

中职汽车营销教学中校企合作模式的应用探索

邵晋平

(杭州技师学院, 浙江 杭州 311500)

摘要:当前, 国家与国家, 企业与企业之间的竞争, 影响竞争综合实力的实则为人才这一关键因素。要想获得竞争的优势, 企业就要不断引进人才。作为应用型、综合型人才培养的重要基地之一, 以汽车商务与评估专业为例, 中职院校势必要在专业课程教学模式上下功夫。校企合作模式通过学校与企业建立稳定、长久的联系, 继而能够为国家与社会输出更多优质的汽车营销方向的人才。本文以汽车商务与评估专业为例, 围绕该专业校企合作模式的应用重要意义以及有效策略进行了全面的探讨, 以期能够切实为全面提升汽车营销类人才的综合质量奠定坚实的基础。

关键词: 中职; 汽车营销; 校企合作模式; 应用; 有效策略

中职院校, 旨在培养学生的实践能力、专业能力以及职业素养, 尤其是汽车商务与评估专业, 更需要学生具备良好的营销能力、沟通交流能力以及团队协作能力。这时候, 传统的教学模式便不能完全契合新时代背景下汽车商务与评估专业学生具体的学习所需了, 这时候, 就需要教师从根本上挖掘出来校企合作模式的具体教学优势, 并且与汽车商务与评估专业教学每一个环节紧密联系起来, 最终增强学生的整体学习能力, 提升汽车营销课程整体教学质量。

一、中职汽车营销教学中校企合作模式应用的必要性与重要意义

(一) 有利于提升汽车营销人才质量

众所周知, 近年来, 我国汽车行业得到了突飞猛进式的发展, 尤其是随着我国人民生活水平的日渐提升, 汽车作为人民群众外出的主要代步工具之一受到了越来越多人们的喜爱与青睐。正因为汽车市场未来的发展前景非常可观, 且汽车行业仍旧处于稳步扩展的发展趋势背景下, 因此汽车行业才对汽车营销类人才的需求量呈现出来不断扩大的态势, 汽车市场现如今面临着汽车营销技能型人才供不应求的主要问题。从宏观角度出发, 对汽车营销类人才的关键要求除了需要人才掌握扎实的营销类知识与话术技巧之后, 还需要人才拥有良好的心理素质以及与客户良好的沟通交流能力。这些能力仅仅依靠校内的理论+实践教学是很难锻炼出来的, 只有依靠校企合作模式, 在充分了解行业市场对汽车营销类人才的具体要求基础之上, 才能按照相关的标准培养出来更符合市场需求以及要求的应用型营销人才。除此之外, 在校企合作模式的背景之下, 有利于学生提前适应工作环境, 感受工作氛围, 熟知规章制度, 同时还有助于切实弥补学生在校内学到知识的不足。

(二) 有利于实现企业人才培养目标

基于校企合作模式, 从企业角度出发, 企业能够获得更为显著的利益, 学校与企业之间的合作变得更稳定、更长久, 企业与企业之间的用人也将实现无缝对接。部分学校会让合作企业优先挑选更中意的学生来弥补企业职位的空缺, 促使企业在用人方面不会受到成本以及风险的制约, 保证有充足的劳动力促使企业更长久的发展。企业也会从根本上改变对顶岗实习的看法, 不再将其视为负担, 而将学生看作是积极的劳动生产力, 帮助企业降低劳动生产力成本。在企业工作的过程之中, 学生能够跟随营销人才学习到更多更切实际的营销技巧以及话术表达, 有利于有效实现教学相长的目标, 学生的综合竞争能力也将进一步得以提升。企业还可以将自己独特的文化理念向学生以及教师传输, 有利于企业全面扩大品牌影响力, 最终为企业发展潜在的合作伙伴以及客户群体创造有利的条件。

(三) 有利于中职院校实施教学创新

一般来说, 中职院校给学生安排实习课程都集中到距离毕业之前的半年之内, 在有限的时间之内, 学生很难快速将理论与实践融和在一起, 并且与实际操作紧密结合在一起。针对于汽车商务与评估专业学生, 提升学生的营销能力更有利于为学生今后的就业奠基, 同时也是学生职业规划的重要组成部分之一。坚持校企合作模式, 能够直接将中职专业的教学课堂与实际工作环境对接, 学生能够一边工作, 一边学习, 且能够有效地弥补教学理论的滞后性, 同时还将最大限度地激发出来学生对汽车营销工作的向往与喜爱, 可能学生潜在的营销能力也被完全调动起来, 最终为企业带来可观的效益。鉴于此, 中职院校作为培养汽车综合营销人才的重要基地, 一方面需要注重理论与实际的紧密结合, 另一方面还需要保持与企业零距离的接触、沟通交流, 基于校企合作模式, 中职汽车商务与评估专业的教学改革与创新将面临前所未有的机遇。

(四) 有利于建设双师型师资队伍

现如今, 实际调查数据表明, 中职汽车商务与评估专业师资力量还比较薄弱, 尤其是缺乏既具备丰富的营销知识, 又掌握扎实实践技能的双师型师资队伍。然而, 通过学校与企业之间建立长久稳定的合作关系, 企业能够为学校提供更丰富的智力与人力支持。学校与企业不仅可以在资源方面实现共享, 而且很多一线汽车商务与评估专业的教师能够直接参与到企业营销以及服务的过程之中, 实时了解到企业最新的动态, 同时教师还能够直接将在企业实践过程中学到的知识与理论穿插于教学的全过程之中。除此之外, 企业高素质的技术专员还可以被学校聘请为专业的兼职教师, 主要负责实践教学环节。由此看来, 基于校企合作, 企业将成为双师型教师培养与输出的主要场所, 当然也是该专业兼职教师的主要来源基地。

二、中职汽车营销教学现状以及存在的主要问题分析

首先, 汽车营销定位不清晰。高质量的汽车营销教学指导, 需要紧密结合市场环境, 在精准定位市场特征以及客户具体需求的前提下, 才能更进一步实施更具有针对性的人才培养策略。但是实际教学情况却不尽如人意, 尤其是汽车商务与评估专业未必能从实际的市场发展环境着手来考虑与制定具体的教学计划, 存在着理论与实践环节相互脱离的主要问题。部分中职院校将教学的重点更偏向于教会给学生如何销售车辆方面, 而在相关的营销服务指导方面则存在着很多的不足, 最终将直接影响到汽车商务与评估专业人才培养的综合质量。

其次, 对汽车销售市场关注不足。中职院校是技能型人才、复合型人才的主要输出场所, 随着科学技术的日益发展, 相对应的汽车商务与评估专业教学方法也应得到及时的创新与优化。然

而,目前部分教师在实际教学的过程之中,知识来源仍旧主要以教材为主,教师对现如今市场到底对人才有怎样的需求知识掌握不够,且教学理念不能很好的与时俱进,最终将直接影响到最终的教学效果,促使汽车商务与评估专业的学生始终不能紧跟时代发展步伐,直接影响着学生的综合毕业竞争力。

三、中职汽车营销教学中校企合作模式应用的有效策略

(一) 加强校企合作,提升双方认识

学校与企业要想建立长远稳定的合作,势必需要双方达成共识,不管是从学校人才培养方面还是从企业长远发展方面来看,只有遵循互惠互利、协同发展、共同进步的原则,那么最终校企联合培养复合型人才、应用型人才的目标才得以实现。

首先,学校必须站在企业的角度,全面思考并且总结出来企业到底需要怎样的人才,对于企业的长远稳定发展怎样的人才才能发挥出最大功效。如果条件允许,学校还可以与企业协商,采用订单式人才培养模式,也就是说企业需要怎样的人才,学校就培养相对应的人才,用此种人才培养模式将企业与学校二者紧密联系起来,共同致力于人才培养。当然,企业还可以选拔优秀的技术人才实际担任学校的专业实践指导教师,将更多真实的案例引入到教学的全过程之中,进一步指导学生学习,提升学生的综合实践能力。企业不能只是简单地理解为仅仅为学校提供场地以及人员就足够了,更重要的是需要企业与学校在思考与决策的时候要善于互换位置,从根本上提升校企双方对彼此的认知。

其次,从学校以及企业教学理念方面出发,必须给予校企合作模式足够的重视。其一,政府需要给予校企合作更大的资金支持,并且能够在当地范围之内进行有效的宣传,以便提升广大人民群众对校企合作模式的全面认知。其二,学校与企业应从实际情况出发,以校企合作模式为基础,适当进行教学改革。需要特别强调的是专业教学改革,切忌不应盲目进行,改革既要符合社会对人才的需求,更要结合学校的实际情况进行。只有将学校与企业对人才共同的需求结合起来,最终才能全面提升人才培养质量,才能最大限度的将中职院校专业应用型人才培养的优势完全激发出来,最终更有利于实现互惠互利的目的。

(二) 设计专业课程,加强实践指导

很多中职院校的汽车营销课程在实际教学的过程之中,存在着一个较为显著的问题就是教材编排与市场发展环境相互脱离,且理论与实践教学二者衔接不紧密的问题。在教学内容方面,更缺乏的是专业的知识指导。例如在渠道产品、价格趋势等方面突显出来的问题是讲解浮于表面,学生很难切实将知识灵活应用于实践过程中的问题。同时,实际调查数据显示,部分汽车商务与评估专业校企合作并没有将汽车营销产品作为主要的目标对象,也没有以汽车为主体对其销售渠道以及产品类型进行更为全面且综合性的总结与分析。在这种情况下影响的背景之下,将会直接导致汽车商务与评估专业学生对知识掌握不足的问题出现,最终将会直接影响到专业学生的长远综合发展。

由此看来,在校企合作模式的背景之下,就需要教师有针对性的设计教学内容,并且结合消费者的心理实施实践教学指导,最好是促进理论与实践的有效融合,从根本上避免纸上谈兵问题的出现。中职院校需要合理设计汽车商务与评估专业课程,以市场与社会对人才能力提出的具体要求为课程设置的主要参考标准,同时在理论教学的过程之中,可以引入情景教学法、小组合作学习法、微课教学法等多种新型教学方法,让抽象的汽车营销知识变得更加具体、形象,有助于学生对知识更深刻的认知与理解。在实践教学的过程之中,要充分调动起来企业参与教学的积极性

与主动性,尤其是要注重学生实践技能的训练与提升方面。

除此之外,教师还可以采用案例教学法,将真实且具体的案例引入到课堂教学过程之中,指导学生对案例进行具体分析,将学生参与课堂的兴趣完全激发出来,增加学生在课堂中的话语量,以便为今后营销实践奠定坚实的基础。

(三) 丰富合作形式,坚持与时俱进

基于校企合作,学校与企业可以共建校内以及校外实践实训基地,最好根据4S店的真实情境进行一比一还原,以便加强对学生的实践指导,显著提升学生的综合实践能力。例如,具体带领客户参观欣赏汽车、体验汽车并且细致的为客户介绍汽车的性能以及优势等,同时还要为客户讲解相关的汽车购买流程以及售后服务等内容。

例如:教师可以组织学生开展丰富多彩的实践训练活动,通过学校与企业共同开展创意营销比赛活动,以小组为单位,几名同学扮演客户,几名同学扮演汽车营销人员,通过话术演练,实际解答客户的问题,来进一步巩固与强化专业知识与技能。企业员工可以以考核团的身份参与到此次综合实践活动中,随着活动的进行,指出学生存在的不足,并且给予及时的指导建议。在全面为学生解答专业知识问题的时候,尽可能强化学生的服务意识与职业素养,以便达到复合型人才培养的综合目标。一方面有利于强化学生的团队协作能力,另一方面通过考核团根据实际情况为学生设置的一系列突发问题,能够很好地检验学生应对突发问题的处理能力,其实对于学生综合素质的提升是具有一定积极意义的。

最后,中职院校还可以定期邀请企业、行业中的精英真正光临学校为学生展开课堂讲解,答疑解惑,这将为双师型教师团队的构建奠定坚实的基础。

(四) 强化顶岗实习管理,提升综合素质

校企合作,一定不能离开的是顶岗实习环节,因此强化顶岗实习管理制度,创新校企合作的新模式,将为学生创造更多的实践机会奠定坚实的基础。学生在实习的过程之中,将潜移默化的融入到企业的真实环境中,并且用企业的标准来严格要求自己,有利于真正实现学生的全面综合发展。针对于学生顶岗实习管理,需要制定相应的制度与管理机制,例如将学生在实习过程中的表现与X证书考取挂钩,或者将实习成绩纳入到对学生综合考评的体系当中,如果表现不尽如人意,那么相应的学分就会进行扣减。中职学校可以为学生建立各自的学分银行,在学生刚开始入学的时候,学分银行便正式成立。引导学生认识到学分的重要性,以此为切入点,促进学生的长远发展。

四、结语

总而言之,针对于中职院校的汽车商务与评估专业,应用校企合作模式能够从根本上提升人才的质量,也能输出在理论与技术层面全面发展的综合性人才。校企合作,有利于学校充分了解汽车市场,并且全面了解市场对汽车营销人才的具体需求,对于学校与企业的长远发展都将产生积极的重要意义。

参考文献:

- [1] 文雪琴. 校企合作模式下中职汽车营销教学改革[J]. 时代汽车, 2021(14): 53-54.
- [2] 倪东漾. 基于校企合作的中职汽车营销教学创新研究[J]. 中外交流, 2020, 27(5): 37.