

探索汽车营销专业《汽车配件认知》课程改革

张 骅 耿 楠 王 勇 静

常州交通技师学院, 中国·江苏 常州 213147

【摘要】目前,在汽车营销教学领域,已经出现了较为丰富的主题资源库的实践模式,但涉及的汽车配件专业的知识范围较少,内容比较单一。难以适应当前企业多元化岗位变化的需求。本文是根据常州交通技师学院2019学年课题《探索汽车配件数字资源库开发——以曲柄连杆机构为例》为依据,从课程在课程体系中的地位、课程在市场体系中的立足点、课程在企业经营活动中的着眼处、课程内容的甄选、教学的创新、考核体系的运用以及校企融合等方面探索课程改革的具体内容。

【关键词】汽车配件; 教学模式; 校企合作; 课程改革

1 《汽车配件认知》课程设置背景

1.1 《汽车配件认知》在课程体系中的地位

《汽车配件认知》是汽车营销专业学生整套培养体系中的一门专业基础课程,理实一体化的教学模式,是学生完成从学校步入企业,实现“无缝对接”的重要教学和学习手段。通过大量对汽车配件相关企业、专业教师、学生的走访和市场调研,立足汽车配件认知内容本身,结合调研对象意见和建议,以及市场及人才培养自身规律,重新定义和制定了新的课程大纲及计划。本课程在整个课程体系中属于基础和衔接课程,开设在《汽车营销》、《汽车概论》课程之后,《汽车配件管理》、《等级工考核》、《二手车评估》课程之前。这样更容易使学生的专业基础知识更加丰满和形象化。同时,在开展企业新型学徒制项目的过程中,培训师可以借助相关知识,完成汽车配件认知的新员工技能辅导工作。从纵向和横向两个维度树立该课程在整个体系中的重要作用。

1.2 《汽车配件认知》在市场体系中的立足点

随着汽车营销体系地不断完善,各大汽车销售企业对专业的销售顾问和服务顾问都有了更高的要求。在很多市场部门组织的活动过程中,客户已经开始慢慢把汽车销售企业当成学习汽车专业知识的俱乐部。他们很乐意从工作人员那里学到汽车不光有长宽高,还有发动机、底盘、车身和电气设备;不光有四个轮子,一个方向盘,它还有“两大机构,五大系统”等。在这样的大形势下,这势必对汽车营销专业的学生和教师,汽车销售企业的员工和培训师提出了更高、更专业的要求。

2 教学内容甄选

根据以上汽车售后服务等相关岗位及其工作过程分析,我们将《汽车配件认知》课程体系的教学内容大致分成五大项目:汽车配件认知课件学习,景格汽车配件拆装软件练习,汽车配件采购业务虚拟演练,汽车配件销售虚拟演练,汽车配件仓库管理虚拟演练。根据五个项目的特点,我们又将以上项目逐个分成若干个小任务,以任务驱动法指引学生学习相关汽车配件知识。

3 实现教学创新

《汽车配件认知》是一门专业基础课程,通过整个课程体系的讲解和演练,学生应了解汽车各配件的名称、结构、功用;能够熟记汽车各配件拆装及销售、出入库的流程;熟练掌握拆装、出入库的要点。学生熟记汽车配件工作原理,能进行配件订购及出入库管理;培养学生团队合作的能力;培养学生分析问题和解决问题的能力。

本课程将理论教学部分放置在云机房,学生借助多媒体视频及相关课件可以更加直观地了解并掌握汽车配件的名称、结构及功用,实现翻转课堂及spoc课程资源的运用。将实训部分放置在汽车配件管理实训室。学生借助汽车配件实物,更直观方便地进行配件熟悉;借助配件专员实训工位,切身体会与维修技师面对面交流的真实感受。在本模块教学中,采用“头脑风暴”

法、思维导图法、项目教学法、和角色扮演法等方式组织教学活动。在理解汽车管理模块流程运用的过程中,引导学生从不同层面分析和归纳问题。

4 教学活动实践

开班至今,汽车营销专业共向“宝尊”及“中天”集团共输送汽车营销专业人才93名。先后有28名同学获得过“宝尊”奖学金。专业教师团队也先后连续三个暑假给企业新进员工开展业务指导培训,共计221人次。

5 实现新型考核体系的运用

企业新型学徒制班的考核内容,分为在校期间的平时成绩、期中考试成绩、国家职业工种资格考试、毕业论文成绩、下厂实习成绩以及企业的各种考核成绩。学员可在学校进行部分考核,同样亦可在企业可进行部分考核。企业和学院共同为每一位学员制作考核档案,以此来评定人才级别。

6 实现校企合作共融

学院2018年7月开始与江苏宝尊集团达成协议共识,紧紧围绕以企业新型学徒制为合作模式,企校双方共同完成学生、员工的招生就业及技能知识、人文素质的培养。共同构建最合理的人才培养方案及资源交楼平台;同年8月新型学徒制汽车营销基础人才培养平台进驻学院三号楼“汽车工厂”,9月份2015级汽车专业“企业新型学徒制宝尊班”正式开课,进行新模式的实践。次年,学院与常州中天汽车集团有限公司达成共识,开启企业新型学徒制汽车营销人才培养的又一次合作。

7 结语

本文根据常州交通技师学院2019学年课题《探索汽车配件数字资源库开发——以曲柄连杆机构为例》为依据,从课程在课程体系中的地位、课程在市场体系中的立足点、课程在企业经营活动中的着眼处、课程内容的甄选、教学的创新、考核体系的运用以及校企融合等方面探索课程改革的具体内容。不断结合汽车配件相关专业的知识,完善和推进主题资源库的实践模式,最终才能真正实现学校与企业的“无缝对接”。

参考文献:

- [1] 韦焕典. 现代汽车配件基础知识第二版. 化学工业出版社, 2017(3).
- [2] 朱小燕, 邓飞. 汽车销售实务. 机械工业出版社, 2017(1).
- [3] 吴敬静. 汽车售后服务与管理. 机械工业出版社, 2015(1).
- [4] 李刚, 廖明, 田长和. 高职高专“十一五”规划教材汽车类, 汽车及配件营销实训. 北京理工大学出版社, 2009(1).

作者简介: 张骅(1982.5—),男,汉族,江苏常州人,本科,毕业院校:江苏理工学院,讲师,研究方向汽车营销。

耿楠(1992.9—),女,汉族,江苏徐州人,本科,毕业院校:江苏理工学院,助理讲师,研究方向汽车营销。

王勇静(1979.9—),女,汉族,江苏常州人,本科,毕业院校:南京工业大学,副高,研究方向国际贸易。