

江苏省职业学校 实施性教学计划审批表

专 业	汽车整车与配件营销专业
学 制	三 年
招 生 对 象	初中毕业生
学校（盖章）	江苏省徐州市中等专业学校
填 报 日 期	二〇二〇年九月

江苏省徐州市中等专业学校

汽车整车与配件营销专业实施性人才培养方案

一、专业名称（专业代码）

专业名称：汽车整车与配件营销

专门化方向： 整车营销、配件销售与管理、汽车售后服务

二、入学要求

初中毕业生或具有同等学力者

三、基本学制

基本学制：3 年

四、培养目标

本专业坚持立德树人，面向汽车销售与维修等行业企业，培养从事汽车整车销售、汽车配件销售与管理、二手车评估及汽车保险理赔工作，具备职业生涯发展基础和终身学习能力，德智体美全面发展的高素质劳动者和技能型人才。

五、职业岗位面向、职业资格及继续学习专业

序号	对应职业（岗位）	职业资格证书举例	专业（技能）方向
1	汽车销售	商用车销售服务	整车销售
2	汽车配件管理员	商用车销售服务	配件销售与管理
3	售后服务顾问	商用车销售服务	汽车售后服务

说明：可根据实际情况和专业（技能）方向取得1或2个证书，1+X 证书试点模块证书可代替相关证书。

六、人才规格

本专业毕业生应具有以下职业素养、专业知识和技能：

（一）职业素养

1. 具有良好的道德品质、职业素养、竞争和创新意识；
2. 具有健康的身体和心理；
3. 具有良好的责任心、进取心和坚强的意志；
4. 具有良好的人际交往、团队协作能力；
5. 具有良好的书面表达和口头表达能力；
6. 具有基本的科学文化素养，通过不同途径获取信息、继续学习的能力；
7. 具有运用计算机进行技术交流和信息处理的能力；
8. 具有安全文明生产、节能环保、遵纪守法的相关能力；
9. 具有一定的文献检索、资料查询的能力，能独立学习新知识、新技术的能

力；

10. 具有一定的英语阅读和会话交流能力。

（二）专业知识和技能

1. 具备基本的计算机操作能力；
2. 具备汽车产品市场调查的能力；
3. 掌握汽车结构原理和具备对汽车进行技术评价的能力；
4. 握汽车销售的基本原理和销售技巧；
5. 具备汽车零配件入库、仓储及出库的管理能力；
6. 具备汽车销售现场的管理能力；
7. 具备机动车评估与车辆损坏鉴定的能力；
8. 具备汽车售后服务和技术咨询的能力；

（三）专门化方向

整车销售：具有根据来访客户需求，详尽介绍相关车型、配置、颜色及其性能、特点和相关服务的能力；具有对车辆性能进行技术评价，为客户提供购车建议的能力；具有基本营销策划和市场调查分析能力；对二手车评估鉴定，并且预估基本价格的能力。

配件管理与销售：熟悉汽车零配件的结构性能，具有正确向客户介绍其使用方法和注意事项的能力；熟悉汽车零配件仓储管理规定，具有正确操作零部件入库、仓储及出库相关流程的能力；具有熟练操作配件管理软件的能力。

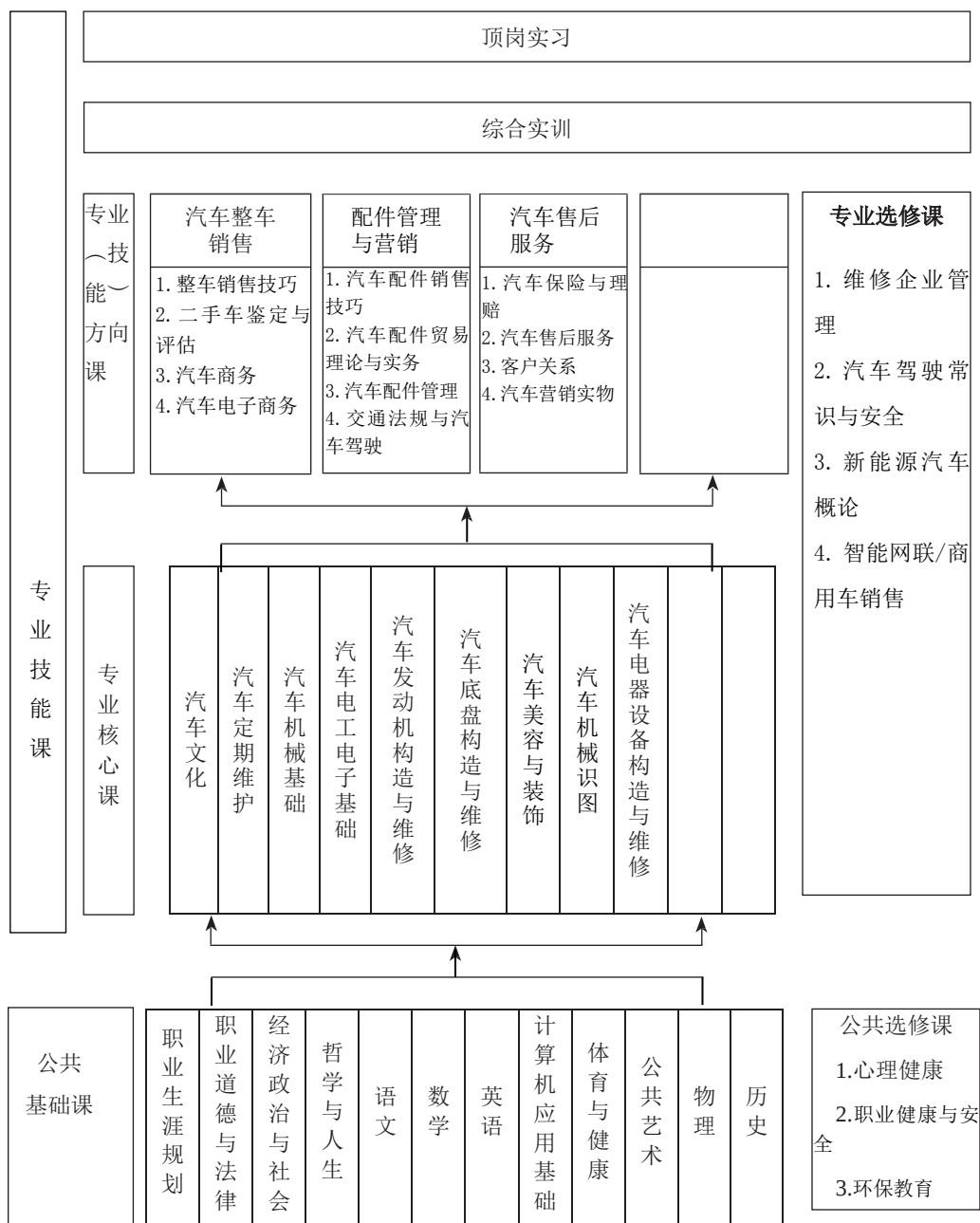
汽车售后服务：具有与汽车维修客户沟通的基本能力；具有处理客户的常见投诉的能力；具有汽车维修时间估算与办理汽车保险理赔的能力；具有汽车售后服务作业流程及电脑操作，熟练使用维修企业管理软件的能力

七、主要接续专业

高职：汽车技术服务与营销、汽车运用技术

本科：汽车服务工程

八、课程结构



九、课程设置及要求

本专业课程设置分为公共基础课和专业技能课。公共基础课包括德育课、文化课、体育与健康、公共艺术、历史，以及其他自然科学和人文科学类基础课。专业技能课包括专业核心课、专业（技能）方向课和专业选修课，实训实习是专业技能课教学的重要内容，含校内外实训、顶岗实习等多种形式。

（一）公共基础课

序号	课程名称	主要教学内容和要求	学时
1	职业生涯规划	依据《中等职业学校职业生涯规划教学大纲》开设，并与专业实际和行业发展密切结合	32
2	职业道德与法律	依据《中等职业学校职业道德与法律教学大纲》开设，并与专业实际和行业发展密切结合	36
3	经济政治与社会	依据《中等职业学校经济政治与社会教学大纲》开设，并与专业实际和行业发展密切结合	34
4	哲学与人生	依据《中等职业学校哲学与人生教学大纲》开设，并与专业实际和行业发展密切结合	32
5	语文	依据《中等职业学校语文教学大纲》开设，并注重在职业模块的教学内容中体现专业特	217
6	数学	依据《中等职业学校数学教学大纲》开设，并注重在职业模块的教学内容中体现专业特	149
7	英语	依据《中等职业学校英语教学大纲》开设，并注重在职业模块的教学内容中体现专业特	149
8	计算机应用基础	依据《中等职业学校计算机应用基础教学大纲》开设，并注重在职业模块的教学内容中体	136
9	物理	依据《中等职业学校物理教学大纲》开设，并注重在职业模块的教学内容中体现专业特	32
10	体育与健康	依据《中等职业学校体育与健康教学指导纲要》开设，并与专业实际和行业发展密切结合	162
11	公共艺术	依据《中等职业学校公共艺术教学大纲》开设，并与专业实际和行业发展密切结合	17
12	历史	依据《中等职业学校历史教学大纲》开设，并与专业实际和行业发展密切结合	36

（二）专业技能课

1.专业核心课

序号	课程名称	主要教学内容和要求	学时
1	汽车文化	了解汽车的发展历史，能简述汽车名人事迹，掌握汽车运动等相关知识，了解世界著名汽车公司和名车车标的相关知识	16

2	汽车材料	了解汽车常用黑色金属和有色金属材料的类型、特点；掌握汽车常用的塑料、橡胶、皮革、玻璃等非金属材料类型；能正确识别汽车常用非金属材料；能据车型、气温以及环境条件选择合适材料。	18
3	汽车机械基础	了解常用传动机构的构造、原理和液压传动相关知识；掌握汽车中常见传动机构的工作原理，具备正确识读汽车零件图的能力	64
4	汽车电工电子基础	了解电阻、电容、电感、二极管、三极管等汽车常用电子元件的基础知识，并能进行性能检测；能够熟练运算简单的直流电路	64
5	汽车发动机构造与维修	了解发动机的构造和原理；掌握汽车发动机各部分组成、原理及检修方法；能进行发动机的拆装；会进行汽车发动机简单故障的诊断与排除	108
6	汽车底盘构造与维修	了解转向、制动、悬架的结构和工作原理；掌握离合器、变速箱、传动轴及碰撞元件、万向节、驱动桥、四轮驱动各总成的结构和工作原理；能进行轮胎的更换；能进行手动变速器、传动轴、主减速器、差速器的拆装；会进行汽车的四轮定位，并进行必要的调整	108
7	汽车定期维护	了解汽车的类型、牌号；掌握汽车各系统与总成的名称、作用、基本结构和连接关系，能初步分析汽车基本结构；能完成新车交车前的检测（PDI 检测），能完成汽车 5000 km 以内的各级维护；培养学生认真负责的工作态度和团队协作能力。掌握汽车相关零部件的检查和调	108
8	汽车电器设备构造与维修	掌握蓄电池、发电机、起动机等发动机电器的结构和工作原理；掌握汽车照明、仪表、中控门锁、天窗、喇叭、雨刮、安全气囊等系统的结构和工作原理，能正确运用汽车电路图、维修手册，能正确使用汽车电气设备维修基本工具、设备拆卸、检查、装配车身电气设备各总成部件，能排除汽车车身电气设备常见故障	108
9	汽车机械识图	熟悉有关制图国家标准的基本知识，掌握机械制图的投影原理。掌握常用件和标准件的规定画法、标记及有关标准表格的查用方法。了解中等复杂程度机械零件图和装配图的识读和测绘	64

2.专业（技能）方向课

（1）汽车整车销售

序号	课程名称	主要教学内容和要求	参考学
1	整车销售技巧	1. 了解整车销售技巧、车行销售基本功 2. 学会呢流程第一关：初次接待流程、第二关：跟单促单、流程第三关：有效展示、流程第四关：签约动作。	104
2	二手车鉴定与评估	1. 学会接受委托 2. 学会核查证件 3. 学会核查税费 4. 学会车辆拍照	52
3	汽车商务	1. 了解汽车营销服务礼仪 2. 了解汽车营销知识、汽车销售工作流程和项目零配件销售	65
4	汽车电子商务	1. 了解汽车电子商务概述、汽车电子商务的信息网络技术基础、汽车电子商务的支撑体系、 2. 了解汽车在线零售与 B2C、汽车 B2B 电子商务、汽车电子商务信息技术、汽车网络营销、汽车电子商务安全体系、汽车行业电子商务应用和汽车电子商务网站设计与建设	26

（2）配件管理与营销

序号	课程名称	主要教学内容和要求	学时
1	汽车配件销售技巧	1. 了解汽车市场的分析、汽车配件的分类和标识 2. 了解汽车配件销售技巧：店面销售和渠道销售、顾客的接待、销售沟通的技巧、心态管理和	104
2	汽车配件贸易理论与实务	1. 了解汽车配件市场销售业务、汽车配件产品推介、 2. 了解汽车配件合同的签订、汽车配件交接、汽车配件售后服务、汽车配件产品促销、汽车配	65
3	汽车配件管理	1. 了解汽车配件相关常识、汽车结构基础知识、汽车常见易损件和常用材料、汽车配件市场调查与预测 2. 了解汽车配件目标市场营销与策略、汽车配件订货管理和仓储管理,以及汽车配件营	52
4	交通法规与汽车驾驶	1. 了解公路法、公路运输管理法规、反不正当运输竞争法规、中华人民共和国道路运输条例、汽车货物运输规则 2. 了解汽车旅客运输规则、公路运输合同、道路	26

(3) 汽车售后服务

序号	课程名称	主要教学内容和要求	学时
1	汽车保险与理赔	1. 汽车保险产品 2. 承保理赔实务 3. 事故现场的查勘 4. 车辆损失定损实务	104
2	汽车售后服务	1. 汽车维修业务接待的素质与职责 2. 汽车维修制度、汽车维修合同、汽车配件知识 3. 汽车维修收入与维修合同、三包索赔与机动车辆保险、财务知识 4. 汽车维修接待软件的使用与维修服务核心流程等内容	52
3	客户关系	1. 了解汽车行业客户资源管理、汽车行业客户开发、汽车行业客户回访管理、 2. 了解汽车行业客户满意度和忠诚度、汽车行业客户投诉管理、汽车行业客户关系管理的效果评估	65
4	汽车营销实务	1. 了解营销的基本知识； 2. 了解推销员素质要求与推销基本礼仪； 3. 了解推销准备与策划； 4. 掌握顾客接近技术与说服技巧。	26

3.顶岗实习

顶岗实习是汽车整车与配件营销专业最后的实践性教学环节，是对所学知识技能进行的一次综合性实践，是培养学生综合职业能力的重要环节。通过顶岗实习，使学生了解汽车维修企业组织机构、相关岗位的工作内容及汽车营销的工作过程，提高社会认识和社会交往的能力，学习企业在职人员的优秀品质和敬业精神，养成正确的劳动态度，明确自己的社会责任，初步具有上岗工作的能力。

十、教学时间安排

(一) 基本要求

每学年为 52 周，其中教学时间 40 周（含复习考试），累计假期 12 周，周学时一般为 28 学时，顶岗实习按每周 30 小时（1 小时折合 1 学时）安排，3 年总学时数为 3000~3300。课程开设顺序和周学时安排，可根据实际情况调整。

公共基础课学时约占总学时的 1/3，允许根据行业人才培养的实际需要在规定的范围内适当调整，但必须保证学生修完公共基础课的必修内容和学时。

专业技能课学时约占总学时的 2/3，在确保学生实习总量的前提下，可根据实际需要集中或分阶段安排实习时间，行业企业认知实习应安排在第一学年。课

程设置中应设选修课，其学时数占总学时的比例应不少于 10%。

(二) 教学安排

1. 教学时间分配

学期	学期周数	教学周数		考试周数	机动周数
		周数	其中：综合的实践教学及教育活动周数		
一	20	18	1（军训）	1	1
			1（入学教育）		
二	20	18	/	1	1
三	20	18	/	1	1
四	20	18	/	1	1
五	20	18	3（考级技能训练）	1	1
			2（社会实践、岗前培训）		
六	20	20	19（顶岗实习）	/	/
			1（毕业教育）		
总计	120	110	30	5	5

2. 教学进程安排表

课程类别	序号	课程名称			学时数		课程教学各学期周学时										
					总学时	学分	一		二		三		四		五		六
							18周		18周		18周		18周		18周		20周
							16	2周	18周	0周	17周	1周	17周	1周	13周	5周	20周
公共基础课程	1	德育课	必修	职业生涯规划与就业创业	32	2	2										
				职业道德与法律	36	2			2								
				经济政治与社会	34	2					2						
				哲学与人生	32	2							2				
		限选	心理健康	26	2												
			职业健康与安全										2				
			环保教育														
	2	文化	必修	语文	217	13	3		3		3		3		1		
	3			数学	149	9	2		2		2		2		1		
	4			英语	149	9	2		2		2		2		1		
	5			计算机应用基础	136	8	4		4								
	6			体育与健康	136	8	2		2		2		2				
	8		限选	物理/历史	32	2	2										
	10		任选课程：美术、音乐、化学、地理、学考研修、演讲与口才			77	5	1		1		1				2	
	11		劳动课			81	5	1		1		1		1		1	
	小 计					1137	79	19	0	17	0	13	0	12	0	8	0
	12	专业	汽车机械基础			64	4	4									
	13	核心	汽车文化			16	1	1									
	14	课程	汽车美容与装饰			36	2			2							

专业 技能 课程	15		汽车材料	18	1			1									
	16		汽车机械识图	64	4	4											
	17		汽车结构认识	72	4			4									
	18		汽车电工电子技术	72	4			4									
	19		汽车定期维护	102	6						6						
	20		汽车底盘构造与维修	102	6				6								
	21		汽车发动机构造与维修	102	6				6								
	22		汽车电器设备构造与维修	102	6						6						
	小 计			750	44	9	0	11	0	12		12		0		0	
	23	技能 方向 课程	整 车 销 售	整车销售技巧	78	6								6			
24	二手车鉴定与评估			52	4								4				
25	汽车商务			65	5								5				
26	汽车电子商务			26	2								2				
27	1+X 证书培训及考核			84	3									3 周			
28	配 件 管 理 与 销 售		汽车配件销售技巧	78	6									6			
29			汽车配件贸易理论与实务	52	4									4			
30			汽车配件管理	65	5									5			
31			交通法规与汽车驾驶	26	2									2			
32			1+X 证书培训及考核	84	3										3 周		
33	汽 车 售 后 服 务		汽车保险与理赔	78	6										6		
34			汽车售后服务	52	4										4		
35			客户关系管理	65	5										5		
36			汽车营销实务	26	2										2		
37			1+X 证书培训及考核	84	3											3 周	
小 计			305	20	0	0	0	0	0	0	0	0	17	3 周			

	38	专 业 选 修 课	维修企业管理	34	2						2					
	39		汽车驾驶常识与安全	26	2								2			
	40		新能源汽车概论	34	2				2							
	41		智能网联/商用车销售	34	2						2					
	小 计			128	8	0	0	0	0	2	0	4	0	2	0	
	42	综 合 实 训	军训/入学教育	28	1		2 周									
	43		社会实践及岗前培训	28	1									2 周		
	44		职业资格证书考核实训	28	1								1 周			
	45		毕业教育	28	1										1 周	
	46	顶岗实习		570	19											19 周
	小 计			766	29		2 周						1 周		2 周	20 周
	合 计			3086	180	28	2 周	28	0	27		28	2 周	27	5 周	20 周

注：注：1. 总学时 3086。其中公共基础必修和限选课程总课时 1137，占总学时 40.5%，专业技能课占比约 50.7%；2. 总学分 180。学分计算办法：第 1 至第 5 学期每学期 16-18 学时记 1 学分；军训、入学教育、社会实践活动、岗前教育、毕业教育等活动 1 周记 1 学分。

十一、教学实施

（一）教学要求

1. 公共基础课

公共基础课的教学要符合教育部有关教育教学的基本要求，按照培养学生基本科学文化素养、服务学生专业学习和终身发展的功能来定位，重在教学方法、教学组织形式的改革，教学手段、教学模式的创新，调动学生学习的积极性，为学生综合素质的提高、职业能力的形成和可持续发展奠定基础。

2. 专业技能课

专业技能课的教学要体现现代职业教育理念，以具有代表性的汽车运用与维修典型工作任务为载体，以课程知识、能力、素质目标设计教学项目和任务，以汽车整车销售、配件管理与销售、汽车售后服务等的实际工作流程展开教学，贴近汽车整车与配件营销实际，“教、学、做”相结合，突出技能培养。加强校企合作运行机制建设。中等技能型人才的培养必须坚持走工学结合的道路，紧密依托行业或企业建立工学结合的有效运行机制。通过与相关行业或企业签订产学研合作的协议，建立专业教学专家咨询委员会，走工学结合、校企合作的人才培养之路。工学结合也是“双师型”教师培养和教师科研能力提高的最佳途径。密切关注汽车整车与配件营销专业技术的最新发展方向，通过真正深化校企合作，及时调整课程设置和教学内容，将本专业领域的新知识、新技术、新材料、新工艺和新方法补充和更新到专业教学内容中，使学生及时了解本领域的最新技术发展，并掌握相关技能。

（二）教学管理

教学管理要更新观念，改变传统的教学管理方式；要依据本标准的要求制订本专业教学计划，配备师资、教材、教学资料和实训资源。制订校内实训课程管理规定，贯彻落实教育部、财政部颁发的《中等职业学校学生实习管理办法》。加强教学过程性质量监控和考核评价，依据专业核心课的标准评价教学水平。

十二、教学评价

教学评价应体现评价主体、评价方式、评价过程的多元化，注意邀请企业专家参与考核工作，共同制订考核内容和考核标准，重视学生综合职业能力的考核与评价。教学评价采用学生自评与互评、教师评价和企业专家评价相结合，过程性评价与终结性评价相结合的评价体系。教学评价包括对专业知识、专业

技能和 关键能力三个方面的评价，权重可自行设计，各专项评价所采用的考核方式分别 为专业知识的评价主要采取笔试的形式进行考核；专业技能的评价主要采取实际 操作的形式进行考核，以课程在企业生产实际中比较典型和常见的工作任务作为考 核内容(可以单人完成任务的方式考核或小组合作完成任务的方式进行考核)；关键能力的评价主要以学生平时的综合表现进行考核，涉及情感、态度、意识、习惯、方法、合作和创新等，涵盖出勤及仪容仪表、学习态度、计划可行性、工作态度与 习惯、发现问题的敏锐性、处理问题的及时性、沟通能力和合作精神等方面的考核。

十三、实训实习环境

本专业配备校内实训实习室和校外实训基地。

(一) 校内实训实习室

校内实训实习必须具备汽车电工电子实训室、钳工实训室、汽车发动机构造与维修实训室、汽车底盘构造与维修实训室、汽车发动机电控系统检修实训室、汽车电气设备检修实训室、汽车空调系统检修实训室、汽车维修中级工考证实训室、汽车维修业务接待实训室、汽车整车实训场、汽车综合实训室、汽车营销实训室等，主要工具和设施设备的名称及数量见下表。

序号	实训室名称	主要工具和设施设备	
		名称	数量 (生均台套)
1	汽车电工电子实训室	电工电子基础实验盒（可进行并联电路、串联电路、电流、电压、电阻、欧姆定律实验，短路和断路检查，二极管、三极管、继电器、LED检测，以及整流电路、放大电路、	1/5
		汽车基础电路实验盒（可进行汽车起动系统、充电系统、点火系统、灯光系统、信号系统、刮水器系统、电动车窗系统、电动后视镜系统、手	1/5
		电磁学基础实验盒（可进行电磁铁和电磁感应、对置式互感、内置式互感、法拉第左手定则、旋转式法拉第左手定则、直流电动机模型、交流发电机带整流二极	1/5
		万用表	1/5
2	钳工实训室	工作台	1/2
		台虎钳	1/1
		钳工工具	1/1
		通用量具	1/5
		台式钻床	1/10

		砂轮机	1/20
		平板、方箱	1/5
3	车发动机构造与 维修实训室	汽车起动充电机	1/40
		汽车发动机解剖台架	1/40
		发动机各系统示教板	1/40
		发动机起动试验台架	1/20
		汽车总成及拆装翻转台架	1/5
		发动机拆装工具	1/5
		发动机维修常用量具	1/5
		弹簧测力计	1/40
		磁力探伤设备	1/20
4	汽车底盘构造与维修实训室	汽车前置前驱传动系统解剖实物台架	1/40
		汽车前置后驱传动系统解剖实物台架	1/40
		各总成实物解剖教具	1/40
		汽车前置前驱传动系统实训台架	1/8
		汽车前置后驱传动系统实训台架	1/8
		自动变速器实训台架	1/8
		自动变速器总成	1/5
		自动变速器实物解剖教具	1/20
		机械转向系统及前桥实训台架	1/5
		动力转向系统及前桥实训台架	1/5
		电控动力转向示教实训台架	1/40
		电控悬架示教实训台架	1/40
		汽车制动系统（盘式制动器）实训台架	1/5
		汽车制动系统（鼓式制动器）实训台架	1/5
		汽车 ABS 示教实训台架	1/40
		汽车变速器举升机	1/40
		轮胎扒胎机	1/20
		轮胎动平衡机	1/20
		汽车四轮定位仪	1/40
		汽车底盘常用拆装工具	1/5
		汽车底盘维修常用量具	1/5
		汽车底盘拆装专用工具	1/5
5	汽车发动机电控实训室	充电系统示教实训台架	1/40
		起动系统示教实训台架	1/40
		汽车起动机	1/5
		汽车发电机	1/5
		汽车起动机、发电机试验台	1/40

		发动机电控教学示教板	1/40
		电控发动机实训台架	1/5
		电控发动机传感器、执行器	1/5
		气缸压力表	1/5
		燃油压力表	1/5
		汽车故障诊断仪	1/5
		汽车专用示波器	1/5
		万用表	1/5
		汽车五气体废气分析仪	1/40
		真空度检测仪	1/5
		点火正时灯	1/5
		异响听诊器	1/5
		喷射油嘴清洗机	1/40
		红外测温仪	1/5
		常用工具	1/5
		汽车起动充电机	1/40
6	汽车电气设备检修实训室	车身电器实训台架	1/5
		汽车中控、防盗、电动后视镜、电动车窗 示	1/40
		汽车灯光信号仪表示教板	1/40
		音响示教实训台架（板）	1/40
		安全气囊示教实训台架（板）	1/40
		倒车雷达示教实训台架（板）	1/40
		汽车巡航示教实训台架（板）	1/40
		汽车电器维修常用工具	1/5
		万用表	1/5
		汽车用试灯	1/5
7	汽车空调系统检修实训室	汽车起动充电机	1/20
		汽车空调管路模拟连接实训台架	1/5
		汽车手动空调电路连接实训台架	1/5
		汽车手动空调实训台架	1/5
		汽车自动空调实训台架	1/5
		荧光/电子测漏仪	1/5
		电子温湿度计	1/5
		制冷剂回收加注机	1/20
		汽车空调歧管压力表组	1/5
		汽车空调维修用真空泵	1/5
		汽车空调常用维修工具	1/5
		万用表	1/5
8	汽车维修中	汽车发动机自动变速器实训台架	1/20

	级工考证实训室	汽车故障诊断仪	1/20
		汽车专用万用表	1/20
		汽油发动机气缸压力表	1/20
		汽车发动机总成及拆装翻转台架	1/20
		实训平台	1/20
		离合器手动变速器实训台架	1/20
		主减速器拆装检测实训台架	1/20
		转向系统及前桥实训台架	1/20
		制动系统实训台架	1/20
		汽车五气体废气分析仪	1/40
		汽车维修常用工具	1/5
9	汽车维修业务接待实训室	实训轿车（可共用）	1/20
		汽车维修业务接待工位	1/20
		汽车维修业务接待管理系统	1/40
		计算机	1/2
10	汽车整车实训场	实训轿车（可共用）	1/5
		汽车维修举升机	1/5
		压缩空气站及管路系统	1/40
		尾气排气设施	1/40
		汽车定期维护常用工、量具	1/5
11	汽车综合实训室	实训轿车（可共用）	1/20
		汽车四轮定位用举升机	1/40
		四轮定位仪	1/40
		制动试验台	1/40
		轴重仪	1/40
		侧滑试验台	1/40
		车速表试验台	1/40
		灯光检测仪	1/40
		噪声检测仪	1/40
		发动机综合性能检测仪	1/40
		汽车故障诊断仪	1/40
		汽车网络系统示教实训台架	1/40
		汽车维修常用工具及工具车	1/40
12	汽车营销实训室	现代名图	1/40
		现代索纳塔9	1/40
		谈判桌及座椅	1/40
		多媒体电视机	1/40

注：教学功能室可以按照教学项目、设备、师资等，进行整合确定。

（二）校外实训基地

共建校外实训基地四家，启辰、三菱、大众、奔驰，需要开展相关实训项目、认识时间、企业文化体验等内容时需提前到汽车学院报备，统一安排。

十四、专业师资

目前汽车学院专任专业教师15人，本科以上学历15人，占比100%；研究生学历（或硕士以上学位）4人，占比26.7%；高级职称5人，占比33.3%；专任专业教师获得高级工以上职业资格12人，占比80%；获得技师以上职业资格8人，占比53.3%。所有专任专业课教师每两年有不少于2个月的时间参加企业实践；依托基地，建有2017年江苏省汽车维修基本技能大赛教师组金牌获得者石勇老师“技能大师工作室”。基地管理人员有3名，专职管理人员1名，专职管理人员占管理人员总数的33.3%，管理人员都具有本科学历；管理人员都具有技师资格或非教师系列中级以上技术职称。基地人员工作职责分工明确，管理人员负责实训基地的日常管理，设备保养和维护，辅助教师开展技能教学。实施过程中严格根据学生人数变化和教育部颁布的《中等职业学校教师专业标准》和《中等职业学校设置标准》的有关规定，进行教师队伍建设，合理配置教师资源。专任教师的学历职称结构应合理，至少应配备具有相关专业中级以上专业技术职务的专任教师2人；建立“双师型”专业教师团队，其中“双师型”教师的比例应不低于30%；应有业务水平较高的专业带头人。专业专任教师应具有中等职业学校教师资格证书和相关专业资格证书，有良好的师德，对本专业课程有较为全面的了解，熟悉教学规律，了解和关注汽车运用与维修行业动态与车辆技术发展方向，有汽车维修企业一般维修岗位工作经验或参加汽车维修生产实践的经历，适应产业行业需求，熟悉企业情况，具备积极开展课程教学改革和实施的能力。

目前聘请省“五一劳动奖章”获得者王天宇，丰田汽车销售服务有限公司高级技师卓先龙和合众汽车销售服务有限公司高级技师王胜柏等专家为我校汽车专业兼职教师，按照学生人数和相关项目安排聘请本行业企业高技能人才担任专业兼职教师，成立兼职教师专家库，企业一线人员具备高级技师职业资格，其他应具备高级以上职称，具有丰富的从业经验和管理经验。

市（县） 职教教研机构 审定意见	盖章 年 月 日
市（县） 教育局 审批意见	盖章 年 月 日

附录 1:

实施性教学计划开发成员名单

江苏省徐州市中等专业学校汽车整车配件与营销专业专家指导委员会成员					
序号	姓名	性别	职务	职称/职业资格	单位
1	王传喜	男	校长	高级讲师	江苏省徐州市中等专业学校
2	陈福生	男	会长		徐州市汽车学会
3	卓先龙	男	技术部长	高级技师	徐州市汽车学会
4	宋良风	男	经理	高级技师	徐州公交集团
5	王于松	男	实训科科长	高级讲师/技师	江苏省徐州市中等专业学校
6	石勇	男	院长助理	讲师/高级技师	江苏省徐州市中等专业学校
7	王彬	男	教务科科长	讲师/技师	江苏省徐州市中等专业学校

汽车整车与配件营销专业职业能力分析

职业岗位	工作任务	职业技能	知识领域	能力整合排序
1. 整车销售	1.1 汽车整车销售	熟悉汽车企业的现状与发展史	1. 汽车的整体结构 2. 汽车销售流程 3. 商务礼仪和推销手段 4. 沟通技巧	一、行业通用能力 1. 具备基本的计算机操作能力； 2. 具备汽车产品市场调查的能力； 3. 掌握汽车结构原理和具备对汽车进行技术评价能力； 4. 握汽车销售的基本原理销售技巧； 5. 具备汽车零配件入库、仓储及出库的管理能力； 6. 具备汽车销售现场的管理能力； 7. 具备机动车评估与车辆损坏鉴定的能力； 8. 具备汽车售后服务和技术咨询的能力； 二、职业特定能力： 整车销售：具有根据来访客户需求，详尽介绍相关车型、配置、颜色及其性能、特点和相关服务的能力；具有对车辆性能进行技术评价，为客户提供购车建议的能力；具有基本营销策划和市场调查分析能力；对二手车评估鉴定，并且预估基本价格的能力。 配件管理与销售：熟悉汽车零配件的结
		了解汽车的特性，对汽车性能，能作出正确评价		
		熟悉汽车的结构、基本组成与工作原理		
		具备获得技术资料和信息的能力；		
		熟悉汽车使用与维护保养		
		熟悉4PS营销决策方法，会编制汽车销售计划体系；		
		熟悉汽车售后服务，懂售后经营管理		
		懂汽车销售的签约程序。		
		具有汽车销售的公关能力		
		具有汽车营销策划的能力；		
		懂汽车销售礼仪；掌握洽谈及推销技巧		
	1.2 鉴定评估与交易	熟悉汽车企业发展史；	1. 二手车鉴定与评估 2. 汽车性能检测与评价	
		能够对二手车质量作出正确评估与鉴定；		
		熟悉二手车交易过程		
	1.3 4S店运营管理	熟悉汽车4S店汽车运营管理	1. 汽车商务 2. 汽车4S	

		掌握汽车交易全过程中商务活动要素	店经营与管理	构性能，具有正确向客户介绍其使用方法和注意事项的能力；熟悉汽车零配件仓储管理规定，具有正确操作零部件入库、仓储及出库相关流程的能力；具有熟练操作配件管理软件的能力。 汽车售后服务：具有与汽车维修客户沟通的基本能力；具有处理客户的常见投诉的能力；具有汽车维修时间估算与办理汽车保险理赔的能力；具有汽车售后服务作业流程及电脑操作，熟练使用维修企业管理软件的能力 三、跨行业职业能力： 1. 具有适应岗位变化的能力。 2. 具有企业管理及生产现场管理的基础能力。 3. 具有创新和创业的基础能力。
2. 配件管理与销售	2.1 汽车配件管理	熟悉汽车零、部件名称、规格、型号；	1. 汽车配件管理	
		能够正确进行汽车商品库存管理；		
	2.2 汽车零配件销售	能够识读汽车零件图和装配图；	1. 汽车配件销售技巧 2. 汽车配件贸易	
		熟悉汽车零、部件名称、规格、型号；		
		能够熟悉汽车配件销售技巧		
3. 售后服务	3.1 事故汽车估损	熟悉保险与理赔的实务；	1. 汽车查勘与定损	
		对事故车损坏情况做出正确评价		
	3.2 汽车保险业务	熟悉汽车参保种类和流程	1. 汽车保险	
		熟悉各种保险的保障范围和理赔		
	3.3 售后服务	熟悉汽车构造和汽车典型故障的诊断；	1. 汽车售后服务 2. 汽车维修企业管理软件	
		能够接待顾客、进行信息沟通；		

汽车整车与配件营销专业行业企业调研报告

一、 调研的目的与内容

1. 汽车营销类人才现状与需求
2. 汽车服务相关企业汽车营销岗位群
3. 汽车营销类人才职业能力要求

二、 调研的时间、对象及方式

调研时间：2016 年 5 月开始。

调研对象：校外企业、其他职业院校、专业教师、毕业生。

调研方式：走访调研、电话调研、座谈会调研

三、 调研统计分析

1、汽车营销类人才现状与需求

自上世纪九十年代中后期以来，汽车产业作为我国的支柱产业得到了迅猛发展。根据 2015 年徐州市国民经济和社会发展统计公报, 2015 年末徐州市民用汽车保有量 85.15 万辆，比上年末增长 12.6%，本年净增 9.55 万辆；2015 年末私人汽车保有量 76.30 万辆，增长 14.8%，净增 9.84 万辆，其中，私人轿车保有量 46.26 万辆。汽车保有量的持续增长，随之而来的汽车后市场的新车销售、汽车维修、零部件供应、金融服务、保险服务、附件销售、二手车销售、交通驾驶教育的市场空间膨胀的越大。一般而言，汽车售后服务市场是汽车产业链中最稳定的利润来源，可占据总利润的 60%-70% 左右。目前，相对于整车销售的利润缩水，中国的汽车售后服务市场利润率高达 40%，而整个市场还处于初级阶段，发展潜力惊人。

汽车后服务市场需要大量的从业人员，未来相当长的时间内，涉及汽车后市场的汽车企业业务管理、汽车技术服务与贸易、汽车保险与理赔等内容的企业市场行为越来越多，也急需大量相关懂得汽车专业知识的专门人才。汽车技术服务与营销人员需求量将持续上升，人才需求将达到较大规模。同时但是目前的人员素质远远满足不了行业发展需要，由于经过系统学习的专业人员供不应求，导致大量未经任何培训的人员进入汽车服务行业。我国从事汽车服务行业人员中，初中及以下文化程度的占 38.5%，高中文化程度的占 51.5%，大专及以上学历文化程度的则仅占 10% (其中专科层次的占了大多数，而本科层次的更少)，

结构比例约为 4：5：1。在发达国家，这一比例一般为 2：4：4。从业人员中的技能等级状况同样令人担忧，技师和高级技师仅占技工总数的 8%。由于从业人员总体素质较差，导致劳动生产效率低、管理水平不高、服务质量不到位。最近几年由于汽车类的中职和高职专业毕业生进入市场，这一状况有所改观，但是高素质的专业人才尤其是掌握多种专业知识和技能的复合型人才仍然非常紧缺。今年的汽车服务企业需要的毕业生仍然供不应求。

在二手车市场上也同样出现快速增长的势头。整个市场亟需受过正规教育的、具有较高素质的二手车销售人员和二手车鉴定评估人员进入汽车销售的领域，来提升整个汽车服务业的服务质量。

2、汽车营销岗位群分布

通过对调研结果的归类，汽车服务所涉及的经营活动范围，从不同的角度可划分为不同类型，按消费过程可分为：

购销服务：整车销售、配件销售。旧车交易、金融贷款、广告宣传、购车咨询、汽车展览等；

使用服务：管理代理。燃料供应。维护修理。美容装饰、停车租赁，导航支持、意外救援、防盗保安、驾驶学校、汽车旅馆等；

权益服务：法规咨询、检测仲裁、事故分析、保险理赔等；

汽车服务范围涉及汽车消费的各个方面，但是各项服务都具有以汽车技术知识为基础，并且还需要相关领域知识支持的特点。

（1）汽车销售企业

汽车销售企业是汽车技术服务与营销专业主要的就业方向。汽车销售企业岗位群按企业的业务部门划分可以分为：

序号	岗位群	主要职位	典型工作任务
1	汽车销售	销售顾问	组织、实施汽车的销售计划，完成汽车销售客户接待、车辆介绍、客户洽谈及成交的整个业务过程；与相关人员进行业务沟通和技术交流。
		销售助理	
		展厅经理	
		销售总监	
2	市场部	市场专员	制定汽车营业推广方案，联系厂家，进行资源管理，进行网络营销，组织广告和品牌推广
		计划员	

		市场总监	活动
3	客户服务	客服专员	接待客户，客户回访，进行客户关系管理，维护客户关系，促进一般客户发展为忠诚客户
		客服经理	
4	备件部	备件专员	了解客户需求，为客户推荐适宜的汽车零配件或汽车用品，正确解释零配件或用品的使用方法，准确结算并提交发票等票据。
		备件经理	
5	二手车销售	手车销售	二手车评估、组织货源和销售
6	车险理赔部	保险专员	接受客户委托，为客户设计车辆投保方案，对车辆保险条例进行据实说明，出具报单和相关文件凭证；接受客户的报案，对事故车辆能够进行现场查勘，正确进行事故损失估损，能够正确计算赔付额，并整理出具相应文件凭证。
		保险主管	
7	售后服务	维修顾问	客户汽车进厂维修保养接待；常见故障的诊断工作；与客户保持服务跟踪；与保险理赔、维修等部门进行沟通联系

在汽车销售等企业，汽车技术服务与营销专业学生可进行顶岗实习和就业的细分岗位：1) 销售顾问；2) 前台接待；3) 保险承保员 4) 保险理赔员；5) 续保专员；6) 服务顾问；7) 客服专员；8) 服务员；9) 展厅集客统计员；10) 精品、附件销售员等。

(2) 各保险公司企业

根据目前的保险业的状况，目前汽车技术服务与营销专业的学生可在相关财产保险公司进行顶岗实习和就业。具体如下：

1) 承保岗

承保岗：主要工作是出保单。此岗位需要专业的保险知识，针对于汽车专业，以所学过《汽车保险与理赔》为优势，其他涉及的不多。承保岗分为：

1 内勤：柜面业务人员，有固定的上班时间，主要负责接待上门客户，店内的一些工作安排。

2 外勤：主要负责联系客户，为店里拉保费，俗称“跑保险”。

2) 保险理赔岗位

1 定损员：事故车的定损，现场查勘，它需要专业的汽车方面知识，与汽车技术服务与营销专业对口，例如：事故车出险后，哪些部位受损，需要修理还是换件，这些依托对汽车结构的了解，如所学的《发动机构造与维修》、《汽车底盘构造与维修》等相关内容并且需要经验。入职后，保险公司内部将培训，考定损员初级证书，工作六年后，考中级证书，还有高级证书，此岗位发展前景非常好。

2 核损员：定损之后，需要上级部门进行核损，核损比定损高一级，没有几年工作经验不容易任职。

3 索赔员：在保险理赔进行最后阶段时，需要核赔员进行最后赔款的审核。这个工作一般也是有经验的工作人员可以做。但经过定损员的工作历练，可实现定损员和核赔员的晋升。

汽车 AS 店的汽车销售、市场策划、汽车维修、汽车保险理赔部门，汽车配件销售，二手车评估与销售部门有以下岗位：

3、汽车营销类人才职业能力要求

通过调研，反映在汽车营销岗位中的职业能力要求按专业能力、社会能力和方法能力来分项统计，集中于下表。表中显示就职业能力而言，针对于汽车营销业务的岗位群所需要的能力基本都包含其中，其社会能力集中于职业素养、合作与沟通以及计划与创新能力。

专业能力	社会能力	方法能力
1、具备基本的计算机操作能力； 2、具备汽车产品市场调研的能力、 3、具有丰富的汽车构造知识和具备对汽车进行技术评价的能力； 4、掌握汽车销售的基本原理和销售技巧； 5、具备一定的汽车销售策	1、具有良好的职业道德，遵纪守法； 2、具有良好的人际交流和沟通能力； 3、具有良好的团队合作精神和客户服务意识。 4、具有一定的组织能力及协调能力	1、制定工作计划能力； 2、解决实际问题能力； 3、独立学习新技术的能力； 4、评估总结工作结果能力。

划和组织实施的能力； 6、具备汽车销售现场的管理能力，掌握用户心理学、社交礼仪； 7、具备从事汽车保险投保、查勘和理赔业务的能力； 8、掌握汽车售后服务知识与技能； 9、具有安全、文明生产和环境保护的相关知识和技能 10、有驾驶执照、熟悉汽车驾驶。		
---	--	--

4、汽车营销类人员职业素质要求

调研显示，汽车营销类人员在职业素质的 13 项指标中，职业道德、执行能力、敬业精神、合作精神、纪律观念等人文素质要求排在了前列，尽管在企业员工的不同层面上显示了素质要求的差异，但无一例外地对这些人文素质的要求都排在了前位。表明现代企业越来越注重企业员工的人文素养和基本素质，更看重员工对企业的认同和敬业奉献精神。

对于员工具备的素质最为看重的项目排序						
项目	高层 管理者	中层 管理者	技术 主管	服务/销 售顾问	平均	排序
职业道德	10.0	10.0	9.92	9.64	9.89	1
执行能力	9.82	9.89	9.73	9.14	9.65	2
敬业精神	9.45	10.0	9.36	9.57	9.60	3
合作精神	9.27	9.89	9.33	9.57	9.52	4
纪律观念	9.55	9.44	8.75	9.57	9.33	5
进取精神	9.00	10.0	8.75	9.43	9.29	6
质量意识	9.36	9.33	9.33	8.71	9.18	7

学习精神	9.45	9.33	8.83	9.07	9.17	8	
创新能力	8.64	9.67	8.83	8.93	9.02	9	
专业知识	7.82	8.80	9.40	9.50	8.89	10	
法制观念	9.00	9.00	8.67	8.43	8.77	11	
技术能力	7.36	8.89	9.33	9.14	8.68	12	
文化知识	8.00	8.60	8.67	8.79	8.51	13	
备注：							
员工具备的素质最为看重的项目不同层次的差异							
项目	高层	项目	中层	项目	技术主管	项目	员工
职业道德	1	职业道德	1	职业道德	1	职业道德	1
执行能力	2	敬业精神	2	执行能力	2	敬业精神	2
纪律观念	3	进取精神	3	专业知识	3	合作精神	3
敬业精神	4	执行能力	4	敬业精神	4	纪律观念	4
学习精神	5	合作精神	5	合作精神	5	专业知识	5
质量意识	6	创新能力	6	质量意识	6	进取精神	6
合作精神	7	纪律观念	7	技术能力	7	执行能力	7
进取精神	8	质量意识	8	学习精神	8	技术能力	8
法制观念	9	学习精神	9	创新能力	9	学习精神	9
创新能力	10	法制观念	10	纪律观念	10	创新能力	10
文化知识	11	技术能力	11	进取精神	11	文化知识	11
专业知识	12	专业知识	12	法制观念	12	质量意识	12
技术能力	13	文化知识	13	文化知识	13	法制观念	13

五、调研发现的企业行业中普遍存在的一些问题

通过调研发现, 目前国内的汽车 4S 店硬件条件都相当先进和齐备, 但软件方面相对较弱。据调研, 目前汽车 4S 店前台各工种在人力资源方面突出的矛盾是员工职业综合能力无法达到厂家规定的标准, 制约了行业发展的速度与质量。

就汽车销售业务领域而言，人员结构、人员素质方面都存在着一些问题，主要表现在以下几个方面。

1、服务顾问专业素质低、服务意识淡薄

服务意识是指企业所有成员为顾客服务的态度和观念, 包括对顾客服务的积极性、责任心等。它是开展优质服务、构建服务文化的内容和前提。而服务意识淡薄是前台员工比较普遍存在的问题。徐州市多数品牌的汽车 4S 店是在近 3 年内建立的，为了应付汽车维修量的大幅增长，许多企业在用人尺度上只能无奈放宽了要求，许多前台员工没有经受过系统的专业知识学习，也不能理解良好的服务礼仪对工作的积极作用。由于职业道德方面的差距在向顾客提供服务时会不自觉的出于个人利益的考虑，以能否提高交易金额作为交流沟通的目的和热情与否的首要条件。服务态度和观念的错位，使得再好的岗位培训也无法发挥作用。许多服务顾问对责任心的理解多数理解为按时上下班、完成规定的工作任务，虽然不能算错但是在目前行业竞争日益激烈的条件下还非常不够。在实际工作过程中很少有员工把能为顾客提供满意的服务当成是否有责任心的重要标准。所有到 4S 店里来的顾客都有不同类型的问题需要帮助解决，愿不愿意帮助顾客解决、问题解决的是否让顾客满意就取决于责任心和积极性了。服务意识最终是要用语言和行为来体现的，语言的运用能力是多数员工觉得需要提升的工作能力。是否能把问题说清楚基本决定了客户对服务顾问个人素质的感觉，是否能说到点子上则基本决定了客户是否愿意把自己的需求交由企业来满足，这也体现了服务顾问自身的概念能力和对客户心理的揣摩能力。所有我们接触过的企业主要负责人都认为前台员工具有服务意识是比具有相关汽车产品知识更重要的工作能力。

2、前台服务人员知识结构不合理

目前上岗的维修服务接待人员分为三个部分：1) 大都分为实习生；2) 少量一般员工；3) 个别企业认同的技术骨干。在这方面没有明确的国家技术等级要求，由于维修服务接待工作技术含量比较高（对车辆故障的诊断），所以多数企业采取了从维修工中间选拔沟通能力强一点的员工到维修服务岗位上去。但实践中发现这种模式不是很成功，首先需要明确在维修服务的岗位上更多运用的知识和能力是哪些？所有的维修服务主管都表示“沟通能力”、“揣摩客

户心理”的能力、服务意识是最重要的，需要丰富的维修经验判断车辆故障的机会很少。即使有也可以调车间的检验师协助处理，当然，如果员工在有了与人沟通协调的能力后再具备维修知识和故障检验能力就更好了，可这样的人待遇也不会低，企业往往是根据工作经验和动手能力对技术等级的划分，由于车辆检测工作量有限从经营成本考虑不会大量保留高工资维修服务人员。于是我们在很多 4S 店可以看到老板为了节省员工工资的开支，大都聘用许多实习生并且默许这些工作能力不够的实习生独自对顾客车辆进行维修接待，以达到节省开支的目的。其次，在维修服务人员中的实习生，他们的汽车产品理论知识基本够用了，但是服务意识基本没有，或者说基本不知道服务意识的含义，综合职业能力的提高大都是依靠自己的工作经验来积累，这样使得他们的成长时间较长，企业对人员培养的投资也过大。这就是我们所说的知识结构的不合理，仅仅具有汽车产品知识是无法满足维修服务岗位的工作需要的，在学校的课程体系中又很缺乏这类指导，因为这不是一门单独的课程能解决的问题。

另外，因为地域的差别，有些 4S 店给维修服务岗位的起始工资是很低的，这也是导致了人员流动性的增加的一个非常重要的因素，企业对员工工作能力的评价与员工对自己工作能力的评价标准不一样，企业好不容易将人才培养出来，但员工干了几年之后工资标准依然远远落后于自己的期望值，自然热情低落，从而导致了跳槽或转行。岗位人员心理上的不稳定直接影响了工作的积极性和为顾客提供服务的质量。

3、缺乏精益管理意识，工作效率低

在汽车 4S 店管理模式基本是按照汽车制造厂家的要求实施的，每个品牌在确定要建立新 4S 店的时候都要求全国统一的模式，各地经济发展水平不一，风土人情差别大，按照统一的模式进行管理会产生很多问题。另外投资方一般会奉行“赚钱才是硬道理”的经营哲学，想急于收回投资的短期行为明显，这些都会妨碍管理的效率。在我国汽车产业链中，生产、销售、售后服务是不同的利润环节，但基本分为制造与售后两个大的环节，厂家对于大多数 4S 店的要求还是以销量论英雄，为此厂家会注重向 4S 店提供产品技术和相关检测设备方面的支持，在管理方面注重维护客户满意度的问题，只要达到厂家要求的客户满意度标准，厂家对 4S 店其他经营管理很少过问，更谈不上培训指导。各个 4S 店

为了年末返点的利益都在拼命抓客户满意度，但是由于其他方面的管理往往不协调甚至相互矛盾，结果客户满意度也难以保证。

在走访调研过程中各 4S 店人力资源主管都有同样的感觉，就是技术管理及经营管理人员中，具有专业技术职称的人员比例较低，具有专业技术职称证书者占 53.35%，没有专业技术职称者高达 46.65%。专业技术管理及经营管理人员结构不合理，其中具有专业技术职称证书者，其中初级占 46.7%，中级占 40.2%，高级占 13.1%；具有高级职称人员中，年龄在 55 岁以上的占 23.3%。

六、企业对学校汽车营销专业改进方向的建议

调研中，采用问卷方式做了征求企业对教学改革建议的调研。通过对 117 份问卷的统计得出如下结论。企业对于学校教学的改革最希望改变的前三项是实训教学、人品教育、教学方法，放在后三位的是课程设置、办学目标和教学评价。见下表：

统计结果排序：职业技术教育应侧重哪些方面进行改革？						
选 项	高层 管理者	中层 管理者	技术 主管	服务/ 销售顾问	平均	排序
实训教学	9.89	9.67	9.78	9.77	9.78	1
人品教育	9.43	9.67	9.56	9.62	9.57	2
教学方法	9.29	9.00	9.11	9.08	9.12	3
课程内容	9.00	8.67	9.11	9.31	9.02	4
师资力量	8.86	8.89	9.11	9.23	9.02	5
教材内容	8.29	9.00	9.00	9.00	8.82	6
专业设置	8.43	8.56	9.22	9.08	8.82	7
教学管理	9.29	8.56	8.33	9.00	8.80	8
课程设置	8.71	8.25	8.58	8.38	8.48	9
办学目标	8.29	8.44	9.00	8.15	8.47	10
教学评价	7.86	8.22	8.33	8.54	8.24	11

从走访的企业调研结果看，企业高层、中层、技术主管和普通员工在同样问题上的看法差距明显，我们经过整理把问卷选项分成智力因素与非智力因素来进行考察智力因素选项包括：文化知识、专业知识、技术能力、质量意识。

非智力因素包括：职业道德、自我学习、执行力和法制观念。从曲线图标上可以看出越是高层对非智力因素越看中，在对待智力因素的态度上越是高层领导对专业知识、技术能力、文化知识越不看重。“德者才之主，才者德之奴”，有德者才不会差到哪里去，有才而无德者乃企业之隐患。

七、结论

通过对企业行业的调研和统计分析可以得出几方面的结论：

1、中国汽车消费市场潜力巨大，产销量在近几年仍将持续增长。汽车后市场的汽车服务领域前景看好，汽车营销类人才需求依然旺盛，汽车技术服务与营销专业办学前景看好。

2、通过调研分析，显示出汽车技术服务与营销专业人才培养面对的企业以汽车 4S 店为主，辐射到二手车鉴定评估与交易机构，汽车保险与公估公司和汽车租赁企业，所面向的就业岗位包括汽车信贷、汽车销售、汽车保险承保与理、汽车维修接待、客户服务与管理、汽车零配件流通与销售、汽车用品销售、二手车鉴定与交易、汽车租赁经营管理等。专业覆盖面较广，面向岗位群较大。针对企业和工作性质的差异，可以考虑在汽车技术服务与营销专业中开设汽车保险与理赔，二手车鉴定评估与交易、汽车租赁专业方向，在专业的统一平台上通过部分课程的开设有侧重地培养适应与不同企业和就业岗位的适用人才。

3、在对汽车营销类人员能力与素质的调研显示，除了对营销人员的专业知识和技能有通常的要求外，企业对员工的人文素质要求已经凸显出来，更看重职业道德、敬业精神、团队合作、沟通交流等心智型的人文素养，而且对职业级别越高的这样的要求越强烈，成为企业用人的首选因素。

4、调研的同时接受了企业对专业建设的意见。从反映的信息来看，企业对在校生人文素质和基础能力训练有更高的期望。