



辽宁职业学院  
liaoning vocational college

# 高等职业教育星级专业评估自评报告

## 汽车技术服务与营销专业



# 目 录

1 专业概况.....	2
2 专业建设总体思路.....	2
2.1 指导思想.....	2
2.2 培养目标.....	2
2.3 专业定位.....	3
3 专业建设主要成就.....	3
3.1 人才培养方案.....	3
3.2 师资队伍.....	4
3.3 基本办学条件.....	4
3.4 教学内容和课程体系改革.....	5
3.5 管理水平.....	6
3.6 办学质量分析.....	9
4 专业建设特色.....	9
4.1 专业设置的复合性.....	9
4.2 课程体系的综合性.....	10
4.3 培养目标的职业性.....	10
5 存在问题及改进措施.....	10
5.1 存在问题.....	10
5.2 改进措施.....	10
6 专业自评结果.....	11

## 1 专业概况

辽宁职业学院是省属全日制普通高等职业院校，隶属于辽宁省教育厅。始建于1956年，是辽宁省示范性高等职业院校，国家骨干高职院校。2008年全国各类汽车产销量已突破一千多万辆，私人购买汽车已占汽车销售量的80%以上。由于汽车保有量大幅度上升，全国汽车行业每年新增近三十万从业人员。为了适应我国汽车工业的发展趋势，2008年学校申报汽车技术服务与营销专业，并获得辽宁省教育厅批准，于2009年秋季开始招生，首届招生65人。

## 2 专业建设总体思路

### 2.1 指导思想

深入贯彻落实党的十九大和十九届二中、三中、四中、五中全会精神，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，对接科技发展和市场需求。本专业以科学的教育理念为指导，以培养质量为生命线，适应经济新常态和技术技能人才成长成才需要，优化人才的培养模式，完善产教融合、协同育人机制。把思政教育和专业教育、知识传授和实践能力培养、教学改革与科学研究有机衔接起来，全面提高教育教学质量和专业实力，努力将汽车技术服务与营销专业建设成为具有突出优势和鲜明特色的品牌专业。

### 2.2 培养目标

本专业培养理想信念坚定，德、智、体、美、劳全面发

展，具有一定的科学文化水平、良好的人文素养、职业道德和创新意识，精益求精的工匠精神，较强的就业能力和可持续发展能力，掌握本专业整车销售、汽车保险与理赔、二手车鉴定评估与交易等基本知识和技术技能，面向汽车零售业、保险业的销售人员、保险服务人员等职业群，能够从事汽车销售顾问、配件销售与管理、汽车保险产品销售、查勘定损、二手车鉴定评估等岗位工作的高素质技术技能人才。

### 2.3 专业定位

本专业面向汽车及零部件销售、保险销售、汽车售后服务岗位群，着力培养汽车销售服务领域所需的整车销售、保险理赔的营销顾问，销售精英，卓越领导。

## 3 专业建设主要成就

### 3.1 人才培养方案

根据国家教育方针和“三个面向”的指导思想，依托“坚持三跳、提升内涵、打造三名、创新特色”的办学理念，遵循“育人为本、德育为先、能力为重、全面发展”的原则，以“陈思销售大师工作室”、“方文墨大师工作室”为载体，按照“学生→学徒→准员工→员工”四位一体的人才培养总体思路，采用“1+1课岗交替”灵活多样的教学模式，实行“职业体验→专业技能→职业技能→岗位能力”四段递进式人才培养模式，实现校企一体化育人。优化人才培养模式，精心构建课程体系。提高学生人文素质、科学素质，培养学

生实践能力、创新精神，打造辽宁特色高层次学徒制人才培养模式样板。

### 3.2 师资队伍

本专业实施了“双带双骨”引育计划，“双师双能”提升计划，“名师名匠”进校计划，打造了一支品德高尚、爱岗敬业、能力卓越的师资队伍。

共有专职教师7人，本专业合作企业支持学校兼职教师10人，生师比达11:1，其中“双师型”教师6人，高级职称5人。省级教学名师1人、专业带头人1人。

### 3.3 基本办学条件

#### 1. 校内实训中心设施先进

汽车营销实训中心按汽车4S店标准设计，实训设备先进，实训教学环境舒适。设有汽车销售前台实训区、整车销售洽谈实训区、维修接待实训区、保险理赔和三包索赔实训区、二手车实训区、汽车配件及精品销售区、汽车机修区、客户休息区八个区域，教学设备总值达530余万。

#### 2. 校外实训基地布局合理

对接“产-销-服”专业群产业链，优化校外教学6个实训基地整体布局，探索“1+1课岗交替”灵活多样的教学模式，促进人才供需提前对接、精准对接、全面对接，实现教育链、人才链、产业链、创新链有机衔接。

#### 3. 专业图书资源种类丰富

我院图书馆分 A 座、B 座二部分，总建筑面积 5554 平方米，馆藏纸制图书 46 万册、电子图书 142000 册、电子期刊 2074 种、现刊 366 种、报纸 46 份。其中汽车营销相关书籍 2 万余册，为专业教师的教学科研以及学生的学习提供了保证。

### 3.4 教学内容和课程体系改革

#### 1. 课程体系鲜明

通过 12 年的探索与改革，按照职业教育五对接原则，打造了“376”课程体系，即三模块（人文素养与职业素质模块、专业能力模块、职业素质拓展模块）、七核心（七门核心课程）、六强化（六门企业课程）的课程体系，形成分层、分类、分段推进的课程体系。融入企业标准，将《汽车顾问式销售》《汽车装饰与美容》等课程中的实操部分搬至企业进行教学，双导师共同考核，加快学生技术技能提升。

#### 2. 课程改革深入

深入推进以学生为中心的课程改革、教学方式与学习方式变革。推动《汽车顾问式销售》《汽车配件经营与管理》等精品在线开放课程，《汽车维修与保养》课程思政示范课程的建设与应用，促进信息技术与教育教学深度融合。

#### 3. 教材样式丰富

校企合作组建教材开发团队，依据课程性质不同，建设了一系列富媒体、活页式、数字式特色教材 28 部，建设 5

门课程的数字化教学资源。

#### 4. 教学平台多元

将车识堂、职教云立方等教学平台引入到教学中，整合资源，作为有益的教学补充，与学习通相辅相成，完成线上线下混合式教学，不断提高专业教学质量。

#### 5. 岗课赛证融通

汽车技术服务与营销专业为商用车销售服务 1+X 证书省级牵头专业。开展职业技能大赛和“1+X”技能等级证书改革，通过“学分银行”实现“岗课赛证”成果融通，提升人才培养质量。

#### 6. 教学成果显著

教学团队主持、参与国家、省、市各级各类教、科研项目 15 项，在国内外刊物公开发表教改论文 54 篇。荣获省级以上教学成果奖 1 项，省级以上各类大赛获奖 14 项；获批专利 28 项。

### 3.5 管理水平

#### 1. 教学文件建设

为保证教学质量的稳步提高，汽车技术服务与营销专业努力朝管理内容的科学化、管理制度的规范化、管理过程的程序化、管理手段的现代化迈进。

(1) 规范课程标准。课程标准格式严格按照学院要求制定，教学计划严格按课程标准制定并执行。

(2) 严肃考风考纪。严格执行《考试工作管理规定》和《学生学习成绩考核办法》的有关规定，凡考试舞弊者，一律按《学生考试违纪处理办法》执行。

(3) 规范实训管理。为了建立正常的实验实训教学秩序，严格执行《实验实训教学管理规定》《实验室工作条例》《校内实训基地管理条例》《各分院实训管理办法》规章制度，不断提高实验实训教学质量和管理水平。

(4) 规范业务档案。每学期末，教师按学院要求的时间节点，实事求是的填写教师业务档案，并由专业主任、教学副院长、院长审核签字。

#### (5) 规范教学文件

①严格执行规章制度。本专业认真贯彻执行校院两级制定的《教学管理工作条例》《教学工作常规管理与考核实施细则》《教师教学工作规范》《教学督导工作条例》《教师课堂教学评价办法》《教评学实施办法》等三十多项规章制度。对教案编写、作业批改、试卷评阅等教学环节提出了明确的质量标准，并进行定期检查。

②实行教学质量责任制。明确规定院长为教学质量第一责任人，教学副院长为分管负责人、专业主任为直接责任人。

③试行课程负责人制。目前主要专业基础课程由课程负责人组建课程组，负责该门课程的教学组织，质量把关、教改与课程建设。

④规范毕业论文管理。按照《毕业论文（设计）工作规定》要求，规范专业论文撰写质量和答辩环节，督促论文质量差的学生不断改进。

## 2. 教学质量监控

对教案编写、作业批改、考试出题和试卷评阅等教学环节有明确的监控措施，执行得力。具体做法是：

（1）加强教案检查。明确规定了课程组集体备课和教案检查制度。教研室和教学督导组对每门课程的教案进行期初、期中、期末检查。

（2）建立听课制度。要求院领导、分院领导、专业主任、课程负责人、教学督导组经常进教室听课。

（3）完善反馈制度。通过学生、辅导员、教学督导组以及用人单位了解教师教学情况。

（4）实施评价机制。开展了院领导、督导组、教师、学生等多主体参与的课堂教学评价，把学生网上评教和分院领导、教学督导组评教作为评价教师教学水平和质量的主要依据。

（5）坚持作业批改。对必修课程规定教师作业批改的次数不少于课程学时数的三分之二，同时规定教研室和教学督导组定期检查作业批改情况。

（6）规范考试程序。严格按照课程标准命题；为提高教学监控的效度，每学期对每门课程都进行 A、B、C 试卷制

作；试卷评阅要求每门课程的负责人组织所有任课教师集体流水作业，严格按学校的评卷要求和程序操作，统一登分，并由评阅教师和课程的负责人共同签名；试卷分析要求客观、全面总结分析学生的考试成绩，并提出教改建议。

(7) 严肃教学秩序。严禁擅自调课、停课，严格按照《关于代课、调课、补课、停课的管理规定》执行；要求每节课必须考勤，并及时录入到 AIC 系统。

### 3.6 办学质量分析

本专业毕业生就业率 96.22%，专业对口率 92.88%，社会满意度 92.14%。培养了大批德技双馨、潜力巨大的汽车领域高端人才。2020 届毕业生本省市就业比例 87.18%，2020 届毕业生对口就业率 91.92%，2019 届毕业生年底就业率 94.59%，2019 届毕业生用人单位满意或基本满意比例 91.43%。学生在各级各类教学比赛、创业大赛、文化活动中获奖 18 项，获市级以上三好学生 10 人，获国家奖学金 2 人，国家励志奖学金 4 人，省政府奖学金 3 人。

## 4 专业建设特色

### 4.1 专业设置的复合性

将汽车技术服务与营销、汽车检测与维修技术、汽车制造与试验技术、市场营销专业的部分课程相互交叉、渗透，形成复合型专业。

## 4.2 课程体系的综合性

汽车技术服务与营销专业形成了“376”课程体系，课程体系与企业岗位能力对接更紧密，教学内容更有适用性，实现了与企业多维度联合，拓展学生发展空间。

## 4.3 培养目标的职业性

汽车技术服务与营销专业的教学内容依据企业的真实工作情境开发，让学生轻松转换“学生→学徒→准员工→员工”四种身份。

# 5 存在问题及改进措施

## 5.1 存在问题

1. 由于汽车技术服务与营销专业属于国家统招专业，而有的学生形象、沟通能力、销售技巧不能满足企业岗位要求。学生对专业认识不够充分，专业思想不够稳定。

2. 师资队伍的人数与结构还不够合理。三年来，专业师资队伍总体水平有了一定的提高，为专业的改革与持续发展奠定了基础，但受学校所处地域的限制，高层次学科带头人或领军人物引进不够，不能满足专业发展与学科建设的需要。

3. 虽然取得一定教学成果，但高水平的教学成果较少。

## 5.2 改进措施

1. 积极调整入学考试办法，增加面试环节，提高学生专业适应性。

2. 加强师资队伍建设的力度。制定明确的人才引进计划和师资培养计划，力争在今后 5 年内引进或定向培养本专业高水平学科带头人 1 人，博士 2-3 人。

3. 定期选派教师参加省培、国培项目，积极参加企业顶岗实践，提高教师教科研能力。

## **6 专业自评结果**

汽车技术服务与营销专业有深厚的专业文化底蕴，先进的实训设施，完善的教学质量保障体系，高水平的师资队伍。近几年毕业生就业质量好，企业认可度高，培养了大批德技双馨、潜力巨大的汽车领域高端人才，现已成为辽宁特色高层次学徒制人才培养模式样板。