	汽车销售技能实训	50	2	通过该课程的学习，使学生掌握汽车销售流程与技巧，具备服务顾客、管理顾客等基本技能。为学生从事汽车销售岗位工作打下必要的基础。
2	认识实习	50	2	本课程的实施是由学校组织，学生到汽车维修、汽车检测、汽车4S店等相关企业进行参观、观摩和体验，使学生形成对实习单位和相关岗位的初步认识。
3	汽车服务技能综合实训	50	2	本课程以强化汽车服务相关岗位应具备的基础知识和专业技能、职业素养和基本工作方法，具备汽车服务相关岗位核心能力为主要内容，通过实训，使学生将所学理论知识运用到实际工作中。
4	毕业教育	100	4	本课程安排在第六学期，通过本课程学习，使学生熟悉就业情况、本专业所对应行业概况；熟悉就业流程、择业面试技巧、能够树立正确的人生观、价值观、择业观，具备良好的职业道德，能够正确规划自己的就业的职业发展。
5	毕业设计	200	8	通过本课程学习，使学生掌握论文书写的

序号	专业实践课程名称	学时	学分	主要教学内容
				一般性要求，书写方法、资料查找和使用方法；使学生能够根据实习岗位情况，利用网络等途径查找资料，归纳总结汽车服务相关岗位相关技能要点，正确书写毕业论文；具备资料查找、整理归纳和使用能力；具有敏捷思维；具有认真细致的工作作风和严谨的工作态度。
6	岗位实习	600	24	本课程安排在第五、六学期，以汽车销售顾问、汽车服务顾问、二手车交易评估师、汽车定损员等为主要岗位。通过岗位实习，使学生把专业理论知识应用到生产实践中，了解社会、了解行业、熟悉汽车销售服务企业的经营活动过程及经营理念，培养良好的职业道德、服务观念、合作意识、健康心智，培养从事汽车销售和汽车服务相关岗位应具备的基础知识和专业技能、职业素养和基本工作方法，具备汽车销售和汽车服务相关岗位核心能力，为毕业后走向工作岗位储备必要的知识与技能，为实现毕业与就业的“零距离”过渡奠定坚实基础。

3. 专业拓展模块

为拓展汽车技术服务与营销专业学生所学专业知知识，扩大就业面，提高学生的职业道德与职业素养，本专业还开设专业选修课，主要包括：商务谈判与沟通技巧、事故车查勘定损、汽车配件管理与销售等课程。专业选修课程需要达到10学分。

4. 素质拓展模块

素质拓展模块由课程+实践+活动构成。其中，课程包括素质养成课程，实践包括实践拓展，活动主要是第二课堂活动。素质养成课程除了限选课程之外，还包括人文艺术素养类课程和职业核心素养类课程。

人文艺术素养类课程。以开设美育类、传统文化类、人文素养类等选修课形式开展，学生可根据兴趣自愿选修课程。重视传承中华优秀传统文化，推进优秀产业文化进教育、企业文化进校园、职业文化进课堂，培养具有审美修养的高素质技术技能人才。

美育类课程不低于1学分，传统文化类课程不低于1学分。

职业核心素养类课程。以开设安全教育、普通话、演讲与口才、现代礼仪等选修课形式开展。

第二课堂。第二课堂活动从文艺活动、体育活动、社团活动、公益活动、科技活动、劳动教育、安全教育及社会实践活动等八个方面全面提升学生综合素质，对学生的表现给予专业化的准确评价，最终形成第二课堂成绩单，为学校人才培养评估、学生综合素质评价和社会单位招人选人提供重要依据。第二课堂没有学时，有效学分4学分。

5. 创新创业模块

创新创业模块由创新创业教育课程和创新创业活动构成。

《创新创业教育》共 32 学时，2 学分，公共选修课中的限选课程。

创新创业模块除了开设课程以外，还包括创新创业活动、创业实践，由学生处安排实施，有效学分 4 学分。

八、教学进程总体安排

(一) 教学进度计划

环节 学期	课堂 教学	实践教学							学期 总周数
		军事技能训练	劳动实践	集中实训	认识实习	岗位实习	毕业教育	毕业设计	
一	16 周	2 周							20 周
二	16 周			2 周					20 周
三	16 周				2 周				20 周
四	16 周			2 周					20 周
五	4 周					16 周			20 周
六						8 周	4 周	8 周	20 周
合计	68 周	2 周	40 学时	4 周	2 周	24 周	4 周	8 周	120 周

(二) 各类课程学时学分比例

课程类别		课程数量	学时分配				学分	课程性质
			小计学时	理论学时	实践学时	小计学时占总学时比例		
通识课程平台	公共必修课程	9	532	292	240	18.46%	27	必修
专业课程平台	专业基础课程	6	256	208	48	8.88%	16	必修
	专业核心课程	8	576	304	272	19.97%	36	必修
	专业实践课程	6	1050	0	1050	39.90%	46	必修
专业拓展模块	专业拓展课程	5	192	112	80	6.66%	12	选修
素质拓展模块	素质养成课程		144	144		5.00%	9	选修
	实践拓展						4	选修
	第二课堂活动						4	选修
创新创业模块	创新创业课程	2	32	32		1.11%	2	必修
	创新创业活动	4					4	选修

	创业实践	4				4	选修
总计		44	2882	1092	1790	总学分 160	
理论与实践教学学时比例				37.89%	62.11%		

(三) 实践环节教学进程表

实践环节名称		学时	学分	开设学期	实践方式	实践场所	考核方式	课程性质
单项实训	军事技能训练	0	2	一	2周	校内	考查	限选
	劳动实践	0	2	前四学期	40学时	校内外	考查	限选
	汽车销售技能实训	50	2	二	2周	校内	考查	必修
综合实训	汽车服务技能综合实训	50	2	四	2周	校内	考查	必修
	认识实习	50	2	三	2周	校外	考查	必修
	毕业教育	100	4	六	4周	校外	考查	必修
	毕业设计	200	8	六	8周	校外	考查	必修
岗位实习	汽车销售顾问	600	24	五、六	24周	校外	考查	必修(实习岗位七选一)
	汽车服务顾问	600	24	五、六	24周	校外	考查	
	汽车保险专员	600	24	五、六	24周	校外	考查	
	二手车交易评估	600	24	五、六	24周	校外	考查	
	汽车配件专员	600	24	五、六	24周	校外	考查	
	客户关系专员	600	24	五、六	24周	校外	考查	
	汽车查勘定损员	600	24	五、六	24周	校外	考查	
合计		1050	46		44周			

(四) 汽车技术服务与营销专业教学进程安排表

平台/模块课程	课程性质	序号	课程名称	课程代码	学分	学时分配			各学期课内学时分配						备注	
						总学时	理论学时	实践学时	一	二	三	四	五	六		
通识课程平台	公共必修课程	1	军事理论	0201402052	2	32	32	0	16	16						考查
		2	党史	001102045	1	16	16			16						考查
		3	思想道德修养与法律基础	001103002	3	48	32	16	32							考试
		4	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	0011002003	4	64	48	16		32	32					考试
		5	形势与政策	001102017	1	40	40		8	8	8	8	8			考查
		6	大学英语	001102006	4	128	64	64	32	32						考试

		7	计算机应用基础	002101032	4	64	32	32	32								考试	
		8	体育与健康	001102012	6	108	12	96	36	36	36						考试	
		9	心理健康教育	001102025	2	32	16	16	32								考查	
		小计 (占总课时比例 18.88%)			27	532	292	240	188	172	76							
素质拓展模块	素质养成课程	1	安全教育	0002101027	1	16	16		16								考查	
		2	美育	001102046	1	16	16			16							考查	
		3	中华优秀传统文化	001101022	1	16	16			16							考查	
		4	大学语文	0011002025	1	16	16				16						考查	
		5	大学生职业发展与就业指导	0021010171	2	32	32				16	16					考查	
		6	劳动教育	0201402052	1	16	16			16							考查	
	任选课程	7	职业核心素养类课程	99999999	1	16	16										考查	
		8	人文艺术素养类课程	88888888	1	16	16										考查	
	实践拓展	1	军事技能训练	0011020011	2				2周								考查	
		2	劳动实践	102101017	2				2周								考查	
	第二课堂活动	1	第二课堂活动	1002102021	4												考查	
			小计			17	144	144										注：素质拓展模块有效学分 17 学分。
			任选课程包括学院教师开设的课程和尔雅在线课程，名单见附表，任选课程有效学分 2 学分；实践拓展是限选实践课程，其中劳动实践贯穿于学生在校期间。第二课堂活动有效学分 4 学分。															
创新创业模块	创新创业课程	1	创新创业教育	1602021	2	32	32							32			考查	
	创新创业活动	2	创新创业活动	2601002	4												考查	
		3	创业实践	2602003	4												考查	
			创新创业活动、创业实践有效学分 4 学分															
		小计			6	32	32										注：创新创业模块有效学分 6 分。	
		小计 (占总课时比例 1.17%)																
专业课程平台	专业基础课程	1	汽车文化 (含车型认知)	321204001	4	64	48	16	64								考试	
		2	汽车制图 (CAD)	321202006	2	32	32	0	32								考试	
		3	商务沟通与礼仪	321202002	4	64	32	32	64								考试	
		4	汽车电工电子	321202003	2	32	32	0	32								考试	
		5	汽车消费心理学	321202004	2	32	32	0		32							考试	
		6	汽车机械	321202005	2	32	32					32					考试	

		基础															
专业 核心 课程	1	汽车顾问式销售	321304001	4	64	32	32		64								考试
	2	汽车构造	321308002	8	128	64	64		64	64							考试
	3	汽车营销策划(含汽车市场营销)	321304003	4	64	32	32				64						考试
	4	汽车性能评价与选购	321304004	4	64	32	32				64						考试
	5	汽车保险理赔与三包作业技术(含电子定损技术)	321304005	4	64	40	24				64						考试
	6	客户信息管理与数据应用	321304006	4	64	40	24					64					考试
	7	汽车售后服务管理	321304007	4	64	32	32					64					考试
	8	二手车评估作业鉴定技术	321304008	4	64	32	32					64					考试
专业 实践 课程	1	汽车销售技能实训	321402001	2	50	0	50		2周								考查
	2	认识实习	321402002	2	50	0	50			2周							考查
	3	汽车服务技能综合实训	321402003	2	50	0	50				2周						考查
	4	职业技能鉴定与培训体系课程	322202025	6	100	0	100					4周					考查
	5	岗位实习	321402005	24	600	0	600					16周	8周				考查
	6	毕业教育	321402006	4	100	0	100							4周			考查
	7	毕业设计	321402007	8	200	0	200								8周		考查
小计(占总课时比例 70.33%)				98	1982	512	1470										
专业 拓展 模块	专业 选修 课程	1	新媒体营销	322202001	2	32	16	16									考查
		2	事故车查勘定损	322202002	2	32	16	16									考查
		3	汽车配件管理与销售	322204003	4	64	32	32									考查
		4	汽车新能源技术	322202004	2	32	32										考查
		5	商务谈判与沟通技巧	322202005	2	32	16	16									考查
		6	汽车快修业务	322202006	2	32	32	0									考查
		7	汽车故障	322204007	4	64	32	32									考查

	8人			8人		
职称结构	副教授及以上职称	中级职称	初级职称	副教授及以上职称	中级职称	初级职称
	3人	5人	0人	4人	3人	1人
学历结构	硕士学位及以上		本科	硕士学位及以上	本科	大专
	8人		0人	1人	5人	2人
技能结构	双师素质		高级技师	技师及高级技师		
	8人		2人	4人		

2. 专任教师

- (1) 具有中级以上职称或具有硕士及硕士以上学位的专任教师；
- (2) 具有“双师”素质教师资格，具有扎实的专业理论基础及专业实践能力，能胜任本专业两门以上专业核心课程的一体化教学；
- (3) 熟悉本行业最新技术动态、较好的把握本专业的发展方向，积极参与专业建设、课程建设和教学改革研究等工作；
- (4) 对教学方法和教学手段以及教学改革方面有较深的研究，具有较强的课程开发能力，能够参与人才培养方案的制定；
- (5) 能开展社会服务工作。

3. 专业带头人

- (1) 具有副教授以上职称并具有硕士及硕士以上学位的专任教师；
- (2) 具有“双师”素质教师资格，具有较高的专业知识水平，教学科研工作成绩突出，具有校级以上教学成果、科研课题、教研课题2项以上；
- (3) 从事本专业教学5年以上（从行业、企业调入的3年以上），能积极主动地承担各种教学任务，独立系统地讲授过2门以上专业核心课程，教学质量优秀；
- (4) 具有高尚的政治素质、职业道德素质和严谨正派的学风，能及时跟踪汽车服务产业发展趋势与行业动态，把握专业核心课程改革与建设的模式与方向能够进行本专业的课程体系和培养方案的创新，主持制定与实施汽车营销与服务专业人才培养方案；
- (5) 具有指导青年骨干教师的能力，能传授、帮助和带动青年教师成长；
- (6) 能开展社会服务工作。

4. 兼职教师

- (1) 具有丰富的实践经验，具有中级以上专业技术职务任职资格；
- (2) 具有专科及专科以上学历，在汽车服务企业相应岗位工作累计5年以上；有较强的语言表达能力和沟通能力；
- (3) 能承担专业核心课程的一体化教学，能承担辅导岗位实习任务，能承担协助指导毕业设计任务。

(二) 教学设施

1. 专业教室基本条件

本专业每班配备一个固定教室，教室内根据班级学生数量配备座、椅，每个教室配备一套多媒体教学设备。

2. 校内实训室要求

根据汽车技术服务与营销专业人才培养的实际需求，结合本专业“基于汽车服务工作流程”的课程体系，在学院原有实训基地的基础上开展本专业实训基地建设，涵盖了汽车销售、汽车售后服务管理、汽车保险与理赔等汽车后市场服务。实训中心设施配置完善，管理模式先进，提供一流的实践教学环境。实训中心现有汽车发动机拆装实训室、汽车底盘拆装实训室、汽车营销实训室、汽车仿真实训室等多个实习实训室，在满足正常教学使用的同时，还可以进行职业培训、职业技能鉴定和技术支持服务，从而建成一个高起点、高水平的校内实训基地。

汽车技术服务与营销专业校内实训基地一览表

序号	实训室名称	主要设备及说明	实训项目
1	发动机构造与维修实训室	发动机解剖总成、发动机各系统教具、发动机总成及翻转架、汽油发动机台架等	1. 发动机整体构造认识 2. 发动机拆装 3. 发动机运行参数检验 4. 工具的认知与使用 5. 零部件清洗与检测
2	汽车底盘构造与维修实训室	底盘解剖总成、底盘解剖分部总成、底盘总成、底盘台架、轮胎拆装机等	1. 认识汽车底盘整体构造 2. 传动系统拆装 3. 制动系统拆装 4. 转向系统拆装 5. 行驶系统拆装
3	汽车仿真实训室	汽车商务情景实训软件、电脑等	汽车销售仿真实训
4	汽车营销策划实训室	模拟沙盘等	模拟店头活动实训
5	汽车配件实训室	汽车零部件	汽车配件进销存实训
6	二手车实训室	漆膜仪、冰点仪、故障诊断仪、内窥镜等	二手车鉴定实训
7	多媒体教室	多媒体教学设施	教学保障

3. 校外实训基地基本要求

从培养现代汽车服务行业高素质技能型人才需要出发，注重实践教学，强化技能训练，重视实验实训基地建设，建成了专业覆盖面广、设备先进的校内实训基地。同时，以企业需求为导向，紧紧把握技术技能型人才培养目标，依托“胶东半岛制造业基地”内的校企合作汽修厂、汽车营销与售后服务企业，按照“一体化教学基地”、“合作基地”、校外“岗位实习基地”三个层次进行建设，建成集“学、训、产”功能为一体的校外实训基地，与烟台金岭汽车集团有限公司、长江保险烟台中支、北京现代烟台金德汽车销售服务有限公司、烟台东联汽车销售有限公司、烟台大田汽车配件有限公司等合作建设汽车营销和汽车售后服务校外实训

基地。在与保时捷汽车销售服务有限公司、戴姆勒中国、一汽大众等企业签订订单培养的基础上，建设订单培养企业3个。同时，建立健全了长效机制，完善管理制度和考核办法，使企业、学校、学生三方受益，使校企合作、工学结合具有可持续发展能力。

汽车营销与服务专业校外实训基地一览表

序号	实训基地名称	实习岗位	对应的学习领域
1	长江财险烟台中支	现场查勘员、车险出单员	车险服务
2	烟台金岭汽车集团有限公司	销售顾问、服务顾问、保险理赔员	汽车销售、汽车维修接待、保险索赔
3	烟台大田汽车配件有限公司	配件销售员	配件销售
4	烟台东风本田汽车销售服务有限公司	销售顾问、服务顾问、保险理赔员	汽车销售、汽车维修接待、保险索赔
5	烟台润捷汽车销售服务有限公司	销售顾问、服务顾问、保险理赔员	汽车销售、汽车维修接待、保险索赔
6	烟台东联(大众)汽车销售有限公司	销售顾问、服务顾问、保险理赔员	汽车销售、汽车维修接待、保险索赔
7	保时捷汽车烟台中心	销售顾问、服务顾问、保险理赔员	汽车销售、汽车维修接待、保险索赔
8	烟台富金汽车销售服务有限公司	二手车销售顾问、服务顾问、保险理赔员	二手车交易、汽车维修接待、保险索赔
9	烟台裕华汽车服务有限公司	二手车销售顾问、服务顾问、保险理赔员	二手车交易、汽车维修接待、保险索赔
10	烟台之星汽车服务有限公司	服务顾问、保险理赔员	汽车维修接待、保险索赔

4. 学生实习基地基本要求

学生实习基地是对学生进行实践能力训练、培养职业素质的重要场所，是实现学校培养目标的重要条件之一，必须重视和加强学生实习基地的领导、建设和管理。该基地教学必须全面贯彻党和国家的教育方针，遵循教育、教学的基本规律，努力培养学生的专业基本能力、基本技能和职业素质，不断提高教学质量及教学水平。在基地的建设方面，本着“服务、互动、双赢”的校企合作理念，按照统筹规划、互惠互利、合理设置、资源共享的原则进行。尽可能争取和本专业有关的企业合作，使学生在实际的职业环境中岗位实习，努力提高办学的社会效益与经济效益。

5. 支持信息化教学方面的基本要求

教室以及校园教学网络应用普及化，保障现代化教学的顺利进行，充分利用现有的学习资源库进行日常教学，教学方式从传统的课堂教学结合网络教学进而转变为混合式教学。

(三) 教学资源

1. 教材选用基本要求

本专业教材中选用近三年出版的教育部规划教材、国家级重点教材、省部级优秀教材的比例达到 90%以上。

2. 图书文献配备基本要求

本专业遵循“以素质为中心，以能力为基础”的理念，在专业教学中按照一门课程配备三本教材的要求进行图书文献配备。

3. 数字教学资源配备基本要求

本专业课程中使用数字教学资源设备等现代化教育技术的比例达 90%以上。

(四) 教学方法

本专业课程的教学围绕提高学生的职业素养展开，遵循“教、学、做合一”的总体原则，根据课程性质，采用班级授课、分组教学、现场教学、实践训练、讨论、讲座等教学形式，根据课程的教学内容，采用案例教学、项目教学、任务驱动等行为导向教学方法，根据课程的特点，充分利用网络、多媒体、空间等信息化教学手段，并按认知、熟悉、领会、运用、迁徙的事物认知规律进行教学组织，倡导学生利用信息化手段自主学习、自主探索，积极开展师生教学互动，达到共同学习、共同提高的目的。

(五) 学习评价

1. 通识课程考核评价建议

通识课程成绩按百分制计分，包括平时成绩和期末考试成绩两部分。平时成绩根据学生出勤情况、作业完成情况、课堂表现情况、小组学习活动情况、实训课表现情况等进行评定，占总成绩的 50%；期末考试可根据课程特点采用闭卷考试、开卷考试和撰写论文等多元考试方式，考试内容要注重考查学生知识运用能力和解决实际问题能力，闭卷考试要从考查学生的知识掌握情况和知识应用能力入手进行命题，题量和难度要适中，避免偏、难题型，全面考察学生对本门课程的掌握情况，期末考试成绩占总成绩的 50%。

2. 专业课程考核评价建议

采取以职业能力考核为重点的工学结合考核方式，并尽量由行业企业人员参与或以行业企业评价为主，建立过程考评与期末考评相结合的考核评价体系。

(1) 专业课程考评形式

过程考评。根据学生在每个学习情境或者每个学习任务的教、学、做的教学过程中，学生参加课堂学习、实践训练、小组协作学习、任务完成情况等所反映出的学生学习态度、学习能力和学习效果。即对教学过程进行实时监控，考评学生对学习任务的掌握情况，探究教学中所存在的问题或缺陷，适时调整教学方法与手段。

期末考核评价。在学期末进行综合知识和能力的考核，可以采用笔试，也可以采用实操考核和现场提问等多种形式，了解学生通过一学期的学习是否达到教学目标的要求。

(2) 专业课程考评标准

专业课程考核标准参考如下：

考评方式	过程考评	期末考评
------	------	------

	素质考核	实操考核	上交材料考核	理论考评	实操考评
考评实施	由主讲教师根据学生平日上课表现考评	每个学期由实训指导教师对学生进行三次以上的项目操作考评	由主讲教师根据学生完成的工单情况考评	按照教考分离原则，由学校教务处组织考评。	由实训指导教师对学生进行操作考评
考评标准	1. 出勤率； 2. 学习态度； 3. 学习纪律； 4. 课堂表现； 5. 平时作业； 6. 回答问题	1. 工装穿戴； 2. 生产纪律； 3. 文明生产； 4. 团队合作； 5. 小组或团队评价。	1. 任务方案正确； 2. 工具使用正确； 3. 口试； 4. 操作过程正确； 5. 任务完成质量； 6. 5S 管理。	建议题型： 1. 填空； 2. 选择； 3. 判断； 4. 名词解释； 5. 问答题； 6. 论述题。	1. 工量具使用； 2. 仪器设备使用； 3. 故障诊断分析； 4. 流程演示情况
备注	不遵守设备安全使用规章，会引起人身安全和设备安全事故，实操应会考评时造成设备损坏或人身伤害的本项目计 0 分				

(3) 专业课程考核成绩

专业课程的成绩由过程考核成绩和期末考核成绩两部分组成。过程考核总评达不到合格标准者，取消其参加期末考核的资格，达到合格标准者，其过程考核总评与期末考核按照一定的比例合成，作为学生课程最终考核成绩。

3. 第二课堂与创新创业课程考核评价建议

第二课堂与创新创业实践采用学分替换，学生发表论文、获得专利、竞赛成绩和自主创业等折算为学分。学分折算方法见《烟台汽车工程职业学院创新创业实践学分认定与管理办法》，在第二课堂文艺活动、体育活动、公益活动、科技活动、社团活动以及劳动教育项目中，获得校级或校级以上荣誉可以获得 1 学分。

(六) 质量管理

本专业强化质量管理意识，加强质量管理体系建设，加强质量管理建设，制订系统完善的工作制度，加强过程监督和绩效考核，提高管理质量，增强服务意识，提高服务水平，保证服务质量，根据人才培养质量要求，确保人才培养的质量。

1. 把握课堂阵地，决战课堂质量

课堂是人才培养质量的主要阵地，只有将课堂教学质量提升上来，才能真正提升人才培养质量。汽车营销与服务专业将通过深入贯彻院领导听课制度、系领导听课制度、教研室主任听课制度，并配合学生评教，将教学质量真正提升。

2. 加强就业分析，解决问题症结

教学质量的持续影响，会在学生就业后集中体现。所以对于毕业生有针对性的调研非常必要，通过毕业生调研，教研室能够倒推出在校时的人才培养漏洞在哪里，这对修正新的人才培养方案有实质性的意义。

十、毕业要求

1. 毕业学分要求

学生毕业时必须符合国家德育的培养要求,具备良好的思想品德和职业道德,德育考核合格。体育达到大学生合格标准要求。本专业学生必须学完规定课程,毕业最低学分要求达到 160 学分,其中必修课 125 学分,选修课最低 35 学分。

汽车技术服务与营销专业毕业学分要求一览表

课程体系		学分要求				备注
		必修	限选	任选	小计	
通识课程平台	公共必修课程	27			27	
专业课程平台	专业基础课程	16			16	
	专业核心课程	36			36	
	专业实践课程	46			46	
专业拓展模块	专业选修课		1	12	12	
素质拓展模块	素质拓展课程		7	2	9	
	实践拓展		4		4	
	第二课堂活动			4	4	
创新创业模块	创新创业课程		2		2	有效学分 6 个学分,其中创新创业课程必修 2 个学分,创新创业活动和实践 4 个学分。
	创新创业活动			4	4	
	创业实践			4	4	
合计		125	14	22	160	

2. 计算机、外语、普通话、职业技能等级证书等的具体要求

为增强人才培养与产业需求的吻合度,培养复合型技术技能人才,拓展学生就业创业本领,实施“学历证书+若干职业技能等级证书”制度。专业必修课程(核心课程除外)两门以内不合格可用该专业相关职业资格证书或技能等级证书替代学分。

汽车技术服务与营销专业“以证代课、以证代学分”对照表

序号	证书名称	等级要求	学分	可替代课程	备注
1	CCT 全国高等学校计算机考试证书	山东省大学生非计算机专业水平二级	4	计算机应用基础	
2	普通话水平测试等级证书	普通话二级乙等	2	普通话	
3	全国大学英语考试(CET)四级证书	全国大学英语考试四级	4	大学英语	
4	机动车驾驶证	C1	2	汽车维护与保养	

序号	证书名称	等级要求	学分	可替代课程	备注
5	1+X 汽车营销评估与金融保险服务技术	中级	4	客户信息管理与数据应用、二手车评估作业鉴定技术、汽车保险理赔与三包作业技术	
6	技能大赛（人社部门或者教育部门）	省级一等奖	4	汽车顾问式销售、汽车销售服务技能实训	
7	技能大赛（人社部门或者教育部门）	国家级二等奖以上	4	汽车顾问式销售、汽车销售服务技能实训	

十一、附录

1. 课程标准：

- (1) 公共基础课程（见《烟台汽车工程职业学院公共课程标准》）
- (2) 专业（技能）课程
- (3) 第二课堂与创新创业课程

2. 汽车技术服务与营销专业调研报告

附件 2:

2022 年汽车技术服务与营销专业调研报告

为了解汽车技术服务与营销专业的运行现状,了解汽车后市场对于高等职业院校的汽车营销人才的期望和需求。在专业建设委员会指导下,汽车技术服务与营销专业人才培养以职业岗位要求为依据,根据行业、企业职业岗位人才的知识结构、能力结构的需求确定培养目标,构建专业课程体系和课程教学内容。在制定汽车技术服务与营销专业人才培养方案,构建课程体系,建设核心课程过程中,本专业组织教研室主任、专业骨干教师到烟台及周边等地的二手车交易中心、保险公司以及潍坊、济南等开设汽车类专业的高职院校就有关汽车技术服务与营销专业人才培养模式、课程体系改革和工作领域典型工作任务等方面进行专业需求调研。还对本专业的毕业生进行就业情况、岗位适应能力、课程应用情况进行调研。通过走访,参观,座谈,研讨等形式,了解了与本专业相关人才的社会需求情况,相关行业对本专业的发展要求及企业的典型工作任务的信息。这为确定办学定位,制定人才培养方案,培养适应社会发展需求的高素质技术技能人才提供了重要依据。

一、调研工作开展情况

(一) 调研目的

本次调研对于了解全国尤其是山东省高职类汽车技术服务与营销专业的开设现状,了解烟台地区高职类汽车技术服务与营销专业人才的期望和需求,准确定位汽车技术服务与营销专业相关专业人才培养目标,完善和改进各专业的培养模式,推动教育教学改革,推进专业教学标准的构建,确保本专业培养的技能人才符合汽车营销行业的需求具有非常重要的现实意义。

本次调研工作从以下几点着手:

1. 通过对烟台市汽车营销行业进行广泛的市场调研,了解烟台市汽车行业发展状况及人力资源的需求趋势,摸清汽车特约经销商前台工作岗位状况,促进本专业有目的地进行教学改革,建立基于汽车技术服务与营销专业职业导向的课程模式。

2. 对与专业有对口关系的同类职业院校做调查,主要就示范建设、专业建设、课程改革、技能竞赛及师资培养等和人才培养相关的内容进行调研学习。

3. 对已经从本专业毕业的毕业生进行跟踪调查,主要对学生的就业情况、应具备的素质等方面进行调研。

(二) 调研的对象

鉴于教学改革的要求,我系的汽车技术服务与营销专业在建设和发展过程中需从企业、相关院校、专家及毕业生跟踪调查这四个方面做相关的调研工作。

1. 调研企业

本次调研的企业包括：保险公司、4S店、二手车交易企业、汽车配件营销等企业。

表1 调研企业一览表

序号	企业名称	服务内容	调研方式	调研时间
1	北京现代开发区中德店	汽车营销与售后服务	电话调研 网络调研	2022.04
2	华鑫大众	汽车营销与售后服务	电话调研 网络调研	2022.04
3	福利莱汽修厂	汽车维修	电话调研 网络调研	2022.04
4	烟台保时捷中心	汽车营销与售后服务	电话调研 网络调研	2022.04
5	烟台东联汽车销售服务有限公司	汽车营销与售后服务	电话调研 网络调研	2022.04

2. 调研职业院校

我调研团队在本次调研中选取3所高职院校作为调研对象，通过实地调研、网络调研和电话调研相结合的方式，多维度地开展调研。

表2 调研学校一览表

序号	调研院校	调研时间	接洽人员
1	郑州国防科技学校	2022.01	穆书洋
2	河南交通职业技术学院	2022.01	黄樱
3	山东省交通职业学院	2022.03	于敬

3. 调研专家

我调研团队结合汽车技术服务与营销专业的行业优势，与行业中颇有建树的四位专家进行了调研。

表3 调研专家一览表

序号	专家姓名	调研方式	调研时间
1	李景芝	电话调研、网络调研	2022.03
2	申荣卫	电话调研	2022.03
3	蔡东岭	电话调研	2022.03
4	台晓红	电话调研	2022.04
5	谢云霞	电话调研	2022.04

4. 调研毕业生

我调研团队选取16、17、18级汽车技术服务与营销专业的20名毕业生对不同岗位、不同就业时间的毕业生工作岗位、岗位变动、工作能力等情况进行跟踪调

查。

表4 调研毕业生一览表

序号	姓名	企业名称	从事工作	调研时间
1	魏梦炎	淄博利星行汽车销售服务有限公司	整车销售	2022.04
2	王浩然	华安财产保险股份有限公司	查勘定损	2022.03
3	逯锦瑞	邹城德通汽车销售服务有限公司	整车销售	2022.01
4	高路伟	济南乾盛汽车销售有限公司	二手车交易	2022.01
5	洪彤彤	资金财产保险股份有限公司	保险理赔员	2022.02
6	孔彬	济南悦骋汽车销售有限公司	售后服务	2022.02
7	孟祥灿	诸城英华汽车销售服务有限公司	二手车交易	2022.02
8	董海瑞	中国平安	配件销售	2022.02
9	李杰	潍坊鹏龙伟东	整车销售	2022.04
10	王震	北京现代汽车莱芜泰达特约销售服务店	保险销售	2022.03
11	韩文	宝泽凯迪拉克4s店	整车销售	2022.03
12	韩亚鑫	济宁亚飞汽车销售服务有限公司	整车销售	2022.04
13	王亚南	东营天华汽车销售服务有限公司	售后服务	2022.04
14	宋志芳	众锐工设山东房车制造有限公司	整车销售	2022.04
15	侯美丽	车先生	售后服务	2022.04
16	由涵萌	肥城市成润汽车销售服务有限公司	保险销售	2022.04

		限公司		
17	李萌	宝泽凯迪拉克 4s 店	整车销售	2022. 04
18	王佩佩	潍坊奥迪	整车销售	2022. 04
19	陈宁宁	临沂冠华汽车销售服务有限 公司	二手车销售	2022. 04
20	张天宇	淄博奥维汽车销售服务有限 公司	保险销售	2022. 04

（三）调研方法

1、依托“烟台汽车服务联盟”，联合烟台鹏龙伟东奔驰、保时捷等 5 家汽车 4S 店，以及 3 所具有营销专业的相关院校，共享“职院-企业”资源，集中汇总调研资源。

2. 深入汽车营销企业，与服务经理、汽车服务顾问、销售总监访谈，就企业发展现状、发展前景、企业经营模式、人员配置及人才需求进行调研和咨询，认真听取他们对我系汽车技术服务与营销专业人才培养模式与人才培养方案的意见与建议。

3. 深入汽车营销企业工作现场，与近年毕业工作的学生展开座谈，了解他们的工作情况，听取他们对学院汽车技术服务与营销专业培养模式和培养方案的意见。参与调研的教师根据自己的课程方向分别在销售、售后等岗位进行现场观察和跟踪，为后续专业建设工作积累丰富的第一手资料；

4. 通过网络电子邮件等对企业一线员工包括已毕业学生与岗位实习学生等进行问卷调查；

5. 通过上网了解国家示范汽车技术服务与营销高职院校的建设及调研资料，并在网络上搜寻近几年汽车技术服务与营销专业人才市场需求的相关文献资料。

（四）调研内容

着重围绕行业发展现状与趋势、行业从业人员基本情况、专业人才需求情况、企业对人才素质要求情况、专业岗位工作任务与职业能力确定情况、人才培养方案执行情况、课程体系构建情况、毕业生就业情况调研、课程建设情况等方面进行了调研。调研具体任务如下所示：

（1）优化汽车技术服务与营销专业人才培养规格要求：专业人才培养目标、知识能力结构、专业核心能力技能要求、行业标准及行业职业资格证书要求。

（2）明确汽车技术服务与营销专业就业定位：就业领域、就业方向、就业岗位。

（3）确定汽车技术服务与营销专业开办条件：师资，校内实训条件、校外实习基地情况。

（4）确定区域经济、产业发展情况及其对相关人才需求（量）情况。

（5）与企业相关人员研讨学生的职业能力培养，体验企业文化。

(6) 掌握不同品牌汽车 4S 店汽车销售业务流程。

(7) 根据工作岗位确定典型工作任务，再将转换的典型工作任务知识能力要求，最终确定核心课程的教学模块。

(五) 调研过程

成立专业调研团队。成立汽车技术服务与营销专业调研团队，负责此次调研的组织、领导。其人员包括系部领导、分管教学的主要领导、汽车技术服务与营销教研室专业教师以及毕业生班主任，具体如下：

组 长：汤少岩

副组长：祝政杰

成 员：闫春丽、孙丽、张冬梅、梅钰、薛远水

在广泛调查研究的基础上，我们对调研所了解的情况进行了分析研究，总结了调研成果，形成此调研报告。

二、专业人才需求调研结果与分析

(一) 汽车技术服务与营销专业人才需求调研

1. 汽车销售服务行业发展现状

随着中国经济建设的飞速发展，人民生活水平的普遍提高，汽车正以前所未有的步伐迈进普通百姓的家庭。回望近年来汽车后市场发展，汽车逐渐大幅度降价，更加刺激了我国的私家车的消费。因此，汽车销售业是一个朝阳行业，已由道路运输业附属部分转化为社会主义市场经济的重要组成部分，由单纯劳动技术性行业转化为具有专业技术性、劳动密集性、作业分散性、市场调节性、服务延伸性五大特性，为道路运输业、汽车产业和广大社会消费者提供全方位服务的产业，其市场发展潜力巨大。

(1) 调研企业的种类及数量

本次调研企业的种类及数量如图 1 所示。

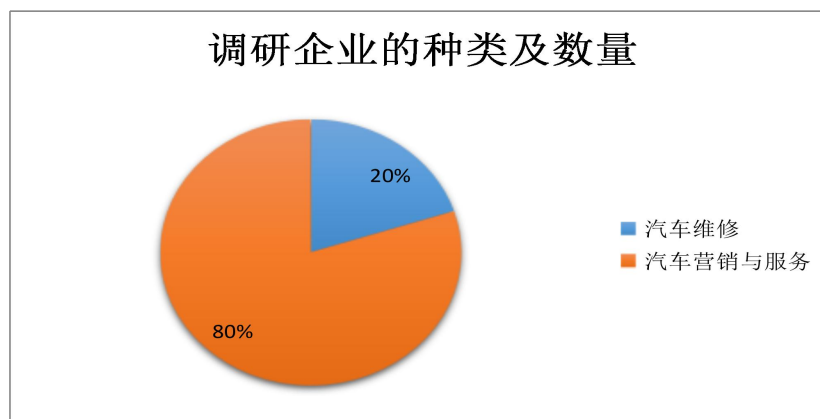


图 1 调研企业的种类及数量

(2) 企业经营模式

汽车营销企业主要以私营企业为主，由于私营企业更注重企业盈利，对于附加的社会责任相对较弱，因此在校企合作方面，更加趋利，会更多的从企业自身的角度出发，而不愿意过多的配合学校对学生展开教育培训。比如，在岗位实习

方面，企业会非常反感学生在企业和学校间交替工作学习，以免打乱他们的生产组织和人事安排。

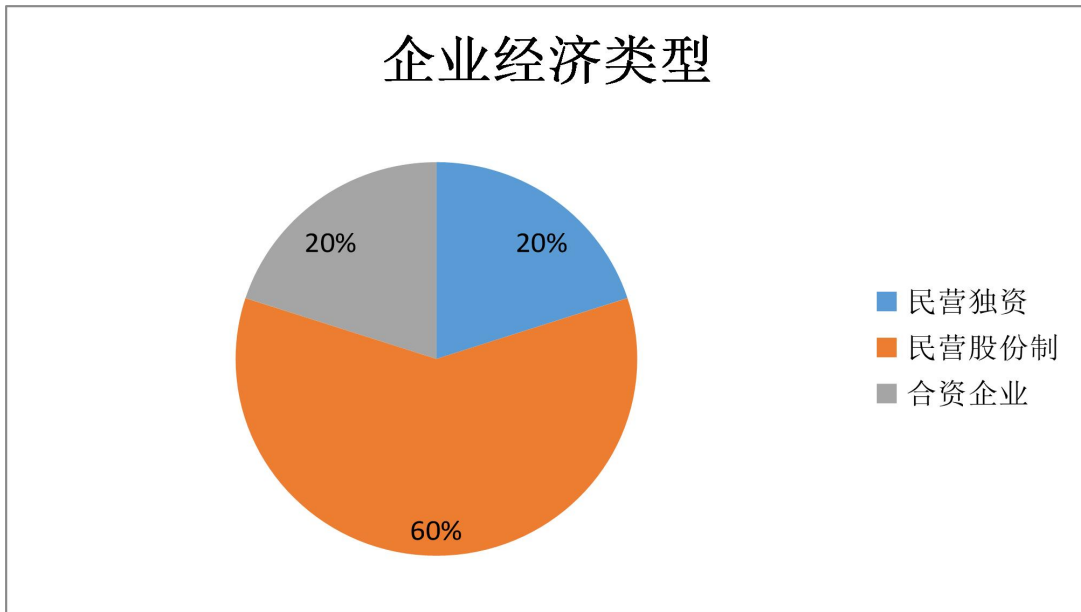


图 2 企业经营模式

(3) 企业经营规模

通过调研，我们了解到汽车维修企业规模在 20-60 人，整车销售公司规模在 60-90 人。

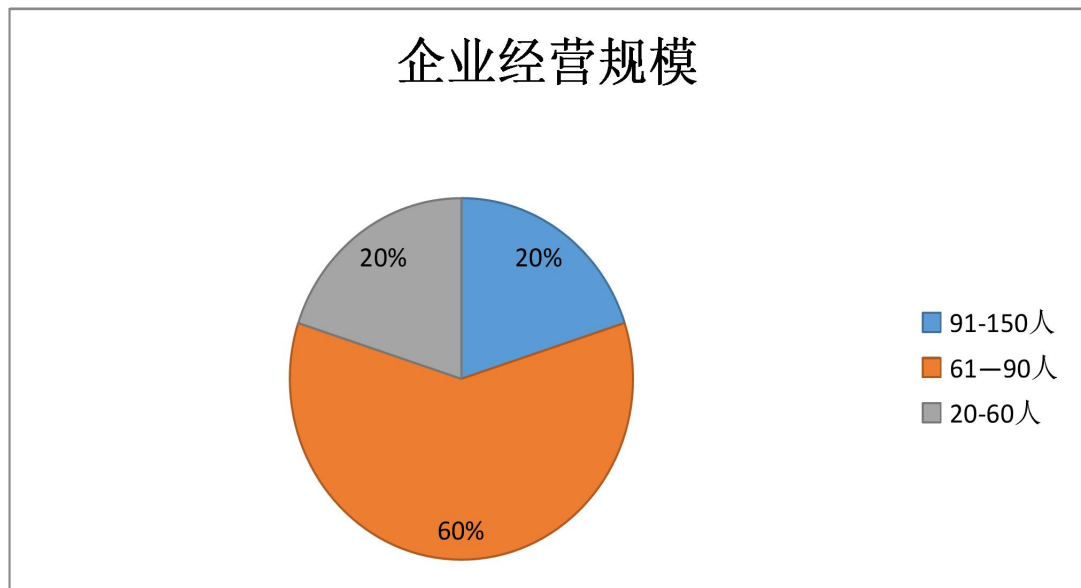


图 3 企业经营规模

2. 汽车营销服务行业从业人员基本情况

(1) 员工学历水平

目前我国根据汽车技术服务与营销的关键岗位设置进行分类，主要分为汽车营销、汽车服务两大类。调研企业汽车技术服务与营销相关行业从业人员的文化水平分布如下图所示：

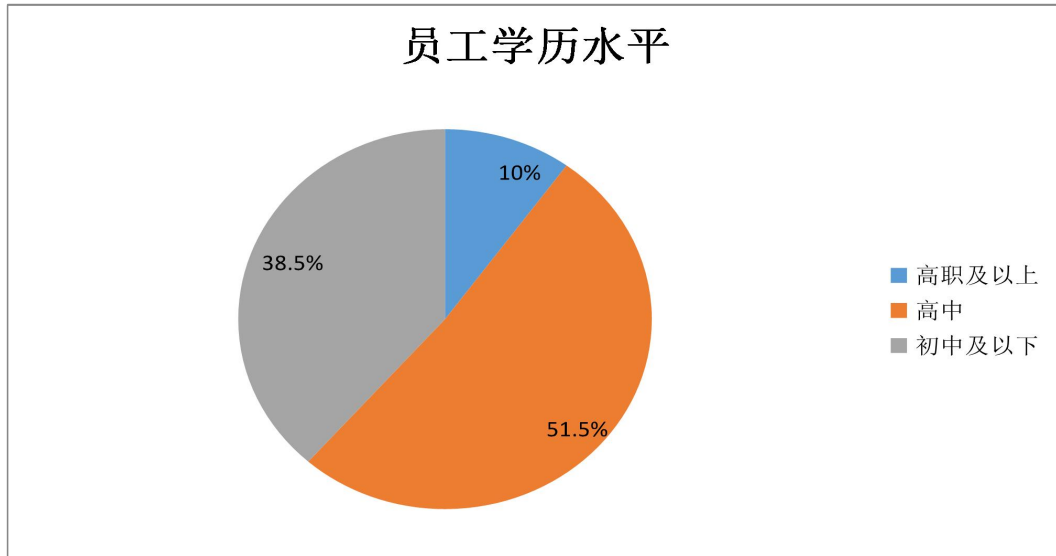


图4 从业人员的文化水平

汽车技术服务与营销专业人员需求量将持续上升，人才需求将达到较大规模。同时但是目前的人员素质远远满足不了行业发展需要，由于经过系统学习的专业人员供不应求，导致大量未经任何培训的人员进入汽车服务行业。我国从事汽车服务行业人员中，初中及以下文化程度的占38.5%，高中文化程度的占51.5%，大专及以上文化程度的则仅占10%（其中专科层次的占了大多数，而本科层次的更少），结构比例约为4：5：1。在发达国家，这一比例一般为2：4：4。从业人员中的技能等级状况同样令人担忧，技师和高级技师仅占技工总数的8%。由于从业人员总体素质较差，导致劳动生产效率低、管理水平不高、服务质量不到位。

最近几年由于汽车类的中职和高职专业毕业生进入市场，这一状况有所改观，但是高素质的专业人才尤其是掌握多种专业知识和技能的复合型人才仍然非常紧缺。今年的汽车服务企业需要的毕业生仍然供不应求。

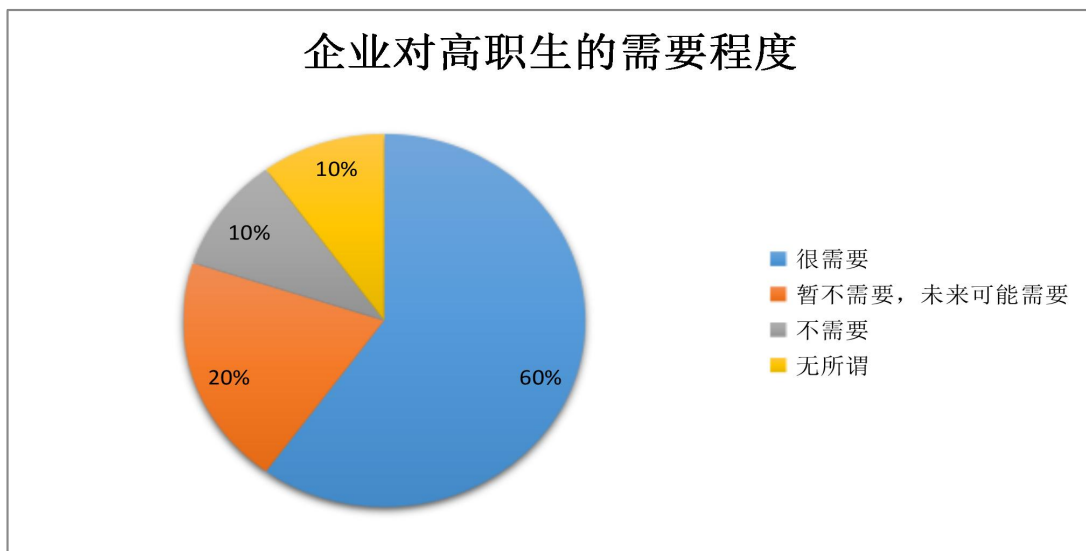


图5 企业对高职生的需要程度

(2) 企业对高职生的需求度

图5显示的是调研企业对高职毕业生需要的迫切度，可以看出目前汽车保险、二手车交易、汽车配件及整车销售等企业高职毕业生的需求度总体较强。

(3) 行业企业员工薪水情况

通过调研，我们得知汽车保险、二手车交易实习期起薪在 2000 左右，整车销售、配件销售实习期底薪在 1000 左右；试用期在 2000 元左右；转正后在 2500 元左右，转正后薪资增长情况平稳良好。

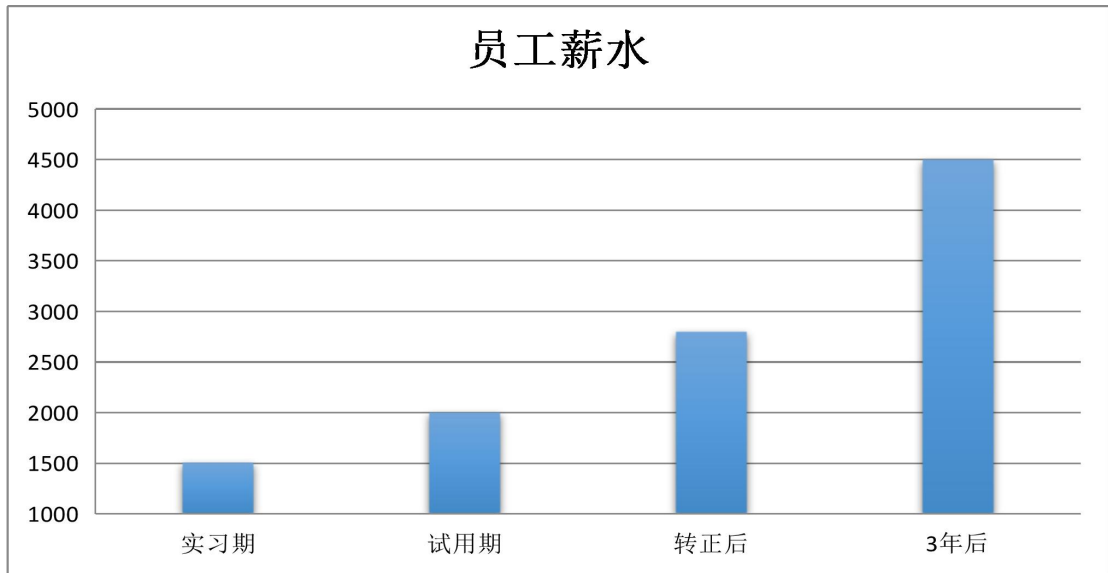


图 6 新员工薪水发展情况

(4) 近三年人才招聘情况

通过调研，我们得知在调研企业中，汽车保险行业对专业人才最为渴求，近三年招聘力度较大，其次为二手车销售、整车销售、服务顾问。

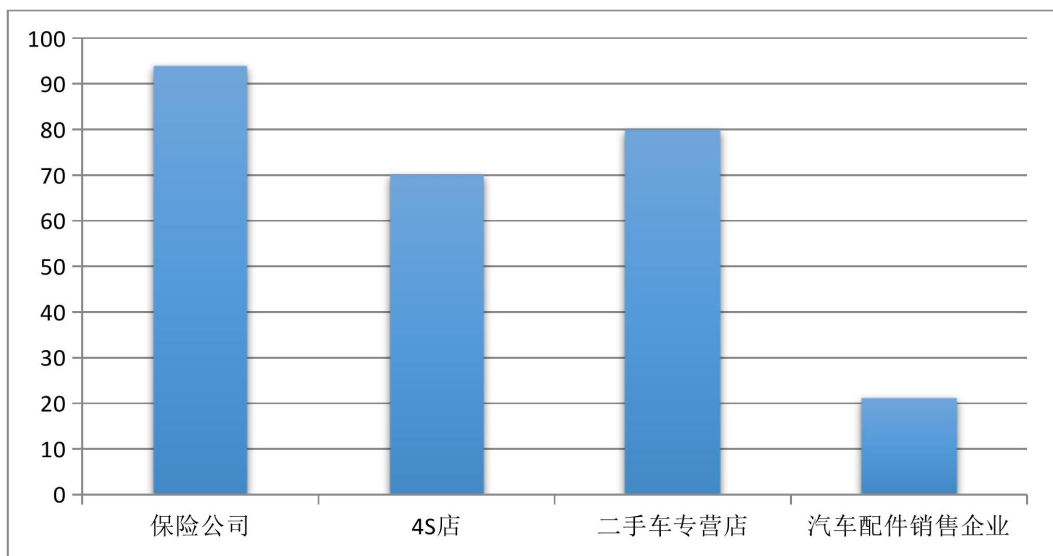


图 7 调研企业近三年人才招聘情况

(5) 企业岗位需求

在对企业走访调研的过程中，各企业对于不同岗位的需求程度不同，企业岗位需求表如下：

表 5 企业岗位需求表

岗位	调查人数	汽车销售	机电维修	客户服务	备件管理	汽车服务顾问	汽车保险	二手车评估	其他
人数	268	64	64	19	26	31	22	40	2
百分比		23.9%	23.9%	7.1%	9.7%	11.5%	8.2%	14.9%	0.8%

3. 汽车技术服务与营销行业对应的职业岗位及典型工作任务分析

通过对调查结果的归类,汽车服务所涉及的经营业务范围,从不同的角度可划分为不同类型,按消费过程可分为:

购销服务: 整车销售、配件销售。旧车交易、金融贷款、广告宣传、购车咨询、汽车展览等。

使用服务: 管理代理。燃料供应。维护修理。美容装饰、停车租赁,导航支持、意外救援、防盗保安、驾驶学校、汽车旅馆等。

权益服务: 法规咨询、检测仲裁、事故分析、保险理赔等。

汽车服务范围涉及汽车消费的各个方面,但是各项服务都具有以汽车技术知识为基础,并且还需要相关领域知识支持的特点。

表6 SA\SC (汽车销售\汽车服务顾问) 岗位群分布

序号	岗位群	主要职位	典型工作任务
1	汽车销售	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。
		销售助理	
		展厅经理	
		销售总监	
2	市场部	市场专员	制定汽车营业推广方案,联系厂家,进行资源管理,进行网络营销,组织广告和品牌推广活动。
		计划员	
		市场总监	
3	客户服务	客服专员	接待客户,客户回访,进行客户关系管理,维护客户关系,促进一般客户发展为忠诚客户。
		客服经理	
4	备件部	备件专员	了解客户需求,为客户推荐适宜的汽车零配件或汽车用品,正确解释零配件或用品的使用方法,准确结算并提交发票等票据。
		备件经理	
5	二手车销售	二手车销售	二手车评估、组织货源和销售。
6	车险理赔部	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。
		保险主管	
7	售后服务	维修顾问	客户汽车进厂维修保养接待;常见故障的诊断工作;与客户保持服务跟踪;与保险理赔、维修等部门进行沟通

			联系。
--	--	--	-----

根据调研我们把汽车技术服务与营销专业人才定位于培养德、智、体、美等全面发展的,适应社会主义现代化建设需要的,能应用现代科学技术,从事现代汽车的售后服务、汽车整车营销和汽车配件营销等方面工作的高等技术应用型专门人才;主要职业面向为各汽车经销商、服务商(以汽车多功能专卖店为主)的汽车销售、维修业务接待岗等。

通过对汽车营销类人员职业素质要求进行了调查。汽车技术服务与营销相关行业是一个复杂、庞大的市场体系,面对的是整个汽车行业产品线的林总产品,种类繁多,技术更新快,对从业人员的要求越来越高。从专业能力分析,要适应汽车技术服务与营销相关工作需要,主要应有以下要求:

(1) 掌握必备专业知识

企业认为所需专业知识包括:整车营销、二手车交易、汽车保险理赔、汽车配件的营销与管理、汽车维修服务接待等。

图8所示为,企业认为所需最重要的专业知识重要程度。

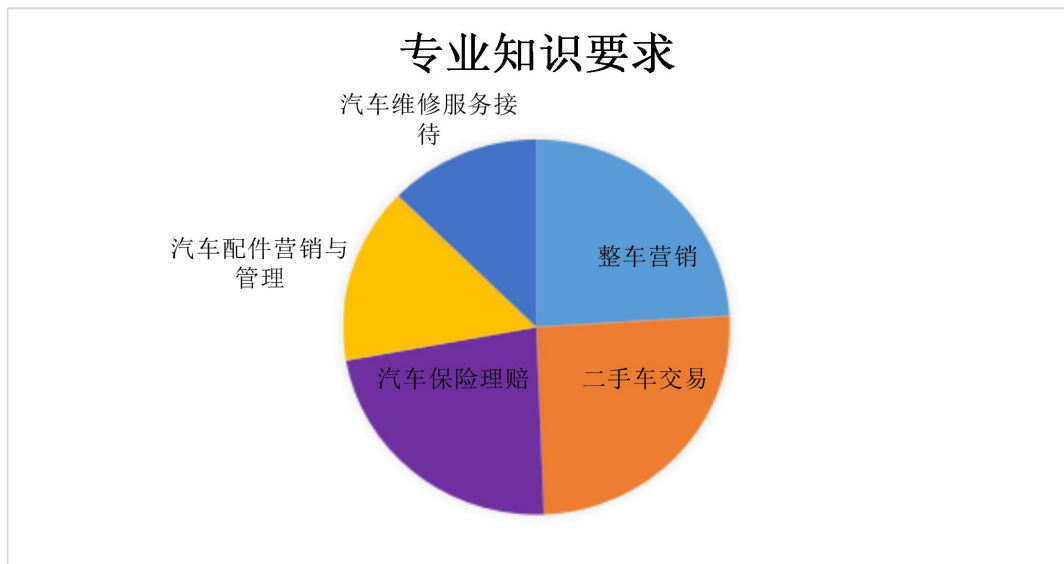


图8 企业对专业知识的需求程度

(2) 具有较强基本能力

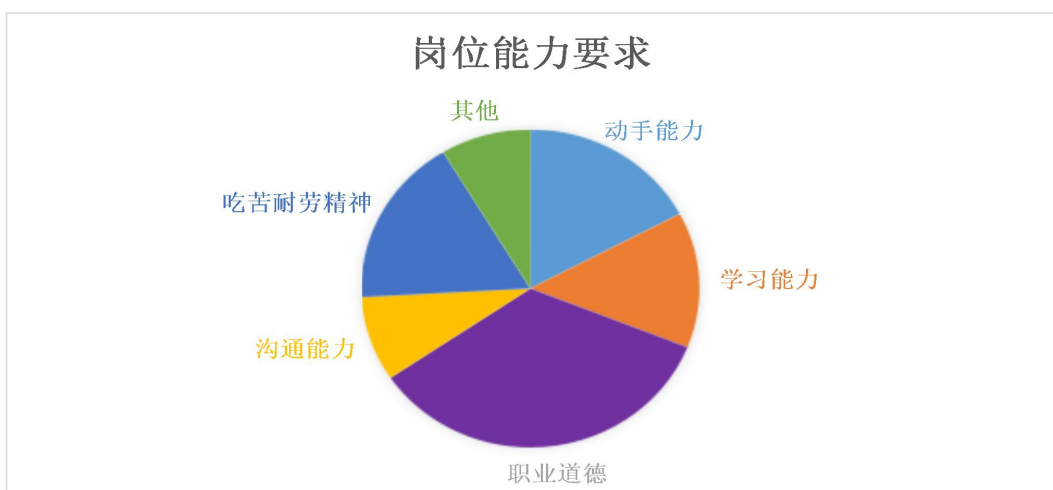


图9 企业对员工所需能力要求情况

企业大都认为新入员工应该具备动手能力、学习能力、职业道德、吃苦耐劳精神、人际沟通能力、语言表达能力等。图9所示为，企业认为员工所需能力要求重要程度。

(3) 具有良好的职业态度

其中主要包括：热爱专业，不断钻研提高；自觉遵守企业规章制度；自觉遵守职业道德规范；自觉遵守国家相关法律法规；对客户诚实、守信、热情等。

图10所示为，企业对员工职业素养的要求。

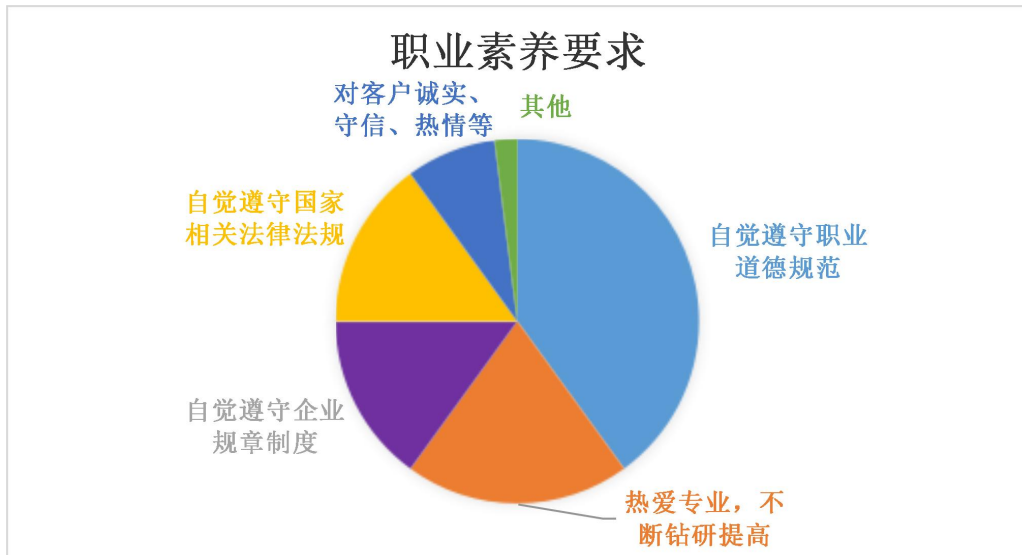


图10 企业对员工职业素养要求情况

4. 汽车营销服务行业人才招聘渠道分析

通过调查,如表 7 所示,反映在汽车营销岗位中的职业能力要求按专业能力、社会能力和方法能力来分项统计,集中于下表。表中显示就职业能力而言,针对于汽车营销业务的岗位群所需要的能力基本都包含其中,其社会能力集中于职业素养、合作与沟通以及计划与创新能力。

表 7 汽车营销岗位中的职业能力要求

专业能力	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具备基本的对汽车营销软件操作能力; 2. 具备汽车产品市场调查的能力、 3. 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; 4. 掌握汽车销售的基本原理和销售技巧; 5. 具备一定的汽车销售策划和组织实施的能力; 6. 具备汽车销售现场的管理能力, 掌握用户心理学、社交礼仪; 7. 具备从事汽车保险投保、查勘和理赔业务的能力; 8. 掌握汽车售后服务知识与技能; 9. 有驾驶执照、熟练驾驶汽车。
社会能力	<ol style="list-style-type: none"> 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; 3. 具有良好的团队合作精神和客户服务意识。 4. 具有一定的组织能力及协调能力
方法能力	<ol style="list-style-type: none"> 1. 制定工作计划能力; 2. 解决实际问题能力; 3. 独立学习新技术的能力;

4. 评估总结工作结果能力。

(二) 同类院校汽车技术服务与营销专业教育现状调研

在 2022 年，我系汽车技术服务与营销专业教师通过同类院校调研，学习专业建设和专业改革方面的经验，为本专业建设把脉问诊，寻求创新发展。后受疫情影响，采用网络调研的方式，开展院校调研。

通过对调研数据分析，得出：

(1) 本专业整体招生计划数下滑严重，与当年实际招生数有关，专业方向应加以调整。

(2) 一些学校本专业的招生人数在逐年下降，这可能是在专业定位、课程设置等方面存在问题，我们要及时调整，将本专业办好。

1. 同类院校专业建设情况**(1) 郑州国防科技学校-汽车整车与配件营销专业**

郑州国防该专业主要培养掌握现代汽车的基本理论和技术、汽车整车及配件营销的理论及技巧，具有汽车市场调查与预测、汽车营销策划、汽车推销技巧，适应汽车营销企业管理、服务第一线需要的中等职业技术教育专业技术人才。就业面向汽车运输、维修企业（包括 4S 企业），汽车制造企业的生产第一线从事车辆管理等技术工作；汽车有关的企事业单位从事汽车运输管理、行业管理、汽车租赁、车辆保险理赔、二手车评估和交易、汽车鉴定等方面的技术工作。近年来该学院曾荣获国赛一等奖。

(2) 河南交通职业技术学院-汽车技术服务与营销专业

河南交职院该专业目前与一汽丰田销售有限公司、一汽-大众汽车销售有限公司进行校企合作，分别成立 F-SEP 班和一汽大众班，开展订单培养，年输送订单班毕业生 80 余人。现有建筑面积 800 平方米的实训场地和价值近 300 万元的实训设备，其中校企合作项目拥有 300 平方米标准的销售训练道场，同时配备了先进的多媒体教学仪器和模拟销售环境所需的各种用品，汽车销售服务软件，供学生进行校内实训和订单班培训使用。近年来该专业不断升级实训条件，使其实训、校企合作、竞赛成绩均走在行业前列。

(3) 山东省交通职业学院-汽车技术服务与营销专业

山东交通职业学院汽车技术服务与营销专业培养具有与本专业相适应的文化水平、专业基础知识、实践技能和较强的实际工作能力，有较高的职业道德，能够从事车辆保险评估与理赔等工作的高等应用型专门人才。

毕业生到汽车“后市场”各类企业，主要从事机动车交易市场的汽车评估师；保险公司的事故车查勘定损员；保险公估公司的公估员；会计审计事务所的评估师；机动车安全性能检测线的技术人员；汽车销售部门业务员等。也可以从事交通运输组织管理，汽车维修等岗位的技术及经营管理工作。

2. 同类院校调研内容**(1) 专业针对汽车后市场发展趋势的动态**

目前，整车销售市场发展趋缓，毕业生在整车销售行业的对口就业率下降明显；郑州国防采用鼓励升学的方式，缓解就业压力，与河南省若干院校形成对口升学合作，帮助学生获取更高学历层次；河南交职院分为整车和保险方向进行方向分流，对整车方向学生适当减压，用校企合作项目确保学生整车行业就业；山

东交职院采用二手车方向分流,促使学生选择适合的专业方向,确保就业时的专业对口率。

(2) 专业在 1+X 认证方面的实际进展

目前,郑州国防、山东交通职业学院等针对汽车营销中级进行了两批认证。

(三) 毕业生情况分析

1. 调研目的

为了科学预测就业市场,加强与用人单位的交流与合作,拓宽招生就业渠道、客观反映我校目前的毕业生素质和社会声誉,及时发现本专业在专业设置素质教育、教学改革、学生管理等方面存在的不足。2022 年,我系汽车技术服务与营销专业教师积极开展就业市场的调研工作,对毕业生进行了毕业生就业质量跟踪调查。通过调研,我们获得了丰富的资讯,对本专业的人才培养及就业工作具有重要的指导意义。

2. 调研对象及内容

本次调查的对象为汽车技术服务与营销专业 2016 届、2017 届、2018 级汽车技术服务与营销专业的部分毕业生。调研内容涉及就业单位、就业区域、就业所需能力以及专业课程设置等。

3. 调研情况汇总

毕业生就业区域分布情况如图 11 所示,我们的毕业生就业主要集中在山东省内,占就业区域的 88.46%。

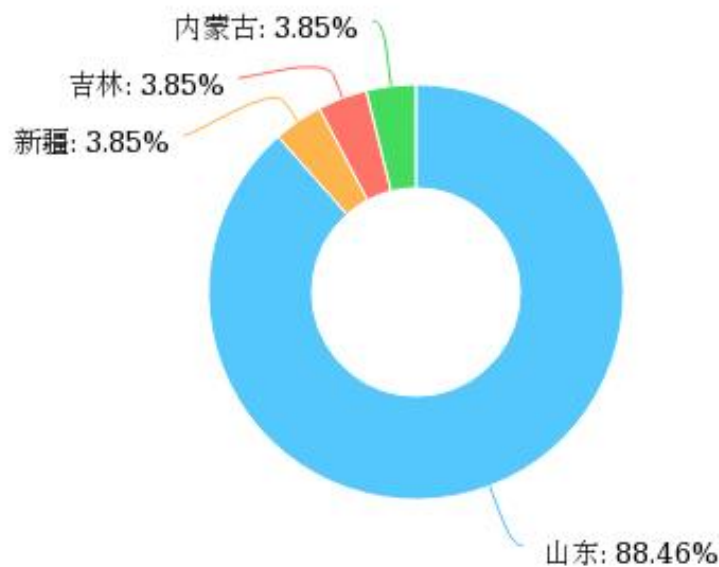


图 11 毕业生就业区域分布情况

通过毕业生调查问卷得到了毕业生对于本专业课程设置、实习实训、职业能力等方面的反馈。比如到了工作岗位发现自己的职业能力(实操能力,知识储备,沟通能力,法律意识等)跟用人单位的要求有差距,在学校里学过的知识技能,到企业里却不能很好的应用;在学校里学习的课程和岗位对接不上;工作中需要的一些专业知识,有一些是三年级学习的,因为就业没学上,而一二年级有些课程则跟实际工作关系不大。图 12 是毕业生认为工作当中需要具备的职业能力情况。

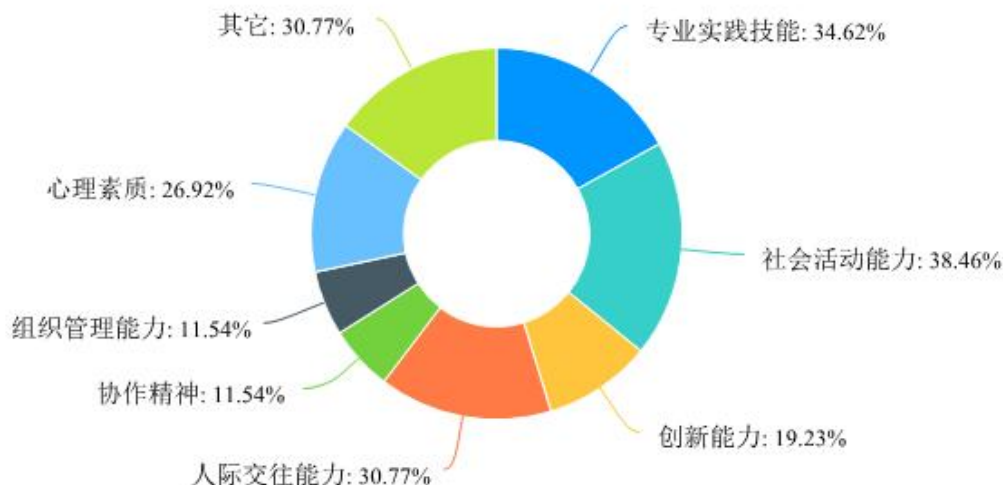


图 12 工作岗位需要的职业能力

4. 调研结果分析

尽管学校做了大量工作，提高了毕业生的就业率，但在调研过程中，我们还是发现在与就业工作密切相关的工作环节中，存在一些较为突出的问题。比如学生对口就业率不高、综合素质有待提升等。针对以上分析的存在问题，提出以下几点建议：

(1) 教育理念方面

学生必须全面提高自身的综合素质，才能在社会激烈的竞争中立于不败之地，这就要求学校坚持和加强素质教育。要通过书本内外、课堂内外、学校内外等多种途径，培养和提高学生的综合素质。正如本次调查的结果一样，毕业生很少反映自己的专业知识不够用，而是反映自己的综合能力、综合素质方面不够突出。

(2) 教学方法方面

结合市场需求实际实施人才培养模式的创新。专业设置应瞄准经济与产业结构调整的方向，在教学计划安排、主干课程设置、技能结构要素、专业开办条件以及专业建设等多方面进行充分的论证。在教学方法与手段上，重在激发学生的学习主动性和学习潜能，重点加强对于进行创造性活动有关的方法、能力、品格的教育；要努力改变学生忽视基础理论学习的倾向，提高学生基础理论学习的兴趣。事实证明，实践教学对于学生检验所学的知识，培养学生的各方面能力有着重要作用；同时实践教学对于学生接触、了解社会实际，认识自身的优势和不足，从而调整心态，有针对性地进一步加强自身的学习和修养，以及缩短学生毕业后与社会的适应期也起到了很好的作用，应该大力加强。

(3) 就业指导方面

鉴于我校毕业生在就业问题上反映出来的在心理、技巧、技能、政策等不同层面的实际问题。我们应从实际出发，在进行就业形势、就业政策等教育的基础上，注重进行就业心里疏导（突出克服自卑自贱与好高婺远的不良心态），组织必要的就业技巧训练，通过讲座、辅导、模拟应聘等，端正毕业生的就业心态。在就业指导教育中，做到主题鲜明、形式多样、突出经历教育、创新教育，达到一般性指导与个性化指导结合，素质培养与技能训练结合、校内教学与社会培养结合。

三、专业现有教学资源分析

(一) 专业服务面向分析

从烟台及周边地区的区域经济的实际需求来看,汽车技术服务与营销专业主要面向汽车服务相关的汽车销售顾问、汽车服务顾问、二手车交易评估师、汽车定损员等岗位。

根据烟台市人力资源市场调研数据显示,汽车服务行业人才需求质量上升,汽车技术服务与营销高质量人才的短缺已成为制约区域经济可持续发展的瓶颈。

(二) 专业培养规格

1. 基本素质

- (1) 有正确的政治方向,有坚定的政治信念,遵守国家法律和校规校纪;
- (2) 爱护环境,讲究卫生,文明礼貌,为人正直,诚实守信;
- (3) 有科学的认知理念与认知方法和实事求是勇于实践的工作作风;
- (4) 有良好的人际关系和团队精神;
- (5) 积极参加体育锻炼和学校组织的各种文化体育活动,达到大学生体质健康合格标准。

2. 知识要求

- (1) 掌握汽车市场营销的基本原理;
- (2) 掌握商务谈判的技巧;
- (3) 掌握客户关系管理的基本知识;
- (4) 掌握汽车客户消费心理学知识;
- (5) 掌握汽车商务礼仪规范相关知识;
- (6) 掌握二手车交易流程和技巧;
- (7) 掌握汽车评估流程和技巧;
- (8) 掌握汽车保险与理赔相关知识;
- (9) 掌握汽车零配件管理知识;
- (10) 了解汽车构造、汽车电器、汽车维护与保养、现代汽车技术与商务评价、汽车故障诊断与检测技术等方面的知识。

3. 能力要求

(1) 专业能力

- ①能运用汽车销售流程、技巧进行汽车整车的销售;
- ②能完成汽车维修业务的接待工作;
- ③能承接车辆保险业务,能对车险进行理赔与核赔;
- ④能进行汽车鉴定与评估;
- ⑤能实施二手车交易;
- ⑥能进行简单的汽车故障分析并维修;
- ⑦能熟练驾驶汽车。

(2) 方法能力

- ①具有通过自学获取新技术的能力,以及自我控制与管理能力;
- ②具有利用网络、文献等获取信息的能力;
- ③具有制定工作计划的能力;
- ④具备评估工作结果(自我、他人)的能力。
- ⑤具有良好的语言组织和语言表达能力。

(3) 社会能力

- ①爱岗敬业精神，具有开拓意识、创新精神、不断进取；
- ②具有吃苦耐劳的精神、遵守劳动纪律的能力；
- ③具备良好的团队协作精神与合作能力；
- ④具有责任感，具有优良的工作作风和认真的学习态度；
- ⑤具有良好的语言和文字表达能力和社会沟通能力。

(三) 人才培养模式

1. 人才培养模式的内涵

本专业人才培养模式是以当前汽车技术服务与营销专业人才需求和人才培养现状为背景，通过广泛的社会调研和人才市场分析，围绕职业岗位要求，与企业深度合作，以学生的终身教育为目标、渗透职业资格认证内容，在专业建设委员会的指导下，围绕职业岗位要求，专业与企业合作，教学与生产结合，建立以就业为导向，以能力为本位，推行学做一体的“校企交互、全程素养、能力递进的‘2211’”人才培养模式。

2. 人才培养模式的实施

按照学院人才培养模式的总体部署，围绕职业岗位要求，专业与企业合作，教学与生产结合，根据学生的学习规律和专业的特点，按照“2211”的多学期、分阶段人才培养模式的要求，积极开展教学活动。

第一、二学期综合考虑汽车销售顾问、服务顾问、汽车评估岗位及汽车保险岗位需求和学生具体学情，组织学生到校内汽车营销综合实训中心和校外合作企业进行专业岗位职业能力的认知教育，着重让学生体验汽车销售顾问和汽车保险服务、二手车交易顾问岗位的工作氛围，认识岗位工作职责，了解岗位所需职业能力；此阶段主要是培养学生人文素养，以理论学习为主。

第三到第四学期依托校内实训室与校外合作企业进行教学做一体化学习，完成专业技能课程的学习。培养学生汽车销售顾问和汽车服务顾问岗位所需能力，包括汽车整车及配件销售能力、汽车维修接待能力、二手车交易、汽车保险销售与理赔等能力。通过在校内外实训基地各工作岗位的实境训练，通过专兼职教师不同侧重点的教学要求使学生的专业综合能力得到多方位、立体化提升，在此期间要求学生参加相应工种职业资格鉴定，获取汽车营销师职业资格鉴定证书，提高学生的就业竞争力。此阶段主要为理实一体化学习。

第五、六学期以校外合作企业为载体，安排学生岗位实习，充分运用和展示前两年的学习积淀，以准员工的身份参与企业岗位，接受在校教师及企业兼职教师的双重管理双重指导，进一步提升学生理论和实践能力，以“准职业人”的标准毕业，争取毕业后能直接上岗。此阶段主要为实践课程的学习。

在整个人才培养过程中始终贯彻人文素质的教育和创新创业能力的培养。

(四) 职业领域及就业岗位

以市场需求为逻辑起点，以汽车技术服务与营销职业岗位群的任务——能力——工作流程的分析为依据，以校企专家合作开发为关键，通过工作过程系统化实现工学结合，实现课程开发的创新，构建课程体系。

根据企业的岗位要求制定了岗位群相应的典型任务如表 9 所示：

表 9 典型工作任务表

工作岗位	典型工作任务	职业能力要求	开设课程	实践项目
------	--------	--------	------	------

工作岗位	典型工作任务	职业能力要求	开设课程	实践项目
汽车销售顾问	1. 为顾客提供顾问式汽车消费咨询和导购服务	会对客户的购车需求进行分析	汽车消费心理学、汽车营销策划	汽车营销实训
	2. 销售相关的汽车用品	熟悉车辆的性能配置, 能根据客户的需求进行产品推介	汽车构造、汽车电器、汽车销售实务、汽车保险与理赔	汽车销售综合实训
	3. 汽车销售统计及信息反馈	能够管理并合理运用客户信息, 并进行信息的分析、统计和反馈	汽车客户关系管理	汽车客户关系管理实训
	4. 维护及宣传企业品牌形象	能够用正确的礼仪、方法接待客户	汽车商务礼仪、汽车文化、汽车法律法规、	汽车商务礼仪实训
汽车服务顾问	1. 执行完整的售后服务接待的流程;	培养售后服务流程灵活运用能力	汽车维修接待实务、汽车客户关系管理	汽车维修接待综合实训
	2. 维护及宣传企业品牌形象	能够用正确的礼仪接待维修客户	汽车商务礼仪、汽车文化、汽车法律法规	汽车商务礼仪实训
二手车交易评估师	1. 运用路测、目视及借助相关仪器设备对二手车的技术状况进行综合检验和检测;	能正确使用汽车评估工具设备, 能正确选择汽车评估的评估计算方法	汽车文化、汽车法律法规、汽车构造、二手车鉴定与评估	汽车构造实训、二手车鉴定与评估实训
	2. 维护客户关系, 提升服务质量。	能正确撰写汽车评估合同, 能合理给出汽车评估报告	汽车客户关系管理、汽车商务礼仪	二手车交易实训
汽车保险专员定损员	1. 车险销售	能向顾客进行车险方案制定并进行推介	汽车保险与理赔、汽车构造	汽车保险销售实训
	2. 车险案件的现场查勘和损失的确定;	能正确应用事故车定损工具, 能正确完成事故车定损的工作流程	汽车文化、汽车商务礼仪、汽车客户关系管理	汽车查勘定损实训
	3. 对客户进行理赔指导	能够针对具体事故对客户进行不同的理赔指导	汽车法律法规汽车保险与理赔	汽车保险理赔实训

(五) 专业课程体系设置

类型	开设课程	备注
----	------	----

通识课程平台	公共必修课程	军事理论、党史、思想道德修养与法律基础、毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论、形势与政策、大学英语、计算机应用基础、体育与健康、心理健康教育	必修
素质拓展模块	素质养成课程	安全教育、美育、中华优秀传统文化、大学语文、大学生职业发展与就业指导、劳动教育、职业核心素养类课程、人文艺术素养类课程	选修
	实践拓展	军事技能训练、劳动实践	必修
	第二课堂活动	第二课堂活动	选修
创新创业模块	创新创业课程	创新创业教育	选修
	创新创业活动	创新创业活动、创业实践	选修
专业课程平台	专业基础课程	汽车文化（含车型认知）、汽车制图（CAD）、商务沟通与礼仪、汽车电工电子、汽车机械基础	必修
	专业核心课程	汽车构造、汽车顾问式销售、汽车营销策划（含汽车市场营销）、汽车性能评价与选购、汽车保险理赔与三包作业技术（含电子定损技术）、客户信息管理与数据应用、汽车售后服务管理、二手车评估作业鉴定技术	必修
	专业实践课程	汽车销售服务技能实训、认识实习、职业技能综合实训、毕业教育、毕业设计、岗位实习	必修
专业拓展模块	专业选修课程	新媒体营销、事故车查勘定损、汽车配件管理与销售、汽车新能源技术、商务谈判与沟通技巧、汽车快修业务、汽车故障诊断与排除、汽车4S经营与管理、汽车租赁业务与管理、汽车法律法规、汽车彩绘技术、汽车驾驶技术、汽车车身修复与美容、汽车检测技术、汽车理论、汽车维修质量检验、汽车改装技术、汽车零部件加工工艺、汽车制造工艺、汽车维护与保养、汽车装焊技术、汽车智能制造技术、汽车电气系统检修、汽车装饰与美容	选修

（六）师资队伍

经过15年的发展，本专业培养的师资队伍结构优化，梯队合理，素质优良。

现有专任教师 5 人，兼职教师 5 人，组建了一支由专业带头人、骨干教师、一般教师、企业技术专家与能工巧匠、企业指导教师组成的专兼结合教学团队，师资结构见下表。

表 2 汽车技术服务与营销专业教师队伍一览表

序号	姓名	学历	职务	职称	年龄
1	闫春丽	硕士	汽车技术服务与营销专业教师	讲师	38
2	孙丽	硕士	汽车技术服务与营销专业骨干教师	讲师	46
3	张冬梅	硕士	汽车技术服务与营销专业骨干教师	讲师	42
4	梅钰	硕士	汽车技术服务与营销专业骨干教师	助教	36
5	薛远水	硕士	汽车技术服务与营销专业教师	讲师	34
6	王林超	硕士	二手车评估专家	讲师	45
7	李海林	本科	烟台保险协会受险部主任	保险理赔师	40
8	杜少龙	本科	蔚来汽车人事经理	工程师	36
9	吴梦	本科	烟台中升宝马金融经理	工程师	30
10	李勇先	本科	北京现代汽车金德特约销售服务有限公司销售经理	工程师	36

其中，具有硕士及以上学位教师 6 人，占教师总数比例达到 60%；持有职业资格证书的教师为 8 人，占教师的比例为 80%；双师型教师人数 10 人，占专任教师的比例为 100%。保证每年到企业实践锻炼不少于 1 个月，使得教师的认知水准与企业相适应。

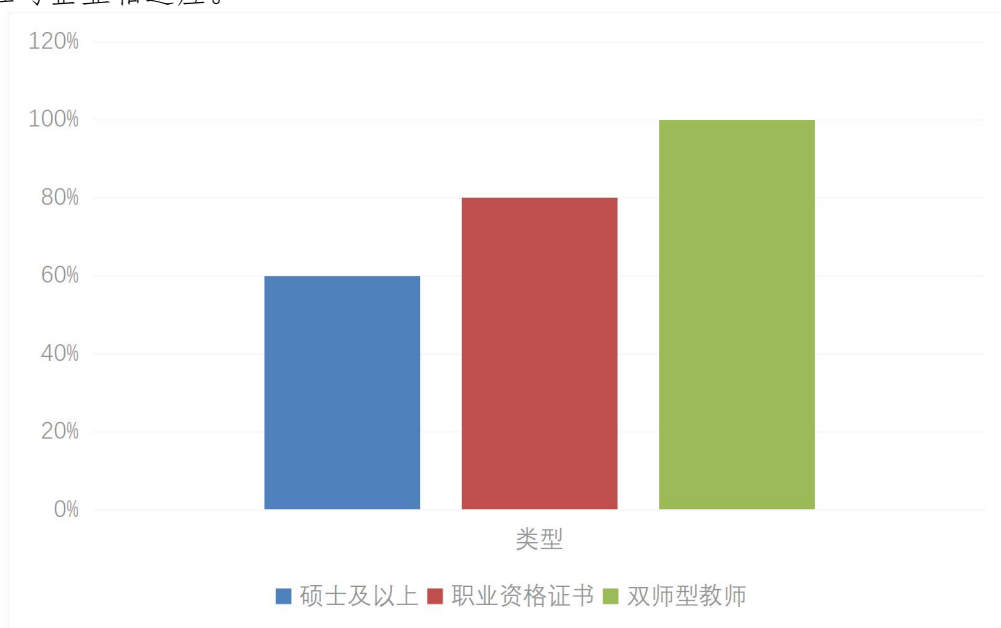


图 13 师资队伍情况

(七) 实践教学体系

1. 实践教学目标

本专业培养的学生，应该具备的主要目标是：运用所学的理论和实践知识能够顺利完成销售顾问岗位的新车销售任务和汽车服务顾问岗位的车辆维修接待任务。

本专业培养的学生，应该具备如下能力：

(1) 学生通过本专业实践课程的学习，能增强实践情感和实践观念，具备良好的职业道德与责任意识，能培养实事求是、严肃认真的科学态度，刻苦钻研、坚韧不拔的工作作风与探索和创新精神。

(2) 通过实践教学能够使学生获得本专业的实践知识、开阔眼界，丰富并活跃学生的思想，加深对理论知识的理解掌握，进而使学生在汽车销售和汽车服务实践中对理论知识进行修正、拓展和创新。

(3) 通过实践学习加强了学生创新能力的培养，使学生具备汽车销售和汽车服务行业的职业素质和基本知识与技术能力。

2. 实践教学内容

实践教学的内容是实践教学目标任务的具体化，将实践教学环节通过合理配置，构建成以技术应用能力培养为主体，按基本技能、专业技能和综合技术应用能力等层次，循序渐进地安排实践教学内容，将实践教学的目标和任务具体落实到各个实践教学环节中，让学生在实践教学中掌握必备的、完整的、系统的技能和技术。

基于汽车销售和汽车维修接待工作过程系统化的“工学结合式”的实践教学体系，根据汽车技术服务与营销专业就业岗位定位及本专业学生应具备的知识、能力和素质要求开设实训项目，提升学生的基本实践能力、专业实践能力、综合实践能力。

单项实训、综合实训、岗位实习贯穿于整个实践教学过程中。通过军事训练、岗位实习及社会实践等单项实训，提升学生的沟通技能、良好的语言表达能力、团队协作意识等基本实践技能。按汽车商务礼仪、汽车销售顾问、汽车服务顾问等岗位工作任务开设单项实训及综合实训，仿真汽车4s店真实业务的处理过程，轮流担任岗位角色，循环进行操作，使学生明确各岗位的岗位职责及各岗位之间的牵制机制，培养学生具有较强的商务谈判、整车销售、维修接待技能等专业实践能力。岗位实习与就业紧密结合，采取“边实习，边就业”的办法，与校企合作企业深度融合，成立定向班，进行岗位实习；学生从基本技能训练到综合职业能力与素质训练再到企业岗位过渡，实现教学过程与职业岗位“充分对接”。

(八) 调研调整措施

1. 面向岗位整改

针对调研发现的问题，我们对就业岗位进行调整，之前希望把学生培养成全才，经过调研及分析后，确定现有就业面相岗位，如表10所示。

表10 面向岗位整改

整改之前		整改之后
目标岗位	汽车销售顾问、汽车服务顾问 汽车配件管理、汽车保险与理赔	汽车销售顾问、汽车服务顾问 二手车交易评估师、汽车保险专员
发展岗位	汽车销售总监、汽车售后经理	汽车销售经理、汽车服务经理 二手车交易市场经理、汽车保险经理

2. 课程整改

针对岗位的变化，进行了课程调整，如下所示：

(1) 专业基础课程的整改

去掉商务谈判与沟通技巧，将原来的汽车商务礼仪改为商务沟通与礼仪，商务谈判与沟通技巧在此课程中涉及。

(2) 汽专业技能课程整改

将汽车营销策划更名为汽车营销与策划，并调整至第二学期进行。

(2) 专业实践课程的整改

在原专业实践课程体系中去掉汽车商务礼仪实训。

(3) 专业拓展模块的整改

将原有的拓展模块的课程增加新媒体营销。把原专业课程体系中事故车查勘去掉，此部分内容在汽车保险与理赔课程中进行。

3. 教学方法整改

改变“老师讲，学生听”的传统教学方法；贯彻“在情境中学习，在行动中养成综合职业能力”这一理念，采用行动导向教学方法来实现职业教育，同时在每个学习项目的教学过程中，根据学习进程的不同阶段，选用最适合的教学方法。在整个培养过程当中，贯穿各种教学方法如图 14 所示，促进学生正确快速的理解教学内容并增强了实操演练技能。

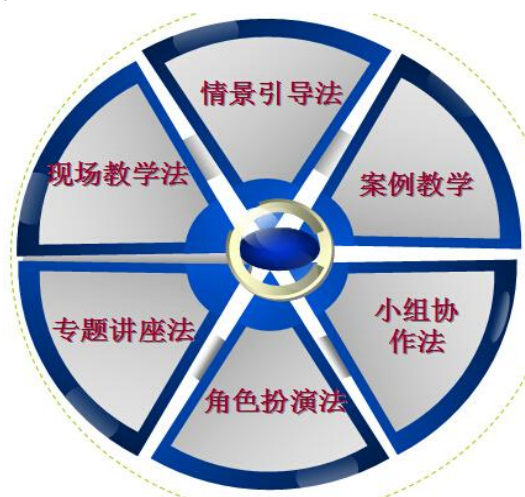


图 14 教学方法

4. 考核方法整改

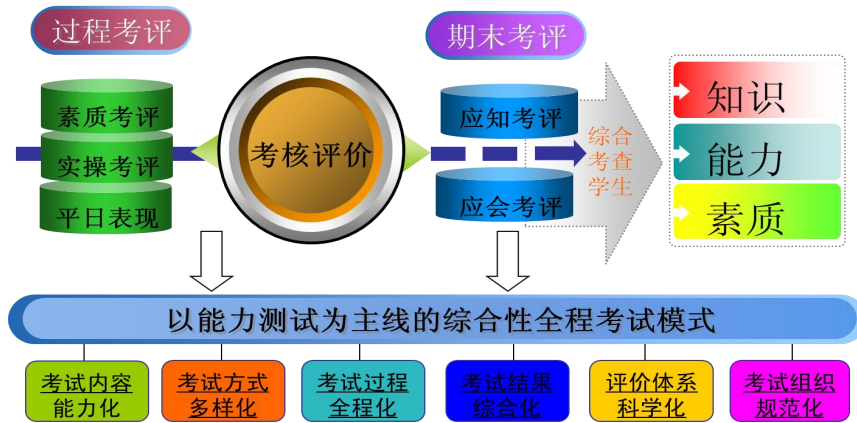


图 15 学生考核方法

改变一考定终身，建立过程考评（项目考评）与期末考评（课程考评）相结合的考核方法，考试组织以能力测试为主线的综合性全程考试模式如图 15 所示。

四、未来三年专业人才培养建议

调研过程中发现，众多企业人才匮乏，严重制约企业的发展与壮大，未来几年汽车技术服务与营销专业人才需求旺盛。企业普遍认为，现在的毕业生对薪金待遇期望值偏高，不安心在企业中从事一线工作，频繁跳槽，对企业经营管理和毕业生个人的发展都产生不利影响。高职毕业生实际操作能力较强，但基础知识掌握较弱，缺乏独立解决实际问题的能力。

针对调研情况，建议我系在汽车技术服务与营销专业建设中将加强以下几方面工作：

1. 对人才培养模式创新的建议

理清思路，加强工学结合、校企合作、岗位实习，深入本专业相关企业进行调研、进行职业活动分析（包括岗位、职责、知识、技能），改革教学内容，坚持“教、学、做”合一的教学原则，在教学中应用项目教学法等方式，增强教学的实践性、针对性和实效性，提高教学质量。通过校内实训基地全真模拟训练和校外实训基地组织岗位实习，实现校内实训、校外岗位实习、工学过程紧密结合，提高学生适应职业岗位的能力。

2. 对完善课程体系的建议

构建更科学更完善的课程体系，改革课程为更好的满足企业岗位能力需求。课程体系改革首先是知识结构内容的改革。如何设置课程，在有限的时间内培养出合格的人才是非常重要的。但是在时间受限的情况下应该采用“精简、压缩、增加、综合”的方法，精简重复交叉的内容，压缩不必要的内容，增加与专业能力培养密切相关且应用广泛的课程，把培养某项综合能力所需的课程内容按照知识点和技能点加以筛选综合，形成新课程，这样对利用有限的学时产生好的教学效果更为有效。具体做了如下修订：

(1) 公共课程平台的设置。从职业学校本专业学生入学成绩的调查结果来看，本专业的基础课程应以基本人文素质为主，基础课课时比例不宜过大，适当侧重语文知识的教学，而适当降低英语的难度。

(2) 专业基础课的设置。从专业基础课重要性调查的结果可以得出,汽车文化、汽车消费心理学、汽车商务礼仪等应该是重点开设的课程。专业基础课程的开设对学生对本专业的学习打下良好基础,在学生毕业后的职业生涯中具有长久的影响力。

(3) 专业核心课的设置。根据企业调研中,依据工作的流程,本专业岗位对学生基本能力的要求,确定汽车构造、客户关系管理、汽车营销策划、汽车销售实务、汽车保险作业、汽车配件营销与管理、汽车新技是必要可行的。

3. 对课程教材开发的建议

课程教材要完全打破学科性专业知识的纵向完整体系的框架。综合课程的教材要将相关领域的专业知识和职业能力要求进行整合,突出专业知识和职业能力的综合应用,突出生产和职业活动的实际需要,突出新知识、新技术运用。项目课程的教材要将各个工作任务作为核心形成的项目,从简单到复杂,从单一到综合,构建项目式教材的体系,并进行编写,也可以直接将企业典型真实的课题作为教材的内容。项目课程教材内容更应该是完成工作任务(项目)的任务书,至于学生在实施项目的过程中所需的更多的知识,可以在教师的指导下自主地通过其它多种途径获得,包括学科型的教材,或由教师适当讲解,但不必由教师包办或系统讲授。项目课程的教材必须是动态的,应不断修改,及时将职业活动中体现新知识、新技术、新方法运用的工作任务引入到教学中。

4. 对教学方式应用的建议

进一步强化实践教学。根据培养目标和职业技能鉴定考核的要求,建立以基本技能,专业技能、综合技能实训三大模块为主线的相对独立的实践教学体系,并做到三年不断线。为提高学生的对专业的认知,模拟汽车4S店、二手车评估企业等运营流程,加深对汽车服务相关企业运营的理解。同时,聘请经验丰富的企业人员为汽车技术服务与营销的兼职教师,使得学生能够了解真实的企业运营模式和工作实践,促进学生的快速成长。

5. 对实训基地建设的建议

高职汽车技术服务与营销专业的学生将来的就业岗位在生产服务一线,企业注重学生的实际动手能力,因此对于学生完成一个完整工作任务的要求更加提高。在教学环境建设方面需要考虑两个方面的问题:

一方面,应配合行动导向教学的需要,构建起集理论与实践一体的一体化教学场所,一体化教学场所内应尽可能模拟企业生产情境配备相应的各种常用工具设备,确保学生能够在学校内模拟完成一些常见的工作任务。值得注意的是,调查结果显示,高职学校汽车技术服务与营销专业的开设主要为当地汽车销售、服务行业服务的,因此在设备配备上要注意地方行业的特色。

另一方面,应依据调研结果对企业中常用的设备予以配套,并注重本行业新技术和新工艺的推广,以便学生在校期间就能充分接触和使用,缩短学生今后进入企业的适应期,并为学生今后的发展打下基础。

6. 对师资队伍建设的建议

坚持培养和引进相结合的原则,逐步优化师资结构,建设“双师”结构优化和“双师”素质优良的教学团队;培养一批集理论水平、实践动手能力、教学能力于一身,具有创新精神的骨干教师;聘请企业中具有丰富实践经验的技术骨干来校教学,建设一支稳定的兼职教师队伍。加大校内教师“双师型”培养力度,引入企业高技能人才作为兼职教师,教学内容引入企业正运用的会计核算方法,对“双师型”教师的培养势在必行。

7. 对毕业生就业的建议

切实搞好毕业生的就业指导工作。要按照诚实、扎实、朴实、创新、活力、尊重十二字方针对毕业生就业指导教育十分重要，尤其在吃苦耐劳、忠诚企业、讲究诚信、服从管理等方面要加强培养和教育，培养毕业生良好的道德和品行。同时，要教育毕业生克服保守思想，勇敢地发挥自己的创造性思维。

8. 对校企合作的建议

依托“汽车营销服务联盟”开展校企合作办学，充分发挥其优势。走“产学研合作教育”的道路，有效地打破了教育的自我封闭、脱离社会的局面，加强了对学生岗位适应能力和综合素质的培养，加快应用性人才培养的步伐。产学研合作教育是学校与产业部门相互合作，展开双向服务，产业部门为学校提供现场教学和学生实习的基地，学校为产业部门优先培养专业人才。

汽车技术服务与营销教研室

二〇二二年五月