

汽车技术服务与营销专业核心课程标准

专业名称：	汽车技术服务与营销
专业代码：	500210
学 制：	三年制高职
适用年级：	2025 级
制订时间：	2025 年 4 月

岳阳现代服务职业学院

《汽车顾问式销售》

课 程 标 准

制定人：李 锋

智能工程学院

二〇二五年四月

目 录

一、课程基本信息

二、课程性质与任务

（一）课程性质

（二）课程任务

（三）学情分析

三、课程目标与要求

（一）课程目标

（二）课程要求

四、课程结构与内容

（一）课程结构

（二）课程内容

五、课程实施与保障

（一）课程实施

（二）课程保障

六、课程考核与评价

七、课程进程与安排

一、课程基本信息

课程名称	汽车顾问式销售	课程代码	0525407
课程学时/学分	64/4	课程类型	专业必修课
适应专业	汽车技术服务与营销	开设学期	第二学期
执笔人	李锋	制定日期	2025. 4
课程团队成员	李锋、黄娟、邹一鸣、彭汉生、李军		
课程审核	教研室主任：		
	专业带头人：		
	二级学院（部）负责人：李 锋		
	教务处负责人：李景福		

二、课程性质与任务

（一）课程性质

本课程面向汽车销售顾问岗位，培养学生到汽车销售企业从事汽车整车销售及相关工作的技能，是汽车营销与服务专业的专业核心课程。本课程是以职业行动为导向，基于工作过程的项目化课程。该课程的教学运行以工作任务为目标，以工作过程为导向，教学做一体的教学模式，教学过程中综合运用现场教学法、教学法、案例教学法 and 小组合作教学法等多种教学方法，全面落实课程目标。

先导课程：《汽车概论》、《汽车构造》、《汽车机械基础》、《沟通与礼仪》、《汽车电工电子基础》

平行课程：《汽车性能与商务评价》、《汽车维护》、《汽车营销策划》、《汽车保险与理赔》

后续课程：《汽车网络与新媒体营销》、《汽车维修服务》、《二手车鉴定评估与交易》和《汽车共享与租赁》等课程。

（二）课程任务

该课程主要针对汽车销售顾问、销售经理等岗位开设，主要任务是培养学生在汽车营销岗位的专业综合能力，要求学生掌握整车销售方面的基本知识和技能。主要采用情境教学法、案例教学法和小组合作教学法等多种教学方法，帮助学生明晰汽车销售的过程，掌握整车销售的方法。

（三）学情分析

本课程的授课对象是汽车技术服务与营销专业一年级学生。他们经过一个学期的学习，初步具备专业课程学习能力，逻辑思维能力一般。学生整体知识基础底子较薄弱，对专业课学习存在较大的畏惧心理。不善学习理论，渴望成功，但缺乏耐心，自信不足易于放弃。需要在本课程学习中加强逻辑思维能力，实践动手能力。

三、课程目标与要求

（一）总体目标

通过《汽车顾问式销售》课程的学习，使学生基本掌握汽车销售的基本理论和实践规范，进而了解汽车销售顾问岗位工作者必备的素质要求等，主要从素质、知识、技能层面为学生进一步从事专业学习和从事汽车销售顾问工作奠定坚实基础。课程教学内容的编排遵从汽车 4S 店销售顾问岗位标准工作流程出发，分别从岗前准备、客户接待、车型推荐、异议处理、报价签约、贷款交车、服务跟踪各环节提炼理实一体课程内容，让学生分阶段、分步骤掌握岗位知识、岗位技能，并提升职业理念和素养。

（二）具体目标

素质目标：

1. 具有良好的职业素质，能够遵纪守法；
2. 具有良好的团队合作精神和客户服务意识；
3. 具有良好的口语表达、书面表达及人际交往能力；
4. 具有组织协调能力和执行计划能力；
5. 具有较强的分析问题、解决问题的能力。

知识目标：

1. 熟悉岗前个人准备、展厅准备、销售资源准备的工作内容；
2. 熟悉接待礼仪及顾客接待流程，具备接待顾客的能力；
3. 掌握 FAB 车辆介绍法和六方位绕车介绍法，能够根据客户需求，为客户推荐合适的车型；
4. 掌握试乘试驾流程及话术，能够按照规范，引导客户完成试乘试驾工作；

5. 熟悉二手车置换业务、消费信贷业务、分期付款、汽车租赁等金融业务推荐技巧及办理流程，能够针对客户实际情况，为客户推荐并办理二手车相关业务；

6. 掌握各种不同类型异议处理的方法，能够处理客户异议；

7. 掌握成交谈判的技巧，能够引导客户成交，缔结购车合同；

8. 掌握保险销售和精品销售的技巧，能够根据客户实际情况，为客户推荐合适的保险和精品；

9. 掌握车辆交付办理流程，能够完成交车任务；

10. 掌握客户回访流程，能够进行客户回访；

11. 掌握投诉处理的技巧，能够进行客户投诉处理；

12. 掌握客户关系维系的方法，能够开展常规的客户关系维系工作

技能目标：

1. 能够得体地呈现客户接待、电话、试乘试驾、交车礼仪

2. 会用提问、倾听等有效沟通技巧与客户进行沟通

3. 能够按流程进行汽车展示与介绍

4. 能正确引导顾客体验试乘试驾有效完成试乘试驾前、中、后客户咨询处理

5. 能够及时地对客户信息进行管理，并有效处理客户异议

6. 能独立完成销售商谈中的条件洽谈与合同签订

7. 能够按交车流程完成交车任务

8. 能规范进行售后客户跟踪与维系和正确应对和处理客户投诉

（三）课程要求

1. 坚持立德树人

《汽车顾问式销售》课程教学要落实立德树人根本任务，充分挖掘本课程思政元素，将社会主义核心价值观融入教学全过程，使学生在思考、辨析、解决问题的过程中，能站稳立场、明辨是非、行为自律、知晓责任。

2. 提升专业技能

在教学设计时，基于汽车顾问式销售岗位工作流程和典型工作任务，引入企业真实案例和项目，并融入省级技能抽查内容与要求；在课堂教学中，采用理论与实践相结合的教学方式，让学生在学中做、做中学，提升学生专业技能和综合应用能力。

3. 培养创新意识

在教学过程中，根据学生的学习基础，创设适合学生的教学环境与活动，引导学生开展自主学习、协作学习、探究学习，并进行分享和合作，同时，引导学生学会根据自身需要，自主选择学习平台，创设学习环境，形成自主学习的能力和习惯。

四、课程结构与内容

（一）课程结构

《汽车顾问式销售》是一门理论性和实践性都较强的专业必修课程，在整个课程所涉及的教学内容的学习过程中都按照顾问式销售流程“展厅接待——需求分析——车辆展示——成交技巧等”这条主线来进行，全程将职业道德规范融入其中。根据汽车顾问式销售岗位工作内容、高职教育人才培养目标和本专业人才培养方案，融入各类相关技能大赛内容与要求，遵循“理论以‘必须、够用’为度，实践以‘强能、致用’为本”的原则，按照从简单到复杂、从单项到综合的思路，序化课程内容，精心设计“售前准备、车辆销售、汽车销售衍生服务”等三个模块，针对每个模块，按实际操作步骤和内容共设置了 11 个任务。在教学实施过程中，突出实践教学、重视学生动手操作能力的培养，实现教学与工作岗位、工作内容的有效对接。养成学生严谨、细致、精益求精的工匠精神和追求卓越的创新精神。

表 1 课程结构一览表

序号	教学内容	课时安排	学时
1	模块一：售前准备	任务 1：岗位职责认知	2
		任务 2：业务流程认知	2
		任务 3：售前准备	2
2	模块二：车辆销售	任务 1：客户接待	14
		任务 2：车型推荐	8
		任务 3：异议处理	12
		任务 4：报价成交	6
		任务 5：新车交付	4
		任务 6：跟踪回访	8
3	模块三：汽车销售衍生服务	任务 1：汽车金融服务	2
		任务 2：汽车销售其他服务	4
合计			64

（二）课程内容

本课程总课时 64 课时，课程具体教学内容和实训项目见表 2。

表 2 课程教学内容一览表

序号	教学内容	任务安排	教学目标			教学内容	实训项目	学时
			知识目标	能力目标	素质目标			
1	模块一：售前准备	任务 1：岗位职责认知	(1) 可以根据任务实际情况，编写符合要求的售前准备剧本； (2) 能使用汽贸管理软件，查询车辆在库状况，做好整车库存管理； (3) 能按照 5S 管理要求，根据实际情况，展厅与展车进行整理。	(1) 知道客户满意度含义、衡量方式、影响因素等 (2) 能阐述汽车销售的标准服务流程； (3) 知道整车库存管理确认； (4) 掌握展厅与展车整理工作内容及 5S 管理知识，能够按照 5S 管理要求对展厅与展车进行整理； (5) 熟知集客活动流程，能够开发潜在客户，完成集客活动。	(1) 学生通过本任务的学习，对汽车销售顾问岗位的工作产生兴趣； (2) 学生通过售前准备相关业务流程的学习，养成按照流程办事的工作习惯。	1. 销售顾问的岗位职责 2. 客户满意度		6
		任务 2：业务流程认知				汽车销售标准服务流程简介		
		任务 3：售前准备				1. 整车库存确认 2. 展厅与展车整理 3. 7S 管理含义 4. 集客活动		
2	模块二：车辆销售	任务 1：客户接待	(1) 熟悉岗前个人准备、展厅准备、销售资源准备的工作内容； (2) 熟悉接待礼仪及顾客接待流程； (3) 掌握 FAB 车辆介绍法和六方位绕	(1) 具备接待顾客的能力； (2) 能够根据客户需求，为客户推荐合适的车型； (3) 能够按照规范，引导客户完成试乘试驾工作；	(1) 培养学生在销售顾问岗位从客户需求角度出发的服务理念； (2) 培养学生团队协作、有效沟通的工作意识； (3) 锻炼学生在销售	1. 客户接待工作流程 2. 邀约客户 3. 客户沟通 4. 如何进行需求分析	来电（店）接待	52
		任务 2：车型推荐				1. FAB 车辆介绍技巧 2. 六方位绕车介绍法（包括车前方介绍、车侧方介绍、车后方介绍、车后座介绍、驾驶室介绍、	1. 需求分析 2. 六方位车辆说明	

			<p>车介绍法；</p> <p>(4) 掌握试乘试驾流程及话术；</p> <p>(5) 熟悉二手车置换业务、消费信贷业务、分期付款、汽车租赁等金融业务推荐技巧及办理流程；</p>	<p>(4) 能够针对客户实际情况，为客户推荐并办理二手车相关业务；</p> <p>(5) 能够妥善处理客户异议；</p> <p>(6) 能够引导客户成交，缔结购车合同；</p> <p>(7) 能够根据客户实际情况，为客户推荐合适的保险和精品；</p> <p>(8) 能够完成交车任务；</p> <p>(9) 能够进行及时的客户回访，能够妥善处理客户投诉处理；</p> <p>(10) 能够开展常规客户的关系维系工作。</p>	<p>顾问岗位所需的分析问题、解决问题的能力；</p> <p>(4) 培养学生形成更高水平的客户服务意识。</p>	<p>发动机舱介绍)</p> <p>3. 试乘试驾(包括试乘试驾原因、试乘试驾前、试乘试驾中、试乘试驾后)</p> <p>4. 二手车置换业务推荐</p> <p>5. 消费信贷业务推荐</p> <p>6. 分期付款业务推荐</p> <p>7. 汽车租赁业务推荐</p>		
		任务 3: 异议处理	<p>(6) 掌握各种不同类型异议处理的方法；</p> <p>(7) 掌握成交谈判的技巧；</p>			<p>1. 一般异议处理(包括产品异议处理、服务异议处理、客户需求异议处理)</p> <p>2. 复杂异议处理(包括价格异议处理、客户抱怨处理、竞品对比)</p> <p>3. 金融销售异议处理</p>	异议处理	
		任务 4: 报价成交	<p>(8) 掌握保险销售和精品销售的技巧；</p> <p>(9) 掌握车辆交付办理流程；</p> <p>(10) 掌握客户回访流程，掌握投诉处理的技巧；</p> <p>(11) 掌握客户关系维系的方法。</p>			<p>1. 成交谈判(包括成交信号捕捉、车型颜色选择、报价技巧、成交谈判、引导客户成交技巧、合同缔结)</p> <p>2. 保险销售</p> <p>3. 精品销售</p> <p>4. 二手车置换业务办理</p> <p>5. 消费信贷业务办理</p> <p>6. 分期付款业务办理</p> <p>7. 汽车租赁业务办理</p>	<p>1. 竞品分析</p> <p>2. 报价成交</p>	
		任务 5: 新车交付				<p>1. 付款(包括付款方式的选择、车辆预定)</p> <p>2. 车辆手续办理</p> <p>3. 裸车系统交车和一条龙服务交车系统</p> <p>4. 新车交付(包括交车前准备、</p>	<p>1. 试乘试驾</p> <p>2. 新车交付</p>	

						车辆交接、交车后工作)		
		任务 6: 跟踪回访				1. 客户回访及投诉处理 (包括电话回访流程、投诉处理) 2. 保有客户关系维系 (包括客户关系维系方法、客户关系管理)	1. 跟踪回访 2. 销售标准流程训练	
3	模块三: 汽车销售衍生服务	任务 1: 汽车金融服务	(1) 认识汽车金融; (2) 掌握保险险种及计算方法; (3) 认识消费信贷及租赁; (4) 掌握二手车置换特点及流程。	(1) 能够向客户推荐保险险种并计算保险金额; (2) 能够帮助客户完成贷款方案选择; (3) 能够帮助客户完成二手车置换。	(1) 培养学生从客户需求角度出发的工作理念; (2) 培养学生团队协作、有效沟通的工作意识; (3) 锻炼学生分析问题、解决问题的能力; (4) 培养学生高水平的客户服务意识	1. 认识汽车金融 2. 掌握保险险种及计算 3. 认识消费信贷及租赁 4. 掌握二手车置换特点及流程		6
		任务 2: 汽车销售其他服务				1. 了解精品销售选择; 2. 掌握精品消费形式; 3. 车美容装饰认知。		
合计								64

五、课程实施与保障

（一）课程实施

1. 课程理念

坚持以学习者为中心，按照“以学定教、以学施教、以学评教”的理念，教师根据岗位工作流程、课程内容特点和学生学情情况，融入汽车顾问式销售技能要求，挖掘课程思政元素和文化元素，制定教学策略；突出学生主体地位和教师的主导作用，精心设计教学流程和教学活动，通过情境体验、课堂互动、作品呈现等环节，让学生动起来，让课堂活起来；因材施教，鼓励和帮助学生个性化、差异化发展，使学生学有所思、学有所得、学有所用。

2. 教学策略

教学模式：线上、线下混合式的理论实践一体化教学模式。

教学方法：运用启发式、分组式、讨论式、参与式等多种教学策略和方法。

教学手段：依托智慧职教、爱课程、超星、钉钉、学习通等教学平台和微信学习群、QQ 学习群等，运用多媒体设备、教学软件、动画、专业机房、模型、挂图等教学资源和设备进行教学，动态记录学生的学习情况，教师可随时与学生互动，及时了解学生的整体和个体目标达成情况，为调整教学策略和个别辅导提供依据。

3. 教学过程

课前导学：教师推送学习资源，发布学习任务；学生以小组为单位研讨，完成任务；教师线上交流与答疑，了解学生自主学习情况，修改教学策略。

课中研学：围绕教学目标和教学重难点，针对课前自学环节的困惑和疑点，根据专业/学科课程特点和学生心理特征，精心设计教学流程，引导学生多动手实践，在做中学、学中做，在问题导向、合作探究、师生互动中习得知识、培养能力、提升素养。

课后践学：围绕教学目标，引导学生在课外活动中参与课程实践，拓展知识视野，践行文化价值，培育专业能力。课程实践活动原则上体现开放性（如汽车 4S 店实践、社会调查等）和合作性（小组或团队合作）。

4. 课堂形态

适应“互联网+”信息化教学环境及学生学习特点，依托“智慧职教、爱课程、

超星、钉钉、学习通”等智慧教育云平台和校内外实习实训基地，充分运用数字化课程资源、模拟仿真软件、教学仪器设备等教学资源 and 云计算、大数据、人工智能等现代教育技术，建设“云端课堂、实体课堂、仿真课堂、实境课堂”，使智慧教育覆盖教学的全过程，以学定教，打造高效课堂，促进学生个性化发展。

（二）课程保障

1. 教学团队：具有本科及本科以上学历，中级及中级以上职称，具备 1 年以上或 5 年内有 6 个月以上的企业实践经历，从事教学工作 3 年以上，承担本课程教学工作 1 年以上。教师数量与教学班级（或学生比例）符合规定要求，教学团队的年龄、职称、职业资格等结构合理，有企业兼职教师参与。

2. 教学设施：专业实训室 1 间，配备 1 套教师多媒体教学系统、配套满足一个班级使用的模拟 4S 店，配备相应的设施设备。

3. 教学资源

（1）教材：从教育部和省教育厅指定的教材目录中选用近 3 年内出版的教材，优先使用国家规划教材、全国百强出版社教材、省级规划教材；鼓励开发校本教材，校企合作开发活页式、工作手册式新型教材。

推荐教材：职业教育汽车类专业“互联网+”创新教材《汽车顾问式销售》 作者：刘秀荣、吴风波 出版社：机械工业出版社，出版时间：2019 年 10 月。

（2）教学参考资料：根据课程教学的实际需要，配置与本课程相关的专业参考书，方便师生查询、借阅。

（3）数字化教学资源：建设和配备与本课程有关的音视频素材、教学课件、数字化教学案例、虚拟仿真软件、数字教材等教学资源，形成种类丰富、形式多样、使用便捷、动态更新、满足教学的数字化教学资源库。

六、课程考核与评价

课程的考核评价采用过程性考核评价、终结性考核评价与实践性考核评价相结合的形式，过程性考核主要包括课前线上学习、课中出勤与课堂参与度以及课后作业任务完成度等；终结性考核包括期末理论考试、专业技能考核或作品考核；实践考核主要包括上机考核、测绘考核等，还包括学生在学完规定的学习任务后，参与国家工程师技能考核等，可以转化成学分。

表3 课程考核评价形式一览表

考核评价形式		考核内容	比例%
过程性考核与评价	课前：线上讨论、课前测试、作品提交等	到课考勤、学习态度、安全意识、合作精神、敬业精神、团队意识、课堂参与、实训操作、知识掌握等	10
	课中：课堂出勤、课堂提问、实践实操、平时考核、小测验等		20
	课后：课后作业等		10
终结性考核与评价	理论考试	理论知识、职业规范等	30
	实践操作考核	专业技能、创新能力等	30

表4 课程考核内容一览表

序号	教学内容	任务安排	知识点	技能点	考核占比(%)
1	模块一：售前准备	任务1：岗位职责认知	客户满意度含义、衡量方式、影响因素等	1. 售前准备剧本编写； 2. 汽贸管理软件使用； 3. 展厅与展车进行整理。	15
		任务2：业务流程认知	1. 汽车销售的标准服务流程； 2. 5S 管理知识		
		任务3：售前准备	集客活动流程		
2	模块二：车辆销售	任务1：客户接待	1. 岗前个人准备、展厅准备、销售资源准备的工作内容； 2. 接待礼仪及顾客接待流程；	1. 顾客接待； 2. 车型推荐； 3. 试乘试驾； 4. 二手车相关业务办理； 5. 客户异议处理； 6. 购车合同缔结； 7. 保险推荐； 8. 客户回访； 9. 客户投诉处理； 10. 客户关系维系	65
		任务2：车型推荐	1. FAB 车辆介绍法和六方位绕车介绍法； 2. 试乘试驾流程及话术；		
		任务3：异议处理	各种不同类型异议处理的方法；		
		任务4：报价成交	1. 二手车置换业务、消费信贷业务、分期付款、汽车租赁等金融业务推荐技巧及办理流程； 2. 成交谈判技巧； 3. 保险销售和精品销售的技巧；		
		任务5：新车交付	1. 车辆交付办理流程；		
		任务6：跟踪回访	1. 客户回访流程；		

			2. 投诉处理技巧； 3. 客户关系维系方法。		
3	模 块 三： 汽 车 销 售 衍 生 服 务	任 务 1：汽车金融 服务	1. 汽车金融概念； 2. 保险险种及计算方法； 3. 消费信贷及租赁。	1. 保险金额计算； 2. 贷款方案选择； 3. 二手车置换。	20
		任 务 2：汽车销售 其他服务	二手车置换特点及流程。		
合 计					100

七、课程进程与安排

表 5 课程进程安排一览表

序号	教学内容	计划课时		授课地点	执行周次
		理论	实践		
1	岗位职责认知	2		理实一体教室	1
2	业务流程认知	2		理实一体教室	1
3	售前准备	2		理实一体教室	2
4	客户接待		2	理实一体教室	2
5	来电接待流程与话术	2		理实一体教室	3
6	展厅接待流程与话术	2		理实一体教室	3
7	实训一：来电（店）接待		2	理实一体教室	4
8	需求分析流程与话术（1）	2		理实一体教室	4
9	需求分析流程与话术（2）	2		理实一体教室	5
10	实训二：需求分析		2	理实一体教室	5
11	车辆介绍流程与话术（1）	2		理实一体教室	6
12	车辆介绍流程与话术（2）	2		理实一体教室	6
13	实训三：六方位车辆说明（1）		2	理实一体教室	7
14	实训四：六方位车辆说明（2）		2	理实一体教室	7
15	异议分析与处理	2		理实一体教室	8
16	实训五：异议处理		2	理实一体教室	8
17	竞品比较与话术	2		理实一体教室	9
18	实训六：竞品分析		2	理实一体教室	9
19	试乘试驾流程与话术	2		理实一体教室	10
20	实训七：试乘试驾		2	理实一体教室	10
21	报价成交流程与话术（1）	2		理实一体教室	11
22	报价成交流程与话术（2）	2		理实一体教室	11
23	实训八：报价成交		2	理实一体教室	12
24	递交新车流程与话术	2		理实一体教室	12

25	实训九：新车交付		2	理实一体教室	13
26	售后跟踪流程与话术（1）	2		理实一体教室	13
27	售后跟踪流程与话术（2）	2		理实一体教室	14
28	实训十：跟踪回访		2	理实一体教室	14
29	实训十一：销售标准流程训练		2	理实一体教室	15
30	汽车金融服务	2		理实一体教室	15
31	汽车销售其他服务	2		理实一体教室	16
32	总结与复习	2		理实一体教室	16
合计		40	24		