

营销界

MARKETING CIRCLES

BUSINESS GATHERING

商汇

2月第2周
2021年2月

趋势·评论·交流

邮发代号: 36-607

国内统一连续出版物号: CN41-1405/F

销售与市场旗下媒体

73.98

[COVER STORY]
封面报道

兴业银行郑州分行 金融活水润实体 精准发力助小微

P17 低碳经济视角下我国新能源汽车的发展

P27 网络经济时代市场营销面临的机遇和挑战

RMB 2012
HKD 4012

销
售
市
场

旗下媒体



扫描全能王 创建

CONTENTS

目录
2021年2月

金融监管

- 01 | 农行南阳分行
金融扶贫取得新成效 / 陈伟 刘延军
- 02 | 兴业银行郑州分行
金融活水润实体 精准发力助小微
/ 陈伟 吴静

市场调查

- 04 | 别了，塑料吸管！ / 左宇坤

市场论坛

- 07 | 新经济环境下商业合作信息云平台应用研究
/ 赵温余 马能熙 彭太玉 潘冬梅 李玉飞
- 09 | 我国跨境电子商务的发展现状与问题研究
/ 豆流鑫
- 11 | 论问题金融机构的市场退出 / 陈小霞
- 13 | 探析政府补助对新能源汽车企业经济效果的影响
/ 张力文
- 15 | 供给侧结构性改革下集体土地流转方式与价格表征
/ 朱其伟
- 17 | 低碳经济视角下我国新能源汽车的发展 / 滕雪漪
- 19 | 自媒体环境下母婴行业的发展现状及趋势分析
/ 陈琼 宋如萍
- 21 | 探析农村土地制度改革对农村经济发展的推动作用
/ 刘俊萍
- 23 | 新租赁准则对实体零售业的影响分析
——以新华百货为例 / 王娇
- 25 | 金融支持江西省新能源汽车产业发展路径研究
/ 李玲
- 27 | 网络经济时代市场营销面临的机遇和挑战
/ 刘雅静 袁绍武 刘雅丽

- 29 | 探讨新经济环境下企业人力资源管理要点
/ 郭策
- 31 | 新经济下如何优化人力资源劳动服务管理体系
/ 刘诗雯
- 33 | 新经济时代的人力资源管理创新路径探析
/ 马旭阳
- 35 | 社区生鲜产品团购发展研究 / 慕颜如
- 37 | 低碳经济背景下我国旅游经济的绿色发展
/ 刘会会
- 39 | 基于企业战略的人力资源规划流程及方案探析
/ 李庆东
- 41 | 基于精准扶贫的农村电商物流发展问题及对策
研究
——以重庆市巴南区接龙镇马路村为例 / 孙梦黎
- 43 | 基于区块链技术的陕西省慈善示范社区运作模式
探索 / 周嫒 宋天妹

经济管理

- 45 | 农村建设中农林经济管理相关问题分析与创新
/ 于赫瑄
- 47 | 低碳经济背景下的工程经济风险及防范管理策略
探析 / 高延生 曾小东 周犇
- 49 | 论国有企业办公室如何在提高经济效益方面发挥
参谋作用 / 呼夏冰
- 51 | 企业费用报销系统数字化转型 / 袁雪霁
- 53 | 工程施工全过程造价管理措施研究 / 李莉
- 55 | 企业经济管理中成本核算的有效实施方法研究
/ 皮桂梅
- 57 | 技工院校人力资源管理项目化研究
——以自主教师职称评审的技工院校教师职称
评审组织工作为例 / 赖尔静



- 59 | 小微民营企业财务管理问题探讨 / 姜 飞
- 61 | “新基建”背景下成渝地区科技协同创新发展
路径研究 / 雷 瑜 马 璐
- 63 | 县域经济发展思路新探
——商河县县域经济走向何方 / 宋其义
- 65 | 校园资源共享的实践探索——校享通
/ 杨 丹 陆勤坤 吴金涛
- 67 | 新时期企业工会女工工作的难点及合理化建议
/ 李春汶
- 69 | 新形势下企业经济管理的创新策略探讨 / 刘沁易
- 71 | 对企业战略应该是适应时代还是引领时代的几点
思考 / 王炜炜
- 73 | 行政问责制下经济责任审计作用研究 / 范雪茹
- 75 | 高管薪酬粘性研究综述—存在性、影响因素和经济
后果 / 陈 云
- 77 | 经济背景下合同中意思自治与公序良俗原则的司法
大数据浅析 / 段若冰 郑远民
- 82 | 金龙汽车盈利能力分析 / 翟文佼
- 84 | 实物期权在 PPP 项目投资决策中的应用
——基于二叉树模型的实证分析 / 张 杰
- 86 | 分析一类经济增长模型的动力学特征 / 刘芮颖
- 财务金融**
- 88 | 新媒体技术下的汽车营销模式探究 / 蒋怀康
- 90 | 构建高校预算绩效评价体系探讨 / 甄 超
- 92 | 上市公司财报造假问题及对策研究
/ 陈方杰 陈 慧
- 94 | 中小企业会计审核存在的问题与对策
/ 彭迪勇 陈 慧
- 96 | 浅谈通过财务共享中心提升财务管理水平
/ 冯成颖
- 98 | 新收入准则总额法净额法判断实务分享 / 邓余敏
- 100 | 事业单位财务预算编制管理问题及对策分析
/ 张 萍
- 102 | 基于云计算的企业财务管理信息化建设探究
/ 铁晓华
- 104 | 应用型本科高校会计学专业产教融合路径探索
/ 谢文刚
- 106 | 创新创业背景下高职管理会计教学改革研究
/ 曾志平
- 108 | 创新创业背景下会计专业应用型人才培养的对策
研究 / 郭筱娜
- 110 | 会计专业大学生双语课程学习存在的问题及对策
/ 李 琼 郑淑雯
- 112 | 金融会计风险管理体系优化研究 / 欧文静
- 114 | 事业单位财务管理的科学化与精细化趋势刍议
/ 郭金光
- 116 | 浅谈新时代下高级会计人员如何做好财务管理
/ 田丽君
- 118 | 房地产企业财务管理内部控制中的问题及优化
方式研究 / 陈凤珍
- 120 | 财务共享模式下财务管理专业人才培养探究
/ 刘永芝 孙艳萍
- 122 | 试析税务会计与财务会计的分离 / 屠方妍
- 124 | 财务管理应用中作业成本法应用的可行性分析
/ 罗 星
- 126 | 大数据赋能环境会计专业人才培养模式创新研究
/ 袁雪霞 何 平 王 娟
- 128 | 财务共享服务发展探究
——以浙商银行为例
/ 董 明 毛新雨 马歆妍 杨 可
- 130 | 大数据下高校全面预算的研究 / 李政界



- 132 | 学习过程管理视角下的会计学“金课”建设途径研究 / 王曼娟
- 134 | 基于现金流量表的 ST 企业财务状况分析 / 张瑞琪
- 136 | 不同情况下应收账款机会成本计算方法适用性分析 / 胡珍珍
- 营销新知**
- 138 | 基于社会化新媒体营销策划规则的教学改革与探究 / 陈旭
- 140 | 市场需求导向下构建高职院校课堂教学质量评价体系 / 郭军利
- 142 | 大数据背景下电子商务的营销管理优化策略分析 / 安静
- 144 | 浅谈我国及云南跨境电子商务的发展现状 / 罗艺
- 146 | 电子商务发展对经济贸易的影响管窥 / 谢健民
- 148 | 汽车营销和售后服务复合型高技能人才的培养 / 蔡俊清
- 150 | 高校体育场馆对外开放运营模式的优化探讨 / 刘兵
- 152 | 智能化钢琴的经济价值及发展前景 / 熊利平 马正友
- 154 | “互联网+”时代的电子商务 / 王珊珊
- 156 | 我国传媒业引入黄金股制度初探 / 冯宇宵
- 158 | 双创环境下大学生就业创业机制优化策略探究 / 李璐
- 160 | 自媒体时代下图书营销的问题与策略研究 / 严广圣
- 162 | “产学研用”模式在高校工商管理专业教学改革中的应用 / 农成敏 唐鹏程
- 164 | 浅议跨境电商背景下报关与国际货运专业人才培养模式 / 廖然
- 166 | “互联网+”时代吉林地区冰雪产业旅游纪念品的提升与推广研究 / 文尚熙 张岩
- 169 | 以党建品牌创建促国企高质量发展的路径研究——以黄石市烟草专卖局创建“先锋同行”党建文化品牌为例 / 程碧 黄玉芳 聂亚珍
- 172 | 三亚高端国际酒店发展策略研究 / 曾鏖隆 龙肖毅
- 175 | “双一流”背景下河南省地方高校双创教育的现状与问题 / 荆梦阳
- 177 | 跨国零售企业“全球本土化”营销组合研究 / 常健聪
- 学术争鸣**
- 184 | 论高职国际经济与贸易专业课程思政的内在机理与实践路径 / 陈娟 唐艳红
- 186 | “互联网+”时代工作坊实战型电子商务实验实训教学模式分析 / 周卫红 周发
- 188 | 试析经济新常态下会展专业产教融合人才培养模式的构建 / 孙丁
- 190 | 思政元素融入开放教育、继续教育财经类专业课程探讨——以《投资学》为例 / 魏云霞 熊湘辉
- 192 | 基于“课程思政”的税法课程教学改革实践探索 / 于泽楠
- 194 | “互联网+”背景下《大学生心理健康教育》翻转课堂探索研究 / 聂娟
- 197 | 《网络借贷与众筹》课程专创融合教学设计探索——2020年陕西省教师教学能力大赛获奖作品介绍 / 何华 熊小雅



汽车营销和售后服务复合型高技能人才的培养

陕西机电职业技术学院 蔡俊清

摘要:近些年来,我国非常重视素质教育工作的有效开展。在培养汽车营销与售后服务复合型高技能人才的过程中,重视教育理念与培养方式的转变与革新是非常有必要的。结合当前汽车销售市场的发展现状与未来发展态势,不断优化综合型人才培养的路径,持续培养出素质过硬、综合技能够强的汽车营销与服务人才是今后高职院校人才培养的趋势。本文主要对培养汽车营销与售后服务复合型高技能人才的策略与方法展开研究与讨论,旨在为汽车行业输出更加优质的综合型人才。

关键词:汽车营销;售后服务;复合型人才;培养

现如今,汽车已经成为人们出行必备的交通工具。在社会经济不断发展的环境与背景下,人们的生活水平也在持续提升,物质消费需求也在持续增加,但是汽车生产与销售企业的数量也逐渐增加,汽车行业竞争愈发激烈。为了能够扩大汽车销量,提升经济效益,很多汽车企业对于既懂营销、又懂售后服务的复合型、复合型人才的需求在持续增加。因此,在培养汽车营销以及售后服务复合型高技能人才的过程中,必须要结合当前社会众多车企对营销人员的实际标准与要求,不断转变人才培养模式与路径,转变营销人才培养思路与方法,逐渐塑造与提升汽车营销人员的营销能力、专业素养与综合技能水平,推动汽车行业更好地发展。

一、汽车营销与售后服务复合型人才培养的现状

目前,很多院校或者培训机构在培养汽车营销与售后服务复合型人才时,由于培养理念与方式的局限与落后,教育模式与手段的单一和传统,学生缺乏一定的实践经验与实习的机会,因而学生自身的汽车营销能力、售后服务水平很难得到提升。下面主要对培养汽车营销与售后服务复合型人才培养的具体现状与问题展开研究与讨论:

(一) 汽车营销复合型人才培养理念的局限与落后

在培养综合型的汽车营销人才时,由于培养理念与思路的局限与落后,忽视了复合型人才培养的重要性,院校在开展一系列的教学与培训活动时,过分重视汽车营销策略、营销理念的教学与灌输,没有将售后服务等应具备的素养等融入现有的汽车营销人才培养体系当中,最终影响与制约了汽车营销、售后服务复合型人才培养质量与水平的提升。与此同时,随着时代的不断发展与演变,社会众多车企对于营销人员的需求也在发生变化,对于既懂得售后服务,又懂得汽车营销的复合型人才需求和呼声较高,但是很多高职院校在制定人才培养计划与方案时,由于缺乏实地考察与市场调研,因而规划与设计的人才培养方案也缺乏一定的实效性科学性,最终不利于汽车营销复合型人才培养效率与效果的提高。

(二) 复合型人才培养模式与手段的单一与机械化

在培养汽车营销人才时,很多学校或者培训机构多是从市场营销角度展开人才的教育与培训工作,而忽视了汽车行业变化,这种培养模式与范围过于局限和单一,培养的手段与方法也过于机械化与模式化,学生的学习兴趣不足、积极性调动和激发不起来,不利于复合型人才培养工作地更好组织与开展。与此同时,很多院校所组织的校企合作活动最终流于形式化,缺乏健全的汽车营销与售后服务复合型人才培养流程,学生的汽车营销能力与售后服务能力不足,并不能够全面的掌握汽车营销的所有技巧与售后服务的所有内容。此外,通过跟踪调查汽车专业毕业生工作情况得知,毕业生就业后往往需要半年时间重新学习营销与售后服务工作。这是由于院校在实际培养中过分重视理论教学而忽视了实践教学的重要性,而汽车营销与售后服务能力是需要经过一系列反复实践从而总结经验与教训,并从中总结出良好的营销技巧与售后服务的技能,如果空有理论而缺乏实践,那么学生的汽车营销能力与售后服务水平并不能够得到真正的提升。

(三) 缺乏优秀的双师型师资队伍

在进行汽车营销人才培养过程中,如何高效培养复合型汽车营销人才是教师应该全面考虑的问题。而教师的育能力、育人理念与方法也直接影响着人才培养的质量。当前,很多学校或者培训机构缺乏优秀的双师型教师,很多教师只空有理论,没有实践,在实际的教学与人才培养过程中,并不能够给予学生更好的指引与指导,也不能够将汽车营销技能与售后服务技巧等传播和灌输给学生,不利于优秀复合型人才的有效培养。与此同时,很多学校或者培训机构没有重视双师型师资队伍的建设,对于优秀双师型教师的培养与培训工作没有予以充分、全面的重视,双师型师资队伍没有得到更好壮大,师资力量不足,并不能够将更加先进、高效的汽车营销技巧、方法与售后服务内容与标准教授给学生,这对于汽车营销复合型人才培养工作的有效开展非常不利。



二、汽车营销和售后服务复合型高技能人才培养的方略探究

为了更好地实现汽车营销与售后服务复合型高技能人才培养的目标,重视人才培养理念、方式、手段与模式的转变与革新是非常有必要的。学校或者培训机构必须要解放思想、与时俱进,结合当前汽车营销企业对营销人才的实际需求来优化人才培养策略与方法,培养优秀的师资来对学生展开更加专业化、综合化的教育工作,提升学生的综合技能。下面对汽车营销与售后服务复合型高技能人才培养的实际策略与方法进行有效的探究与分析:

(一) 重视复合型高技能人才培养理念的转变与革新

在制定和实施汽车营销与售后服务复合型高技能人才培养方案与计划时,学校或者培训机构以及教师必须要重视教学理念的改变,不断革新教育理念与思想,结合国家以及社会对汽车营销人才的具体需求与标准来优化教学计划与方案,合理调整、设置及安排汽车营销的理论与实践课时,并将售后服务这一教学内容也纳入汽车营销的教育与教学工作当中来,多以4S店真实案例开展教学,从多个方面和角度来塑造学生优秀的汽车营销能力与服务水平。与此同时,近几年,我国很多企业对于复合型、实践型、高技能型人才的需求在持续增加,强化技能型、复合型人才培养理念的优化、思路的创新,不断解放思想,拓宽高技能人才培养的思路与路径,制定出更加个性化、综合化的人才培养策略与方案,能够为培养出更多优秀的汽车营销高技能人才奠定坚实的基础。

(二) 强化汽车营销与售后服务高技能人才培养策略与方法的有效革新

以往的人才培养模式与方法过于单一与传统,学生的学习兴趣并不浓厚。为了能够提升汽车营销与售后服务高技能人才培养的效率与质量,重视人才培养体系与流程的优化与健全是非常有必要的。教师要结合企业、深入到汽车营销市场实际,了解消费者的购物习惯与实际需求,并结合汽车营销中应具备的基本知识与技能来创新教学方法。在实际授课过程中,教师可以组织与开展一系列的专项训练活动或者课程,如汽车营销案例分析教学、汽车营销模拟实践流程、汽车的所有功能与性能、汽车的所有配套设施、汽车基本工具、工艺操作、使用规范、汽车基本保养与维护常识、汽车发动机的故障诊断与拆装、汽车零部件营销、汽车整车营销、汽车底盘的故障诊断与拆装、汽车二手车评估与鉴定、汽车定损和理赔等等实践课程,这些汽车营销与售后服务课程及内容都需要学生全面掌握,这样能够推动学生汽车营销能力与水平得到大大提升。此外,学校也可以和汽车企业展开深入

合作,建立校企合作的良性机制,学校可以为汽车企业输出优秀的营销人才,而企业也要给学生提供一定的实习机会与实践的空间,真正的教会学生一些汽车营销的实践技巧与售后服务的经验与技术,经过反复的实践与总结,能够大大地提升学生企业营销专业能力与售后服务的综合水平,帮助企业扩大汽车销量,做好客户的售后工作,提升客户的满意度,建立良好的汽车品牌与形象,提升汽车企业的行业市场竞争实力。

(三) 重视双师型师资队伍的建设与壮大

很多学校或者机构在培养汽车营销与售后服务高技能人才培养的过程中,由于很多教师的教学能力有限、教学技能不足,缺乏一定的教学经验,这会严重影响汽车营销人才培养工作的高效开展。鉴于此,学校要重视双师型师资队伍的建设与壮大,结合当前教师实际的教学能力与业务水平,不断优化师资队伍建设的途径,积极开展多样化的培训活动,对从理论与实践等方案展开全方位的培训工作,着力塑造与提升教师的教学能力与专业水平,为学生树立好榜样、做好育才工作。与此同时,学校也可以给教师联系一些汽车企业,积极鼓励教师下企业实践锻炼,引导教师到企业中去打磨与实践,从中总结出更加行之有效的实践教学经验与技巧,丰富汽车营销与售后服务的教学内容,有利于提升高技能人才培养的质量。此外,教师自身也要秉承着“活到老、学到老”的精神与理念,多学习与掌握和汽车营销相关的知识与专业技能,并经过不断的实践来积累更多教学经验,将其丰富到人才培养的内容与形式中,为汽车营销与售后服务高技能人才培养工作的高效开展提供良好的师资保障。

三、结束语

综上所述,为了能够培养出更加优秀的高技能汽车营销与售后服务的复合型人才,强化人才培养理念与方式,注重方法的改革、优化与创新,重视师资队伍的建设与壮大是非常必要且迫切的。通过汽车营销理论与实践的有效融合,不断培养与锻造学生优秀的汽车营销能力与专业水平也是当前职业院校汽车专业需要考虑的重点。

参考文献:

- [1] 王薇, 陈国威. 基于“赛教融合”的汽车售后服务接待教学改革思路[J]. 南方农机, 2020, 51(10): 111.
- [2] 朱堃. 汽车售后供应链与大数据的“零距离”——专访舍弗勒汽车售后事业部[J]. 汽车维护与修理, 2020(13): 6-9.
- [3] 陈玲. 汽车4S店服务营销策略探究——以A汽车4S店售后服务为例[J]. 商场现代化, 2018, (04): 26-27.

