

《汽车销售实务》课程标准

一、课程基本信息

《汽车销售实务》课程的基本信息见表 1。

表 1 《汽车销售实务》课程基本信息

课程名称	汽车销售实务	课程代码	CL202012
适用专业	汽营	授课学期	
总学时	64	学分	4

二、课程性质及任务

《汽车销售实务》是汽车营销与服务专业的一门专业技能课。其目标是通过对客户开发、销售准备、客户接待、需求分析、车辆展示与介绍、处理客户异议、报价成交、新车交付、售后跟踪回访等知识的学习，使学生具备汽车销售的基本技能，提高实践应用能力。本课程以《消费心理学》、《汽车营销》等课程为专业基础课程，适用于汽车服务企业销售岗位的技能要求。

三、课程设计思路

课程内容突出对学生职业能力的训练，理论知识的选取紧紧围绕工作任务完成的需要来进行，同时又充分考虑了高等职业教育对理论知识学习的需要，并融合了相关职业资格证书对知识、技能和态度的要求。采用以“汽车销售流程”为主线，以典型流程为载体，创设工作任务的组织方式，以实践教学为主的现场教学方法，训练学生销售的基本技能。

四、教学目标与要求

（一）教学目标

1. 思政目标：

（1）将习近平新时代中国特色社会主义思想、社会主义核心价值观和中华优秀传统文化教育内容融入到本课程的教学要求中，注重“术道结合”；

（2）借鉴成功的理赔案例的经验，剖析成功的关键点，培养学生诚实、守信、坚忍不拔的性格，提高学生在沟通表达、自我学习和团队协作方面的能力；

（3）正确的技能观，努力提高自己的技能，鼓励学生利用自己的所学的专业知识，积极参与企业活动、社会活动等有益活动；

(4) 通过本课程学习，掌握汽车销售实务知识，培养对本行业的热爱。

(5) 帮助学生树立正确的世界观、人生观、价值观；教育帮助学生塑造理想人格。

2. 知识目标：

(1) 掌握汽车营销及客户服务领域相关岗位的工作职责和仪态要求；

(2) 掌握各种在销售过程当中的方法及技巧；

(3) 学会在售后服务方面如何接待顾客；

(4) 可以很好的处理在各个时候遇到的顾客异议的问题；

3. 能力目标：

(1) 能够明确自己所承担的销售角色，制定个人销售计划和措施；

(2) 能够结合汽车顾问式销售流程和关键技巧，初步设计高绩效的团队方案；

(3) 能够把握消费群体的心理特征和购买行为，制定开发潜在客户的方案，有效开发潜在客户；

(4) 能够发送、获取服务信息与客户进行有效沟通，与客户建立互信关系；

(5) 能够结合品牌车型参数，制定整车销售预案，并在销售活动中灵活运用；

(6) 能够结合具体情境运用试乘试驾流程，制定用户提出的常见问题的解决方案，有效获取客户试乘试驾感受信息；

(7) 能够根据异议处理的原则和技巧，正确认识并应对客户提出的各种异议；

(8) 有效掌握签约成交的方法与技巧，规避成交过程的潜在风险，制定各种协议单据；

(9) 能够有效把握交车服务流程，引领顾客做好 PDI 交车检查，以及完成相关文件的准备、交接和确认；

(二) 教学要求

通过本课程的学习和训练让学生具备一定的汽车产品知识和营销学理论基础； 提高学生对汽车销售实际问题的综合分析能力和解决实际问题的能力；培养学生汽车销售方面的基本岗位能力。

五、课程结构与内容

简要描述课程教学总体结构和课程教学内容设计选取依据。

1. 教学内容

《汽车销售实务》课程教学内容见表 2。

表 2 《汽车销售实务》课程教学内容

序号	项目/模块/任务	子项目/子模块/子任务	教学目标	教学内容	教学方法	技能点（纯理论课程本列可以不要）	学时
1	学习情境一 汽车顾问式 销售流程	任务1 销售准备	了解汽车销售顾问的基本素质和销售业务的执行流程；销售礼仪	销售准备	讲授法、谈论法、案例分析	销售礼仪	4
2		任务2 客户接待	掌握集客能力的概念，如何提高集客能力以及销售顾问如何获取客户信息；	客户接待	讲授法、谈论法、案例分析		4
3		任务3 客户需求分析	掌握客户接待的10个关键点和如何接待客户；	客户需求分析	讲授法、谈论法、案例分析		4
4		任务4 车辆展示与介绍	掌握客户需求分析的要点；	车辆展示与介绍	讲授法、谈论法、案例分析		4
5		任务5 6方位绕车介绍	掌握6方位绕车介绍的方法和技巧；	6方位绕车介绍	讲授法、谈论法、案例分析	6方位绕车介绍	4
6		任务6 试乘试驾	掌握试乘试驾的关键点与行为指导；	试乘试驾	讲授法、谈论法、案例分析	试乘试驾	4
7		任务7 处理客户的异议	掌握处理客户的异议的方法	处理客户的异议	讲授法、谈论法、案例分析	处理异议	2
8		任务8 签约成交	掌握报价说明内容和促成交易技巧；	签约成交	讲授法、谈论法、案例分析	签约	4
9		任务9 交车服务	掌握热情交车的关键时刻及行为指导；	交车服务	讲授法、谈论法、案例分析	交车服务	4
10		任务10 客户回访	掌握售后跟踪的准备工作、新车交车后的跟踪和定期与顾客进行联络的内容。	客户回访	讲授法、谈论法、案例分析	回访	2
11	学习情境二 汽车品牌运	任务1 市场调研	掌握市场调研与预	市场调研与	讲授法、谈论法、案例	市场调研	4

	营策划	研与预测	测的方法；	预测	分析		
12		任务2 品牌车系解读	熟练掌握品牌汽车车型资料；	品牌车系解读	讲授法、谈论法、案例分析		2
13		任务3 同级竞品分析	能够准确的进行同级竞品分析；	同级竞品分析	讲授法、谈论法、案例分析		4
14		任务4 服务营销理念	能够树立正确的服务营销理念；	服务营销理念	讲授法、谈论法、案例分析		2
15		任务5 营销方案制定	根据市场调研和预测的结果制定相关产品的营销方案。	营销方案制定	讲授法、谈论法、案例分析		4
16	学习情境三 汽车会展营销实务	任务1 筹展业务	以中高级车型为载体，熟练的掌握筹备会展所要开展的业务；	筹展业务	讲授法、谈论法、案例分析	展厅布置	4
17		任务2 展场业务	熟练的掌握在会展进行中要开展的所有业务，通过这也业务提高客户服务质量；	展场业务	讲授法、谈论法、案例分析		2
18		任务3 展后业务	熟练的掌握在会展结束之后的客户服务管理的相关知识，进而进一步巩固客户服务的水平。	展后业务	讲授法、谈论法、案例分析		2

2. 课程思政

简要描述课程思政总体教学目标和课程思政教学设计路线。

《汽车销售实务》课程思政教学设计见表3。

表3 《汽车销售实务》课程思政设计

序号	知识点	思政目标	课程思政教学设计
1	汽车顾问式销售流程	爱岗敬业、工匠精神	要求学生应讲“爱岗敬业、诚实守信”，在每次的实践操作中，提倡大力弘扬工匠精神。

2	客户需求分析	培养主人翁精神，培养换位思考的能力	只有将心比心，设身处地地为客户和企业着想，才能更好地进行，服务发挥主人翁精神，为人民服务
3	汽车品牌运营策划	创新思维	激发学生的创新思维；鼓励学生积极参加各级各类创新创业大赛，通过参赛、观赛，扩展学生的创新思维
4	市场调研与预测	求真务实	具有良好的爱国情怀树立良好的调查人员职业道德和素养以及求真务实的精神
5	汽车会展营销实务	爱国主义精神	中华传统美德、“四个自信”、社会主义核心价值观、中国梦等思想，提升学生文化素养与政治素养。

六、实施和保障

（一）教师要求

本课程专任教师建议为汽车服务工程或经管类专业背景，有企业岗位培训实践背景尤佳。兼职教师应具备汽车销售企业一线工作经验，擅长指导学生实习实训工作。

（二）实践教学条件要求

1. 在教学手段上，尽量采用多媒体教学，并运用实物投影仪、VCD 光碟等教学工具，使学生不仅在课上，而且在课下能够通过模拟实验室、网络环境自主进行学习和模拟操作；

2. 注重创造工作环境，由教师根据教学要求营造和布置工作情景，然后组织学生进行课堂模拟，增加情景效果，争取真实的职业体验和职业道德教育。

（三）教学方法建议

1. 注重理论联系实际，密切联系我国汽车消费市场的实际状况，在教学过程中尽可能多地引用具有代表性的实例；

2. 在教学组织方面，注重创造工作环境，由教师根据教学要求营造和布置工作情景，然后组织学生进行课堂模拟，增加情景效果，争取真实的职业体验和职业道德教育；

3. 教学方法上，应通过启发式教学、讨论式教学、案例式教学等多种教学方法的交叉使用，加强学生对理论知识的理解以及创新精神的培养，并通过模拟实验教学，引导学生理论联系实际。

（四）教材选用和编写建议

1. 依据本课程标准选择或者编写合适的教材，教材应充分体现任务引领、实践导向课程的设计思想；

2. 教材应将本专业职业活动，分解成若干典型的工作项目，按完成工作项目的需要和岗位操作规程，结合职业技能证书考证组织教材内容。要通过增加实践实操内容，强调理论在实践过程中的应用；

3. 教材应图文并茂，应针对汽车销售流程的各项任务的处理程序以图解的方式直观地展现给学生，提高学生的学习兴趣，加深学生对汽车销售的认识和理解。教材表达要求精炼、准确、科学；

4. 教材内容应体现先进性、通用性、实用性、更贴近本专业的发展和实际需要。

5. 教材中活动设计的内容要具体，并具有可操作性；

6. 完善网上教学资源，充分利用网络资源，优化教学手段，调动学生学习积极性，启发学生勤于思考，善于创造的能力；

（五）课程资源

在与汽车企业及 4S 店的校企合作经验下开发相关课程资源，利用企业成熟的销售工作流程和标准呈现在课本中，结合本课程的课程要求，将企业最新的资讯融入到课程中，使学生能在上岗之前提前接触并熟悉企业相关岗位的工作内容，为学生零距离上岗做好扎实的知识铺垫。

七、考核与评价

本课程采用过程考核的方法，强调过程考核的重要性，每一次考核过程都包含理论和实操部分。

考评方式	过程考核			
	素质考评	实操考评	记录与总结考评	卷面考评
	10	40	10	40
考评实施	由指导教师根据学生表现集中考核	由实训指导教师对学生项目进行项目操作考核。	由实训指导教师对学生项目进行项目操作考核。	按照教考分离原则，由学校教务处组织考核。
考评标准	根据遵守设	主要考核以下方	主要考核以下方面：	建议题型：

	备安全、人身安全、学习态度及是否遵守纪律等情况进行打分。	面： 单据使用正确性； 操作过程正确性； 任务完成质量。	记录的准确性； 总结是否完善	单项选择题 判断题 简答题 分析题
--	------------------------------	---------------------------------------	-------------------	----------------------------

八、教学进程与安排

本课程合计 64 课时，每周两次课，每次 2 学时，总计 16 周课程学习；其中这门课程安排 32 次实验，实验课共 16 学时；实训两周。

九、其他说明

1. 据课程标准，制定详细的学期授课计划，充分利用理实一体化的教室，采用多媒体与实物相结合、网络教学与小组讨论相结合、仿真教学与企业案例相结合、视频教学与实践教学相结合的教学手段进行教学。合理设计、现场安排、计算机辅助模拟等教学、实训环节，突出车险业务实际操作能力培养。

2. 教学以项目教学为主线，同时结合现场教学、启发研讨教学、案例教学。

3. 根据反馈的各种教学信息，有针对性的改进教学，不断提高课程教学效果。

4. 课程中对课程中涉及到的实务性操作内容进行训练。