

漯河食品工程职业大学

汽车技术服务与营销专业人才培养方案

(2025 版)

一、专业名称及代码

专业名称：汽车技术服务与营销

专业代码：500210

二、入学要求

中等职业学校毕业、普通高级中学毕业或具备同等学力。

三、修业年限

三年

四、职业面向

表 1 职业面向

所属专业大类 (代码)	交通运输大类 (50)
所属专业类 (代码)	道路运输类 (5002)
对应行业 (代码)	汽车、摩托车、零配件和燃料及其他动力销售 (526) 财产保险 (682) 机械设备经营租赁 (711) 汽车制造业 (36)
主要职业类别 (代码)	汽车运用工程技术人员 (2-02-15-01)、商务专业人员 (2-06-07)、营销员 (4-01-02-01)、二手车经纪人 (4-01-03-04)、保险服务人员 (4-05-03)、租赁业务员 (4-07-01-01)、汽车摩托车修理技术服务人员 (4-12-01)
主要岗位群或技术领域	市场调研、营销活动策划、新媒体营销、营销活动实施及评价、汽车销售、售后服务、二手车鉴定评估、事故车查勘定损、共享出行业务推广、共享出行企业资产管理及运营、汽车销售与运用数据采集分析
职业资格证书或职业技能等级证书	汽车运用与维修、机动车鉴定评估与回收、智能网联汽车共享出行服务

五、培养目标与培养规格

（一）培养目标

本专业培养能够践行社会主义核心价值观，传承技能文明，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、科学素养、数字素养、职业道德、创新意识，爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，较强的就业创业能力和可持续发展的能力，掌握本专业知识和技术技能，具备职业综合素质和行动能力，面向汽车服务行业的汽车运用工程技术人员、销售人员、售后服务管理员、二手车经纪人、保险服务人员、租赁业务人员等职业，能够从事汽车市场调研、营销活动策划实施、汽车销售（含新媒体销售）、售后服务、二手车鉴定评估、事故车查勘定损、共享出行企业资产管理及运营、汽车销售与运用数据采集分析等工作的高技能人才。

（二）培养规格

本专业学生应在系统学习本专业知识并完成有关实习实训基础上，全面提升知识、能力、素质，掌握并实际运用岗位（群）需要的专业核心技术技能，实现德智体美劳全面发展，总体上须达到以下要求：

1. 素质要求

（1）坚定拥护中国共产党领导和中国特色社会主义制度，以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，践行社会主义核心价值观，具有坚定的理想信念、深厚的爱国情感和中华民族自豪感；

(2) 掌握与本专业对应职业活动相关的国家法律、行业规定，掌握绿色生产、环境保护、安全防护、质量管理等相关知识与技能，了解相关行业文化，具有爱岗敬业的职业精神，遵守职业道德准则和行为规范，具备社会责任感和担当精神；

(3) 具有良好的语言表达能力、文字表达能力、沟通合作能力，具有较强的集体意识和团队合作意识，学习 1 门外语并结合本专业加以运用；

(4) 树立正确的劳动观，尊重劳动，热爱劳动，具备与本专业职业发展相适应的劳动素养，弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神，弘扬劳动光荣、技能宝贵、创造伟大的时代风尚。

2.知识目标

(1) 掌握信息技术基础知识，具有适应本行业数字化和智能化发展需求的数字技能；

(2) 具有探究学习、终身学习和可持续发展的能力，具有整合知识和综合运用知识分析问题和解决问题的能力；

(3) 掌握身体运动的基本知识和至少 1 项体育运动技能，达到国家大学生体质健康测试合格标准，养成良好的运动习惯、卫生习惯和行为习惯；具备一定的心理调适能力；

(4) 掌握必备的美育知识，具有一定的文化修养、审美能力，形成至少 1 项艺术特长或爱好；

(5) 掌握支撑本专业学习和可持续发展必备的语文、数学、外语（英语等）、信息技术等文化基础知识，具有良好的

人文素养与科学素养，具备职业生涯规划能力；

3.能力目标

（1）掌握电工电子、机械基础、汽车市场营销、汽车构造与原理、汽车性能与评价、汽车维护与使用（含新能源汽车）等方面的专业基础理论知识；

（2）掌握汽车营销与策划技术技能，具有汽车销售与运用数据采集、汽车市场调研与预测、目标市场客户心理与行为分析、汽车营销策划、网络与新媒体汽车营销等能力；

（3）掌握汽车销售服务技术技能，具有客户开发、汽车性能评价、汽车销售、客户关系管理能力；

（4）掌握汽车售后服务技术技能，具有售后服务接待、进厂检验、竣工检验、结算交车、返修与原诉处理等能力；

（5）掌握二手车鉴定评估技术技能，具有汽车技术状况鉴定、二手车价值评估、二手车交易业务办理等能力；

（6）掌握汽车保险服务技术技能，具有车险查勘、保险责任辨析、事故责任判定、事故车损失评估、事故车修复项目判定等能力；

（7）掌握共享出行服务与运营管理技术技能，具有汽车共享出行业务推广、资产管理、运营管理等能力；

表 2 技术专业职业岗位、典型工作任务及职业能力分析

岗位（群）	典型工作任务	职业能力要求	支撑课程	对应证书
1.汽车营销策划	1.1依据市场调研与预测的结果，结合目标市场中消费者心理与行为分析，合理提出营销策略，编制策划方案并实施	1.了解营销战略和计划的含义。 2.掌握营销策划的理论基础。 3.掌握市场调研与预测的步骤和方法。 4.能进行市场细分和目标市场选择，并正确分析消费者心理与行为。 5.能合理提出营销策略。 6.能编制汽车营销策划方案并进行实操训练。	《汽车构造》 《汽车性能与商务评价》 《汽车维护》 《沟通与礼仪》 《汽车营销策划》 《汽车顾问式销售》	汽车营销师资格证；英语等级证书；普通话证书；计算机证书；机动车驾驶证。
2.汽车维修服务	2.1依据汽车售后服务顾问的工作流程，完成汽车维护、维修、三包索赔、保险事故车维修的业务接待及修后交车等工作	1.掌握汽车售后服务接待的核心流程。 2.掌握汽车维修接待技巧。 3.能进行维修预约、维修接待、进厂检验、签订维修合同、派工维修、竣工检验、结算交车、返修与怨诉处理、跟踪服务等工作。 4.掌握汽车三包索赔、保险事故车维修接待知识。	《汽车性能与商务评价》 《汽车维护》 《汽车构造》 《汽车维修服务》	汽车修理工；维修电工。
3.二手车鉴定评估与交易	3.1依据二手车鉴定评估与交易的工作流程，结合汽车技术状况鉴定要点，完成二手车鉴定、评估、交易工作	1.掌握二手车鉴定评估与交易的法律法规及基础知识。 2.能完成汽车技术状况鉴定工作。 3.能对二手车进行价值评估。 4.能完成二手车销售、收购、拍卖、置换工作。	《二手车鉴定评估》 《汽车机械基础》 《汽车机械基础》 《汽车构造》	二手车鉴定评估证书；机动车驾驶证。

六、课程设置

课程体系总体由公共基础课程、专业课程、集中实践环节三大类别组成。

1.公共基础课程

（1）公共必修课程：公共必修课主要包括思想政治类课程、大学语文、信息技术与人工智能通识、大学生心理健康教育、大学英语、体育、国家安全教育、劳动教育、军事理论等课程。

（2）公共选修课：含国学经典与文化遗产、艺术欣赏与审美体验（含公共艺术课程）、自然科学与工程技術、经济活动与社会管理、科学普及与技术创新、外语交流与跨国文化、体育运动与心理健康、生活常识与手工体验等模块课程。

2.专业课程

一般包括专业基础课程、专业核心课程和专业拓展课程。

（1）专业基础课程（必修）

主要包括：汽车机械基础、汽车电工电子基础、汽车构造、汽车性能与商务评价、汽车维护、沟通与礼仪等领域的内容。

（2）专业核心课程（必修）

主要包括：汽车营销策划、汽车网络与新媒体营销、汽车顾问式销售、汽车维修服务、汽车保险与理赔、二手车鉴定评估与交易、汽车共享出行服务等领域的内容。

（3）专业拓展课程（限选）

主要包括：汽车大数据分析与应用、客户关系管理、汽车检测与诊断、汽车金融与租赁服务、新能源汽车概论、智能网联汽车概论、汽车维修企业管理、营销心理学等领域的内容。

3. 集中实践环节

实践性教学应贯穿于人才培养全过程。实践性教学主要包括实习、实训、毕业设计、社会实践活动等形式。

(1) 实训

在校内外进行汽车营销策划、汽车销售、汽车售后服务接待、汽车保险与理赔、二手车鉴定与评估等实训，包括单项技能实训、综合能力实训、生产性实训等。

(2) 实习

在汽车服务行业的汽车销售服务企业、汽车保险企业、二手车销售企业、汽车共享出行企业进行汽车技术服务与营销专业实习，包括认识实习和岗位实习。学校应建立稳定、够用的实习基地，选派专门的实习指导教师和人员，组织开展专业对口实习，加强对学生实习的指导、管理和考核。

七、学时安排

表 3 课程设置及教学学时分配表

项目		学时					学分	备注
		理论教学		实践教学		合计 学时		
		学时	占总学时 比例（%）	学时	占总学时 比例（%）			
公共 基础 课程	通识必修课程	560	20.29%	180	6.52%	740	42	
	通识选修课程	48	1.74%	48	1.74%	96	6	
专 业 课 程	专业基础课程	162	5.87%	162	5.87%	324	20	
	专业核心课程	208	7.54%	208	7.54%	416	26	
	专业拓展课程 （限选）	144	5.22%	208	7.54%	352	22	
集 中 实 践 教 学 安 排	军事技能训练	0	0.00%	112	4.06%	112	2	
	专业认识实习 及入学教育	0	0.00%	24	0.87%	24	1	
	劳动周（同时 开展技术创新 成果转化实践 活动）	0	0.00%	48	1.74%	48	2	
	“双创”实践活 动及项目模块 拓展	0	0.00%	24	0.87%	24	1	
	岗位实习、毕业 设计（论文）、 毕业教育	0	0.00%	624	22.61%	624	26	
合计		1122	40.65%	1638	59.35%	2760	148	
公共基础课占总学时比例: 30.29%								
选修课占总学时比例:16.23%								
实践性教学学时占总学时比例: 59.35%								

注: 实践教学每周折合 24 学时

八、教学进程总体安排

表 4 教学进程表（三年制）

课程类别	序号	课程名称	考核方式	学分	学时分配			教学活动周数及课内学时（每学期 1 周复习考试）					
					总计	理论	随堂实践	第一学年		第二学年		第三学年	
								1 学期	2 学期	3 学期	4 学期	5 学期	6 学期
								20 周 (课堂教学 16 周)	20 周(课堂教学 18 周)	20 周 (课堂教学 18 周)	20 周 (课堂教学 18 周)	20 周 岗位实习	岗位实习 6 周
公共必修课程	1	思想道德与法治	考试	3	48	32	16	48					
	2	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	考试	2	32	32			32				
	3	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	考试	3	48	48				48			
	4	中共党史	考查	1	16	16			16				
	5	形势与政策	考查	1	16	16		4	4	4	4		
	6	高等数学（I）	考试	2	32	32		32					
	7	高等数学（II）	考试	2	36	36			36				
	8	大学英语（I）	考试	4	64	64		64					
	9	大学英语（II）	考试	4	64	64			64				
	10	大学语文	考查	2	32	32		32					
	11	信息技术与人工智能通识	认证	4	64	32	32	64					
	12	大学生心理健康教育	考查	2	32	32			32				
	13	体育（I）	考查	1	36	4	32	36					
	14	体育（II）	考查	1	36	4	32		36				
	15	体育（III）	考查	1	36	4	32			36			
	16	国家安全教育	考查	1	16	16		16					
	17	军事理论	考试	2	36	32	4		36				
	18	劳动教育	考查	2	32		32		32				
	19	职业生涯规划	考查	2	32	32		32					
	20	就业指导与创业教育	考查	2	32	32					32		
	小计			42	740	560	180	328	288	88	36	0	0
专业基础课	专创融合课	1 汽车性能与商务评价	考试	2	36	18	18				36		
		2 汽车机械基础	考试	2	32	16	16	32					
		3 汽车电工电子基础	考试	4	64	32	32	64					
		4 汽车概论	考试	2	32	16	16	32					

汽车技术服务与营销专业人才培养方案

	5	汽车构造		考试	4	64	32	32		64						
	6	汽车维护		考试	4	64	32	32			64					
	7	沟通与礼仪		考试	2	32	16	16			32					
	小计				20	324	162	162	128	64	0	132	0	0		
专业核心课	专创融合课	1	汽车营销策划	考试	4	64	32	32			64					
		2	汽车网络与新媒体营销	考试	4	64	32	32			64					
		3	汽车顾问式销售	考试	4	64	32	32			64					
	4	汽车维修服务		考试	4	64	32	32			64					
	5	汽车保险与理赔		考试	4	64	32	32			64					
	6	二手车鉴定评估与交易		考试	4	64	32	32			64					
	7	汽车共享出行服务		考试	2	32	16	16			32					
	小计				26	416	208	208	0	0	256	160	0	0		
专业拓展课 （限选）	1	人工智能+汽车技术服务与营销		考查	2	32	0	32			32					
	2	智能网联汽车概论		考查	4	64	32	32			64					
	3	客户关系管理		考查	2	32	0	32			32					
	4	新能源汽车概论		考查	2	32	16	16			32					
	5	汽车金融与租赁服务		考查	2	32	16	16			32					
	6	汽车检测与诊断		考查	4	64	32	32		32						
	7	汽车大数据分析与应用		考查	2	32	16	16			32					
	8	汽车维修企业管理		考查	2	32	16	16						32		
	9	营销心理学		考查	2	32	16	16						32		
小计（最低要求）				22	352	144	208	0	32	96	128	0	64			
公共选修课模块	创新创业	1	创新思维训练	考查	2	32		32		32						
		2	创业基础与实务	考查	1	16	16			16						
		3	成果转化实务	考查	1	16	16	0						16		
	4	国学经典与文化遗产类		考查												
	5	艺术欣赏与审美体验（含公共艺术课程）类		考查					8 门公共艺术课程中最低选修 2 学分							
	6	自然科学与工程技术类		考查												
	7	经济活动与社会管理类		考查												
	8	科学普及与技术创新类		考查												
	9	外语交流与跨国文化类		考查												
	10	体育运动与心理健康类		考查												
	11	生活常识与手工体验类		考查												
小计（最低要求）					6	96	48	48								
课程合计					116	1928	1122	806								

课程类别	序号	实践教学内容	考核方式	学分	总学时	理论学时	实践学时	实践教学时间安排（周）					
								第一学年		第二学年		第三学年	
								1学期	2学期	3学期	4学期	5学期	6学期
集中实践	1	军事技能训练及入学教育	平时表现、考勤、测试	2	112	0	112	2周					
	2	专业认识实习及入学教育（含入学教育）	企业评定	1	24	0	24	1周					
	3	劳动周（同时开展技术创新成果转化实践活动）	平时表现、考勤、成果评定	2	48	0	48	分配在每学期，采用专题讲座、主题演讲、劳动技能竞赛、劳动成果展示、劳动项目实践等形式。					
	4	“双创”实践活动周	成果评定	1	24	0	24			1周			
	5	岗位实习	成果评定、企业评定	17	624	0	624					20周	6周
	6	毕业设计（论文）	成果评定、答辩	8								8周（与岗位实习同时进行）	
	7	毕业教育	平时表现、考勤、测试	1									1周（与岗位实习同时进行）
	集中实践学时合计				32	832		3周					
总计				148	2760								

注：军事技能训练 112 学时，记 2 学分；其他集中实践教学环节每周折合 24 学时，记 1 学分。

九、学分置换

根据学校学分置换相关文件，鼓励学生参加各类职业技能竞赛、学科竞赛、创新设计、科技活动、艺术实践、社团活动、志愿服务等，提高学生的综合能力和职业素养。

十、实施保障

（一）师资队伍

学生数与本专业专任教师数比例不高于 25:1，“双师型”教师占专业课教师数比例一般不低于 60%，高级职称专任教师的比

例不低于 20%，专任教师队伍要考虑职称、年龄、工作经验，形成合理的梯队结构。能够整合校内外优质人才资源，选聘企业高级技术人员担任行业导师，组建校企合作、专兼结合的教师团队，建立定期开展专业（学科）教研机制。

本专业现有师资队伍情况：

1.在校生与专任教师之比不高于 20:1；

2.教师队伍结构：专任教师“双师”资格（具备相关专业职业资格证书或企业经历）的比例要达到 70%以上，能够解决行业企业经营难题的教师比例要达到 50%以上；

3.专业带头人原则上应具有本专业及相关专业副高及以上职称和较强的实践能力，能够较好地把握国内外汽车销售与服务行业、专业发展，能广泛联系行业企业，了解行业企业对本专业人才的需求实际，主持专业建设、开展教育教学改革、教科研工作和社会服务能力强，在本专业改革发展中起引领作用。

4.专任教师原则上具有汽车服务工程、车辆工程、汽车服务工程技术等相关专业本科及以上学历；具有一定年限的相应工作经历或者实践经验，达到相应的技术技能水平；具有本专业理论和实践能力；能够落实课程思政要求，挖掘专业课程中的思政教育元素和资源；能够运用信息技术开展混合式教学等教法改革；能够跟踪新经济、新技术发展前沿，开展技术研发与社会服务；专业教师每年至少 1 个月在企业或生产性实训基地锻炼，每 5 年累计不少于 6 个月的企业实践经历。

5.兼职教师主要从本专业相关行业企业的高技能人才中聘任，应具有扎实的专业知识和丰富的实际工作经验，一般应具有中级及以上专业技术职务（职称）或高级工及以上职业技能等级，了解教育教学规律，能承担专业课程教学、实习实训指导和学生职业发展规划指导等专业教学任务。根据需要聘请技能大师、劳

动模范、能工巧匠等高技能人才，根据国家有关要求制定针对兼职教师聘任与管理的具体实施办法。

（二）实践教学环境

1.校内实训基地

根据课程实施的需要设计并建设理实一体专业实训室，满足核心课程的教学需求。充分利用校内合作企业的实验实训设备为教学服务。打破了传统单一的知识型学习环境，使用学校打造的各类场景：众创空间、孵化器、成果转化基地等进行教学。

2.校外实训基地

在学校周边及全国范围内汽车行业内具有相对稳定、结合紧密的教学实训基地 3-5 家，满足学习专业认知、技能实训、顶岗实习等实践教学的要求。实习基地数量上与专业学生规模相适应，管理规范，设备先进，在当地及汽车行业中具有代表性。

校外实训基地要有健全的规章制度及基于职业标准的员工日常行为规范，有利于学生在实训期间便养成遵纪守法的习惯，能真正地领悟到团队合作精神，同时能培养学生解决实际问题的能力。

3.信息网络教学条件

为了满足专业信息网络教学的需要，学校校园网的主干带宽要达到千兆速率传输能力，专业教学场所（校内实训基地）、自主学习场所（图书馆、学生宿舍）达到百兆速率到桌面，确保学生在课程学习的所有计算机终端设备能够访问校园网的专业课程资源和互联网的专业学习资源。

（三）教学资源

1.教材选用基本要求

按照国家规定，经过规范程序选用教材，优先选用国家规划教材和国家优秀教材。专业课程教材应体现本行业新技术、新规

范、新标准、新形态，并通过数字教材、活页式教材等多种方式进行动态更新。

2. 图书文献配备基本要求

图书文献配备能满足人才培养、专业建设、教科研等工作的需要。专业类图书文献主要包括：汽车制造行业政策法规、汽车国家标准和行业标准、汽车工程手册、电动汽车工程手册、汽车设计手册、汽车行业试验及检测方法标准、机械工程国家标准等机械工程师必备手册资料，汽车技术服务营销专业学术期刊和有关汽车技术服务营销专业的实务案例类图书等。及时配置新经济、新技术、新工艺、新材料、新管理方式、新服务方式等相关的图书文献。

3. 数字教学资源配置基本要求

建设、配备与本专业有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件等专业教学资源库，种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学。

（四）教学方法

1. 立足于加强学生实践动手能力培养，核心课程采用企业的真实项目，采用“任务驱动”教学法，通过典型汽车营销案例，让学生在活动中锻炼专业技能，增强爱岗敬业、团结协作的意识，实现技能与素质的同步提高。

2. 重视本专业领域新技术、新工艺、新设备发展趋势，贴近生产现场。充分利用校内外实训基地，工学结合，课堂与工作环境结合，积极引导学生提升职业素养，提高职业道德。

（五）考核评价

所有必修课和学生选定的选修课及岗前实训等均在教学过程中或完成教学目标时进行知识和技能考核，合格者取得该课程学分。

评价体系包括笔试、实践技能考核、项目实施技能考核、岗位绩效考核、职业资格技能鉴定、技能竞赛、成果转化能力等多种考核方式。每门课程评价根据课程的不同特点，采用其中一种或多种考核方式相合的形式进行。

1.笔试：理论性比较强的课程，考核成绩采用百分制，该门课程不合格，不能取得相应学分，由专业教师组织考核。

2.实践技能考核：实践性比较强的课程，尤其是专业核心课程，应根据应聘岗位技能要求，确定其相应的主要技能考核项目，由专兼职教师共同组织实施过程考核。

3.岗位绩效考核：在企业开设的课程，如顶岗实习等，由企业与学校进行共同考核，企业考核主要以企业对学生的岗位工作执行情况进行绩效考核。

4.职业资格技能鉴定：机动车驾驶员证、普通话等级证、英语等级证、汽车修理工等级证、维修电工等级证、二手车鉴定与评估等级证，获得的认证计入学生总学分。

5.技能竞赛：学生参加国家、省各有关部门及学院组织的各项专业技能竞赛，根据取得的成绩等级核算计入学生总学分。

6.成果转化：创新创业、成果转化、设计思考、发明创造等相关课程的考核要充分体现出“知识传授、能力提升和价值引领”同步提升，可采用成果转化的考核方式，形成基于服务创新和成果转化价值引领的“学生评教、教师评学、同行评课、专家评质、企业评人”的五评制度。

（六）质量保障

1.学校和二级院系建立专业人才培养质量保障机制，健全专业教学质量监控管理制度，改进结果评价，强化过程评价，探索增值评价，吸纳行业组织、企业等参与评价，并及时公开相关信息，接受教育督导和社会监督，健全综合评价。完善人才培养方

案、课程标准、课堂评价、实验教学、实习实训、毕业设计以及资源建设等质量保障建设，通过教学实施、过程监控、质量评价和持续改进，达到人才培养规格要求。

2.学校和二级院系完善教学管理机制，加强日常教学组织运行与管理，定期开展课程建设、日常教学、人才培养质量的诊断与改进，建立健全巡课、听课、评教、评学等制度，建立与企业联动的实践教学环节督导制度，严明教学纪律，强化教学组织功能，定期开展公开课、示范课等教研活动。

3.专业教研组织建立线上线下相结合的集中备课制度，定期召开教学研讨会议，利用评价分析结果有效改进专业教学，持续提高人才培养质量。

4.学校建立毕业生跟踪反馈机制及社会评价机制，并对生源情况、职业道德、技术技能水平、就业质量等进行分析，定期评价人才培养质量和培养目标达成情况。

十一、毕业要求

毕业要求是学生通过规定年限的学习，须修满的专业人才培养方案所规定的 148 学分，完成规定的教学活动，毕业时应达到的素质、知识和能力等方面要求。

表 5 培养目标实现矩阵

培养目标	培养要求（素质、知识、能力）	实现途径	
		课程	其他（如教学方式、技能竞赛等）
素质目标	1-1 思想道德素质 1.坚定拥护党的领导，践行社会主义核心价值观，强化爱国情怀与民族自豪感； 2.树立安全、环保、质量意识，遵守行业规范与职业道德，弘扬工匠精神、劳动精神和创新精神；	《思想道德与法治》 《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》 《习近平新时代中国	安全演练： 结合《汽车检测与诊断》课程开展事故应急处理、消防实训（对接企业安全生产标准）。 团队训练： 通过项目式教学、企业实训培养协作能力。

	3.培养社会责任感，理解汽车行业的绿色发展使命。	特色社会主义思想概论》 《体育与健康》 《心理健康教育》 《劳动教育》	劳动实践： 组织汽车维护、汽车性能检测等志愿服务，强化社会责任感。 思政融入： 邀请劳模/工匠开展“产业报国”主题讲座 心理支持： 定期开展职业压力疏导工作坊
	1-2 职业素质 1.严格遵守安全操作规范，具备风险预判与应急处理能力； 2.具备团队协作、沟通协调能力，适应跨部门协同作业； 3.养成严谨细致的工作态度，能胜任销售、检测、维修等多场景职业需求。		
	1-3 身心素质 1.具备健康体魄，适应高强度实操环境； 2.培养抗压能力与心理调适能力，具有优秀的服务意识。		
知识目标	2-1 专业基础知识： 掌握汽车机械基础、汽车电工电子基础、汽车构造、汽车性能与商务评价、汽车维护、沟通与礼仪等方面的基础知识。	《汽车机械基础》 《汽车电工电子基础》 《汽车构造》	行业讲座： 邀请企业专家解读《汽车行业稳增长工作方案（2025—2026年）》等政策文件，邀请企业工程师解读汽车国家标准。 文献研读： 布置《汽车试验技术标准》，培养标准意识，布置行业报告作业。 线上课程： 依托国家智慧教育平台，选修《汽车营销策划》、《汽车网络与新媒体营销》等慕课。
	2-2 专业核心知识： 精通等方面的原理。	《汽车营销策划》 《汽车网络与新媒体营销》 《汽车顾问式销售》 《汽车维修服务》 《汽车保险与理赔》 《二手车鉴定评估与交易》	
	2-3 行业前沿知识： 了解智能网联、数字化技术（虚拟仿真、大数据）在汽车中的应用，熟悉汽车检测与诊断、二手车评估、生产质量管理等技能。	《智能网联汽车概论》 《汽车大数据分析与应用》 《新能源汽车概论》 《汽车维修企业管理》 《汽车检测与诊断》	
能力目标	3-1 专业实践能力： 能完成汽车的销售任务和销售策划；能运用检测设备诊断汽车的故障；能对汽车的性能进行基本判断。	《二手车鉴定评估与交易》 《汽车营销策划》 《汽车检测与诊断》 （理实一体化教学）	技能竞赛： 组织参与全国职业院校技能大赛汽车类技能竞赛，对标行业标准。 企业实习： 通过“岗位实习”（6个月）参与销售策

	3-2 创新与数字化能力：能通过虚拟仿真优化工艺，提出技术改进方案，适应行业数字化转型。	新能源汽车故障诊断虚拟软件	划、汽车维修等真实项目。 教学方法：采用项目式教学（如“汽车检测与诊断项目”）、虚拟仿真教学（如汽车营销策划虚拟实验），强化实践能力。 创新项目：采用项目式教学、案例教学；“互联网+”大学生创新创业大赛；一带一路金砖国家发展创新类比赛项目。
	3-3 职业发展能力：具备文献检索、自主学习能力，能通过企业实践提升岗位适应力。	《就业指导与创业教育》 《职业生涯规划》 《创新思维训练》	

附件 1: 主要课程简介

附件 2: 公共选修课一览表

附件 3: 人才培养方案专家评审意见表

附件 4: 人才培养方案审批表

附件 5: 汽车服务与营销专业人才培养方案调研报告