

XX 职业技术学院

2024 级汽车技术服务与营销专业 (江淮国际订单班)

人才培养方案

制定日期：2024 年 5 月

修订日期：2025 年 5 月

目 录

一. 专业名称及代码	1
二. 入学要求	1
三. 修业年限	1
四. 团队成员	1
五. 职业面向	1
(一) 职业面向	1
(二) 工作任务与职业能力分析	2
六. 培养目标与规格	3
(一) 培养目标	3
(二) 培养规格	4
七. 毕业要求	6
(一) 毕业要求	6
(二) 毕业要求指标点	7
八. 课程设置及要求	8
(一) 课程体系的架构与说明	8
(二) 课程设置	9
(三) 专业课程体系	10
(四) 主要课程内容	12
九. 教学进程总体安排	15
(一) 各类课程学时分配表	15
(二) 课程教学进程	16
十. 实施保障	17
(一) 专业教学团队基本要求	17
(二) 实践教学条件基本要求	18
(三) 使用的教材、数字化(网络)资料等学习资源	20
(四) 教学方法、手段与教学组织形式建议	21
(五) 教学评价与考核建议	22
(六) 质量保障	23

2024 级汽车技术服务与营销专业（江淮国际订单班） 人才培养方案

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有同等学历（需通过江淮汽车及学院联合组织的面试）

三. 修业年限

三年

四. 团队成员¹

表 1 专业教学标准编制团队成员名单表

序号	姓名	工作单位	职称/职务	备注
1	**	**职业技术学院	副教授	专业带头人
2	**	**职业技术学院	高级讲师	骨干教师
3	**	**职业技术学院	副教授	竞赛指导
4	*	**职业技术学院	讲师	核心课程负责人
5	**	**职业技术学院	助教	实训指导教师
6	**	**职业技术学院	助教	数字化教学
7	**	**职业技术学院	讲师	课程思政设计
8	**	**职业技术学院	助教	竞赛指导
9	**	江淮汽车	高级工程师	企业首席专家
10	**	江淮汽车	高级工程师	海外业务导师
11	**	江淮汽车	工程师	跨境业务导师

注 1: 指参与标准编制的主要成员, 含企业导师与校外专家。

五. 职业面向

（一）职业面向

本订单班精准对接江淮汽车“加速国际化、走深走实‘一带一路’”战略，面向全球新能源汽车及燃油车出口销售、海外市场运营、跨境数字营销、国际售后支持等新兴关键岗位，培养复合型、国际化高技能人才。

表 2 职业面向与主要岗位简表²

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）、

2024 级汽车技术服务与营销专业（江淮国际订单班）人才培养方案

	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……
职业类证书	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……

注 2：所属专业大类及所属专业类应依据现行专业目录；对应行业参照现行的《国民经济行业分类》；主要职业类别参照现行的《国家职业分类大典》；根据行业企业调研，明确主要岗位类别（或技术领域）；根据实际情况举例职业资格证书或技能等级证书。

（二）工作任务与职业能力分析

表 3 岗位能力分析表

岗位名称	典型工作任务 ³	工作过程 ⁴	岗位能力要求 ⁵
营销活动 策划	1. 活动需求分析与方案策划； 2. 跨部门资源协调与排期管理； 3. 活动现场执行与实时数据监控； 4. 活动复盘分析与 SOP 沉淀。	1. 对接业务需求与市场节点，完成活动主题策划与方案撰写，明确目标人群、预算分配及预期 ROI，达成方案一次性通过率 80%以上； 2. 协调设计、运营、商品及外部供应商，输出活动物料与执行排期表，完成渠道铺排与预热内容发布，达成项目按时交付率 95%以上； 3. 统筹活动现场执行（线上/线下），监控实时数据并处理突发问题，推动用户参与与转化，达成活动参与量/销售额完成率 90%以上； 4. 回收活动数据，完成复盘分析报告，提炼可复用 SOP 与优化策略，达成活动 ROI 环比提升 10%以上、问题闭环率 100%。	能根据业务目标独立完成活动策划方案与执行排期；能协调设计、运营、供应商等多方资源，控制成本与进度；能预判并快速处理活动现场突发问题；能利用数据复盘活动效果，提炼可复用的优化策略；能撰写兼具逻辑与吸引力的活动文案及结案报告。
汽车销售	1. 客户接待与需求分析； 2. 产品讲解与试驾安排； 3. 商务谈判与合同签订； 4. 交车服务与客户跟进。	1. 接待进店客户，通过沟通挖掘购车预算、用途及偏好，完成需求分析准确率 90%以上； 2. 针对性讲解车型卖点，安排试驾并解答客户疑虑，达成试驾转化率 35%以上； 3. 进行价格谈判与金融方案推荐，签订销售合同，达成谈判成功率 60%以上； 4. 协调交车流程，完成车辆整备与功能讲解，并持续跟进售后满意度，达成客户转介绍率 20%以上。	能快速识别客户需求并推荐匹配车型；能熟练进行产品讲解与试驾引导；能运用谈判技巧处理价格异议并促成签单；能规范完成合同签订与交车全流程。
新媒体营 销	1. 新媒体平台账号运营； 2. 内容策划与制作发布； 3. 粉丝互动与流量转化； 4. 数据复盘与投放优化。	1. 搭建并运营抖音、视频号、小红书等新媒体账号，完成账号定位与基础设置，达成账号月度自然涨粉 2000 以上； 2. 结合热点与车型卖点策划短视频/图文内容，完成拍摄剪辑与发布，达成周更 3 条以上、单条播放量不低于 5 万； 3. 通过评论区互动、私信回复及直播引流，收集潜客线索并转交销售跟进，达成月均有效线索 50 条以上、转化率 10%以上； 4. 复盘各平台数据（完播率、互动率、留资成本），优化内容方向与 DOU+ 投放策略，达成单条线索成本环比下降 10%以上	能独立完成抖音/视频号/小红书等平台的账号搭建与日常运营；能结合热点与车型卖点策划短视频及图文内容；能通过互动与直播完成潜客收集与转交；能分析后台数据并优化内容与投放策略。
二手车鉴 定评估	1. 车辆信息核验与手续检查；	1. 核验车辆行驶证、登记证、保单等手续真伪，查询维保记录与出险记录，达成手续合规率 100%、信息准确率	能独立核验车辆手续及维保/出险记录；能熟练使用漆膜

岗位名称	典型工作任务 ³	工作过程 ⁴	岗位能力要求 ⁵
	2. 车辆静态与动态技术鉴定； 3. 事故/水泡/火烧车专项排查； 4. 综合车况评估与定价。	95%以上； 2. 进行车身漆面、结构件、内饰、电器等静态检测，配合路试检测发动机、变速箱、底盘动态表现，达成检测项目覆盖率 100%； 3. 专项排查事故车（车身骨架损伤）、水泡车（泥沙/锈蚀痕迹）、火烧车（烧熔/焦味痕迹），达成重大事故车识别准确率 98%以上； 4. 综合车况、年限、里程、市场行情及整备成本，出具评估报告并完成定价，达成评估价与成交价误差≤5%、评估时效 2 小时以内。	仪、内窥镜、诊断电脑等检测工具；能通过静态与动态检测判断车辆综合技术状况；能结合市场行情进行科学定价并出具评估报告。
汽车销售与运用数据采集分析	1. 销售数据采集与清洗； 2. 客户行为与运用数据分析； 3. 数据可视化报表输出； 4. 营销策略优化建议。	1. 从 DMS 系统、CRM 系统、线上渠道等多源采集销售与客户数据，完成清洗与标准化处理，达成数据完整率 98%以上、清洗准确率 95%以上； 2. 分析车型销量走势、区域分布、库存周转率，以及客户留资、试驾、成交转化漏斗，达成核心指标覆盖率 100%； 3. 运用 Excel/BI 工具制作数据看板，输出日报/周报/月报，呈现销量、线索转化率、单客成本等关键指标，达成报表准时交付率 100%； 4. 基于数据分析结论，提出车型定价、库存调配、促销活动、渠道投放等优化建议，达成建议采纳率 60%以上、环比 ROI 提升 5%以上。	能独立完成多源数据采集、清洗与标准化处理；能分析销量漏斗、客户行为及库存周转等核心指标；能基于数据结论输出可落地的营销与运营优化建议；能撰写数据报告并向业务部门进行有效沟通汇报。
售后服务	1. 客户接待与车辆预检； 2. 维修保养方案制定与派工； 3. 过程跟进与质量验收； 4. 交车结算与客户维系。	1. 接待进店客户，了解车辆故障或保养需求，完成环车检查与预检单填写，达成预检准确率 95%以上； 2. 根据车况与客户需求制定维修/保养方案，完成工时与配件报价，派工至维修班组，达成方案一次性通过率 80%以上； 3. 跟进维修进度，协调配件与技师资源，处理增项确认与客户沟通，完工后完成质量检验，达成按时交车率 90%以上、一次修复率 95%以上； 4. 向客户展示维修成果与更换旧件，完成结算开票，讲解后续用车注意事项，并进行 3 日内满意度回访，达成客户满意度≥4.8 分（满分 5 分）、月均回厂率 60%以上。	能独立完成车辆预检与故障初步判断；能制定合理的维修保养方案并进行透明报价；能协调车间资源，跟进维修进度并处理增项沟通；能完成质量验收、交车结算与旧件展示；能通过回访与关怀维系客户关系，提升回厂率与转介绍。

注 3：典型工作任务是一项由计划、实施、评估整个行动过程组成的完整的工作任务，能反映职业工作的内容、形式以及在职业工作中的意义、功能和作用。即同时具备如下四个特征：①具有完整的工作过程；②它能代表职业工作的内容和形式；③完成任务的方式和结果有较大的开放性；④在整个企业的工作（或经营）大环境里具有重要的功能和意义。

注 4：工作过程指企业为完成工作任务并获得工作结果而进行的一个完整的工作程序，由工作内容、工作对象、工具、工作方法、劳动组织、工作人员、工作成效组成。

注 5：概要阐述要胜任该岗位需要具备的能力，用“能……”进行描述。

六. 培养目标与规格⁶

（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和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. 思想素质与职业素养

（1）坚定拥护中国共产党领导和社会主义制度，在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下，践行社会主义核心价值观，具有深厚的爱国情感和中华民族自豪感。

（2）崇尚宪法、遵法守纪，具有“合规出海、诚信经营”的职业道德，坚守数据真实、合同守约的外贸职业底线。

（3）具备“客户至上、服务为先”的服务意识，尊重海外市场宗教信仰与商务习俗，具有跨文化包容与风险防范意识。

（4）具有“中国制造”品牌自信与行业担当，树立精益求精的工匠精神，以及团队协作、吃苦耐劳、勇于创新的职业情怀。

2. 专业知识

（1）掌握新能源汽车的基本构造、工作原理及主销车型（如江淮思皓、瑞风）的产品参数与卖点。

（2）掌握汽车市场营销的基本理论，包括市场环境分析、消费者行为分析、市场调研与预测、STP 战略及 4P/4C 营销组合策略。

（3）掌握汽车销售标准流程（客户开发、展厅接待、需求分析、产品推介、试乘试驾、报价议价、签约交车、客户回访）的全环节知识。

（4）掌握国际贸易基础术语（FOB、CIF 等）、跨境结算方式（L/C、T/T 等）及数字化报关单证（商业发票、装箱单、提单、原产地证）的填制规范。

（5）掌握海外数字营销（Facebook、Instagram、短视频、直播）的内容策划与发布规则，以及跨文化客户沟通与异议处理技巧。

（6）掌握海外售后服务体系的构成（备件供应、远程技术培训、索赔处理、客户关系维护）及跨文化客户满意度管理方法。

3. 岗位技术技能

（1）能够独立完成新能源汽车市场环境分析（PEST、SWOT）及目标市场筛选，形成市场准入分析报告。

（2）能够规范完成展厅接待、六方位绕车介绍、试乘试驾引导、报价议价及签约交车等全流程销售实战。

（3）能够熟练操作数字化报关模拟系统及 DMS 经销商管理系统，完成出口单证的缮制、审核与报关模拟。

（4）能够运用 SPIN 提问法等技巧，在跨文化场景下进行海外客户需求分析、异议处理与订单

促成。

(5) 能够策划并发布海外社交媒体内容，制作短视频及直播说车，开展海外数字营销活动。

(6) 能够设计包含备件海外仓布局、远程培训课程、索赔 SOP 及客户关怀日历在内的海外售后服务体系。

(7) 能够整合政策、报关、结算、营销、售后各环节，完成面向目标市场的出口全案策划并进行路演答辩。

4. 跨文化与国际业务能力

(1) 具备使用英语进行基本商务沟通、单证阅读及海外客户接待的能力（达到相应等级要求）。

(2) 能够识别并尊重中亚等目标市场的宗教信仰、商务礼仪及消费习惯，避免文化冒犯。

(3) 能够应对海外客户异议处理中的跨文化冲突（如宗教信仰禁忌、时差紧急联络），具备心理韧性 with 灵活应变能力。

(4) 了解国际贸易法规、海外市场准入政策及知识产权保护基本知识，具备合规风险防范意识。

5. 数字化与信息处理能力

(1) 能够熟练使用办公软件（Word、Excel、PPT）进行文档处理、数据分析和方案演示。

(2) 能够运用 AI 知识图谱工具、虚拟仿真平台及超星等学习平台进行自主学习和任务操作。

(3) 具备短视频剪辑、图文编辑、直播推流等新媒体内容制作能力，以及海外社媒数据监测与简单分析能力。

(4) 能够利用 DMS 模拟系统、企业全球学习平台（JAC Learning）等专业信息系统进行客户信息管理与业务跟进。

6. 持续发展与创新创业能力

(1) 具有自主学习和终身学习的意识，能够追踪新能源汽车行业动态、外贸政策变化及数字营销新技术。

(2) 具备批判性思维与问题解决能力，能够在复杂业务场景中分析问题根因并提出改进方案。

(3) 具有团队协作与项目管理能力，能够在小组策划、路演等任务中担任不同角色，完成分工与协同。

(4) 具备一定的创新意识与创业思维，能够结合跨境电商、海外新媒体等趋势，探索汽车出口营销的新模式、新方法。

表 4 汽车技术服务与营销专业（江淮国际订单班）培养（目标）规格

序号	具体内容
I	坚定拥护党的领导，践行社会主义核心价值观，遵守法律法规与行业规范，具备绿色生产、安全防护、质量管理意识，弘扬劳模精神、工匠精神，具有可持续发展的学习和劳动能力。
II	能够从事汽车市场调研、营销策划、汽车销售（含新媒体）、售后服务、二手车鉴定评估、事故车查勘定损、共享出行运营及汽车销售与运用数据采集分析等工作的高技能人才。
III	掌握汽车构造与原理、汽车性能评价、电工电子、机械基础等专业基础知识，具备汽车营销与策划、客户开发与关系管理、售后服务接待与处理等核心能力。
IV	具备二手车技术状况鉴定与价值评估、车险查勘与事故车损失评估、共享出行业务推广与资产运营管理等技术技能。
V	掌握信息技术与数字技能，具有适应行业数字化智能化发展的能力；具有良好的语言表达、沟通合作及团队协作能力，能运用外语从事本专业工作。

注 6: 培养目标是对该专业毕业生在毕业 5 年后能够达到的职业和专业成就的总体描述。

七. 毕业要求

本专业学生须在规定的修业年限内，完成人才培养方案规定的全部课程（含实践环节），修满规定学分，且德、智、体、美、劳等方面达到国家规定的高职学生毕业标准。在此基础上，毕业生应系统掌握汽车技术服务与营销专业（江淮国际订单班）所需的知识、技能与素养，具备面向新能源汽车出口领域的市场分析、跨境商务操作、海外数字营销、售后服务体系设计及全案策划等复合型能力。同时，须通过江淮汽车国际业务岗位能力综合考核（或取得企业认可的职业技能等级证书），达到订单班“学完即能上岗、上岗即能产出”的培养目标，能够适应汽车产业高质量出海战略下跨境营销关键岗位的工作要求。

（一）毕业要求⁷

表 5 汽车技术服务与营销专业（江淮国际订单班）毕业要求

序号	毕业要求	对应的培养目标
1	热爱社会主义祖国，拥护党的基本路线；掌握马克思主义中国化时代化理论成果；具有为国家富强、民族复兴及中国品牌出海而奋斗的志向和社会责任感。	I
2	具有人文素养、科学精神和公民意识，能够理解并遵守国际贸易职业道德与合规规范。	I
3	具有健康的心理与强健的体魄，具备适应跨国差旅和跨文化环境的职业韧性。	I
4	掌握社会人文基础知识、国际商务常识及汽车专业知识，能够理解并适应全球化发展趋势，了解主要目标市场（“一带一路”沿线、拉美、非洲等）的汽车行业动态与贸易规则。	II、V
5	掌握江淮汽车国际化销售岗位所需的基本知识与技能，能够完成海外客户接待、产品介绍、报价谈判及合同签订等典型工作任务。	II、III
6	掌握汽车售后服务（海外方向）岗位所需的基本知识与技能，能够处理远程技术咨询、索赔初审及客户抱怨回复。	II、III
7	掌握二手车（出口）鉴定评估交易的基本知识与技能，能够按照标准流程完成车辆技术状况检测及评估报告辅助填写。	II、IV
8	掌握国际汽车保险（出口货运险及海外车险）的基本知识和理赔流程，能够协助完成投保、报案及单证整理。	III、IV
9	掌握数字化报关与国际结算的基本知识与技能，能够独立填制主要出口单证（发票、箱单、提单等）及操作报关模拟系统。	II、V
10	具有良好的跨文化语言和文字表达能力，能够使用英语（或其他主要外语）进行日常工作沟通、邮件往来及简单商务演讲。	V
11	具备计算机和网络应用常识，能够使用办公软件进行文档编辑、数据处理及 PPT 制作；熟悉海外社交媒体及数字营销工具的基本操作。	V
12	具备交流沟通和团队协作能力；具有自主学习和终身学习的意识，能够通过线上资源持续更新外贸及汽车专业知识。	I、V
13	具备较强的跨国职业适应性；具备创新意识和创业常识，能够结合新能源汽车出口趋势提出业务优化建议。	III、V

注 7：毕业要求应该能够支撑培养目标的达成，应覆盖所有的培养目标。一条培养目标可以由多条毕业要求支撑，一条毕业要求也可以支撑多条培养目标，毕业要求数量不超过 15 条。

(二) 毕业要求指标点⁸

表 6 汽车技术服务与营销专业（江淮国际订单班）毕业要求指标点

序号	毕业要求	对应的指标点
1	热爱社会主义祖国，拥护党的基本路线；掌握马克思主义中国化时代化理论成果；具有为国家富强、民族复兴及中国品牌出海而奋斗的志向和社会责任感。	1.1 思想政治德育课程考核成绩合格； 1.2 积极参加学校组织的“一带一路”主题社会实践活动，具备集体主义观念和爱国情怀； 1.3 在校期间遵纪守法，无重大违规违纪行为。
2	具有人文素养、科学精神和公民意识，能够理解并遵守国际贸易职业道德与合规规范。	2.1 公共素养和外贸法规与职业道德课程考核合格； 2.2 在实训中能够遵循诚信、合规原则，不伪造单证、不虚报信息。
3	具有健康的心理与强健的体魄，具备适应跨国差旅和跨文化环境的职业韧性。	3.1 体育课程考核合格，掌握 1-2 项运动技能； 3.2 完成心理健康教育课程，具备情绪管理及压力调适能力； 3.3 在模拟跨国业务场景中能够保持积极心态，适应时差与陌生环境模拟训练。
4	掌握社会人文基础知识、国际商务常识及汽车专业知识，能够理解并适应全球化发展趋势，了解主要目标市场的汽车行业动态与贸易规则。	4.1 公共基础课、专业基础课成绩合格； 4.2 完成《国际市场营销》《跨文化沟通》等课程学习，能够说出 3 个以上目标市场（如中东、东南亚、拉美）的基本进口政策； 4.3 毕业设计中能够体现对目标国家汽车市场的初步调研与分析。
5	掌握江淮汽车国际化销售岗位所需的基本知识与技能，能够完成海外客户接待、产品介绍、报价谈判及合同签订等典型工作任务。	5.1 《跨文化商务沟通与销售技巧》课程考核合格； 5.2 能够用英语完成江淮某款车型的 6 分钟产品介绍演示； 5.3 能够独立填写外贸销售合同（关键条款）； 5.4 在模拟商务谈判中达到及格以上评分。
6	掌握汽车售后服务（海外方向）岗位所需的基本知识与技能，能够处理远程技术咨询、索赔初审及客户抱怨回复。	6.1 《汽车售后服务接待（海外）》课程考核合格； 6.2 能够根据故障码表给出 3 种常见故障的处理建议； 6.3 能够用英语撰写规范的服务回函或索赔初审意见。
7	掌握二手车（出口）鉴定评估交易的基本知识与技能，能够按照标准流程完成车辆技术状况检测及评估报告辅助填写。	7.1 《二手车出口鉴定评估与交易》课程考核合格； 7.2 能够使用漆膜仪、胎压表等工具完成车辆静态检测，并填写检查表； 7.3 了解主要目标国二手车进口年限及排放限制，能完成报告模板填写。
8	掌握国际汽车保险（出口货运险及海外车险）的基本知识和理赔流程，能够协助完成投保、报案及单证整理。	8.1 《汽车保险与理赔（国际业务）》课程考核合格； 8.2 能够正确填写投保单并整理理赔所需单证清单。

序号	毕业要求	对应的指标点
9	掌握数字化报关与国际结算的基本知识与技能，能够独立填制主要出口单证及操作报关模拟系统。	9.1 《跨境结算与数字化报关实务》课程考核合格； 9.2 能够在模拟系统中完成一套完整的出口报关单证填制（发票、箱单、提单、原产地证）； 9.3 能够解释 L/C、T/T 的基本流程及风险点。
10	具有良好的跨文化语言和文字表达能力，能够使用英语进行日常工作沟通、邮件往来及简单商务演讲。	10.1 英语课程（商务方向）考核合格，建议通过 CET-4； 10.2 能够撰写规范的询盘、发盘邮件； 10.3 能够借助工具完成产品资料的英译/中译。
11	具备计算机和网络应用常识，能够使用办公软件进行文档编辑、数据处理及 PPT 制作；熟悉海外社交媒体及数字营销工具的基本操作。	11.1 《信息技术》课程考核合格或通过全国计算机一级考试； 11.2 能够用 PPT 制作产品推介方案； 11.3 能够使用剪辑/CapCut 制作 15 秒以上产品短视频； 11.4 能够完成海外社媒平台（Facebook/Instagram）基础内容发布与互动。
12	具备交流沟通和团队协作能力；具有自主学习和终身学习的意识，能够通过线上资源持续更新外贸及汽车专业知识。	12.1 在小组实训项目中承担明确角色并获得团队认可； 12.2 能够利用超星平台等学习资源完成课外知识拓展任务； 12.3 毕业设计答辩中能够清晰回应提问。
13	具备较强的跨国职业适应性；具备创新意识和创业常识，能够结合新能源汽车出口趋势提出业务优化建议。	13.1 跟岗实习或岗位实习考核合格，企业评价良好； 13.2 完成创新创业课程，能够撰写一份简要的“江淮汽车海外市场微创新”建议书； 13.3 在毕业设计中体现对目标市场差异化营销策略的个人思考。

注 8：制订毕业要求指标点时应注意以下几点：一是要与毕业要求对应，一条毕业要求可以由几个指标点进行支撑。二是描述要具体可测，尽量用外显性行为动词，总数不超过 45 条。

八. 课程设置及要求

（一）课程体系的架构与说明⁹

1、人才培养模式

本专业（江淮国际订单班）围绕立德树人根本任务，对接江淮汽车国际化战略对高技能人才的迫切需求，构建了“校企双元、四段递进、岗课直通”的人才培养模式。课程体系由公共基础课程和专业课程组成，所有课程均融入思政元素，实现全员、全过程、全方位育人。

（1）校企双元：学校专任教师与江淮汽车企业导师共同授课、评价与指导实习。专业核心课程实践部分由企业专家承担不低于 30% 的教学任务，实习实行校企双导师制。

（2）四段递进：第一学年为“基础认知段”，夯实汽车构造、品牌文化与商务沟通基础；第二学年为“出口业务技能段”，集中训练国际销售、跨境结算、海外数字营销等核心技能；第三学年上学期为“跟岗实习与出口全案实战段”，进入江淮海外业务部门或授权网点轮岗实践；第三学年下学期为“顶岗实习段”，以准员工身份独立承担岗位工作。

（3）岗课直通：课程内容直接对应江淮国际业务典型工作任务，引入企业真实业务案例与操作

系统（如 DMS、CRM、外贸 ERP），实现“学完即能上岗、上岗即能产出”。

（二）课程设置

为实现专业培养目标，为实现专业培养目标，本方案构建了由公共基础课程和专业课程组成的课程体系。各模块性质与要求说明如下：

1、公共基础课程

公共基础课程旨在提升学生的思想水平、政治觉悟、道德品质、文化素养、身体素质及通用能力，为专业学习和终身发展奠定基础。

（1）公共基础必修课

按照国家有关规定开齐开足，主要包括：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、习近平新时代中国特色社会主义思想概论、形势与政策、中华民族命运共同体、军事理论、军训（含入学教育）、心理健康教育、劳动教育、国家安全教育、英语、高等数学、信息技术、体育等。

（2）公共基础选修课程

为拓展学生国际视野与综合素养，在常规通识选修基础上，增设特色模块，学生需修读不少于 8 学分。主要包括：“一带一路”沿线国家文化概况、外贸英语函电、四史教育、职业素养、社会责任、绿色环保、管理等课程。

2、专业课程

（1）专业基础课程

专业基础课程是学习专业核心课程和形成职业能力的前置基础，旨在使学生掌握汽车服务行业必备的基础理论和基本技能。共设置 5 门课程，包括：《汽车文化》《江淮品牌认知与产品基础》《汽车构造》《汽车机械基础》《汽车电工电子基础》。

（2）专业核心课程

专业核心课程紧密对接江淮国际业务核心岗位的典型工作任务，旨在培养学生从事国际汽车营销与服务工作的核心职业能力。共设置 9 门课程，包括：《市场营销基础》《管理沟通》《汽车商务礼仪》《汽车营销基础与实务》《汽车保险与理赔》《二手车鉴定与评估》《汽车客户关系管理》《汽车市场调查与预测》《国际汽车贸易理论与实务》。

（3）专业拓展课程

为满足学生多元化职业发展需求和岗位迁移能力，设置专业拓展选修课程模块，学生需修读不少于 16 学分。主要包括：汽车网络与新媒体营销、新能源汽车技术、智能网联汽车概论、汽车金融、第二外语、国际供应链管理、海外 KD 工厂管理等。

3、实践性教学环节

实践性教学贯穿培养全过程，旨在将理论知识转化为实践技能，实现与岗位要求的精准对接。主要包括：

（1）课程实训：如整车认识、汽车营销策划实务、销售实战综合实训、二手车鉴定评估与交易等，在校内实训室完成。

（2）跟岗实习：在第三学年上学期，学生进入江淮海外业务部门或授权网点进行为期 10 周的轮岗实践，在真实工作环境中学习。

（3）岗位实习：在第三学年下学期，学生以准员工身份进入实习基地，独立承担岗位工作，为期 20 周。

(4) 毕业设计（毕业论文）：结合实习岗位或江淮汽车出口业务，完成一项综合性、实战性的课题，如出口全案策划、目标市场分析报告等。

注 9：专业课程体系可用图、表的方式进行阐述，应体现所设置的课程体系与岗位典型工作任务间的关系。

（三）专业课程体系

表 7 汽车技术服务与营销专业（江淮国际订单班）课程体系表

序号	课程名称（学习领域）	对应的典型工作任务
1	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/习近平新时代中国特色社会主义思想概论/形势与政策	1. 运用理论方法分析汽车行业发展政策与市场动态。 2. 树立正确的职业价值观与合规经营意识。 3. 服务“一带一路”背景下江淮汽车国际化战略。 4. 出口车辆 PDI 检查基础
2	体育/军事理论/国家安全教育	1. 保持良好体能以适应驻外差旅及外拓营销需要。 2. 培养组织纪律性与团队执行力。 3. 在涉外贸易中贯彻国家安全意识，保护企业商业秘密与客户数据。
3	大学生心理健康教育	1. 调适销售业绩压力与客户投诉带来的负面情绪。 2. 维护积极服务心态与健康心理状态。
4	大学英语/经济数学/信息技术	1. 进行职场英语基础交流，为涉外沟通奠定基础。 2. 完成购车分期、保费、提成等数据量化计算。 3. 熟练使用办公软件与 DMS 系统进行信息录入与报表制作。
5	汽车文化/江淮品牌认知与产品基础/汽车构造	1. 讲述汽车发展史与江淮品牌故事，识别主销车型配置及技术特点。 2. 认知发动机、底盘等总成结构，支撑产品介绍与品牌价值传递。
6	汽车机械基础/汽车电工电子基础	1. 识别汽车常用机构、传动与电子元件。 2. 规范使用量具及万用表进行基础检测。 3. 辅助进行电气故障判断与初步拆装。
7	市场营销基础/管理沟通/汽车商务礼仪	1. 运用 STP 与 4P 工具分析市场环境，开展团队协作。 2. 在展厅接待、电话邀约、商务宴请中规范执行礼仪，进行有效客户沟通。
8	汽车营销基础与实务	1. 按标准流程完成潜客开发、展厅接待与需求分析。 2. 进行六方位绕车介绍、试乘试驾、报价议价与签约交车。 3. 完成客户回访与关系维护。
9	汽车保险与理赔	1. 为客户设计投保方案并计算保费、出具保单。 2. 对常见事故进行现场查勘与损失确定。 3. 完成理算核赔等理赔流程。
10	二手车鉴定与评估	1. 对二手车进行静态检查与动态路试。 2. 运用重置成本法、现行市价法等进行价值评估。 3. 出具规范评估报告并参与交易议价。
11	汽车客户关系管理/汽车市场调查与预测	1. 运用 CRM 系统进行客户分类与信息维护，策划关怀活动，处理投诉。 2. 设计问卷开展市场调研，分析数据预测销量，撰写市场分析报告。
12	国际汽车贸易理论与实务	1. 缮制外贸合同、发票、装箱单等单证，核算 FOB/CIF 报价。 2. 阅读英文维修手册、配置表及技术公告。 3. 用英语进行车型推介，处理海外客户咨询。

表 8 汽车技术服务与营销专业（江淮国际订单班）课程矩阵表¹⁰

毕业要求	指标点 ¹¹	公共基础必修课程	公共基础选修课	汽车文化	江淮品牌认知与产品基础	汽车构造	汽车机械基础	汽车电工电子基础	市场营销基础	管理沟通	汽车商务礼仪	汽车营销基础与实务	汽车保险与理赔	二手车鉴定与评估	汽车客户关系管理	汽车市场调查与预测	国际汽车贸易理论与实务	汽车网络与新媒体营销	新能源汽车技术	智能网联汽车概论	汽车金融	实践性教学环节	
1	1.1	√																					
	1.2	√	√																				√
	1.3	√																					√
2	2.1	√	√														√						
	2.2	√	√									√	√	√			√						√
3	3.1	√																					
	3.2	√																					
	3.3	√	√						√								√						√
4	4.1	√	√	√	√	√	√	√															
	4.2		√						√								√						√
	4.3											√				√	√						√
5	5.1								√			√					√						√
	5.2	√			√							√											√
	5.3		√														√						√
	5.4								√	√	√	√					√						√
6	6.1				√	√							√	√			√						√
	6.2				√	√							√										√
	6.3	√	√									√					√						√
7	7.1													√			√						√
	7.2				√									√									√
	7.3													√			√						√
8	8.1												√										√
	8.2												√										√
9	9.1																√						√
	9.2																√						√
	9.3																√	√					√
10	10.1	√																					
	10.2	√	√														√						
	10.3	√	√														√						
11	11.1	√																					
	11.2	√							√			√						√					√
	11.3											√						√					√
	11.4		√									√						√					√
12	12.1		√						√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
	12.2		√															√					
	12.3																						√
13	13.1																						√
	13.2	√	√																				√
	13.3											√				√	√	√					√

注 10：专业课程体系应涵盖所有毕业要求，支撑所有指标点的训练和培养，可采用课程矩阵的方式表述课程—毕业要求—指标点三者之间的对应关系。

注 11：毕业要求指标点落到哪一门课程可以在该门课程对应的框中打“√”。

（四）主要课程内容

江淮品牌认知及产品基础

课程名称	江淮品牌认知及产品基础		
开设学期	一	基准学时	64
课程目标： 通过本课程学习，使学生系统了解汽车发展历程与文化内涵，深入认知江淮汽车品牌历史、企业文化和产品谱系，掌握江淮主销车型的技术参数、配置差异及核心卖点，为后续营销实务课程奠定产品知识基础。			
课程内容： 江淮品牌认知模块：江淮汽车发展历程、企业愿景与战略、品牌荣誉与国际化布局、JAC 品牌标识释义及品牌故事； 产品基础模块：江淮乘用车及商用车主要产品线（如瑞风系列、思皓系列、轻卡等）、各车型定位与竞品对比、核心配置解读（动力系统、智能网联、安全技术等）、产品参数表识读与记忆方法。			
教学要求： 采用课堂讲授与现场观摩相结合，组织参观江淮品牌展厅或观看实车；布置品牌调研作业，要求学生完成某一车型的产品介绍 PPT；融入民族汽车工业自豪感、精益求精的工匠精神等思政元素。			

汽车构造

课程名称	汽车构造		
开设学期	二	基准学时	64
课程目标： 使学生掌握汽车发动机、底盘、车身、电气设备四大组成部分的结构原理与工作过程，能够识别主要总成部件，具备对常见车型进行基本结构分析的能力，为售后技术咨询、产品卖点讲解提供技术支持。			
课程内容： 发动机：曲柄连杆机构、配气机构、燃油供给系统、冷却与润滑系统、点火与启动系统（以江淮常用汽油机为例）； 底盘：传动系统（离合器、变速器、驱动桥）、行驶系统（车架、悬架、车轮）、转向系统、制动系统； 车身与电气：车身结构类型、内外饰件、灯光仪表、空调系统、车载网络与智能座舱基础； 新能源汽车构造：江淮新能源车型的电池、电机、电控基本结构与工作原理。			
教学要求： 理实一体，不少于 40%课时在实训车间进行发动机、底盘拆装及总成认知；利用江淮实车进行“六方位”中发动机舱、后备箱等部位的讲解训练；考核包含零部件识别实操。			

汽车机械基础

课程名称	汽车机械基础		
开设学期	二	基准学时	64
课程目标： 通过本课程学习，使学生掌握汽车机械所涉及的常用材料、机械制图基础、力学基本概念、常用机构与传动方式、液压与气动原理等知识，具备识读简单机械图纸、分析汽车典型机械结构工作过程的能力，为后续学习汽车构造、汽车维修及营销中的技术沟通奠定基础。			
课程内容： 汽车机械材料：金属材料（铸铁、钢、铝合金等）的性能与牌号、非金属材料（塑料、橡胶、玻璃、复合材料）在汽车上的应用、零件的失效形式与选材原则；			

机械制图基础：制图国家标准、三视图的投影规律、零件图的识读（尺寸、公差、表面粗糙度）、简单装配图的阅读、CAD 软件初步认识；

力学基础：静力学基本概念（力、力矩、力偶）、受力分析与平衡方程；材料力学基本概念（应力、应变、强度、刚度、硬度）；汽车典型零件（连杆、曲轴、螺栓）的受力分析；

常用机构与机械传动：平面连杆机构（铰链四杆机构在雨刮器、车窗升降中的应用）；凸轮机构（配气机构）；带传动与链传动（发动机附件驱动）；齿轮传动（变速器、差速器齿轮原理）；轴承与联轴器（轮毂轴承、传动轴）；

液压与气动：液压系统工作原理（制动液压、动力转向）、气动系统（自动门锁、空气悬架）；常用液压元件（泵、缸、阀）的符号与功能。

教学要求：

采用理实一体化教学，安排不少于 12 学时的实训，包括识读汽车零件图、使用游标卡尺测量轴类零件、拆装简单机构（如四杆机构模型、齿轮减速器）；引入江淮汽车具体零部件的图纸与材料说明作为教学案例；教学中融入严谨细致、安全规范、质量为本的职业素养。

汽车保险与理赔

课程名称	汽车保险与理赔		
开设学期	三	基准学时	64
课程目标：			
通过本课程学习，使学生了解保险基本理论、汽车保险市场和产品，能够具备车险投保、查勘定损等岗位所需职业素养。			
课程内容：			
本课程包括三大模块：			
认识汽车保险：保险学基础、车险市场及产品、商业车险费率体系、UBI 车险、机动车交通事故责任强制保险、商业车险；			
车险投保承保：车险展业、车险投保方案设计、车险承保与核保、车险合同；			
车险索赔理赔：道路交通事故的处理与认定、现场查勘及案例分析、损失评估及案例分析、特殊事故查勘定损及案例分析等内容。			
教学要求：			
采用理实一体化教学模式，注重学生相关实践技能和职业能力的培养；教学过程中深度挖掘思政元素，有机融入服务意识、忧患意识、职业道德、工匠精神、守法诚信教育等思政元素。			

国际汽车贸易理论与实务

课程名称	国际汽车贸易理论与实务		
开设学期	四	基准学时	64
课程目标：			
通过本课程学习，使学生掌握国际汽车贸易基本规则与实务操作流程，能够缮制外贸单证、核算进出口报价、协助报关与结算，具备处理海外汽车贸易业务的综合能力。			
课程内容：			
本课程包括五大模块：			
国际贸易基础：国际贸易术语解释通则、INCOTERMS 2020 中 FOB/CIF 等术语应用、国际支付方式；			
外贸单证实务：合同、商业发票、装箱单、提单、原产地证等单证的缮制与审核；			
汽车出口报关实务：商品编码归类、出口许可证申领、报关流程、出口退税；			
国际结算与外汇管理：信用证操作、汇付与托收、外汇风险防范；			
国际汽车贸易合同：合同条款解析、风险控制、争议解决。			

教学要求：

采用双语教学，以真实江淮汽车出口业务案例为载体，进行单证缮制与流程模拟实训；教学中融入规则意识、涉外合规经营、国家安全等思政元素。

二手车鉴定与评估

课程名称	二手车鉴定与评估		
开设学期	四	基准学时	64
课程目标： 通过本课程学习，使学生掌握二手车技术状况鉴定方法与价值评估方法，能够独立完成车辆静态检查、动态路试，运用评估方法进行价值评估并出具规范报告，形成客观公正的职业操守。			
课程内容： 本课程包括四大模块： 二手车市场与法规：二手车流通管理办法、鉴定评估技术规范、行业标准与职业道德； 技术状况鉴定：车辆信息查验、静态检查（外观、内饰、发动机舱、底盘）、动态路试、仪器设备检测； 价值评估方法：重置成本法、现行市价法、收益现值法及其应用场景，评估参数选取； 评估报告撰写：评估报告格式规范、评估结论表述、评估案例综合实训。			
教学要求： 采用理实一体化教学，利用校内二手车鉴定中心与真实车辆进行实操训练；教学中融入客观公正、守法合规、诚实守信等思政元素。			

汽车营销基础与实务

课程名称	汽车营销基础与实务		
开设学期	四	基准学时	64
课程目标： 掌握新能源汽车营销全流程技能（市场分析、营销策略、出口销售、营销实务）；具备跨文化销售与全案策划能力；养成合规出海、客户至上的职业素养，服务中国汽车品牌出海。			
课程内容： 共 64 学时，分四大递进模块： 1. 新能源汽车营销概述（16 学时）：市场环境、消费行为、调研预测； 2. 新能源汽车营销策略（16 学时）：产品、价格、渠道、促销及数字营销； 3. 新能源汽车出口销售（16 学时）：政策解读、报关结算、社媒营销、售后设计、全案路演； 4. 新能源汽车营销实务（16 学时）：销售流程、绕车试驾、议价交车、客户管理、活动策划。			
教学要求： 采用“岗课赛证”融通、理实一体化教学；依托校内外实训基地与虚拟仿真平台；融入诚信合规、品牌自信等思政元素；实施多元增值评价。			

汽车客户关系管理

课程名称	汽车客户关系管理		
开设学期	四	基准学时	64
课程目标： 通过本课程学习，使学生掌握汽车客户关系管理的核心理念与方法，能够熟练运用 CRM 系统进行客户信息维护、客户分类、关怀活动策划及投诉处理，提升客户忠诚度与转介绍率。			

课程内容：

本课程包括四大模块：

客户关系管理概述：CRM 理念与发展、汽车行业 CRM 特点、客户生命周期理论；

CRM 系统应用：客户信息录入与维护、客户标签与分级、销售与服务数据统计分析；

客户关怀与营销：客户关怀活动策划、精准营销推送、会员体系运营；

客户投诉处理：投诉类型与原因分析、投诉处理流程与话术、危机应对与满意度修复。

教学要求：

采用案例教学与实操结合，引入江淮汽车 CRM 系统进行实训练习；教学中融入客户至上、诚信服务、责任担当等思政元素。

九. 教学进程总体安排**（一）各类课程学时分配表****表 9 教学活动时间分配表**

单位：周

内容学期	一	二	三	四	五	六	合计	学分
军训（含入学教育）	4	0	0	0	0	0	4	4
理论教学（理实一体）	12	16	15	15	0	0	58	119
课程实训	0	1	1	2	0	0	4	4
劳动教育（三自管理）	0	0	1	0	0	0	1	1
跟岗实习	0	0	0	0	10	0	10	10
岗位实习	0	0	0	0	0	20	20	20
毕业设计（毕业论文）	0	0	0	0	10	0	10	10
复习、考试	2	2	2	2	0	0	8	0
报到、机动	2	1	1	1	0	0	5	0
学期周数	20	20	20	20	20	20	120	168

每学年 40 周，包括学生报到与复习考试，需根据校历安排各项教学活动。

表 10 专业中课程分类学时及学分比例表

课程类别		学时			占总学时 (%)	学分	占总学分 (%)	备注
		学时	理论	实践				
必修课程	公共基础课	752	386	366	26.86	43	25.60	1.总学时为 2800 学时； 2.实践性教学学时（含课程实训、实习、毕业设计及课程内实践）为 1648 学时，占总学时的 58.86%； 3. 公共基础课（含公共选修、创新创业）学时为 932 学时，占总学时的 33.29%； 4. 选修课学时为 384 学时，占总学时的 13.71%。
	专业基础课	276	180	96	9.86	18	10.71	
	专业核心课	576	288	288	20.57	36	21.43	
	创新创业课程	52	42	10	1.86	3	1.79	
	实践教学环节	760	0	760	27.14	44	26.19	
选修课程	公共基础选修课	128	128	0	4.57	8	4.76	
	专业拓展选修课	256	128	128	9.14	16	9.52	
合计		2800	1152	1648	100	168	100	

(二) 课程教学进程

表 11 2024 级汽车技术服务与营销专业（江淮国际订单班）课程教学安排表

课程类别	序号	课程名称	学分	总学时	理论学时	实践学时	考核形式	一学年		二学年		三学年	
								一	二	三	四	五	六
公共基础课	1	军事理论*	2	36	36	0	考查	36					
	2	军训（含入学教育）	4	120	0	120	考查	120					
	3	思想道德与法治	3	48	42	6	考试	48					
	4	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	2	32	28	4	考试			32			
	5	习近平新时代中国特色社会主义思想概论	3	48	42	6	考试		48				
	6	中华民族命运共同体	1	16	12	4	考查				16		
	7	形势与政策 I*	1	16	16	0	考查	8	8				
	8	形势与政策 II*	1	16	16	0	考查			8	8		
	9	心理健康教育	2	32	24	8	考查	32					
	10	劳动教育	1	32	0	32	考查			32			
	11	国家安全教育	0.5	12	10	2	考查	12					
	12	英语 I	3	48	48	0	考试	48					
	13	英语 II	4	64	64	0	考试		64				
	14	高等数学	3	48	48	0	考试	48					
	15	信息技术	4	64	0	64	考试		64				
	16	体育 I	1.5	24	0	24	考试	24					
	17	体育 II	2	32	0	32	考试		32				
	18	体育 III	2	32	0	32	考试			32			
	19	体育 IV	2	32	0	32	考试				32		
	小计		42	752	386	366		376	216	104	56		
公共基础选修课	20	《公共选修课》*（包括四史教育、职业素养、社会责任、绿色环保、管理等）	8	128	128	0	选修						
	小计（选学 4 门）		8	128	128	0							
创新创业模块	21	大学生职业发展与就业指导 1	0.5	12	10	2	考查	12					
	22	创新创业教育	1	16	14	2	考查		16				
	23	大学生职业发展与就业指导 2	1	16	14	2	考查				16		
	24	专创融合课程	0.5	8	4	4	考查			8			
	小计		3	52	42	10		12	16	8	16		
专业基础课	25	汽车文化	2	28	20	8	考试	28					
	26	江淮品牌认知与产品基础	4	56	40	16	考试	56					
	27	汽车构造	4	64	40	24	考试		64				
	28	汽车机械基础	4	64	40	24	考试		64				
	29	汽车电工电子基础	4	64	40	24	考试			64			
	小计		18	276	180	96		84	128	64			

2024 级汽车技术服务与营销专业（江淮国际订单班）人才培养方案

专业 核心 课	30	市场营销基础	4	64	32	32	考试			64			
	31	管理沟通	4	64	32	32	考试			64			
	32	汽车商务礼仪	4	64	32	32	考试			64			
	33	汽车保险与理赔	4	64	32	32	考试			64			
	34	汽车营销基础与实务	4	64	32	32	考试				64		
	35	二手车鉴定与评估	4	64	32	32	考试				64		
	36	汽车客户关系管理	4	64	32	32	考试				64		
	37	汽车市场调查与预测	4	64	32	32	考试				64		
	38	国际汽车贸易理论与实务	4	64	32	32	考试				64		
	小计			36	576	288	288				256	320	
专业 拓展 选修 课	39	汽车网络与新媒体营销	4	64	32	32	考试				64		
	40	新能源汽车技术	4	64	32	32	考试				64		
	41	智能网联汽车概论	4	64	32	32	考试				64		
	42	汽车金融	4	64	32	32	考试				64		
	小计			16	256	128	128					256	
专业 实践 教学 环节	43	整车认识（实训）	1	30	0	30	考查		30				
	44	汽车营销策划实务（实训）	1	30	0	30	考查			30			
	45	销售实战综合实训（实训）	1	30	0	30	考查				30		
	46	二手车鉴定评估与交易（实训）	1	30	0	30	考查				30		
	47	跟岗实习	10	160	0	160	考查					10周	
	48	岗位实习	20	320	0	320	考查						20周
	49	毕业设计（毕业论文）	10	160	0	160	考查					10周	
	小计			44	760	0	760			30	30	60	160
总计			168	2800	1152	1648		472	390	462	708	160	320

说明：（1）标*号项目为课外学时。（2）《形势与政策》课教学以系列讲座形式开展。（3）《高等数学》课程，非汽车专业安排在第一学期，汽车专业安排在第二学期。（4）《信息技术》课程，非汽车专业安排在第二学期，汽车专业安排在第一学期。（5）《专创融合课程》由系部负责开发能将专业与创新创业深度融合的课程，负责组织教学。（6）每个专业一般6-8门核心课程；3-4门专业拓展选修课，选上1-2门。（7）《军事理论》、《心理健康教育》线上线下教学。（8）《劳动教育》汽车专业安排在第一学期，非汽车专业安排在第二学期。

十. 实施保障

（一）专业教学团队基本要求

1.队伍结构

本专业（江淮国际订单班）拥有一支校企共建、专兼结合、具备国际视野的教师队伍。专业教学团队由11名教师组成，其中校内专任教师8名，江淮汽车国际公司及进出口业务部门兼职教师6名。专任教师中，高级职称占比30%，“双师型”教师占比70%，具有企业实践经历或海外研修经历的教师占比70%以上。专任教师队伍在职称、年龄、专业背景（车辆工程、国际贸易、市场营销与品牌管理等）上形成合理的梯队结构。生师比低于25:1，符合专业教学标准要求。

2.专任教师

校内专任教师均具有高校教师资格及至少一项相关职业资格证书（如汽车维修工高级、鉴定评估师、营销师、跨境电商讲师等）。教师具有高尚的师德，爱岗敬业；具有车辆工程、国际贸易、市场营销或英语等相关专业本科及以上学历，扎实的汽车技术与国际营销相关理论功底和实践能力；具有信息化教学能力，能够开展课程教学改革和科学研究；所有专任教师均有不少于6个月的企业

实践经历（其中 3 名教师曾在江淮汽车国际公司或海外营销中心挂职锻炼）。专业教师团队多次在省级职业院校技能大赛（汽车营销赛项）中取得优异成绩。

3.专业带头人

专业带头人**副教授从教近二十年，发表论文十余篇，主编教材二部，主持完成省校级科教研项目三项；安徽省职业院校技能大赛优秀指导教师；安徽省教坛新秀；合肥市技术能手；合肥市金牌职工；合肥市青年岗位能手；汽车维修工“高级技师”；2012年-2026年带队参加职业院校技能大赛，多次荣获省级一等奖、二等奖。专业带头人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.兼职教师

来自江淮汽车国际公司、进出口有限公司及海外营销中心的 6 名兼职教师，包括：高级工程师、海外营销总监、报关经理、售后培训经理等。兼职教师均具备良好的思想政治素质和职业道德，具有扎实的汽车出口专业知识及丰富的海外一线工作经验，其中 3 人具有海外常驻经历（墨西哥、哈萨克斯坦、越南等）。兼职教师主要承担海外出口销售相关课程的部分模块教学、企业实习指导及毕业设计联合评审工作。

5.国际化能力提升

订单班核心课程教师每年至少参加 1 次国际化教学能力培训（如跨境电商、跨文化沟通、外语教学能力等）。学院与江淮汽车国际公司共建“双师型”教师培养培训基地，每 2 年选派 1-2 名专任教师赴江淮海外营销中心或 KD 工厂进行短期学习交流。专业团队定期开展跨国教研活动，邀请海外经销商培训专家线上参与集体备课。

（二）实践教学条件基本要求

本专业实践教学条件包括校内实训室和校外实习基地，须满足理实一体化教学、单项技能实训、综合能力实训及岗位实习的需要，对接真实职业场景或工作情境，并运用大数据、云计算、虚拟仿真等信息技术。

1.校内实训基本要求

校内实训室面积、设备、安全、环境等符合教育部相关标准。各实训室主要设备及功能如下：

表 12 汽车技术服务与营销专业（江淮国际订单班）实训室信息

实训室名称	主要设备及数量	主要功能	对应课程
汽车销售技能实训室	市场主流品牌整车 2-3 辆、谈判桌椅、车型/保险/金融资料、DMS 终端（6 套）	展厅接待、需求分析、六方位绕车介绍、试乘试驾、报价议价、签约交车等销售全流程实训	《汽车营销基础与实务》 《汽车商务礼仪》
汽车售后服务接待实训室	整车 1-2 辆、维修资料、三包证书、保养手册、服务接待工位、DMS 终端（6 套）	维修预约、进厂检验、派工、竣工检验、结算交车、返修与投诉处理、三包索赔等售后接待实训	《汽车客户关系管理》 《汽车售后服务接待》
汽车保险与理赔实训室	投保单、事故车或教学台架、查勘设备（相机、卷尺、手电	投保方案设计、事故车现场查勘、损失评估、理赔流程模拟	《汽车保险与理赔》

2024 级汽车技术服务与营销专业（江淮国际订单班）人才培养方案

实训室名称	主要设备及数量	主要功能	对应课程
	筒)、定损单据、计算机		
二手车鉴定评估与交易实训室	各类型二手车(含事故车、泡水车)2-3辆、车身电子测量仪、漆膜仪、工业内窥镜、评估工具	车辆技术状况鉴定、价值评估(重置成本法/现行市价法)、评估报告撰写、交易流程实训	《二手车鉴定与评估》
汽车构造实训室	传统燃油车、混合动力车、纯电动车、解剖车、举升机(4台)、拆装工具	整车结构认知、发动机与底盘拆装、总成部件识别	《汽车构造》 《汽车机械基础》
数字化报关与国际结算实训室	计算机(60台)、报关模拟软件、信用证审核系统、外贸单证样本、汇率模拟沙盘	外贸单证缮制、报关流程模拟、信用证审核、国际结算操作	《国际汽车贸易理论实务》
海外数字营销实训室	计算机(60台,预装跨境营销软件)、直播设备套装(2套)、高清摄像机(6套)、数据分析大屏	海外社交媒体运营、短视频制作、直播营销、数据分析	《汽车网络与新媒体营销》 《海外数字营销实务》
虚拟仿真实训室	计算机(60台)、汽车销售模拟软件、售后服务模拟软件、保险理赔模拟软件、二手车评估软件	各岗位虚拟仿真训练,支持反复演练与过程评价	多门专业核心课程

说明: 所有实训室均配备多媒体教学设备(投影/白板、音响),具有互联网接入或无线网络环境,符合消防、安全、环保要求。实训室管理制度上墙,实训指导教师配备合理。

2.校外实习基地基本要求(合作深度包括深度合作型、紧密合作型、一般合作型三个等级,各等级标准参照校外实践教学基地建设标准)。

表 13 汽车技术服务与营销专业(江淮国际订单班)校外实习基地一览表

序号	校外实习基地名称	合作企业名称	用途 ¹²	合作深度要求
1	江淮国际营销实训基地	安徽江淮汽车控股有限公司	认知实习、定岗实习	深度合作
2	安徽安凯汽车股份有限公司实习基地	安徽安凯汽车股份有限公司	认知实习、定岗实习	紧密合作
3	合肥国轩高科动力能源有限公司实习基地	合肥国轩高科动力能源有限公司	跟岗实训、岗位实习	深度合作
4	华霆(合肥)动力技术有限公司实习基地	华霆(合肥)动力技术有限公司	跟岗实训、岗位实习	深度合作
5	大众汽车(安徽)有限公司实习基地	大众汽车(安徽)有限公司	跟岗实训、岗位实习	深度合作
6	江淮汽车国际公司(远程基地)	江淮汽车国际公司	跟岗实训、定岗实习	深度合作

注 12: 指认识实习、跟岗实训、岗位实习等。

（三）使用的教材、数字化（网络）资料等学习资源

1.教材选用基本要求

按照国家规定，优先选用“十四五”职业教育国家规划教材，专业课程教材体现新技术、新规范、新标准。与江淮汽车合作开发活页式、工作手册式校本教材，动态更新。所有教材经学校教材选用委员会审核通过。

表 14 汽车技术服务与营销专业（江淮国际订单班）教材选用表

序号	教材名称	教材类型	出版社	主编	出版日期
1	汽车构造	“十四五”职业教育国家规划教材	人民邮电出版社	刘艳莉 董长兴 李东兵	2019.2
2	汽车保险与理赔	“十四五”职业教育国家规划教材	机械工业出版社	祁翠琴	2024.2
3	汽车客户关系管理	“十四五”职业教育国家规划教材	北京理工大学出版社	张峰玉 李治国 蔡秋娥	2024.6
4	汽车配件管理与营销	“十四五”职业教育国家规划教材	机械工业出版社	郭捷 刘铭	2022
5	汽车构造与拆装 (第3版)	“十四五”职业教育国家规划教材	高等教育出版社	鲁民巧	2024.7
6	汽车市场营销	“十四五”职业教育国家规划教材	中国科学技术大学出版社	杜淑琳 王云霞	2024.4
7	汽车营销基础与实务	“十四五”职业教育国家规划教材	机械工业出版社	宋润生 韩承伟	2017.10
8	江淮品牌认知与产品基础	校企合作活页式教材	校本教材	***	2025.8
9	海外数字营销实务	校企合作活页式教材	校本教材	***	2025.6
10	国际汽车贸易单证实务（双语）	校企合作活页式教材	校本教材	***	2025.7
11	跨文化沟通与海外服务管理	校企合作活页式教材	校本教材	** **	2025.11

2.图书文献配备基本要求

专业类图书文献涵盖汽车工程、汽车技术服务、市场营销、国际贸易、保险金融、道路运输管理等领域，及时配置新经济、新技术、新工艺相关的图书。图书馆拥有汽车车型说明书、维修手册、外贸法规汇编等工具书，以及多种专业期刊，满足师生教学与科研需要。

3. 数字教学资源配备基本要求

建设与专业课程配套的音视频素材、教学课件、数字化教学案例库、虚拟仿真软件等。主要数字化平台如下：

表 15 汽车技术服务与营销专业（江淮国际订单班）数字化资源一览表

序号	数字化资源名称	资源网址
1	超星平台	https://jac.mh.chaoxing.com/
2	职教云	https://zjy2.icve.com.cn/index

3	国家智慧教育公共服务平台	https://www.smartedu.cn/
4	中国大学 MOOC	https://www.icourse163.org/
5	江淮汽车全球学习平台（JAC Learning）	江淮企业内部平台，订单班账号授权
6	江淮经销商管理系统（DMS）	校内服务器部署
7	汽车市场营销实训软件	校内服务器部署
8	报关模拟实训系统	校内服务器部署

所有数字化资源定期更新，满足线上线下混合式教学需求。

（四）教学方法、手段与教学组织形式建议

本专业应以提高教育教学质量为目标，以满足学生成才成长的多元需求为出发点，以学生为中心，以“教、学、做”一体化为主线，充分对接江淮汽车国际业务岗位实际需求，调动学生的学习积极性和教学互动的参与度。

1. 教学方法建议

针对学生实际情况，结合课程特点和教学条件，灵活应用多种教学方法，突出国际化、实战化特色：

（1）讲授与启发式教学：适用于汽车文化、汽车构造、国际贸易理论等知识性较强的课程模块，通过设问引导、类比迁移等方式激发学生主动思考，培养分析问题与解决问题的能力。

（2）情景模拟教学：适用于汽车营销实务、汽车售后服务与管理、跨文化沟通等课程，在模拟的展厅、服务接待区、海外商务场景中，由学生扮演销售顾问、服务顾问、海外客户等角色，进行沉浸式训练。

（3）案例分析法：适用于汽车保险与理赔、国际汽车贸易理论与实务、海外数字营销等课程，引入江淮汽车出口业务真实案例和行业典型事件，引导学生分析问题成因、探讨解决方案，培养批判性思维与决策能力。

（4）任务驱动与行动导向教学：适用于二手车鉴定与评估、汽车市场调查与预测、出口全案策划等课程，以完成一个完整的评估报告、一份市场调研方案、一次出口营销策划为任务载体，让学生在“做中学、学中做”。

（5）双语教学法：适用于国际汽车贸易理论与实务、汽车专业英语等课程，营造中英双语教学环境，部分模块采用全英文授课，提升学生英语听说读写译综合应用能力。

（6）企业导师进课堂：定期邀请江淮汽车国际公司业务骨干、海外区域经理等企业专家走进课堂，开展专题讲座、业务分享与案例复盘，将行业前沿动态与实战经验直接传递给学生。

2. 教学手段建议

鼓励学生独立思考，激发学习的主动性，培养务实精神和创新意识，注重多种教学手段相结合：

（1）讲授与多媒体教学相结合：充分利用 PPT、视频、动画等多媒体资源呈现汽车结构原理、外贸业务流程、海外市场环境等抽象内容，增强教学的直观性和生动性。

（2）视频演示与认知实习相结合：通过观看江淮汽车生产线、海外 4S 店运营、国际车展等视频资料，结合赴江淮汽车制造基地、授权 4S 店的认知实习，实现从感性认识到理性认知的递进。

（3）教师示范与实际动手相结合：在汽车营销展厅、售后服务实训中心、二手车鉴定实训室等

场所，教师先进行标准操作示范，学生随后分组实操，逐一过关。

（4）虚拟仿真与真实操作相结合：利用汽车市场营销实训软件、外贸单证实训平台、CRM 及 DMS 系统等虚拟仿真资源进行反复演练，再进入真实车辆和业务场景进行操作，降低实训成本，提升训练效率。

（5）专项技术教学与综合实际应用相结合：在完成汽车电器、智能网联、保险理赔等专项技能训练后，通过汽车销售综合实训、售后服务综合实训、出口全案策划等综合性实践环节，实现知识技能的融会贯通。

（6）线上学习与线下实践相结合：依托超星泛雅平台、智慧职教 MOOC、江淮汽车全球学习平台（JAC Learning）等数字化资源，开展线上线下混合式教学，拓展学习时空，满足个性化学习需求。

3. 组织形式建议

结合课程特点、教学环境支撑情况，采用灵活多样的形式组织教学：

（1）整班集中教学：适用于理论性较强的基础课程和知识讲授类教学环节，如公共基础课程、专业基础课程中的理论知识教学。

（2）分组交流学习：适用于案例分析、专题研讨、项目策划等教学环节，将学生分为 4-6 人小组，围绕特定主题进行讨论、协作与成果展示，培养团队协作与沟通表达能力。涉外课程可设置中外学生混合分组，模拟真实跨文化工作场景。

（3）现场观摩体验：适用于汽车认识实习、企业认知等环节，组织学生赴江淮汽车制造基地、海外事业部或授权 4S 店进行现场观摩，直观感知真实业务流程与职场环境。

（4）分岗位轮岗合作：适用于汽车销售综合实训、汽车售后服务综合实训、跟岗实习等实践教学环节。在模拟或真实工作情境中，学生分别担任销售顾问、服务顾问、配件专员、市场专员、海外业务助理等不同岗位角色，协同完成客户接待、车辆推介、工单跟进、单证缮制等完整工作任务，实现多岗位能力培养。

（5）课证融通集训：针对汽车运用与维修职业技能等级证书、机动车驾驶证等职业资格证书考核要求，在相关课程教学中有机融入考证内容，考前集中组织强化训练。

（6）国际交流与远程协作：充分利用江淮汽车海外业务资源，适时组织开展与海外经销商的线上交流、远程协作项目，让学生在校期间即接触真实的国际业务场景，拓展全球视野。

（五）教学评价与考核建议

在 2023 级专业课课程改革的基础上，继续深化课程考核改革，强化过程考核。加大过程考核比例，努力提高学生的实践动手能力。本专业（江淮国际订单班）构建“过程与结果并重、绝对与增值结合、学校与企业共评”的考核评价体系。评价内容覆盖知识、技能、素养三个维度，采用定量与定性相结合的方式，突出订单班“岗课直通、校企共育”特色。

1. 评价原则

- （1）过程与结果相结合：日常学习表现、阶段性成果与终结性考核按比例计入总成绩。
- （2）绝对与增值相结合：既考核学生达到的绝对水平，也关注其进步幅度，设置增值评价系数。
- （3）学校与企业共评：企业导师参与实战技能、职业素养等环节的评分，占比不低于 30%。
- （4）定量与定性相结合：核心指标量化赋分，主观素养项采用等级评语与量化折算相结合。

2. 评价内容与权重

考核内容分为知识掌握、技能应用、职业素养三个维度，权重分别为 25%、40%、25%，另设

增值评价（含跨境项目推进、文化宣扬成长）权重 10%。知识维度重点考查政策解读、单证规范、贸易术语及跨境合规认知；技能维度重点考查报关系统操作、海外社媒内容创作、跨文化销售话术转化及出口全案策划呈现；素养维度重点考查合规诚信意识、跨文化敏感度、团队协作贡献及品牌担当精神。增值评价对比学生在课程初与课程末的能力提升幅度，根据增值比例设定分级系数调节最终成绩。

评价维度	主要内容	建议权重
知识掌握	政策解读、贸易术语、单证规范、跨境合规等	25%
技能应用	报关操作、社媒内容、销售转化、全案策划等	40%
职业素养	合规诚信、跨文化敏感、团队协作、品牌担当等	25%
增值表现	项目推进能力提升、文化宣扬意识成长	10%

各维度下设具体观测指标，由专业教学团队在课程标准中细化并公布。

3. 考核方式

（1）日常考核（占 40%）：包括课堂互动、平台测验、虚拟仿真操作日志、课后作业等，借助超星平台等信息化手段自动采集与教师评定相结合。

（2）阶段性考核（占 30%）：每个教学项目（任务）结束后，通过小组汇报、方案路演、企业导师线上点评等形式进行，取各次平均值。

（3）终结性考核（占 30%）：期末采用综合性实操考核（如出口全案策划与路演答辩），由校企双方联合命题与评分。

4. 增值评价与系数调节

设置跨境项目推进和文化宣扬成长两个增值观测点，对比学生在课程初与课程末的表现提升幅度。根据学生增值比例划分等级（杰出、优良、通过、需努力），对应分级系数 k （1.1~0.8）。增值部分乘以系数后计入总成绩。

5. 企业认证与激励

学生达到以下条件，可获得江淮汽车国际公司颁发的“跨境营销初级认证徽章”：

- （1）课程总成绩 ≥ 85 分；
- （2）虚拟仿真报关模块一次通过率 $\geq 95\%$ ；
- （3）海外销售转化模拟客户满意度 $\geq 90\%$ ；
- （4）通过企业认证考试（ ≥ 85 分）。
- （5）获得徽章者享有企业实习优先推荐权，并记入个人成长档案，作为评奖评优的重要依据。

6. 补考与重修

课程总成绩不合格者，允许补考一次。补考形式为综合性实操项目（如出口单证缮制与报关模拟），由校企教师联合评定。补考仍不合格或无故缺课超过总学时 1/3 者，须重修该课程。

（六）质量保障

本专业（江淮国际订单班）校企双方共同建立全过程、多维度的质量保障体系，确保人才培养目标有效达成。

1. 教学管理制度保障

- （1）严格执行学校教学管理规章制度，完善日常巡课、听课、评教、评学机制。每学期开展学

生座谈会、教师座谈会各不少于 2 次，及时反馈并改进教学问题。

(2) 建立校企联动的实践教学督导制度。跟岗实习、岗位实习期间，学校指导教师与企业导师共同负责学生日常管理与考核，实习单位每月向学校提交学生表现评价报告。

2. 订单班专项管理机制

(1) 动态选拔与淘汰。每学期末由校企双方联合对学生进行综合评定，未达到岗位素养或技能要求的学生退出订单班，同时从平行班中择优递补，确保生源质量。

(2) 企业导师驻校制度。每月安排 1-2 名企业导师驻校半天，参与听课、实训指导及学生实操档案抽查，反馈意见纳入教师教学考核。

3. 实践教学环节质量保障

(1) 校内实训：各实训室配备专职指导教师，实训前进行安全与规范教育，实训中逐项考核，实训后提交报告并存档。实训项目开出率须达 100%。

(2) 跟岗与岗位实习：学生须完成规定的实习周数，每周提交实习日志，校企双导师每月联合评定一次。学校每学期组织不少于 2 次实地或远程巡访（连线海外实习点），形成巡访记录。

(3) 跨文化实习支持：针对赴海外实习的学生，设置适应性培训及心理辅导专员，开展行前教育与回国后复盘分享，降低文化适应风险。

4. 数字化质量监测与预警

(1) 依托超星平台、虚拟仿真系统及 JAC Learning 平台，自动采集学生出勤、测验成绩、实训操作日志等数据，建立学生成长电子档案。

(2) 设定关键指标预警阈值（如单证一次通过率低于 70%、阶段性考核低于 60 分等），系统自动推送预警信息至教师及辅导员，实现“早发现、早干预”。

(3) 每季度向江淮汽车国际公司及主要合作经销商发放电子问卷，收集对实习生岗位表现的即时评价，形成质量简报。

5. 校企联合诊改机制

(1) 每学期召开一次教学诊改联席会议，由学校教务部门、系部负责人、专业带头人及江淮汽车人力资源部、海外业务经理共同参加，对照培养目标与岗位需求变化，审议课程内容、实训项目及评价标准的调整方案。

(2) 建立订单班毕业生“三年追踪档案”，每年更新岗位晋升、技能认证、企业留任率等数据，分析人才培养目标达成度，反哺课程体系迭代。

6. 国际标准对接

参照德国 AHK “汽车销售与售后服务”职业资格标准或英国汽车工业学会认证要求，每年进行一次课程内容与考核标准的差距分析，逐步推动课程获得国际认可，提升学生全球就业竞争力。

7. 持续改进

根据质量监测数据、诊改会议决议及毕业生追踪反馈，每年修订人才培养方案及课程标准，确保人才培养与江淮汽车国际化岗位需求动态匹配。所有修订记录存档备查。