

“三教”改革背景下高职教材改革研究

——以汽车客户关系管理为例

蔡秋娥

(湖南汽车工程职业学院, 湖南 株洲 412001)

摘要:在“三教”改革背景下,如何转变高职教育教学形态,突出教材的先进性、职业性,成为高职深化教材改革的重要问题。教材承载着文化知识和专业技术,教材内容直接影响学生学习内容。通过推进高职教材改革,学校能够凝聚产业、行业、校内的资源力量,科学地开发和设计教学内容,结合汽车产业发展趋势、数字化教育潮流,创新教材建设思路,更好地为职教改革服务。本文立足“三教”改革背景,以汽车专业核心课程——《汽车客户关系管理》为例,探讨教材现状和改革方向,提出教材改革具体路径,更好地适应信息化教育和产业升级需求。

关键词:“三教改革”;高职教材改革;汽车客户关系管理

在新时代,我国汽车产业进入平稳发展阶段,各大品牌汽车厂商竞争日益激烈。在市场竞争中,客户资源是一大关键要素,诸多企业树立起“以客户为中心”的营销理念,推动企业现代化管理,对车企相关岗位人才素质也提出了更高要求。在高职汽车专业中,《汽车客户关系管理》是一门核心课程,教师要重点培养学生的汽车客户管理能力,使其始终在工作中秉持“以客户为中心”的服务理念,向企业输出具备客户关系管理技能的人才。通过发挥互联网与信息技术的优势,推动高职教材改革,学校联合地方车企与行业人员,改变传统课程建设、教材开发理念,将纸质教材与新形态教材建设结合起来,提升教材的可读性,突出教材职教特点,满足学生碎片化阅读需求和个性化学习习惯,提升课程教学质量。

一、“三教”改革背景下高职教材改革的重要性

(一)突出职业教育本位

区别于普通高等教育类型,高职教育致力于培养复合型技术技能人才,在满足学生发展需求的同时,为区域产业经济转型升级服务。所以,在高职教育中,学校要抓住生产服务与人才培养之间的关系,将一线岗位标准和知识技能融入教学过程,突出职业教育特点。通过加强高职教材改革,学校能够结合办学理念,加强学校、产业、行业之间的联系,修订和更新传统教材内容,结合产业技术升级情况,开发符合高职教育本位的教材,体现新岗位、新标准、新工艺、新技术和知识,将学习标准与工作标准、学习过程与工作过程对接起来,彰显职教特征。

(二)提升复合人才培养质量

“三教”改革是高职提升办学水平的基本导向。而优质教材是影响教学内容先进性的关键。通过推动产教融合与校企合作,学校能够调查地方企业实际生产服务需求,注重专业学科知识与岗位活动、工作过程的联系,将教材内容与岗位需求对接起来。同时,基于新形态教材开发理念,校企行人员可筛选企业经典工作任务、职业岗位活动,开发新型活页教材和工作手册教材,突破传统学科知识体系,也可运用数字化技术,建设融媒体教材,保证教材实时更新,更有助于学生了解新工艺、新技术和知识,提升复合人才培养质量。

(三)服务地方产业发展

高职教育的主要功能是服务地方产业发展。通过推动高职教材改革,教师能够增强与企业、行业人员的联系,围绕国家政策、地方产业需求,确定地方化、校际化课程建设标准,使教材内容紧跟地方产业发展趋势,提升职业教育内容的适用性,让人才具备对标的素质结构、掌握专有知识能力,更好地服务地方产业发展。

二、《汽车客户关系管理》教材的现状

(一)知识体系有待完善

在新时代下,车企转型发展步伐不断加快,开始运用新媒体,积累更多客户资源,维系庞大客户群,同时,客户购车渠道和业务流程也出现了新变化,汽车客户关系管理中面临着新问题。但是,当前,汽车客户关系管理教材知识体系缺乏先进性,大量内容较为落后,其他市面教材则更侧重客户沟通、系统软件技术或管理理论方面,缺乏完整的知识体系。

(二)教学实践性不足

本课程具有极强的实践性特征。但是,在具体教学设计方面,由于教材实践内容落后于新时代岗位要求,教师会选择性地开展实践教学,侧重讲授理论知识。尽管有教师会引入基于CRM软件的实训任务,但面对车企全新的营销模式,此类实训模式适应学生长远发展需求。

(三)教学资源数量有限

在新时代,高职教育资源要更多地支持学生自主学习、个性化学习。但是,当前,汽车客户关系管理课程资源不足,缺少系统化的数字信息资源,难以满足当代学生阅读习惯。尽管有教师开发了配套的数字化课程资源,但资源内容与教材一致,先进性不足,缺乏数字化展示形式。

(四)教学内容形式不新颖

本课程重在培养学生管理汽车行业客户的能力。但是,课程教学内容与形式不够先进,尽管教师会采用理论+案例的方式教学,但二者契合性不足,难以调动学生学习和讨论积极性,很难针对性地培养其客户关系管理能力。

三、《汽车客户关系管理》教材改革的基本方向

(一)加强纸质版教材建设

纸质教材应直观呈现课程知识、理论和规律,凝练系统化的内容,展现清晰的重点和设计主线。在版面设计上,开发人员应运用具有行业特征的图表,体现主题内容,设计知识点信息、岗位过程案例、综合活动案例、提示信息等。在印刷版色上,要突出重点文字和图片内容,便于师生理解。

(二)开发数字化教材资源

在数字化教学环境下,开发人员应采用数字化、信息化的方式,打造数字化教材、立体化教材。从整体上看,数字化教材要体现简洁性,视频长度控制5-10分钟,体现多个教学模块和零散知识片段,满足不同层次学生需求。素材资源包含文本、音频、图形、视频和动画。

四、《汽车客户关系管理》教材改革具体路径

(一)加强教材顶层设计,合理组建专家队伍

在汽车产业稳定发展的背景下,各大企业集中研究客户关系管理问题,争取更多客户资源,为企业持续发展打下基础。首先,基于汽车服务岗位需求,高职教育应加强教材顶层设计,通过推动产、教、行融合,调研企业一线岗位用人需求,凝聚地方产业、行业与专业教师的力量,从技能、实操和理论入手,全面推进新教材建设。其次,组建优秀专家团队。为保证教材开发和改革的合理性,学校应邀请企业高管、行业专家、专业技术人员和专业教师,组建一支结构合理、经验丰富、专长互补、信息化素养高的编写团队。为提升职业教育教材的适用性,专家队伍需下沉到企业一线,了解大型企业岗位需求,归纳产业新工艺、新标准和新技术,统一教材建设和改革思路,加强纸质教材、新形态教材和数字化资源库的建设。此外,严格落实教材编制政策,统筹和监督教材改革进度。在开发和编制过程中,编写团队应明确各自职能,协同解决问题。

(二) 深度推进产教融合,动态更新教材项目

在互联网+的影响下,现代车企越来越注重服务竞争,结合客户需求,提供差异化与个性化的服务。为提高教材内容与产业转型发展的匹配性,校企双方应加强深度合作,采用阶段动态更新的教材改革理念,共享典型工作案例,保证课程内容契合现代市场需求。首先,在设计环节,推动产教融合。教师可与企业人员合作,将学生学习与实践应用联系起来,研发自主探究性强的课程案例和项目,针对性地培养学生专业素养和实践能力。其次,深度推进产教融合,提高企业参与度。为开发适应产业发展需求的教材,校企双方应结合复合技术人才的成长规律,协调校企人员关系,邀请企业人员深度参与教材开发,使教材更复合行业发展趋势。此外,坚持多方合作,动态更新教材项目。在建设和使用教材的过程中,学校应与企业专家、行业人员、专业教师建立长期合作关系,通过定期开展教材改革会议,不断补充新项目、剔除旧项目,打造出高契合度的教材。其中,企业专家负责明确最新用人标准和岗位能力要求;行业专家负责引入最新行业标准和规范;职教专家和教师负责统筹新教学理念和知识。在此基础上,各个专家应加强合作,把好教材项目开发的质量关与德育观,反映行业岗位对人才的专业技能、职业素养要求。

(三) 创新教材排版形式,开发新型教材形态

互联网时代下,教育部要求学校结合互联网时代学生学习特征,开发工作手册式、活页式教材。首先,瞄准国家战略需求,创新教材排版形式。在新形态教材的颜色、结构、版面、使用方法上,编写人员可联系行业特色、企业文化,创新教材排版和设计形式,生成具有地方产业和学校特色的教材内容形式。其次,编写模块化教材。在编写教材时,教师可与企业人员全面研究一线岗位需求,梳理工作流程,设定多个专业知识模块,呈现专业知识、应用场景、应用案例、思政文化,让学生了解必备的专业知识和职业素养。此外,围绕做中学教材开发理念,开发工作手册式、新型活页式教材,将专业知识网与工作流程完美融合起来,展现教材的职业性和实践性。以新型活页教材为例,人员应坚持“以学生为中心”的理念,围绕学生学习需求、企业(群)任职标准,将企业产品、职业标准、工作课程、课程思政融入教材中,展现新形态教材的多重功能。

(四) 发挥数字技术优势,生成多元立体教材

数字技术具有极强交互性,为多元化、立体化教材建设提供了新思路。因此,学校应依托数字信息平台,结合高职生认知规律,开发立体化教材,将客户关系管理工作流程、标准和案例直观呈现出来。首先,坚持一体化设计理念。人员应统一教材、课

程和配套资源建设方案,开发形式多样、内容丰富的案例,转化为数字化教学资源 and 教材,增强新形态教材对学生的吸引力。其次,依托虚拟仿真资源和在线开放课程平台,同步开发数字化教材。在开发立体化教材资源时,人员应充分运用VR、数字化技术,呈现更易于理解的内容,增强学生主动学习意愿。基于授课计划、课程标准、电子教案、企业资料、网络素材,教师应充分整合这些优质资源,按照不同分类上传资源,推出自制+企业原厂教学资源,为学生提供立体化教材,进一步拓展传统教学空间,提升优质资源的共享性。

五、结束语

综上所述,立足“三教”改革背景,推动高职教材改革,关乎高质量、高水平课程建设,影响汽车客户关系管理课程教学改革进程。面对车企市场发展新形势,以及日益变化的客户关系管理方式和方法,高职教育应紧跟地方产业发展需求,通过加强教材顶层设计、深度推进产教融合、开发新型教材形态、生成多元立体教材,确保课程内容和项目紧随行业发展,编写出对接岗位需求的课程案例,突出职业教育教材的特色,激发学生自主学习热情,满足其学习和发展需求,提升教材的时代适应性与职业适应性。

参考文献:

- [1] 胡悦.“三教”改革背景下高职院校新形态教材建设探索与实践[J].山西青年,2021(20):131-132.
 - [2] 蒋丽霞.校企“双元”育人视域下高职新型活页式教材探析[J].黑龙江生态工程职业学院学报,2021,34(6):134-136.
 - [3] 吴宝明.产教融合视野下高职院校“三教”改革[J].教育与职业,2021(6):51-54.
 - [4] 唐小燕,鲁大林.“校—企—生”共建高职教材的探索与实践[J].哈尔滨职业技术学院学报,2021(2):43-45.
 - [5] 李泉鹰,郭新伟,符艺.高职教材的整体生成:内涵、界位、要素和原则[J].现代教育管理,2021(10):98-105.
 - [6] 熊建平.高职院校新形态一体化教材的建设与探索[J].现代职业教育,2021(47):64-65.
 - [7] 黄瑞,曾晨曦,李蓓蓓,等.多元主体合作开发高职新形态教材分析[J].扬州教育学院学报,2019,37(2):84-87.
 - [8] 张峰玉.深化“三教”改革《汽车客户关系管理》新形态教材建设的实践与探索[J].内燃机与配件,2020(11):285-286.
 - [9] 公延春.基于客户管理的汽车营销专业人才培养策略[J].时代汽车,2019(4):70-71.
 - [10] 刘丹丹.“互联网+”下高职新形态一体化教材开发与建设[J].传媒论坛,2021,4(10):161-162.
 - [11] 夏青山,张向辉,陈晨.“双高”背景下高职院校师生共用新型活页式教材开发研究[J].哈尔滨职业技术学院学报,2021(5):5-8.
 - [12] 任雁,姚芬.基于工作过程的高职院校活页式实训教材开发与应用研究——以高职土木工程材料检测实训为例[J].科学咨询,2021(11):3-4.
 - [13] 曾庆伟,张君第.高职院校教材建设质量提升机制研究与实践[J].黄河水利职业技术学院学报,2021,33(1):64-68.
 - [14] 刘芳.“三教”改革背景下高职院校教材建设路径和策略研究[J].鄂州大学学报,2020,27(6):82-84.
- 湖南省教育教学改革研究项目“三教”改革背景下高职汽车技术服务与营销专业新形态一体化教材开发研究 ZJGB2022162
- 作者简介:蔡秋娥(1980-),女,湖南株洲人,讲师,硕士,主要从事计算机应用、职业教育研究。