

青岛交通职业学校、青岛众和集团现代学徒制试点合作

汽车整车与配件营销专业人才培养方案

一、合作专业名称与代码

专业名称：汽车整车与配件营销

专业代码：082800

二、教育类型及学历层次

教育类型：中等职业教育

学历层次：职业中专

三、招生对象与学制

招生对象：应届初中毕业生

学制：三年

四、人才培养方案及推进举措

（1）人才培养目标定位

培养能够适应企业需求，可以从事汽车销售、二手车交易、配件管理、汽车保险等岗位工作的高素质汽车营销人员。

（2）联合招生招工方式

由我校及青岛众和集团共同制定招生招工方案，通过考试、面试等方式招聘选拔 30 名 2016 级新生进入试点班级，与学生签订学校、企业、学生三方试点协议，明确学生补贴数额及发放形式，高一高二期间由学校和企业共同以奖代补即以奖学金形式发放补贴，提高学生积极性，高三期间由企业发放实习津贴。

（3）教学方案制订及课程体系开发

由我校与青岛众和集团根据学校及企业实际情况共同制定教学方案，开发课程体系，并在方案实施过程中对方案进行不断改进。

（4）教学过程安排

借鉴德国“双元制”教学模式的成功经验，在试点班中实行“工学交替”的教学模式，充分发挥校企双方优势，制定并完善企业导师的选拔、培养、考核、聘用、激励制度，提高企业导师的工作积极性，切实发挥企业导师在学生技能教学中不可替代的作用。

（5）管理制度建设

由我校联合青岛众和集团共同开发制订专业教学标准、课程标准、岗位标准、企业师傅标准、质量监控标准及相应实施方案，并最终形成一套完善的、具有推广价值的管理制度。

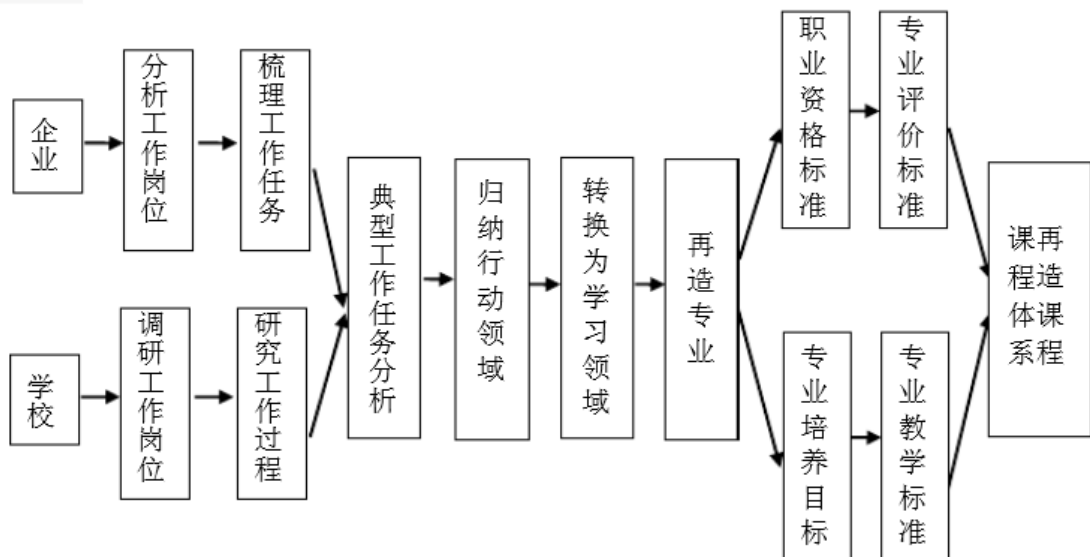
（6）评估考核标准

评估考核分为技能考核、个人素养考核和日常管理考核，由学校和企业分别制定学校学习和企业学习（实习）的考核标准，并安排专人负责考核实施。

五、课程体系

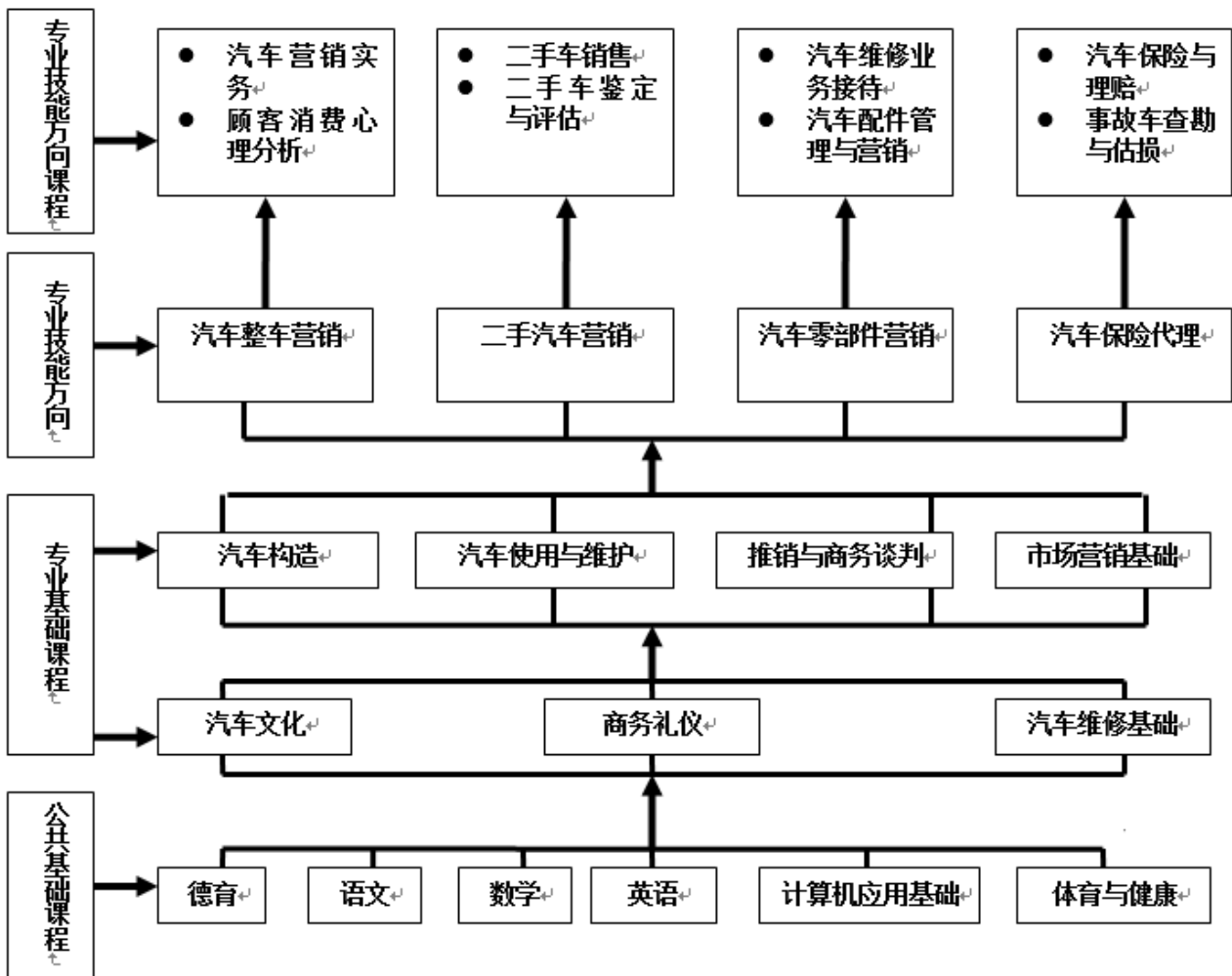
1. 课程体系设计思路：

认真学习落实《青岛市现代学徒制试点工作实施方案》的文件精神，深入分析众和集团对相关岗位人才的需求，以工作过程为导向构建本专业的课程体系，开发本专业以岗位目标任务为引领、能力为本位、项目为载体的课程。



2. 课程体系构成

在广泛征求意见的基础上，经过企业专家的反复论证，在专业指导委员会的主导下，对专业进行再造，提出了汽车运用与维修专业课程体系方案，方案紧紧围绕着对应职业岗位的知识、职业能力和职业素质的要求，依据工作过程导向理念构建了以能力为核心的课程体系。



六、教学计划

1. 教学计划安排围绕培养会计人才的目标，实施“学做融通、产训结合、顶岗实习”的人才培养方

案。

学生的培养过程分为三个阶段：

第一年度：专业基本技能培养阶段，进行公共基本素质课、专业基础技术课以及企业文化教学，构建专业基础平台，培养专业基本技能。其中，公共基础课、专业基础课由本校老师实施教学，企业文化由成达集团实施教学。

第二年度：专业岗位能力培养阶段：本阶段在基本技能培养的基础上，以岗位任务为载体进行专业技能的训练，使学生具备规范的基本技能和扎实的专业技能，采用“案例教学”、“项目教学”、“情境教学”等教学方法，使理论和实践、学校文化和企业文化紧密结合，真正实现“教、学、做”的统一，培养学生的实践动手能力和专业技术应用能力。有计划地安排部分典型教学内容直接进入企业对应的岗位进行教学，在教学过程中要融入职业资格考试内容，实现学岗融通，学证融通。

第三年度：顶岗实习阶段：在第三学年安排 1200 学时的顶岗实习，通过实习，使学生在实际工作中培养岗位所需的综合技能，感受和融入企业文化，从而达到职业准入标准，顶岗实习中在指导老师的指导下，进一步掌握专业技能，独立完成岗位工作任务，进一步提升和强化岗位能力，结合岗位工作，收集资料，完成实习报告，并进行毕业总结。

通过三个年度的能力训练，让学生在学中做、做中学，校企合作共同实施职业素养和能力的培养，使学生具备突出的岗位适应能力，具有良好的职业发展能力。

2. 教学实施说明在教学实施过程中，充分发挥校外实训基地的作用，积极运用现代信息技术手段，以真实的工作任务和过程为载体，以培养职业能力为核心，将学习内容与职业岗位和国家职业资格标准相结合，校内学习情境与工作现场实情融为一体，结合具体内容，灵活运用教学方法。

表一：教学课时计划表

课程类别	序号	课程名称	学时	学分	按学年、学期教学进程安排表 (周学时/教学周数)					
					第一学年		第二学年		第三学年	
					1	2	1	2	1	2
					18	18	18	18	18	20
公共基础课程	必修课程	1 德育	144	8	2	2	2	2		
		2 语文	144	8	4	4				
		3 数学	144	8	4	4				
		4 英语	108	6	4	2				
		5 计算机应用基础	144	8	4	4				
		6 体育与健康	144	8	2	2	2	2		
		7 公共艺术	72	4			2	2		
		8 企业文化	72	4	2	2				
	选修课程	1 心理健康	108	4	2	2				
		2 商务礼仪								
		3 书法								
4 其他										
专业技能课程	必修课程	1 汽车文化	72	4	2	2				
		2 汽车构造	108	6	2	4				
		3 市场营销基础	72	4	2	2				
		4 汽车整车营销	112	6			8			
		5 二手车营销	84	4			6			
		6 汽车配件管理与销售	112	6			8			
		7 汽车保险代理	60	4				6		

		8	汽车维修业务接待	40	2				4		
		9	推销与商务谈判	40	2				4		
		10	顾客消费心理分析	40	2				4		
		11	技能鉴定项目	40	2				4		
		12	工学交替（企业学习）	360	20			4周	8周		
		13	毕业实习	1200	40						30
	选修课程	1	汽车电子商务	48	2			2	2		
		2	演讲与口才								
		3	汽车售后服务管理								
		4	汽车金融								
		5	汽车新技术								
		6	其他								
	企业综合实践	1	军训	30	1	1周					
2		入学教育	30	1	1周						
3		社会实践	30	1					1周		
4		毕业教育	30	1					1周		
周学时及学分合计				166	30	30	30	30	30	30	
总学时				3300							

七、考核与评价

1. 课程考核与评价课程评价

要采用多主体、全方位的评价方式，通过学生自评互评、教师评价、企业评价、社会及家长评价，认真对课程内容、教师的教学、学生的学习情感态度、知识、能力等方面进行科学评价。

对学生的评价主要从知识、技能、情感态度三个维度进行评价，按照能力为主，知识为辅，过程为主，结果为辅的原则，设计评价方案，以学习情境为单位进行过程评价，知识考核、技能考核参照国家职业技能考核标准的要求设计考核标准，技能考核同时结合行业企业标准，三者的考核比重为：知识 30、技能 50、态度 20，各学习情境的考核成绩取加权平均值记入课程考核成绩。

表二：考核评价模式

评价项目	知识考核	技能考核	情感态度考核
权重	30%	50%	20%
评价方式	课堂测试 单元考试 结业考试	实训技能考核 顶岗实习考核	道德品质 遵纪守法 学习态度
评价主体	任课教师	专业课教师 企业指导教师	班主任 任课教师 企业指导教师

2. 顶岗实习考核与评价

顶岗实习主要采用企业指导教师评价，校内指导教师评价的方式进行，按照工作量的大小、工作成果的优劣、职业能力、工作态度等方面进行综合评定，考核评价的标准是实习大纲规定的实习目标和实习项目的具体要求，实习结束后，实习生将指导教师考核评定后的《实习鉴定表》交教导处存档。

3. 学生的综合素质评价

学校成立以分管学生工作的副校长为组长的学生综合素质测评工作领导小组，各班级分别设测评小组，由班主任任组长，形成了教师、学生、企业多元参与的评价体系，从学生的知识能力、职业能力和社会能力综合评价（综合评价方案标准见附件）。

八、质量监控

教学质量监控系统由校领导干部听课、学生评价、教学检查组成。

1. 校领导干部听课

学校各级党政干部深入教学第一线,及时了解教学情况,倾听师生意见,发现并解决教学存在的问题,避免教学一线与管理层的脱节,保证了教学管理工作的针对性和有效性。

2. 学生评价

学生在教学活动中处于主体地位,让学生参与管理及制度建设,发现并反映教学过程中的某些问题是快速解决教学问题、树立“以学生为中心”教学理念的重要手段,对于不断提高学校的教学质量具有积极的意义。学校规定,以专业为单位,选取部分学生、课代表和学生干部,填写认可教师评分表,给学生以畅通的渠道反映本专业教学管理、办学条件和教学质量汇总存在的问题并对教学提出意见和建议,使教导处和各专业不的他管理更加贴进学生

3. 贴近实际

教学检查是常规教学的重要方面,是规范教学秩序的一项基础性工作,也是强化质量意识、推进教学改革的重要措施之一。从期初到期末不少于3次集中教学检查,教学情况的检查工作贯穿始终,发现问题并及时解决问题,注意归纳分析和总结经验,以指导工作,不断提高管理者在日常教学检查中出现的预见问题、解决问题的能力。

4. 教学评价

科学的教学质量评价体系是检验人才培养方案效果和修订人才培养方案的有效途径。本试点采取如下措施以保证教学评价的运行:

- (1) 建立企业与学校共同参与的教学质量评价运行机制;
- (2) 建立学生自评、互评和教师评价、企业评价、社会评价项结合的综合评价体系;
- (3) 完善企业对毕业生满意度调查、学生和家长对学校的满意度调查运行机制;
- (4) 专家指导委员会负责根据企业、家长、毕业生的耗资两评价结果,对人才方案进行整改与完善。

九、专业教学标准

(一) 公共基础课

1. 德育

本课程是汽车整车与配件营销专业必修的一门公共基础课程。主要包括职业生涯规划、职业道德与法律、经济政治与社会、哲学与人生四门课程,旨在对学生进行职业生涯规划认知和职业生涯规划指导、职业道德和职业指导、思想道德修养教育及马克思主义哲学知识、基本观点的教育。通过学习,在正确分析自身和外在条件的基础上,确立发展方向,制定发展措施,调整规划,进行合理的职业生涯规划;初步具备运用所学的辩证唯物主义和历史唯物主义原理分析学习和工作中遇到的问题并解决问题的能力;了解有关法律知识,自觉遵法、守法;掌握职业道德和职业指导的有关知识,自觉遵守社会公德和职业道德;能够运用创业知识,在条件成熟时自主创业。

2. 语文

本课程是汽车整车与配件营销专业必修的一门公共基础课程。在九年义务教育的基础上,培养学生热爱祖国语言文字的思想感情,进一步提高正确理解与运用祖国语言文字的能力,提高科学文化素养,以适应就业和创业的需要。通过学习,掌握必需的语文基础知识,具备日常生活和职业岗位需要的现代文阅读能力、写作能力、口语交际能力,具有初步的文学作品欣赏能力;掌握基本的语文学习方法,养成自学和运用语文的良好习惯;重视语言的积累和感悟,接受优秀文化的熏陶,提高思想品德修养和审美情趣,形成良好的个性和健全的人格。

3. 数学

本课程是汽车整车与配件营销专业必修的一门公共基础课程。在九年义务教育基础上,进一步学习并掌握生活和职业岗位必需的数学基础知识;掌握计算技能、计算工具的使用技能、数据处理技能,培养观察能力和空间想象能力、分析解决问题能力和初步的数学思维能力;引导学生逐步养成良好的学习习惯、实践意识、创新意识和实事求是的科学态度,提高学生就业创业能力。

4. 英语

本课程是汽车整车与配件营销专业必修的一门公共基础课程。在九年义务教育基础上,进一步学习英

语基础知识，培养听、说、读、写等语言技能，初步形成职场英语的应用能力；激发和培养学生学习英语的兴趣，提高学生学习的自信心，帮助学生掌握学习策略，养成良好的学习习惯，提高自主学习能力；引导学生了解、认识中西方文化差异，培养正确的情感、态度和价值观。

5. 计算机应用基础

本课程是汽车整车与配件营销专业必修的一门公共基础课程。通过学习计算机及计算机基础知识、微机操作系统、文字处理软件、电子表格软件和演示文稿软件的基本知识及基本操作方法，进一步了解、掌握计算机应用的基础知识，具有计算机基本操作、办公应用、网络应用、多媒体技术应用等基本技能，初步具有利用计算机解决学习、工作、生活中常见问题的能力。掌握现代办公中的文字处理、表格设计、演示文稿、网上浏览、电子邮件通信等常用软件的使用方法；同时，为进一步学习计算机有关知识打下基础，体验利用计算机技术获取信息、处理信息、发布信息的过程，逐渐养成独立思考、主动探究的学习方法，培养严谨的科学态度和团队协作意识。

6. 体育与健康

本课程是汽车整车与配件营销专业必修的一门公共基础课程。通过学习体育与健康的基本知识、体育技能和方法，树立“健康第一”的指导思想，科学指导和安排体育锻炼过程，培养健康人格、增强体能素质、提高综合职业能力，养成终身从事体育锻炼的意识、能力与习惯，提高生活质量，全面促进学生身体健康、心理健康和社会适应能力。

7. 心理健康教育

本课程是汽车整车与配件营销专业选修的一门公共基础课程。通过课堂教学与活动等多种方式，了解自身的心理发展特点和规律，了解心理健康的标准，学习和掌握心理调节的方法，解决成长过程中遇到的各种心理问题，增强自我教育能力，培养学生乐观积极的个性心理品质，促进学生人格的健全发展，提升心理素质，开发个体潜能，促进学生身心健康全面发展。

（二）专业技能课

1. 汽车文化

本课程是汽车整车与配件营销专业必修的一门专业基础课程。通过学习汽车发展过程中车史文化、造型文化、名人文化、名车文化、车标文化、赛车文化以及技术文化等方面的知识，熟悉相关的汽车知识，全面了解汽车、熟悉汽车、爱好汽车，激发学习本专业的兴趣。提高汽车鉴赏能力，全面提高综合素质。

2. 商务礼仪

本课程是汽车整车与配件营销专业必修的一门专业基础课程。通过学习相关礼仪知识和专门训练，熟悉日常生活礼仪和社交服务礼仪，掌握个人形象塑造的基本要领，掌握社交礼节、会议礼仪和服务礼仪的基本要求，不断提高自身素质，培养良好的精神风貌和优雅的风度，树立个人良好形象，赢得他人对自身工作的信赖、支持与帮助。

3. 汽车构造

本课程是汽车整车与配件营销专业必修的一门专业基础课程。通过学习汽车发动机、底盘、车身及附属设备的基本结构、原理、拆装、检调等方面的知识，使学生掌握汽车发动机、底盘各机构与系统、总成与部件的功用、结构与工作原理，具备汽车机械拆装的基本能力。

4. 推销与商务谈判

本课程是汽车整车与配件营销专业必修的一门专业基础课程。通过学习推销、客户、商务谈判等知识，使学生具备推销和商务谈判的能力，能够完成推销工作全过程，能够开展一般商务谈判活动。

5. 汽车营销实务

本课程是汽车整车与配件营销专业汽车整车营销方向的一门专业技能课程。通过学习汽车营销的基本原理、营销环境、汽车消费者心理分析、需求分析、产品说明、汽车销售业务流程等知识，使学生熟悉汽车销售流程，掌握汽车销售的基本技巧。

6. 顾客消费心理分析

本课程是汽车整车与配件营销专业汽车整车营销方向的一门专业技能课程。通过学习顾客消费心理、个性心理及影响消费心理的各因素等知识，使学生具备从事营销或销售工作的职业能力，学会如何利用营

销工具影响消费者心理和行为，提高在未来营销和销售岗位上职业化定位。

7. 二手车营销

本课程是汽车整车与配件营销专业二手汽车营销方向的一门专业技能课程。通过二手车营销内容与交易市场分析、二手车定价的因素、二手车交易流程、二手车交易时各种业务的办理方法及程序等的学习，熟悉二手车交易的各种手续，掌握签订二手车交易合同的要求，具备二手车收购评估以及处理二手车纠纷等的能力。

8. 汽车维修业务接待

本课程是汽车整车与配件营销专业汽车零配件营销方向的一门专业技能课程。主要学习汽车维修业务接待、汽车维修管理、汽车三包索赔与保险理赔、汽车维修财务知识等内容，使学生熟悉汽车维修业务接待的流程，能够初步评定车辆技术状况，具备与客户交流与协商的能力，能独立承担维修业务接待工作任务。

9. 汽车配件管理与销售

本课程是汽车整车与配件营销专业汽车零配件营销方向的一门专业技能课程。主要学习汽车配件市场调查与市场预测、汽车零配件订货管理、汽车配件仓储管理、汽车配件销售等内容。使学生掌握汽车配件市场调查与预测方法、汽车配件检索常用工具和检索方法；具备使用和建立汽车零配件管理数据库，进行汽车配件库存情况查询以及开具各种单据的能力。

十、课程标准

《汽车文化》课程标准

一、课程性质与任务

本课程是汽车整车与配件营销专业的一门专业基础课程。其任务是使学生了解汽车的发展历程和未来发展趋势，普及与汽车相关的文化知识，提高学生的汽车鉴赏能力，促进职业意识形成，为专业课的学习打下必要基础。

二、课程教学目标

通过学习汽车发展过程中车史文化、造型文化、名人文化、名车文化、车标文化、赛车文化以及技术文化等方面的内容，让学生全面了解汽车、熟悉汽车、爱好汽车，激发其学习本专业的兴趣。

职业能力目标：

1. 熟悉汽车发展史、汽车分类知识；
2. 能讲述汽车名人特别是中国汽车名人的事迹；
3. 能描述各种汽车品牌的发展历史；
4. 认识各种汽车车标，能描述车标含义；
5. 能分析汽车对社会生活的影响；
6. 能分析汽车时尚运动对汽车文化发展的推动作用；
7. 了解未来汽车发展的趋势。

三、参考学时

72 学时。

四、课程学分

4 学分。

五、教学内容与要求

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	参考课时
1	汽车发展史	1. 了解汽车发展历史 2. 了解第一辆汽车、第一台柴油机的诞生 3. 了解汽车在德国、法国、英国、意大利、美国、日本、中国等的发展历程	1. 利用多媒体展示汽车发展历史 2. 参观汽车博物馆 3. 搜集本地各汽车经销店宣传资料，并按品牌分类	8
2	汽车名人	1. 了解著名汽车公司创始人 2. 了解世界车坛名人 3. 了解中国汽车名人 4. 了解汽车销售名人	1. 利用多媒体播放汽车名人 2. 搜集汽车名人故事，组织讲故事比赛 3. 邀请本地汽车名人讲座	8
3	汽车品牌	1. 了解汽车著名品牌含义及发展历程 2. 汇总国产品牌及商标标示 3. 了解汽车公司及商标	1. 利用多媒体播放著名汽车公司、国产汽车公司发展历史及商标 2. 搜集各种汽车商标标识并结集成册 3. 参观车展	16
4	汽车概述	1. 了解汽车分类与总体构造 2. 会识别汽车类型、产品型号、代码 3. 了解汽车国际组织、五大国际车展及世界著名汽车城	1. 汽车拆装实训 2. 认知汽车总体构造 3. 参观汽车销售4S店	16
5	车迷天地	1. 掌握汽车外形与色彩 2. 掌握汽车装饰 3. 熟悉汽车改装	1. 参观汽车装潢店 2. 调查本地汽车改装店 3. 练习油漆调色技术 4. 参观车展	8
6	汽车环保知识	1. 了解减少和防止汽车污染的有效措施 2. 了解国家有关汽车燃油使用、尾气排放、噪声控制等方面的规定与环保政策	1. 进行汽车尾气排放的检测练习 2. 参观汽车环保检测线	4
7	汽车运动	1. 了解汽车运动起源和种类 2. 了解汽车运动著名赛事、车手和车队	利用多媒体播放汽车拉力赛、F1比赛等视频	4
8	未来汽车	1. 了解汽车在电子化、网络化方面的新技术 2. 了解智能交通系统与智能汽车技术 3. 了解清洁能源汽车与新材料应用方面的前沿科技	1. 利用多媒体展示汽车新技术 2. 参观汽车4S店，并了解各种汽车新技术	8

六、教学建议

（一）教学方法

可以采用启发式教学、案例式教学、项目式教学等方法，灵活运用集体讲解、师生对话、小组讨论、视频展示、案例分析、资料检索搜集等教学形式，并通过参观车展、汽车4S店、汽车博物馆，使学生更好地理解 and 掌握原理性知识，培养职业兴趣，为后续课程的学习奠定扎实的基础。

（二）评价方法

考试形式以平时考核和学期考查相结合，平时考核包括作业完成情况、上课表现等。学期考查可采用笔试或者结合所学知识写一篇汽车对社会经济和人类生产、生活影响的文章。

（三）教学条件

1. 课堂教学条件：多媒体教室、多媒体资料及设备、实物及教具模型。
2. 实训条件：参照实训室设备配备标准进行，建议师生比在 1:15~1:20。

（四）教材编写

1. 在贯彻“以服务为宗旨、以就业为导向”的职教理念基础上，吸收企业技术人员的实际经验，紧密结合工作岗位，与职业岗位对接；选取贴近生活的案例，贴近生产实际；强调提高学生综合素养，将创新理念贯彻到教学内容中。

2. 以理论与实训一体化的教学形式设计教材，加强实训内容，选用典型案例。把握本课程的知识节点，按照“必需、够用、兼顾发展”的原则，循序渐进地组织材料内容。

3. 围绕中等职业教育的培养目标，遵循职业教育教学规律，从满足经济社会发展对高素质劳动者和技能型人才的需要出发，突出创新和应用，使学生能够灵活地运用所学知识，提高分析问题和解决问题的能力。

4. 教材编写应图文并茂，帮助学生理解学习内容，提高学习的兴趣，表达要精炼、准确、科学。

5. 教材内容应体现以就业为导向，以学生为本的原则，将知识与生产中的实际应用相结合。

（五）数字化教学资源开发

为激发学生学习本课程的兴趣，应创设形象生动的教学情境，按照中等职业学校学生的认知规律，结合课程教材，尽可能采用现代化教学手段，以制作和收集与教学内容相配套的多媒体课件、挂图、幻灯片、录像带、视听光盘等，提供满足不同教学需求的数字化教学资源，为教师教学与学生学习提供较为全面

《汽车构造》课程标准

一、课程性质与任务

本课程是汽车整车与配件营销专业的一门专业基础课程。其任务是培养学生的逻辑思维能力和分析问题与解决问题的能力，为后续专门化方向课程的学习奠定扎实基础。

二、课程教学目标

本课程关注学生素质和职业岗位认知的培养，全面提高学生的综合素质。通过本课程的学习，掌握汽车的基本构造知识与工作原理，了解汽车各部分的零部件组成及工作原理，具备拆解汽车各零部件的基本技能。

职业能力目标：

1. 了解汽车的发展历程和行业发展动态；
2. 掌握汽车结工作原理与结构；
3. 具备分析汽车的不同结构，比较其结构特点的能力。

三、参考学时

108学时。

四、课程学分

6学分。

五、教学内容与要求

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	参考课时
1	汽车的类型及总体构造认知	1. 汽车总体构造认知 2. 汽车分类	1. 观察汽车整体构造 2. 搜集各型号汽车资料	4
2	汽车发动机总体拆装	1. 汽车发动机总体构造、性能指标和型号 2. 汽车发动机工作原理	1. 利用挂图、教具讲解各部分组成与结构 2. 通过多媒体系统展示各部分工作过程及原理 3. 借助剖体发动机演示工作过程 4. 拆装发动机	4

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	参考课时
3	拆装曲柄连杆机构	<ol style="list-style-type: none"> 1. 曲柄连杆机构的认知 2. 机体组的组成与功用 3. 活塞连杆组的组成与功用 4. 曲轴飞轮组的组成及功用 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 利用挂图、教具讲解各部分组成与结构 2. 通过多媒体系统展示各部分工作过程及原理 3. 借助剖体发动机演示工作过程 4. 拆装曲柄连杆机构 	6
4	拆装配气机构	<ol style="list-style-type: none"> 1. 配气机构的认知 2. 气门组的组成与功用 3. 气门传动组的组成与功用 4. 气门间隙、配气相位与配气正时 5. 可变配气正时机构 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 利用挂图、教具讲解各部分组成与结构 2. 通过多媒体系统展示各部分工作过程及原理 3. 借助剖体发动机演示工作过程 4. 拆装配气机构 	8
5	拆装汽油机供给系	<ol style="list-style-type: none"> 1. 汽油机供给系的认知 2. 可燃混合气形成及表示方法 3. 发动机各工况对混合气的要求 4. 汽油机燃烧过程 5. 燃油喷射系统 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 利用挂图、教具讲解各部分组成与结构 2. 通过多媒体系统展示各部分工作过程及原理 3. 拆装汽油机供给系 	8
6	拆装柴油机供给系	<ol style="list-style-type: none"> 1. 柴油机供给系的认知 2. 柴油机混合气形成与燃烧过程 3. 喷油器 4. 喷油泵 5. 发动机进气增压系统 6. 电控柴油喷射系统 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 利用挂图、教具讲解各部分组成与结构 2. 通过多媒体系统展示各部分工作过程及原理 3. 拆装柴油机供给系 	6
7	拆装汽车冷却系	<ol style="list-style-type: none"> 1. 冷却系的认知 2. 冷却系工作原理 3. 冷却液的更换 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 利用挂图、教具讲解各部分组成与结构 2. 通过多媒体系统展示各部分工作过程及原理 3. 拆装冷却系 	4
8	拆装汽车润滑系	<ol style="list-style-type: none"> 1. 润滑系的认知 2. 润滑系工作原理 3. 机油和机滤的更换 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 利用挂图、教具讲解各部分组成与结构 2. 通过多媒体系统展示各部分工作过程及原理 3. 拆装润滑系 	4
9	拆装汽车点火系	<ol style="list-style-type: none"> 1. 传统点火系统的认知 2. 传统点火系工作原理 3. 电控点火系统的认知 4. 电控点火系工作原理 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 利用挂图、教具讲解各部分组成与结构 2. 通过多媒体系统展示各部分工作过程及原理 3. 拆装汽车点火系统部件 	6
10	拆装汽车	<ol style="list-style-type: none"> 1. 汽车起动系统的认知 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 利用挂图、教具讲解各部分组成与 	6

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	参考课时
	起动系	2. 汽车起动系工作原理	结构 2. 通过多媒体系统展示各部分工作过程及原理 3. 拆装汽车起动系统部件	
11	拆装汽车传动系	1. 汽车传动系认知 2. 离合器 3. 手动变速器 4. 自动变速器 5. 万向传动装置 6. 驱动桥	1. 利用挂图、教具讲解各部分组成与结构 2. 通过多媒体系统展示各部分工作过程及原理 3. 拆装汽车传动系统部件	12
12	拆装汽车行驶系	1. 汽车行驶系认知 2. 车架与车桥 3. 车轮与轮胎 4. 悬架与电控悬架	1. 利用挂图、教具讲解各部分组成与结构 2. 通过多媒体系统展示各部分工作过程及原理 3. 拆装汽车行驶系部件 4. 轮胎的拆卸、分解与组装 5. 轮胎动平衡	12
13	拆装汽车转向系	1. 汽车转向系认知 2. 机械转向系统 3. 电子控制转向系统	1. 利用挂图、教具讲解各部分组成与结构 2. 通过多媒体系统展示各部分工作过程及原理 3. 拆装汽车转向系部件	6
14	拆装汽车制动系	1. 汽车制动系认知 2. 汽车制动原理 3. ABS防抱死制动系统工作原理 4. ASR驱动防滑系统工作原理 5. EBD电子差速系统工作原理 6. ESP车身电子稳定系统工作原理	1. 利用挂图、教具讲解各部分组成与结构; 2. 通过多媒体系统展示汽车制动系、ABS、ASR、EBD、ESP系统的工作过程及原理 3. 拆装汽车制动系部件	10
15	拆装汽车电气设备	1. 汽车电气设备认知 2. 电源系统 3. 照明与信号系统 4. 仪表与报警系统 5. 汽车电子仪表系统 6. 辅助电气设备 7. 汽车电控舒适系统 8. 汽车电控安全系统 9. 汽车娱乐与通信系统	1. 利用挂图、教具讲解各部分组成与结构 2. 通过多媒体系统展示各部分工作过程及原理 3. 拆装汽车电气设备	12

六、教学建议

（一）教学方法

可以采用理实一体化教学、项目式教学等方法，灵活运用集体讲解、师生对话、小组讨论、答疑指导等教学形式，并通过多媒体展示、教师示范、分组训练和综合实践等训练方式，使学生更好地理解和掌握结构和原理性知识、职业技能，培养职业兴趣，为后续课程的学习奠定扎实的基础。

（二）评价方法

考试形式以平时考核和学期考查相结合，平时考核包括作业完成情况、上课表现等。学期考查可采用实践技能考试的方式。

（三）教学条件

1. 课堂教学条件：多媒体教室、多媒体资料及设备、实车、实物及教具模型。
2. 实训条件：参照实训室设备配备标准进行，建议师生比在1:15~1:20。

（四）教材编写

1. 在贯彻“以服务为宗旨、以就业为导向”的职教理念基础上，吸收企业技术人员的实际经验，紧密结合工作岗位，与职业岗位对接；选取贴近生活的案例，贴近生产实际；强调提高学生综合素养，将创新理念贯彻到教学内容中。

2. 以理论与实训一体化的模块化教学形式设计教材，加强实训内容，选用典型案例。把握本课程的知识点，按照“必需、够用、兼顾发展”的原则，循序渐进地组织材料内容。

3. 教材编写应紧紧围绕中等职业教育的培养目标，遵循职业教育教学规律，从满足经济社会发展对高素质劳动者和技能型人才的需要出发，突出创新和应用，使学生能够灵活地运用所学知识，提高分析问题和解决问题的能力。

4. 教材编写应图文并茂，帮助学生理解学习内容，提高学习的兴趣，表达要精炼、准确、科学。

（五）数字化教学资源开发

为激发学生学习本课程的兴趣，应创设形象生动的教学情境，按照中等职业学校学生的认知规律，结合课程教材，尽可能采用现代化教学手段，以制作和收集与教学内容相配套的多媒体课件、挂图、幻灯片、录像带、视听光盘等，提供满足不同教学需求的数字化教学资源，为教师教学与学生学习提供较为全面的支持。

《推销与商务谈判》课程标准

一、课程性质与任务

本课程是汽车整车与配件营销专业的一门专业基础课程。其任务是培养学生从事汽车销售工作，提升销售业绩，开展商务谈判的职业能力，为今后工作奠定良好的基础。

二、课程教学目标

通过本课程的学习，使学生能够根据具体销售及商务谈判任务，从推销前准备、寻找客户、客户接近和推销洽谈到推销成交和售后跟踪，完成整体的推销工作，从商务谈判的准备、开局、协商到签订合同，完成整体商务谈判活动，通过训练具备推销和商务谈判的技能。

职业能力目标：

1. 能够做好推销和商务谈判前的各种准备工作；
2. 掌握客户选择、接近、回访和异议处理的方法和技巧；
3. 掌握准确地介绍和展示产品的能力；
4. 具备制定谈判议程的能力；
5. 掌握谈判开局、打破僵局的方法和技巧；
6. 掌握询价、讨价还价的方法与技巧；
7. 能正确的签订合同和履行合同。

三、参考学时

40学时。

四、课程学分

2学分。

五、教学内容与要求

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	参考课时
1	推销准备	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握推销概念、原则 2. 了解推销的过程并理解推销职业 3. 掌握基本的推销模式 4. 了解推销准备工作的主要内容 5. 掌握推销人员自我准备的内容及方法 6. 掌握拜访、迎宾、洽谈、宴请等礼仪 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 推销礼仪训练 2. 练习了解制定的商品 3. 制定推销计划 	4
2	寻找客户	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握寻找客户的各种方法 2. 学会如何对客户资料进行分析 	根据案例分析寻找潜在客户所使用的方法	2
3	客户约见与接近	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解约见客户前应做的准备 2. 熟悉约见的内容 3. 掌握约见具体方法 4. 掌握人际风格识别分析方法 5. 掌握并能运用各种接近客户的方法 	客户约见与接近案例的讨论与训练	4
4	推销洽谈	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握推销产品介绍及演示的方法 2. 理解推销洽谈的任务、种类和原则 3. 掌握推销洽谈的方法 4. 掌握推销洽谈的听、提问与观察的技巧 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 商品介绍技能训练 2. 推销洽谈的模式与技能训练 	4
5	异议处理	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解顾客异议产生的根据、类型 2. 了解处理顾客异议的原则与步骤 3. 掌握各种处理顾客异议方法、技巧 4. 掌握客户抱怨产生的原因、处理的原则 5. 掌握客户抱怨的处理策略及技巧 	角色模拟处理客户异议	4
6	推销成交	<ol style="list-style-type: none"> 1. 熟练掌握顾客的购买信号，能够把握成交时机 2. 掌握促成交易的方法和策略 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 角色模拟练习识别购买信号 2. 演练积极的成交心态 3. 根据案例说明所采用的成交方法 	2
7	售后工作	<ol style="list-style-type: none"> 1. 了解推销服务的含义、特征 2. 掌握推销服务的内容 3. 熟悉提高服务质量的方法 4. 理解客户信用度的概念、掌握客户信用调查与分析的内容 5. 掌握避免债务发生的措施 6. 掌握讨债的主要方法、手段及策略 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 客户回访模拟训练 2. 客户信用调查与分析训练 	4
8	商务谈判准备	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握谈判和商务谈判的概念、特征 2. 了解商务谈判的基本内容和类型 3. 熟悉商务谈判的成功模式 4. 了解博弈论、公平理论在谈判中的应用 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 收集谈判信息，并进行分类、分析 2. 组建谈判队伍并进行分工 3. 进行谈判方案、计划 	4

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	参考课时
		5. 了解谈判信息作用、分类及信息收集的方法 6. 了解谈判目标的层次、原则及注意事项 7. 了解谈判的人员组成,掌握谈判方案、计划的编写	的编写	
9	商务谈判 开局与摸底	1. 了解影响开局气氛的各种因素及控制方法 2. 掌握谈判议程的内容和制定方法 3. 理解谈判摸底的含义、内容 4. 掌握谈判摸底的方法及策略	1. 制定谈判议程 2. 开局的摸底训练	4
10	商务谈判 磋商	1. 了解报价的基础、原则 2. 掌握不同的报价方法及策略 3. 了解还价的基本过程和方式 4. 掌握讨价还价的策略 5. 掌握谈判中对抗与让步技巧 6. 掌握克服谈判障碍与沟通说服的技巧	商务谈判磋商的模拟训练	4
11	商务谈判 签订履行	1. 了解签订购销合同的原则 2. 了解购销合同的基本格式及文字表述 3. 了解要约、承诺、合同签订涉及的事项 4. 了解合同履行中各种可能出现的意外事件的处理方法	撰写正式的购销合同	4

六、教学建议

(一) 教学方法

1. 项目教学法。通过特定项目练习,使学生更好、更快地掌握所学知识,提高学习积极性和主动性,体现以学生为中心、以学生的全面发展为中心的教育思想。

2. 案例教学法。在讲授理论知识的同时引入案例分析,让学生利用所学知识来分析企业的营销问题,做到学以致用,既提高学生兴趣、活跃课堂气氛,又能提高教学效果。

3. 实践教学法。要求学生完成课堂实践以及课外实践活动,缩短理论与实际操作的距离,提高学生的动手能力。

4. 情景教学法。给出一定的案例或要解决的问题,由学生扮演其中的角色,设身处地地分析与解决所面临的问题,使学生运用所学知识,自主分析与决策,以提高实际决策的能力。

(二) 评价方法

1. 采用技能测试、方案设计、理论测试三者结合的综合评价方式。

2. “公开、公平”评估考核法。教师在学习开始之际将评估考核标准预先告知学生,学生根据标准,确立自己的学习目标,明确作业要求,规范学习行为。学生可以根据评估标准评判教师评分是否正确、合理。确保在评价考核中每个同学都应得到平等的对待,公正地评价每个学生的学习成果与表现。

3. “学生参与式”评价考核法。通用职业能力的评估考核,学生在教师指导下采取自主打分,来锻炼学生的自我评价能力。有些案例分析可以采用教师、学生联手考评,让每个学生参与评估打分,锻炼

学生对他人的评价能力。

（三）教学条件

1. 课堂教学条件：多媒体教室、多媒体资料及设备、模拟仿真谈判实训室。
2. 实训条件：参照实训室设备配备标准进行，建议师生比在 1:15~1: 20。

（四）教材编写

1. 在贯彻“以服务为宗旨、以就业为导向”的职教理念基础上，吸收企业技术人员的实际经验，紧密结合工作岗位，与职业岗位对接；选取贴近生活的案例，贴近生产实际；强调提高学生综合素养，将创新理念贯彻到教学内容中。

2. 以理论与实训一体化的模块化教学设计教材，加强实训内容，选用典型案例。把握本课程的知识点，按照“必需、够用、兼顾发展”的原则，循序渐进地组织材料内容。

3. 教材编写应紧紧围绕中等职业教育的培养目标，遵循职业教育教学规律，从满足经济社会发展对高素质劳动者和技能型人才的需要出发，突出创新和应用，使学生能够灵活地运用所学知识，提高分析问题和解决问题的能力。

4. 教材编写应图文并茂，帮助学生理解学习内容，提高学习的兴趣，表达要精炼、准确、科学。

（五）数字化教学资源开发

为激发学生对本课程的兴趣，应创设形象生动的教学情境，按照中等职业学校学生的认知规律，结合课程教材，尽可能采用现代化教学手段，以制作和收集与教学内容相配套的多媒体课件、挂图、幻灯片、录像带、视听光盘等，提供满足不同教学需求的数字化教学资源，为教师教学与学生学习提供较为全面的支持。

《市场营销基础》课程标准

一、课程性质与任务

本课程是汽车整车与配件营销专业的一门专业基础课程。其任务是使学生掌握市场营销的基本知识和技能，培养从事汽车销售工作的职业能力，为学习专门化方向课程打下良好的基础。

二、课程教学目标

通过本课程的教学，使学生掌握市场营销学的基本理论和基本方法，明确营销实务中产品策略、价格策略、分销策略、促销策略的基本内容和主要特点，掌握服务市场营销的特点和基本技能，能够结合相关案例进行分析、研究；通过相应的实践教学，培养学生在市场营销方面的应用能力和创新能力。

职业能力目标：

1. 了解市场营销的基本原理和环境；
2. 掌握市场营销调查与预测；
3. 掌握用户购买行为分析；
4. 掌握市场营销战略；
5. 掌握产品定价、销售渠道、产品促销策略。

三、参考学时

72 学时。

四、课程学分

4 学分。

五、教学内容与要求

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	参考课时
1	认识市场营销	1. 了解市场与市场营销 2. 了解市场营销环境	考察当地汽车市场	6

2	市场营销调查与预测	1. 掌握市场营销调查信息系统 2. 掌握市场营销调研方法和技巧 3. 会做市场调研报告	1. 当地汽车市场调研 2. 写汽车市场调研报告	8
3	用户购买行为分析	1. 了解用户购买行为 2. 掌握个人购买用户行为特点 3. 掌握集团组织用户购买行为特点	当地汽车用户购买行为调查	8
4	市场营销战略	1. 了解市场细分及其策略 2. 掌握企业目标及市场选择 3. 掌握企业市场定位与竞争的战略策略	当地汽车产品市场定位调查	8
5	产品策略	1. 了解产品与产品组合 2. 掌握产品组合策略 3. 掌握产品生命周期理论与营销策略	当地汽车产品组合调查	8
6	产品定价与分销策略	1. 了解产品价格构成及影响因素 2. 掌握产品基本定价方法和策略	当地汽车产品价格调查	8
7	产品销售渠道策略	1. 了解销售渠道 2. 掌握各种销售模式 3. 学会销售渠道的设计与组织	当地汽车销售模式调查	8
8	产品促销策略	1. 了解产品促销策略 2. 掌握人员促销策略 3. 掌握广告促销策略 4. 掌握营业推广促销策略 5. 掌握公共关系促销策略	1. 汽车产品促销策划书 2. 汽车 4S 店销售实训	10
9	服务策略	1. 了解服务营销理念 2. 掌握服务营销实务	汽车 4S 店销售实训	8

六、教学建议

（一）教学方法

可将汽车整车与配件营销岗位工作任务转化成教学项目，按照项目教学的程序要求，实施项目教学。

（二）评价方法

1. 成绩考核要做到学习过程与结果结合，根据课堂提问、作业、测验、实验实训及考试情况，综合评定学生的学习成效。

2. 采取多样化的考核形式。既可以根据理论考试、技能鉴定，也可以根据学生的调查报告、活动计划、项目完成情况等给出评价。

3. 重视分析问题、解决问题能力的考核，对于在考核中有创新精神的学生应给予鼓励。

（三）教学条件

1. 课堂教学条件：多媒体教室、多媒体资料及设备、模拟仿真谈判实训室。

2. 实训条件：参照实训室设备配备标准进行，建议师生比在1:15~1:20。

（四）教材编写

1. 在贯彻“以服务为宗旨、以就业为导向”的职教理念基础上，吸收企业技术人员的实际经验，紧密结合工作岗位，与职业岗位对接；选取贴近生活的案例，贴近生产实际；强调提高学生综合素养，将创

新理念贯彻到教学内容中。

2. 以理论与实训一体化的模块化教学形式设计教材，加强实训内容，选用典型案例。把握本课程的知识点，按照“必需、够用、兼顾发展”的原则，循序渐进地组织材料内容。

3. 教材编写应紧紧围绕中等职业教育的培养目标，遵循职业教育教学规律，从满足经济社会发展对高素质劳动者和技能型人才的需要出发，突出创新和应用，使学生能够灵活地运用所学知识，提高分析问题和解决问题的能力。

4. 教材编写应图文并茂，帮助学生理解学习内容，提高学习的兴趣，表达要精炼、准确、科学。

（五）数字化教学资源开发

为激发学生学习本课程的兴趣，应创设形象生动的教学情境，按照中等职业学校学生的认知规律，结合课程教材，尽可能采用现代化教学手段，以制作和收集与教学内容相配套的多媒体课件、挂图、幻灯片、录像带、视听光盘等，提供满足不同教学需求的数字化教学资源，为教师教学与学生学习提供较为全面的支持。

《顾客消费心理分析》课程标准

一、课程性质与任务

本课程是汽车整车与配件营销专业汽车整车营销方向的一门技能方向课程，其任务是使学生掌握营销活动中顾客的心理活动现象及规律，具备从事营销或销售工作的职业能力，为从事汽车营销或销售工作打下良好的基础。

二、课程教学目标

通过本课程的学习与训练，掌握消费者的消费心理和行为的基本规律，掌握不同消费群体的消费心理，掌握影响消费者消费心理的因素，掌握如何利用营销工具影响消费者心理和行为，明确学生在未来营销和销售岗位上职业化定位。

职业能力目标：

1. 掌握顾客消费心理活动过程及规律；
2. 能够针对顾客性别、年龄阶段、职业类型等特点，选择沟通技巧和制定营销策略；
3. 能够分析判断顾客的购物态度、顾客购买心理、购买动机，制定相应营销策略；
4. 掌握与顾客感情交流的方法；
5. 掌握运用搜集的信息，挖掘顾客深层次需求。

三、参考学时

40学时。

四、课程学分

2学分。

五、教学内容与要求

见下表。

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	参考课时
1	顾客消费心理	1. 掌握消费心理学概念 2. 掌握消费心理学研究对象、研究内容和研究方法 3. 了解消费心理学研究的意义	顾客心理分析模拟练习	2
2	顾客购物的心理活动过程	1. 了解顾客对商品的认识过程 2. 掌握顾客情感过程 3. 掌握顾客意志过程	顾客心理过程分析模拟练习	4

3	影响顾客购买行为的个性心理因素	1. 了解影响顾客购买行为的个性心理因素 2. 能针对不同个性心理因素的顾客, 选择不同的沟通技巧和营销方法	1. 顾客购物类型分析模拟练习 2. 顾客购物态度分析模拟练习 3. 顾客购买心理分析模拟练习	4
4	顾客购买决策	1. 了解影响顾客购买决策的因素 2. 掌握顾客购买决策的过程及影响因素	1. 顾客购买行为分析模拟练习 2. 顾客购买关心分析模拟练习 3. 顾客购买动机模拟练习	4
5	影响顾客购买行为的社会因素	1. 了解影响顾客购买行为的社会因素 2. 能针对不同社会群体、社会阶层的顾客, 选择不同的沟通技巧和营销方法	顾客购物身份分析模拟练习	4
6	影响顾客购买行为的政治经济因素	1. 了解政治因素对消费心理的影响 2. 了解经济因素对消费心理的影响	顾客深层需求分析模拟练习	4
7	价格心理分析	1. 了解价格心理的功能 2. 掌握顾客价格心理 3. 能利用顾客价格心理进行价格谈判	价格心理分析模拟练习	6
8	广告心理分析	1. 了解广告心理的功能和广告媒体的心理效应 2. 掌握增强广告效果的心理策略	广告心理分析模拟练习	4
9	新产品设计、销售与消费心理	1. 了解新产品设计 2. 掌握新产品销售的策略 3. 掌握新产品促销的模式	1. 新产品销售策略书 2. 新产品促销计划书	4
10	顾客心理调研	1. 了解顾客心理调研的内容 2. 掌握顾客心理调研的组织 3. 掌握顾客心理调研的方法	顾客消费心理掌握能力测试	4

六、教学建议

(一) 教学方法

1. 本课程适宜采用项目教学、情景教学。
2. 教学中要充分利用图片以及多媒体技术, 将难以理解的教学内容形象化, 帮助学生理解和掌握。

(二) 评价方法

1. “过程性”评价与结果性评价相结合。过程性评价主要考察学生学习的态度, 学习过程的参与度; 终结性评价采取理论考试与技能考核结合, 重点考察学生知识掌握的程度和技能水平。
2. 评价的形式灵活多样。教师是学生学习成绩的主要评价者, 为调动学生学习的积极性, 学习小组、学生本人也可以参与到评价中, 以提高学生自我认知的能力。

(三) 教学条件

1. 课堂教学条件：多媒体教室、多媒体资料及设备、模拟仿真谈判实训室。
2. 实训条件：参照实训室设备配备标准进行，建议师生比在1:15~1: 20。

（四）教材编写

1. 在贯彻“以服务为宗旨、以就业为导向”的职教理念基础上，吸收企业技术人员的实际经验，紧密结合工作岗位，与职业岗位对接；选取贴近生活的案例，贴近生产实际；强调提高学生综合素养，将创新理念贯彻到教学内容中。

2. 以理论与实训一体化的模块化教学形式设计教材，加强实训内容，选用典型案例。把握本课程的知识点，按照“必需、够用、兼顾发展”的原则，循序渐进地组织材料内容。

3. 教材编写应紧紧围绕中等职业教育的培养目标，遵循职业教育教学规律，从满足经济社会发展对高素质劳动者和技能型人才的需要出发，突出创新和应用，使学生能够灵活地运用所学知识，提高分析问题和解决问题的能力。

4. 教材编写应图文并茂，帮助学生理解学习内容，提高学习的兴趣，表达要精炼、准确、科学。

（五）数字化教学资源开发

为激发学生学习本课程的兴趣，应创设形象生动的教学情境，按照中等职业学校学生的认知规律，结合课程教材，尽可能采用现代化教学手段，以制作和收集与教学内容相配套的多媒体课件、挂图、幻灯片、录像带、视听光盘等，提供满足不同教学需求的数字化教学资源，为教师教学与学生学习提供较为全面的支持。

《二手车营销》课程标准

一、课程性质与任务

本课程是汽车整车与配件营销专业二手汽车营销方向的一门技能方向课程，其任务是培养二手汽车鉴定与评估的能力，拓宽学生就业领域，为将来从事二手汽车营销或销售工作打下良好的基础。

二、课程教学目标

本课程的学习，认识二手车市场、了解二手车交易流程；能够独立的对二手车交易车辆进行估价、办理更名落户等手续；能够了解把握国家的二手车鉴定、评估、交易的相关法规，适应规范的市场秩序。

职业能力目标：

1. 了解二手车流通现状和二手车市场发展趋势；
2. 掌握二手车鉴定评估六要素；
3. 能辨识违法违规交易行为；
4. 掌握汽车分类与车辆VIN代码的位置和读取方法；
5. 掌握选用三类使用寿命的方法；
6. 掌握二手车技术鉴定的流程与鉴定方法；
7. 掌握资产评估要素与程序；
8. 二手车成新率计算；
9. 掌握二手车鉴定估价的方式和方法，能够对实车进行评估估价；
10. 掌握二手车价格评估流程。

三、参考学时

84学时。

四、课程学分

4学分。

五、教学内容与要求

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	参考课时
----	------	-----------	--------	------

1	二手车行业发展概况	1. 二手车定义 2. 了解二手车发展现状 3. 了解二手车流通现状和二手车市场发展趋势	通过调研，收集当地二手车市场发展情况，形成调研报告	6
2	二手车行业从业人员资格与分类	1. 掌握二手车鉴定评估六要素 2. 了解二手车鉴定估价师的执业准入和资格认证	参加二手车鉴定估价师资格考试	6
3	二手车行业相关法律法规	1. 了解二手车行业相关法律法规 2. 能辨识违法违规交易行为	通过多媒体学习机动车登记管理规定、国有资产管理办法、机动车强制报废标准、二手车流通管理办法、二手车交易规范、二手车交易相关税费征收标准等法律法规	8
4	汽车分类	1. 掌握汽车分类与车辆 VIN 代码的位置和读取方法 2. 掌握车辆其他标识	拓汽车 VIN 码	6
5	汽车寿命	1. 了解影响汽车寿命的因素 2. 掌握汽车的技术使用寿命 3. 掌握汽车的合理使用寿命 4. 掌握汽车的经济使用寿命 5. 掌握选用三类使用寿命的方法	1. 汽车的技术使用寿命鉴定练习 2. 汽车的合理使用寿命鉴定练习 3. 汽车的经济使用寿命鉴定练习	10
6	二手车技术检查	1. 掌握二手车技术鉴定的流程与鉴定方法 2. 掌握汽车常见故障对车辆技术状况的影响	1. 二手车静态检查训练 2. 二手车技术状况的动态检查训练 3. 二手车技术状况的仪器检查训练	10
7	资产评估基础	1. 了解资产评估的基本理论和基本要素 2. 了解资产评估的有关管理规范 3. 掌握资产评估要素与程序	运用资产评估理论对二手车进行鉴定	6
8	二手车成新率计算	1. 了解二手车成新率含义 2. 掌握使用年限法 3. 掌握行驶里程法 4. 掌握部件鉴定法 5. 掌握整车观测法 6. 掌握综合分析法 7. 掌握综合成新率法	1. 运用使用年限法鉴定二手车训练 2. 运用行驶里程法鉴定二手车训练 3. 运用部件鉴定法鉴定二手车训练 4. 运用整车观测法鉴定二手车训练 5. 运用综合分析法鉴定二手车训练 6. 运用综合成新率法鉴定二手车训练	12

9	二手车价格评估方法	1. 掌握二手车价格评估的基础知识 2. 掌握二手车鉴定估价的方式和方法,能够对实车进行评估估价	1. 计算二手车成新率 2. 运用重置成本法评估二手车 3. 运用收益现值法评估二手车 4. 运用现行市价法评估二手车 5. 运用清算价格法评估二手车 6. 撰写二手车鉴定评估报告	10
10	二手车价格评估流程	掌握二手车价格评估流程	汽车 4S 店二手车鉴定评估实训	10

六、教学建议

(一) 教学方法

1. 项目教学法。通过特定项目练习,使学生更好、更快地掌握所学知识,提高学习积极性和主动性,体现以学生为中心、以学生的全面发展为中心的教育思想。

2. 案例教学法。在讲授理论知识的同时引入案例分析,让学生利用所学知识来分析企业的营销问题,做到学以致用,既提高学生兴趣、活跃课堂气氛,又能提高教学效果。

3. 实践教学法。要求学生完成课堂实践以及课外实践活动,缩短理论与实际操作的距离,提高学生的动手能力。

4. 情景教学法。给出一定的案例或要解决的问题,由学生扮演其中的角色,设身处地地分析与解决所面临的问题,使学生运用所学知识,自主分析与决策,以提高实际决策的能力。

(二) 评价方法

1. 采用技能测试、方案设计、理论测试三者结合的综合评价方式。

2. “公开、公平”评估考核法。教师在学习开始之际将评估考核标准预先告知学生,学生根据标准,确立自己的学习目标,明确作业要求,规范学习行为。学生可以根据评估标准评判教师评分是否正确、合理。确保在评价考核中每个同学都应得到平等的对待,公正地评价每个学生的学习成果与表现。

3. “学生参与式”评价考核法。通用职业能力的评估考核,学生在教师指导下采取自主打分,来锻炼学生的自我评价能力。有些案例分析可以采用教师、学生联手考评,让每个学生参与评估打分,锻炼学生对他人的评价能力。

(三) 教学条件

1. 课堂教学条件:多媒体教室、多媒体资料及设备、模拟仿真谈判实训室。

2. 实训条件:参照实训室设备配备标准进行,建议师生比在1:15~1:20。

(四) 教材编写

1. 在贯彻“以服务为宗旨、以就业为导向”的职教理念基础上,吸收企业技术人员的实际经验,紧密结合工作岗位,与职业岗位对接;选取贴近生活的案例,贴近生产实际;强调提高学生综合素养,将创新理念贯彻到教学内容中。

2. 以理论与实训一体化的模块化教学形式设计教材,加强实训内容,选用典型案例。把握本课程的知识点,按照“必需、够用、兼顾发展”的原则,循序渐进地组织材料内容。

3. 教材编写应紧紧围绕中等职业教育的培养目标,遵循职业教育教学规律,从满足经济社会发展对高素质劳动者和技能型人才的需要出发,突出创新和应用,使学生能够灵活地运用所学知识,提高分析问题和解决问题的能力。

4. 教材编写应图文并茂,帮助学生理解学习内容,提高学习的兴趣,表达要精炼、准确、科学。

(五) 数字化教学资源开发

为激发学生学习本课程的兴趣,应创设形象生动的教学情境,按照中等职业学校学生的认知规律,结合课程教材,尽可能采用现代化教学手段,以制作和收集与教学内容相配套的多媒体课件、挂图、幻灯片、录像带、视听光盘等,提供满足不同教学需求的数字化教学资源,为教师教学与学生学习提供较为全面的支持。

《汽车配件管理与销售》课程标准

一、课程性质与任务

本课程是汽车整车与配件营销专业汽车零配件营销方向的一门技能方向课程。其任务是使学生掌握汽车配件管理与营销的基本理论和方法，培养学生建立汽车配件管理数据库和使用配件管理软件的能力，为今后从事汽车配件销售业务打下基础。

二、课程教学目标

通过本课程的学习与训练，使学生掌握汽车配件市场调查的方法，熟悉汽车零配件订货管理、入库管理、仓务管理、销售和出库管理等内容。学会汽车零配件管理数据库的建立和使用方法，能够熟练使用市场上流行的汽车配件管理系统软件，进行汽车配件库存情况查询，提高学生的专业素质，培养创新能力。

职业能力目标：

1. 掌握汽车配件市场调查与预测方法；
2. 熟悉汽车配件检索常用工具和检索方法；
3. 熟悉汽车零配件订货管理、入库管理、仓务管理、销售和出库管理等内容；
4. 学会使用和建立汽车零配件管理数据库，能熟练使用市场上流行的汽车配件管理系统，能进行汽车配件库存情况查询，开各种单据；
5. 了解汽车配件订货、入库、仓管、出库、销售等程序。

三、参考学时

112学时。

四、课程学分

6学分。

五、教学内容与要求

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	参考课时
1	汽车配件市场概论	1. 了解我国汽车配件市场现状 2. 了解汽车配件市场营销的重要性	通过调研，收集当地汽车零配件市场的情况，形成调研报告	10
2	汽车配件市场调查与市场预测	掌握汽车配件市场调查基本内容与预测方法	通过调研，收集当地汽车零配件市场的情况，形成调研报告	10
3	汽车配件检索	1. 掌握汽车零配件检索工具和检索方法 2. 了解汽车零配件的编号体系 3. 掌握汽车零配件库存品种与最低安全库存量的确定方法 4. 掌握汽车零配件库存补充订货程序	上机操作训练（拟定汽车配件订货单、询价单、报价单等）	16
4	汽车零配件订货管理	1. 掌握汽车零配件订货管理基本知识 2. 掌握库存品种与最低安全库存量的确定方法 3. 掌握库存补充件订货程序 4. 掌握即购即销配件订货程序	上机操作训练（拟定汽车配件订货单、询价单、报价单等）	20
5	汽车配件仓储管理	1. 了解汽车零配件仓储管理的作用与任务	上机操作训练（开具入库单、出库单、各种报表	16

		2. 掌握汽车零配件入库程序 3. 掌握汽车零配件仓务管理实务 4. 掌握汽车零配件出库程序 5. 汽车库存零配件盘点	等)	
6	汽车配件销售	1. 掌握汽车配件销售价格的确 定方法 2. 了解汽车零配件销售人员的基本 要求 3. 了解汽车零配件销售过程中的关 键因素 4. 掌握汽车零配件销售流程 5. 掌握汽车零配件销售模式 6. 掌握汽车零配件销售技巧 7. 掌握汽车零配件的索赔	上机操作训练(开具销售 单、销售日/月报表)	20
7	汽车配件 计算机管 理系统	1. 掌握汽车配件管理数据库的建立 与应用 2. 掌握市场上常见汽车配件计算机 管理系统的使用方法	汽车配件管理系统操作 训练	20

六、教学建议

(一) 教学方法

1. 项目教学法。通过特定项目练习,使学生更好、更快地掌握所学知识,提高学习积极性和主动性,体现以学生为中心、以学生的全面发展为中心的教育思想。

2. 案例教学法。在讲授理论知识的同时引入案例分析,让学生利用所学知识来分析企业的营销问题,做到学以致用,既提高学生兴趣、活跃课堂气氛,又能提高教学效果。

3. 实践教学法。要求学生完成课堂实践以及课外实践活动,缩短理论与实际操作的距离,提高学生的动手能力。

4. 情景教学法。给出一定的案例或要解决的问题,由学生扮演其中的角色,设身处地地分析与解决所面临的问题,使学生运用所学知识,自主分析与决策,以提高实际决策的能力。

(二) 评价方法

1. 采用技能测试、方案设计、理论测试三者结合的综合评价方式。

2. “公开、公平”评估考核法。教师在学习开始之际将评估考核标准预先告知学生,学生根据标准,确立自己的学习目标,明确作业要求,规范学习行为。学生可以根据评估标准评判教师评分是否正确、合理。确保在评价考核中每个同学都应得到平等的对待,公正地评价每个学生的学习成果与表现。

3. “学生参与式”评价考核法。通用职业能力的评估考核,学生在教师指导下采取自主打分,来锻炼学生的自我评价能力。有些案例分析可以采用教师、学生联手考评,让每个学生参与评估打分,锻炼学生对他人的评价能力。

(三) 教学条件

1. 课堂教学条件:多媒体教室、多媒体资料及设备、模拟仿真谈判实训室。

2. 实训条件:参照实训室设备配备标准进行,建议师生比在1:15~1:20。

(四) 教材编写

1. 在贯彻“以服务为宗旨、以就业为导向”的职教理念基础上,吸收企业技术人员的实际经验,紧密结合工作岗位,与职业岗位对接;选取贴近生活的案例,贴近生产实际;强调提高学生综合素养,将创新理念贯彻到教学内容中。

2. 以理论与实训一体化的模块化教学形式设计教材,加强实训内容,选用典型案例。把握本课程的

知识点，按照“必需、够用、兼顾发展”的原则，循序渐进地组织材料内容。

3. 教材编写应紧紧围绕中等职业教育的培养目标，遵循职业教育教学规律，从满足经济社会发展对高素质劳动者和技能型人才的需要出发，突出创新和应用，使学生能够灵活地运用所学知识，提高分析问题和解决问题的能力。

4. 教材编写应图文并茂，帮助学生理解学习内容，提高学习的兴趣，表达要精炼、准确、科学。

（五）数字化教学资源开发

为激发学生学习本课程的兴趣，应创设形象生动的教学情境，按照中等职业学校学生的认知规律，结合课程教材，尽可能采用现代化教学手段，以制作和收集与教学内容相配套的多媒体课件、挂图、幻灯片、录像带、视听光盘等，提供满足不同教学需求的数字化教学资源，为教师教学与学生学习提供较为全面的支持。

《汽车维修业务接待》课程标准

一、课程性质与任务

本课程是汽车整车与配件营销专业汽车零配件营销方向的一门技能方向课程，培养学生接待客户、与客户沟通的能力，掌握汽车维修业务接待的技能，处理实际问题的技巧，为提高学生的职业能力奠定良好的基础。

二、课程教学目标

通过系统学习汽车维修业务接待方面的知识，熟悉汽车维修业务接待的流程，掌握汽车维修业务接待的技能和相关理论知识，具有良好的职业道德品质，能独立承担维修业务接待工作任务，具备一定的自我学习能力和实际操作能力。

职业能力目标：

1. 了解汽车维修市场动态及信息，会查阅汽车技术资料；
2. 能够熟练使用服务礼仪规范进行维修业务接待；
3. 具备与客户交流与协商的能力，能够向客户咨询车况，查询车辆技术档案，初步评定车辆技术状况；
4. 熟悉汽车维修业务接待流程和维修服务须知；
5. 具有财会基本知识，熟悉企业付款与交车程序；
6. 具有一定的应变能力、组织能力及协调能力；
7. 具有安全操作意识和环保意识。

三、参考学时

40学时。

四、课程学分

2学分。

五、教学内容与要求

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	参考课时
1	汽车售后服务	1. 了解汽车售后服务的基本概念和内涵 2. 熟悉我国汽车售后服务现状 3. 掌握汽车售后服务的主要特征 4. 熟悉汽车维修业务接待的作用和要求 5. 掌握汽车维修业务接待职业道德规范 6. 熟悉汽车维修业务接待员的职责和基本素质	1. 通过多媒体展示汽车维系业务接待相关视频 2. 参观汽车 4S 店	6
2	汽车维修业务接待	1. 熟悉服务基本礼仪和电话使用礼仪 2. 掌握汽车维修业务接待礼仪 3. 了解不同群体的汽车维修心理 4. 掌握汽车维修业务接待流程	进行汽车维修业务接待实训	6

序号	教学项目	课程内容与教学要求	活动设计建议	参考课时
3	汽车维修业务接待实务	1. 掌握定期维护车辆的接待业务 2. 掌握故障车辆的接待业务 3. 掌握事故车辆的接待业务 4. 掌握返修车辆的接待业务 5. 掌握客户投诉的处理的技巧 6. 掌握客户关系的管理与处理方法	进行汽车维修业务接待实训	6
4	汽车维修管理	1. 了解汽车 4S 企业早会管理 2. 熟悉汽车维修制度 3. 熟悉汽车维修业务接待 5S 管理 4. 掌握汽车维修业务接待客户档案管理	1. 观摩汽车 4S 企业早会 2. 开展 5S 管理竞赛活动 3. 练习建立汽车维修客户档案	6
5	汽车三包索赔与保险理赔	1. 熟悉三包索赔的原则和内容 2. 掌握三包索赔的条件和方式 3. 熟悉汽车保险的种类和作用 4. 掌握汽车保险的投保与理赔流程	进行三包索赔与保险理赔的模拟练习	6
6	汽车维修财务知识	1. 了解财务和税务基础知识 2. 熟悉汽车维修价格核算的基本内容及计算方法 3. 熟悉汽车维修价格结算方式与单据 4. 熟悉发票的种类及作用 5. 熟悉汽车维修企业财务报告	1. 识别各种结算单据 2. 练习开具发票 3. 分析典型财务报告	4
7	汽车维修计算机管理	1. 了解汽车维修管理软件的种类 2. 熟悉汽车维修管理软件功能 3. 掌握汽车维修管理软件的使用	练习使用汽车维修管理软件	6

六、教学建议

（一）教学方法

1. 项目教学法。通过特定项目练习，使学生更好、更快地掌握所学知识，提高学习积极性和主动性，体现以学生为中心、以学生的全面发展为中心的教育思想。
2. 案例教学法。在讲授理论知识的同时引入案例分析，让学生利用所学知识来分析企业的营销问题，做到学以致用，既提高学生兴趣、活跃课堂气氛，又能提高教学效果。
3. 实践教学法。要求学生完成课堂实践以及课外实践活动，缩短理论与实际操作的距离，提高学生的动手能力。
4. 情景教学法。给出一定的案例或要解决的问题，由学生扮演其中的角色，设身处地地分析与解决所面临的问题，使学生运用所学知识，自主分析与决策，以提高实际决策的能力。

（二）评价方法

1. 坚持多元化的评价原则，实行日常考核、理论考核与实训考核相结合的评价方式。
2. 重视学生平时表现，结合课堂提问、学生作业、平时测试、实验实训、技能竞赛及考试情况，综合评价学生成绩。
3. 注重对学生动手能力和在实践中分析问题、解决问题能力的考核，对在学习和应用上有创新的学生特别给予鼓励，综合评价学生的能力。

（三）教学条件

1. 课堂教学条件：多媒体教室、多媒体资料及设备、模拟仿真实训室。
2. 实训条件：参照实训室设备配备标准进行，建议师生比在1:15~1:20。

（四）教材编写

1. 在贯彻“以服务为宗旨、以就业为导向”的职教理念基础上，吸收企业技术人员的实际经验，紧密结合工作岗位，与职业岗位对接；选取贴近生活的案例，贴近生产实际；强调提高学生综合素养，将创新理念贯彻到教学内容中。

2. 以理论与实训一体化的模块化教学形式设计教材，加强实训内容，选用典型案例。把握本课程的知识点，按照“必需、够用、兼顾发展”的原则，循序渐进地组织材料内容。

3. 教材编写应紧紧围绕中等职业教育的培养目标，遵循职业教育教学规律，从满足经济社会发展对高素质劳动者和技能型人才的需要出发，突出创新和应用，使学生能够灵活地运用所学知识，提高分析问题和解决问题的能力。

4. 教材编写应图文并茂，帮助学生理解学习内容，提高学习的兴趣，表达要精炼、准确、科学。

（五）数字化教学资源开发

为激发学生学习本课程的兴趣，应创设形象生动的教学情境，按照中等职业学校学生的认知规律，结合课程教材，尽可能采用现代化教学手段，以制作和收集与教学内容相配套的多媒体课件、挂图、幻灯片、录像带、视听光盘等，提供满足不同教学需求的数字化教学资源，为教师教学与学生学习提供较为全面的支持。