

汽车营销与服务专业学生职业素养教育体系创新研究

◆刘美君

(云南交通运输职业学院 云南交通技师学院)

摘要:汽车营销与服务在我国现代经济发展中发挥着重要的作用。目前,我国已经拥有了比较成熟的汽车营销与服务专业培训体系。随着时代的发展,我国现有的职业培训体系暴露出一定的问题和不足。为了推动汽车营销与服务的未来发展,本文通过分析新时代背景下对汽车营销与服务的要求,研究了该专业学生职业素养教育存在的问题。同时,本文结合时代技术发展的特点,对汽车营销与服务专业学生职业素养教育体系的创新方法进行了探讨。这些研究对汽车营销与服务专业的发展和学生未来的成长有着重要的意义,有很好的现实价值。

关键词:汽车营销;职业素养;职业教育

引言

随着我国经济能力的提升,我国汽车相关行业得到了长足的发展。为了满足我国汽车行业的需求,我国设置了汽车营销与服务专业,培养了大量的专业技术人才。经过多年发展,我国现有的汽车营销与服务专业的职业素养培训体系积累了丰富的经验。

随着新时代的发展,各行各业都面临着新的改革和创新。汽车营销与服务行业也不例外。目前,我国现有的汽车营销与服务专业的培训体系逐渐暴露出学生职业素养教育缺陷的问题。为了推动其未来的发展,需要在现有的技术基础上,进行该专业学生职业素养教育体系的创新。

一、汽车营销与服务专业学生职业素养教育的问题

汽车营销与服务专业是培养该行业技术人才的重要基础。由于时代等方面因素的限制,我国现有的汽车营销与服务教育体系在新时代中逐渐暴露出自身的不适应性。本文通过分析新时代对汽车营销与服务的要求,研究了该专业在学生职业素养教育方面存在的缺陷。

1.1 新时代对汽车营销与服务的要求

进入新时代后,我国经济能力大幅度增长,汽车已经成为了许多家庭的标配。随着汽车数量的不断增加,市场对于汽车营销与服务专业的需求也持续增长。因此,我国许多地方都开设了类似专业,用于培训适用于汽车营销与服务的专业人员,并在我国经济发展中发挥出了重要的作用。

随着信息化技术的发展,信息化、智能化系统在广大行业中得到了广泛应用。传统的营销、服务模式也随之发生变革。在信息化时代中,网上服务与自助服务已经成为了许多经营商的首选,人们对汽车营销与服务的专业性要求也更高。具体主要表现在人们对于汽车各项高级参数的关注度提升,对于营销、服务人员的服务态度也更加重视。由此,我国现有的汽车营销与服务专业在培训学生职业素养方面存在的问题逐渐暴露出来。

1.2 学生职业素养教育的缺陷问题

目前,我国汽车营销与服务专业在教育学生职业素养方面存在的比较严重的问题包括:

(1) 学生职业素养不足,专业性缺乏。随着我国高技术人才的不断增加,我国高层次教育的质量却在不断下降。在大学课堂和专业培训中,投机取巧、混日子现象已经屡见不鲜。这些现象直接导致了学生专业性不足,无法满足行业对职业素养的需求。

(2) 学生竞争力不足。由于我国高等教育体系中缺乏比较充实的技能培训,学生普遍存在理论知识有余,专业技能不足的问题。由此直接带来学生竞争力不足,从而影响到学生的就业。

(3) 学生本身缺乏职业素养的观念。目前我国年轻人在吃苦耐劳等方面的素养有比较大程度的下降。“少爷病”、“公主病”更是饱受社会诟病。其根本原因在于学生在思维观念中更加偏向于以自我为中心,缺乏对职业素养的认知。

为了推动我国汽车营销与服务行业的发展,需要针对上述教育问题进行改革,以培养具有足够职业素养的技术人才。

二、汽车营销与服务专业学生职业素养教育体系的创新

为了满足未来社会对汽车营销与服务行业的要求,本文通过分析多方资料,研究了学生职业素养教育模式的改革方法和专业考核的改革方法,并提出了具体建议。

2.1 学生职业素养教育模式的改革

要保证学生具有足够的职业素养,首先需要对专业的教育模式进行改革。目前我国的高层次职业教育偏向于技能培训和理论知识学习等。该方面教学内容在一定程度上与实际生活脱节,导致学生学习兴趣不大,进而影响到职业素养的教育问题。因此,在培养的过程中,首先应当在进行理论知识学习的同时,加强学生动手技能的培养工作。在实际条件允许的情况下,可以安排学生进行实习等工作。如果高校或培训结构不具备类似实力,则可采用信息化系统进行实况模拟,培养学生的动手能力。

在进行理论知识教育的过程中,还注意教育学生对职业素养的认知。考虑到现在学生的特点,在进行职业素养认知教育的过程中,需要注意教育的方式方法,要结合当代学生的行为习惯进行教育。

此外,还需要帮助学生树立正确的人生观和就业观。目前有部分学生畏惧吃苦,逃避就业。在教育的过程中要针对这一现象进行重点教育,确保学生在未来的就业中能够很好地服务于顾客。

2.2 学生职业素养专业考核的改革

除了需要对教学模式进行改革外,还需要对专业考核的方式进行改革。在我国现有的高等教育考试中,普遍偏向于书面考核方式。这种考核方法比较简单,可以在较短时间内对学生的知识掌握情况作出判断。但该类考核方式也存在比较大的弊端。一方面过分强调对于理论知识的掌握。忽略了学生的动手能力。另一方面,更加刺激了学生对职业素养的忽视。

因此,在汽车营销与服务专业的考核中,应当酌情引入实践考核或面试考核。可以通过让学生参加实际的营销服务活动进行专业技能考量,并对学生的专业素养作出判断。不具备该类实力的院校则可以通过职业礼仪面试、沟通技巧面试等方法测试学生的职业素养。如果发现学生存在较大的不足,也可酌情要求学生进行再次培训教育。

除此之外,书面考核的内容也需要进行相应的调整。书面考核偏向于考察基础理论知识,对于知识的灵活使用等考察的比较少。因此,在书面考核中应当增加部分主观考试内容,以此强调学生的自主发挥能力,调动学生自我学习的主动性。

结束语

为了推动汽车营销与服务行业的未来发展,本文通过分析新时代对该行业的要求,研究了我国汽车营销与服务专业学生在职业素养教育方面存在的缺陷。同时,本文根据时代发展的特点,探讨了该专业学生职业素养教育在教学模式改革和专业考核改革中的方法。这些研究对汽车营销与服务专业的未来发展有很好的帮助。

参考文献:

- [1] 李金艳.汽车营销与服务专业学生职业素养教育体系创新研究[J].黄冈职业技术学院学报,2016.
- [2] 陈少丽.汽车营销与服务专业课程建设与改革探讨[J].现代营销(经营版),2018.
- [3] 傅翔,席敏.浅谈基于校企合作的人才培养新模式——现代学徒制——以汽车营销与服务专业为例[J].时代汽车,2016.

作者简介:刘美君,1976年12月,女,汉,云南昆明,副高。