

基于以赛促学的中职汽车营销专业教学改革研究

邵丹昱

(杭州技师学院, 浙江 杭州 311500)

摘要: 随着社会经济转型发展, 我国大力支持职业教育发展。在职业教育领域, 中职教育占据着重要地位, 需要向社会输出拥有专业技能的人才。所以, 与传统教学不同, 中职教育不应一味采用传授式教学方式, 应强调专业教育的专业性和针对性, 围绕社会职业发展需求, 开展专业教学活动。通过采用以赛促学的教学模式, 学校可为学生运用专业技术搭建平台, 激发学生学习动力, 提升专业教学质量。基于此, 本文介绍汽车行业发展背景, 分析专业教学现状、以赛促学对营销专业改革的促进作用, 探讨中职汽车营销专业教学改革策略。

关键词: 以赛促学; 中职; 汽车营销; 教学改革

近年来, 汽车行业发展如火如荼, 政府大力扶持汽车工业发展, 尤其是新能源汽车行业, 使各大经销商竞争日益激烈, 行业竞争本质上是人才竞争, 这就需要职业学校把握好人才培养方向。而汽车营销技能竞赛恰好把握着人才发展方向, 如市场对人才职业素养、职业能力、岗位职能的要求。在行业需求下, 技能竞赛内容和项目设计日趋多元化。对此, 学校和专业教师应抓住教学改革趋势, 采用以赛促教、以赛促学的教学模式, 推动汽车营销专业教学改革。

一、中职汽车营销教学的现状

(一) 延续传统化教学方式

在汽车营销专业教学中, 部分教师主要采用讲授式教学, 直接按照教材内容进行解析。尽管部分教师会采用一些信息化、现代化教学手段, 如微课课件、多媒体教室, 但未能充分体现学生学习的主体性, 影响了教学效果。

(二) 选择同质化的教材内容

在汽车营销专业教学中, 教师可选择的教材版本较多, 但教材内容存在较高程度的同质性, 实践性内容较少。同时, 部分中职学校甚至采用高职或本科院校教材, 此类教材系统性、学科性较强, 更侧重理论描述, 很难满足中职生认知需求, 与中职教育目标也存在一定差距。这样, 教师将大量时间用于处理教材, 教师教学内容与学生教材存在一定差异。

(三) 教学过程实践性不足

在汽车行业迅速发展时代背景下, 汽车、汽修相关行业人才需求不断增加。在汽车营销专业, 专业教师往往来自其他专业或直接从高校毕业, 缺乏专业方面的工作经验, 在实践技能方面存在不足。受限于师资水平, 在开展专业教学活动时, 诸多教师将理论性知识放在重要地位, 较少引入实战内容。在课程考核上, 教师多采用卷面考核方式, 理论考核占比较大, 较少考查学生实践操作能力。

(四) 教师教学案例不够新颖

在汽车营销教学中, 教师会运用案例教学方法, 带领学生分析案例, 让学生结合案例学习理论知识。但是, 在汽车营销案例的选取上, 部分教师选择的案例不够新颖, 或来自跨国集团企业, 很难引起学生的注意和共鸣。同时, 在开展教学活动时, 部分教师混淆教学举例与案例教学, 未能在课堂中组织学生分析和讨论案例, 仅简单介绍例子, 难以激发学生自学潜能。

(五) 缺少实战平台

中职教育应侧重技能教育和训练, 但仅有少数学校搭建起市场营销的实战平台。当前, 部分中职学校实训设备和条件有待完善, 很难为学生提供特定的情景模拟训练和实训场所, 学生缺乏营销策划市场调查的训练机会。

二、以赛促学对中职汽车营销专业教学的积极作用

(一) 促进专业师资队伍建设

当前, 在行业需求变化的同时, 技能大赛项目和内容也在不断更新, 这就要求教师具备更高的专业水平。指导教师不仅要熟悉赛项内容、规程, 还要不断了解专业新要求、新知识。在训练和指导学生时, 教师也需要不断更新知识储备。技能大赛在检验学生知识和技能水平的同时, 也能带动教师了解新知识, 激励其提升实践水平。通过了解赛项内容, 教师能够不断积累素材, 加快教学改革。

(二) 调动专业学生学习主动性

在每一次技能大赛中, 各个赛项体现了行业岗位需求。如汽车营销赛项, 主要考查学生汽车营销策划和销售能力, 这些内容体现了专业学生的职业素养和核心能力, 要求学生拥有较强的学习能力、扎实的理论基础。只有系统化地学习赛项相关知识, 学生才能轻松地应对各种赛项, 展现个人能力。在此基础上, 学校可宣传校内学生获取的成绩, 引导学生向获奖选手学习, 激发学生参与技能竞赛的兴趣, 塑造良好专业学习氛围。

(三) 提升学生专业技能水平

作为交流技能的平台, 技能大赛可为不同学校学生切磋和交流提供平台。同时, 对于完成省赛的学生, 能够获得学习自信心和认同感, 更加主动、积极地备战国赛。进入国赛圈的选手都十分优秀, 要想继续获得良好的成绩, 学生必须要提升对个人的要求, 提前考虑赛场上可能出现的情况。面对各种情况, 学生需要在教师的指导下, 学会有效处理赛场问题。通过模拟真实的赛场, 教师可带领学生反复训练内容, 帮助学生抓住各个给分细节, 锻炼其应对客户能力、表达能力, 提升学生职业素养。

三、技能竞赛与汽车营销专业教学融合路径

(一) 技能竞赛与人才培养目标相融合

对中职汽车类专业, 要想达到职业技能竞赛目标, 教师必须发挥好技能竞赛作用, 将企业岗位与专业发展相对接。首先, 围绕技能竞赛开展专业教育, 符合中职课程改革需求。其次, 职业技能竞赛为专业教学提供了明确的方向和具体教学内容, 教师可借此提升学生职业能力和专业素养, 强化个人学习能力。同时, 基于职业技能竞赛, 教师可从多角度、多方面入手, 提升整体教学水平。基于行业发展需求, 中职汽车营销专业教师可培养服务型、实践型、技术型的人才, 进一步实现中职人才培养目标。由此, 技能竞赛与专业人才培养目标存在趋同性, 二者能够相辅相成、相互促进。

(二) 课程内容与技能竞赛环节融合

基于学生未来职业发展和就业需求, 学校、企业、相关部门围绕岗位工作内容、用人标准, 设计出指导性、实用性的竞赛环节。

在汽车营销技能竞赛中,包含了服务接待综合技能竞赛、配件管理竞赛、基本技能竞赛等三个板块,涉及市场拓展、二手车评估、保险理赔、销售顾问、保险理赔等岗位,各个竞赛环节与内容高度契合企业岗位需求。由此,在培养汽车营销专业人才时,教师应深入分析职业技能竞赛的行业标准规范、相关规则和目标任务,根据这些内容优化课程教学机制,围绕职业岗位能力完善教学内容和方法。

(三)项目化考核标准与竞赛标准融合

从汽车营销专业教学方面看,技能竞赛内容、核心技能要求与企业岗位能力相统一,同时与人才培养内容相关联。所以,在设置竞赛考核标准时,相关人员应充分研究行业用人标准,分析和考核学生实践操作水平和理论知识水平。对于新能源汽车运用与维修方向的技能竞赛,相关人员可引入特定品牌的最新款轿车,评价学生实践操作能力。在电路电机系统检测活动、综合故障诊断活动中,相关人员可考核各个参赛小组的问题分析与解决能力、组织协调能力、设备使用能力,以及职业能力、安全意识、工作效率等。

(四)双师队伍建设与技能竞赛融合

中职学生技能素养水平、学校专业改革成效体现在技能竞赛成果上,这就需要教师时刻提升自身教学能力和实践指导水平。由此,无论是教学指导还是日常教学,教师应树立双师型教师发展目标,不断完善自我,寻求突破,提升专业能力。只有组建起高水平、高素质的双师型团队,学校才能为汽车营销专业改革提供保障。在条件允许的情况下,学校可抓住技能竞赛契机,邀请企业骨干人才、行业精英参与竞赛和教学活动,为学生技能发展提供指导。

四、中职汽车营销专业实践教学改革路径

(一)建设开放性汽车营销实训中心

基于校内外优秀双师队伍的支持,学校要想推动专业实践教学改革,必须将建设汽车营销实训中心放在重要地位。参照全国职业技能大赛规模,学校可联合企业、行业人员,设置汽车售后服务接待厅、汽车配件室、汽车营销基本技能仿真模拟室、汽车营销展销展厅,既能够为专业常规教学提供实践场地,又能为培养大赛人才提供条件,真正促进技能大赛与专业实训教学结合。同时,根据专业能力培养需求,校企双方可共建多功能实训室,开展营销礼仪训练、企业课堂、企业冠名班教学活动,拓展实践教学内容,形成特色化的专业实训模式。此外,学校和相关人员应规范实训室管理制度,采用6S管理教育方式,提升实训中心的开放性,鼓励更多学生在课外加入实训队伍中,在高仿真、特定性场所内多动手、多切磋,提升学生技能水平。

(二)探索小班化、模块化、一体化教学模式

为促进常规教学与职业技能大赛衔接,教师应分析大赛相关课程特点,探索模块化、小班化、理实一体化实践模式,有效实现人才培养目标。在专业课程中,包含了底盘构造与拆装、汽车清洗、汽车轮胎拆装与动平衡、发动机构造与拆装、汽车使用与维护等课程,以及核心专业课程,如汽车售后服务接待、汽车销售。在上述课程中,教师可采用采用小班化教学模式,将各个班级划分为A、B两组,引导学生一边学习理论,一边完成实践活动,实现一体化教学。与传统讲授式教学相比,此种教学模式需要更多优秀师资的支持,对教师技能水平具有较高的要求。因此,学校应站在更高的维度,克服师资、实训资源方面的困难。通过加强校企合作、产教融合的方式,引入先进师资力量、竞赛资源,打造基于项目任务的一体化教学模式,提高课堂教学质量。

(三)设置企业课堂,增加校外实训机会

在国家相关部门的支持下,职业教育与企业联系不断增加,职业学校学生需要在完成在校学习活动时,参与顶岗实习活动。通常情况下,学生需要参与半年的顶岗实习活动,学校可根据相关文件要求,实施2.5+0.5的人才培养模式,延长学生的在校学习时间,有助于提升学生综合素质。但是,在课程设置上,学校和教师面临新困难。对此,在设置专业课程时,学校可引入企业课堂模式,邀请企业销售精英、领导担任教师,运用企业真实环境替代传统课堂,建设校内外实训基地,让学生以实习人员的身份学习,有效对接顶岗实习与企业课堂。在具体教学活动中,企业课堂可与顶岗实习阶段相结合,学校可与企业加强沟通和联系,设置特定的时间节点,要求学生进入4S店学习,向学生传授职业知识,促进其转化为职业人角色。

(四)加强校企合作深度,培养企业所需人才

在职业教育的发展过程中,校企合作占据着重要地位,为推进职业教育现代化发展,必须将校企合作视为重点。无论是组织校内教学活动、职业技能大赛,校企双方均可深入对话和沟通,建立起与技能大赛品牌的联系,邀请师生进入奇瑞、北京现代、丰田汽车品牌参加培训。在企业真实的环境下,师生可接触典型工作任务,通过与企业培训教师交流,积累实战经验,提升学习效果。校企双方也可专门开设企业冠名班,如现代专班、丰田专班、奥迪专班,将销售技巧、营销策略、企业文化、车型知识融入其中,邀请销售顾问、企业领导参与授课,打造贴合企业工作氛围的教学模式,丰富校企合作活动内涵。根据不同年级段学生发展需求,校企双方可针对性地制定合作方案,充分利用企业的资金和技术,调动学生学习参与度。在企业的协助下,学校培养出的优秀学生将进入企业岗位,实现校企双赢。通过加强校企协同,学校既能够培养出受企业欢迎的技能人才,又能达到专业人才培养目标,输出一批参加省赛和国赛的优秀人才,实现以赛促教的目的。

五、结语

综上所述,围绕技能竞赛,推动汽车营销专业教学改革,影响着学生专业发展自信心、专业技能提升、专业教师创新发展。因此,在今后的教学实践中,学校、企业和教师应充分发挥以赛促教、以赛促学的教学优势,构建契合学生成长成才的教学环境,促进中职教育的发展和创新发展,为社会的发展提供更多更好地专业性技术人才。

参考文献:

- [1] 张娟.“以学生为中心”理念下“以赛促学”模式的实践与反思——以南阳理工学院市场营销专业为例[J].南阳理工学院学报,2020,12(1):90-94.
- [2] 聂进.“以赛促学、以赛促训”教学模式研究与实践——以黄冈职业技术学院汽车营销与服务专业为例[J].黄冈职业技术学院学报,2017,19(2):30-32.
- [3] 于雯,崔宇.以赛促学,以赛促教,以赛促研——通过全国高校市场营销大赛推动市场营销专业实践教学改革的探索[J].新课程·下旬,2015(9):74-74,76.
- [4] 谢婷.基于职业技能竞赛的高职市场营销专业实践教学改革的探索——以广东职业技术学院为例[J].教师,2021(33):94-95.
- [5] 陶楠,范丽君,王佳莹.市场营销专业学生实践教学改革的探索——以全国市场营销大赛促进实践教学改革的探索[J].边疆经济与文化,2014(10):84-85.