

乌海市职业技术学校
汽车运用与维修专业

《汽车营销》
课程标准

汽修建筑教研组编制

2020年7月

目 录

一、前言	1
(一) 课程性质.....	1
(二) 课程设计理念.....	1
(三) 课程设计思路.....	1
二、课程目标	2
(一) 总目标.....	2
(二) 具体目标.....	2
1. 知识目标.....	2
2. 技能目标.....	2
3. 素质目标.....	2
三、课程内容与学时分配	3
(一) 教学内容选取依据.....	3
(二) 教学内容组织与安排.....	3
四、实施建议	3
(一) 教材的选用.....	3
(二) 教学建议.....	4
(三) 教学基本条件.....	4
1. 教学场所.....	4
2. 实训设备.....	4
3. 教学团队.....	4
(四) 考核与评价.....	4
(五) 课程资源的开发与利用.....	4
五、编制说明	5

汽车运用与维修专业《汽车营销》

课程标准

一、前言

（一）课程性质

《汽车营销》是一门研究汽车企业市场基本规律的学科，是汽车运用与维修专业的一门理论性较强的专业核心课。本课程是针对汽车销售顾问岗位设置的，在汽车运用与维修专业的人才培养计划中具有核心地位。

通过讲授的教学模式来设置本课程，使学生能够识记汽车市场的特点，汽车市场营销一般观念和发展趋势、汽车市场营销环境的特点和分析方法、消费者购买行为、市场调研、营销策略的制定、营销活动策划的相关理论知识，从而提高学生对汽车市场的认识和综合分析能力，使学生能够掌握策划和开展汽车市场营销活动的实际技能，为日后从事相关岗位工作打下坚实基础。

（二）课程设计理念

课程使同学们对各大汽车品牌、汽车公司、汽车维修企业的管理模式、管理理念、管理特点、管理内容以及管理方法有了比较深入的了解。培养了同学们利用案例的分析，利用所学知识，发现和找到解决企业管理问题的思路的能力。为后续的汽车营销实训、华汽特色实训和顶岗实习奠定基础，使学到的知识得以更好的运用，技能更好地发挥。

（三）课程设计思路

本课程在设计思路以企业对人才的需求标准为标准，现代汽车企业最需要高素质技术技能型人才，尤其是汽车行业，既要熟练掌握各项修理技术，又要求具有营销策划、管理沟通、与人协作的能力。所以本课程建立以情境任务为导向的课程体系构架，以完成一个情境任务为课程目标，在完成的过程中更好的把握理论知识，学以致用，同时提升学生分析市场营销过程当中出现的问题的能力，锻炼与人沟通，清晰表达观点的能力。本课程对汽车市场营销的基本原理和相关知识做基本讲解，更注重的是通过采用大量的案例分析的方式帮助学生认识掌握汽车营销知识，并在任务驱动中通过小组讨论及情境演练，使学生们熟知汽车市场营销的过程，并具备策划和组织市场营销活动的的能力。

汽车运用与维修专业的核心岗位之一为汽车销售顾问，《汽车营销》这门课程就是针对这个核心岗位开设的，是本专业的核心课程。

以专业人才培养和企业市场营销的岗位需求为依据，来选取课程内容。

本课程遵循的设计思路是针对汽车销售顾问岗位，本岗位的需求为能熟练分析环境对汽车市场营销的营销；能熟练分析消费者购车行为；能实施汽车市场调研；能熟练执行汽车营销策略；能较为熟练策划汽车市场活动；能开发潜在目标客户。根据本岗位的岗位需求确定课程内容。

二、课程目标

（一）总目标

通过《汽车营销》这门课程的学习，使学生全面掌握汽车营销相关知识，基本具备汽车营销活动分析及策划的能力，全面提升与人沟通，团结协作，总结汇报的能力。

（二）具体目标

1. 知识目标

- （1）识记市场营销的理论和方式。
- （2）识记汽车市场营销观念。
- （3）识记世界汽车市场的现状与趋势。
- （4）识记我国汽车市场的现状与趋势。
- （5）熟记汽车企业应对营销环境威胁的策略。
- （6）熟记汽车制造商市场活动策划的营销渠道。

2. 技能目标

- （1）会熟练分析宏观及微观环境对汽车市场营销的影响。
- （2）会熟练分析消费者的购买需求、购车动机级购买汽车的行为。
- （3）会熟练设计汽车市场调研方案。
- （4）会熟练设计汽车市场调研问卷。
- （5）会较为熟练制定汽车的品牌策略、产品策略和产品价格策略。
- （6）会较为熟练策划汽车制造商、经销商的市场活动。

3. 素质目标

- （1）具有良好的沟通能力和团队合作意识；
- （2）具有分析问题、解决问题的的能力；

- (3) 具有安全意识和质量意识;
- (4) 具有社会责任心和环保意识;
- (5) 具有勤于思考、做事认真、严谨的良好作风。

三、课程内容与学时分配

(一) 教学内容选取依据

根据汽车行业、汽车维修企业典型工作岗位对专业能力的需求, 选用了高等教育出版社出版的《汽车营销》, 在结构方面, 有汽车营销市场开发、汽车营销市场开发、汽车营销实务三个项目, 每节课都增加小组讨论, 实际案例模仿等相关内容, 增加学生的学习兴趣。

(二) 教学内容组织与安排

《汽车营销》理论 80 课时, 具体内容如下表:

领域	教学内容	要求	建议课时
汽车营销市场开发	1. 理解市场与市场营销的含义 2. 学习和培养汽车市场营销观念 3. 了解和熟悉我国汽车市场营销的发展	识记市场的含义, 识记市场营销的含义, 理解市场营销的基本理论, 能够看出案例事件中是如何使用的。	15 理论
汽车营销市场开发	1. 考察汽车销售流程 2. 了解汽车营销人员的职业要求 3. 对客户进行现场接待 4. 车辆展示与介绍	熟悉汽车销售的流程, 对汽车销售人员的职业素养有一个充分的了解, 熟知客户接待的流程和展示车辆的一个介绍。	35 理论
汽车营销实务	1. 交车准备 2. 交车的流程 3. 车辆与相关文件的交接和确认	掌握交车前的准备工作, 明白交车的流程, 相关文件的熟悉与掌握。	30 理论

四、实施建议

(一) 教材的选用

1. 教材体现了职业教育特色, 既具有通用性, 又体现针对性。本课程选用了高等教育出版社出版的《汽车营销》教材。教材体现了以就业为导向、以学生为中心的原则, 将

教学内容与生产生活中的实际应用相结合,注重实践技能的培养。反映了当前汽车营销的新知识、新方法,车辆交付的新流程。

2.教材符合中等职业学校学生的认知特点、心理特征、阅读特点和技能形成规律,适应不同教学模式的特点,为教师教学与学生学习提供比较全面的支持。

3.教材体现了职业教育特色,既具有通用性,又体现针对性。

（二）教学建议

本课程采用“项目导向、教师讲授、小组讨论”的模式进行教学,教学过程中综合运用任务教学法、演示法、启发引导法、小组讨论法、讲授法等教学方法结合多媒体课件和营销软件开展教学,教学中注重对学生职业能力的训练和社会能力的提升。

（三）教学基本条件

1. 教学场所

实训室、多媒体教室。

2. 实训设备

（1）别克威朗车 2 辆、丰田卡罗拉 1 辆,现代雅绅特 1 辆

（2）营销软件

3. 教学团队

本专业教学团队专任教师 5 人,其中专业带头人 1 名,教学名师 1 名,80%以上教师具有双师资格。团队的建设以专业带头人和骨干教师为核心,以强化教师实践能力为重点,形成“双师型”教师队伍的团队合力。

本课程按工作领域开展,共有 8 个工作领域,每个工作领域相对独立,可由 1—2 名专业教师按任务开展教学。

（四）考核与评价

本课程采用理论考核、课堂平时表现、完成作业情况相结合,理论考核 60%,课程表现 20%,作业 20%。

理论考核分为期中和期末阶段性评价,采取笔试的形式,考核内容侧重于汽车营销的基础内容和营销案例分析。

（五）课程资源的开发与利用

教辅材料:应力求贴近生活、贴近实际,紧扣专业人才培养方案,依托来源于生产经营一线的情境、案例、数据等素材开发、整理和利用。

信息资源：充分利用互联网、多媒体、微课等信息技术资源，搭建课程信息资源平台。加强课程的网络资源建设，把与课程有关的文献资料、教学大纲、电子教案、教学课件、习题、教学视频等嵌入网络体系，并构建学生与教师的网络互动平台，为学生的自主学习营造信息资源环境。

五、编制说明

适用专业：汽车运用与维修

专业组：汽修建筑教研组

制定人：李文奇 丁晓杰 陈伟

审核人：董秀华

编制日期：2020年7月