

2. 完善汽车营销专业课程体系建设

通过对东莞市国际汽车城4S店进行调研,根据《现代职业教育体系建设规划(2014—2020年)》文件关于课程设置与职业标准对接的要求,我们根据不同年级构建了递进式的课程体系。如图1所示,中职一年级以公共基础文化课为主,公共专业模块课为辅,二年级以专业核心模块课为主,公共基础拓展课为辅,三年级以专业技能方向课为主,企业课堂为辅,课程体系构建遵循职业教育规律,体现“职业性、开放性、实效性”,突出学生的“专业能力、方法能力、社会能力”的培养与提高。

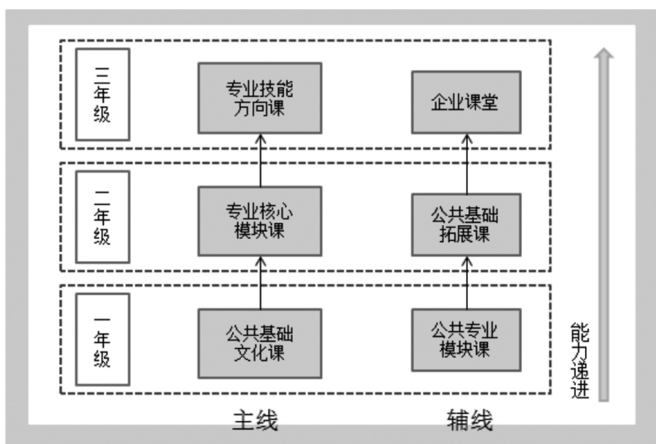


图1 中职汽车整车与配件营销专业课程体系

3. 提高汽车营销专业实践教学质量

(1) 完善并开放学校汽车营销专业综合实训中心

巧妇难为无米之炊,再优质的师资力量,欲要打造优秀汽车营销专业技能人才,创建与完善汽车营销专业综合实训中心是首要任务。按照全国职业技能大赛规模来建设综合实训中心,设置汽车营销展厅、汽车营销基本技能仿真模拟室、汽车配件室、汽车售后服务接待室,既为大赛培养人才所用,也为专业课程的常规教学所用,真正把职业大赛常规化落到实处。根据专业能力需求,设置多功能实训室,用于企业课堂、企业冠名专班教学、营销礼仪训练等,丰富实践教学内涵,致力打造汽车营销专业特色教学模式。同时,在规范场室管理制度,做好6S管理教育前提下,应大胆开放实训中心,鼓励学生们课余时间积极操练专业技能,在特定的、高仿真的场室内多动脑,多动口,多动手,切磋琢磨,快速提高技能。

(2) 理实一体化、小班化、模块化实践教学模式

让职业技能大赛与常规教学有效衔接,针对大赛相关课程,有必要开展理实一体化、小班化、模块化的实践教学模式,以达成高效育人的培养目标。六门公共专业模块课程,包括汽车使用与维护、发动机构造与拆装、底盘构造与拆装、配件认知、汽车清洗、汽车轮胎拆装与动平衡,两门专业核心模

块课程,包括汽车销售与汽车售后服务接待,八大模块都采取每班分A/B组小班化,边授课边实操的理实一体化的模式进行教学。相对传统的讲授型大班教学,这种创新的模式对师资队伍数量要求更多,对教师的技能水平挑战更大,需要学校高瞻远瞩,克服困难来促成。从实践之后的情况反馈来看,这种创新的教学模式更灵活,更注重实操,更有利于结合任务引领的项目教学,学生参与度更高,课堂质量更高效。

(3) 开展企业课堂,拓展校外实践基地

2016年4月,教育部、人社部、安监总局等5个部门联合发出《关于印发〈职业学校学生实习管理规定〉的通知》,规定职业学校学生“顶岗实习一般为6个月”。这意味着,中职学校的人才培养模式由过去的“2+1”改为“2.5+0.5”,即学生在校学习时间延长半年。此举措有利于学生综合素质的养成,但对学校课程的开设又增添了难度。针对此举,我校在三年级的课程设置上有创新的做法,开展企业课堂,邀请合作企业的领导或销售顾问来执教,把课堂移到企业真实环境,拓展校外实践基地,学生以“准职业人”身份参与学习,让过渡时期的企业课堂与顶岗实习无缝对接。实际教学中,企业课堂还可以延伸到最后“0.5”的顶岗实习期,由学校实习指导教师跟合作企业做好沟通,合理安排时间地点,就近原则召集实习生们到指定汽车4S店进行授课,传道授业解惑,帮助学生往“职业人”顺利转型。

4. 加强汽车营销专业校企合作深度

校企合作是职业教育发展的命脉之门,加快发展现代职业教育必须强力推进校企合作。无论筹办职业技能大赛还是开展校内教学活动,正因有了校企合作的强大依托,才能做出富有意义的工作成绩。建立与技能大赛合作品牌的亲密联系,组织师生参加现代、丰田、北京汽车、奇瑞新能源等品牌的专业培训,参赛的师生们到企业真实的环境中参加典型工作任务的学习,加之有实战经验丰富的企业培训师指导,学习效果显著。开设企业冠名的技能专班,如丰田专班、奥迪专班、现代专班等,融入企业文化、车型知识、营销策略、销售技巧等主题内容,邀请企业领导及专业销售顾问授课,紧扣市场,非常接地气的教学模式,丰富了校内教学活动内涵。根据每个年级的能力发展需求,制定校企合作方案,携手企业开展企业冠名技能竞赛,借力企业方的技术支持和资金赞助,学生们的参与度很高,竞赛氛围浓烈。实践证明,企业协助学校培养学生,而培养出来的优秀学生最终又流向企业,这也是校企双赢的好事;得到企业大力支持,学校达成了人才培养的目标,既培养了受企业欢迎的技能人才,又打造了新一批适合参加市、省乃至全国技能大赛的拔尖苗子,而优秀的大赛成绩反过来又有“以赛促教、以赛促学”的积极意义,可谓一石三鸟。

责任编辑 何丽华