

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

《汽车营销策划》

课 程 标 准

制定人：李锋

智能工程学院（部）

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	汽车营销策划	课程代码	052405
课程学时/学分	48/3	课程类型	专业核心课（必修课）
适应专业	汽车技术服务与营销	开设学期	第四学期
执笔人	李锋	制定日期	2025. 04
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

《汽车营销策划》是汽车技术服务与营销专业的一门专业核心课程，是一门以理论为主，辅以实践的课程。通过本课程学习，帮助学生掌握汽车营销策划的基本知识，提升学生综合运用本专业相关知识的能力。通过本课程的学习使学生能够对汽车营销策划岗位有一个清晰的认知、能熟练掌握汽车营销活动市场调查、汽车营销活动目标设计、汽车营销策划策略选择、汽车营销活动计划制定、汽车营销策划活动实施与评价、汽车营销活动策划书编制等环节的相关理论知识和实践能力，从而使学生能够掌握策划和开展汽车营销活动的实际技能，为今后从事汽车营销活动策划相关岗位工作打下坚实基础。

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》、《汽车顾问式销售》、《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

《汽车营销策划》是汽车技术服务与营销专业的一门专业核心课程，该课程主要针对汽车营销策划相关岗位开设，主要工作任务目标为培养学生具有为汽车企业及4S店策划并实施营销活动的的能力，为之后的实习实训和工作打下坚实的基础。主要采用案例教学法、小组合作教学法、情境教学法等多种教学方法，帮助学生明晰汽车营销活动策划的过程，理解汽车营销活动策划的内涵。使学生具备进一步学习专业知识的基础能力，满足职业生涯发展的需要。

（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二年级学生。他们经过两个学期的学习，初步具备汽车专业技术知识，具有一定的专业课程学习能力。但学生的汽车营销知识基础较薄弱。不善学习理论，渴望成功，但缺乏耐心，自信不足易于放弃。需在本课程学习中加强营销理论知识的学习，以此提升营销活动策划实践动手能力。

三、课程目标与要求

（一）总体目标

通过《汽车营销策划》这门课程的学习，使学生全面掌握汽车营销策划相关知识，基本具备汽车营销活动策划、实施、评估的能力，全面提升与人沟通，团结协作，总结汇报的能力。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

知识目标：

1. 了解汽车企业市场部的岗位设置及岗位职责
2. 掌握汽车营销策划岗位的职业素养和职业能力
3. 了解并掌握汽车营销策划的概念、内容、程序
4. 了解并掌握汽车市场调研的内容、流程
5. 了解并掌握市场调研计划书的格式及要求
6. 了解并掌握调研问卷的设计技巧
7. 了解并掌握调研报告的格式和撰写技巧

8. 了解并掌握营销目标的内涵、分类、制定营销目标的原则、营销目标的影响因素、制定营销目标的步骤

9. 了解并掌握汽车营销活动的类型、营销活动创意的来源、确立活动主题的方法

10. 了解并掌握汽车产品整体概念、汽车产品生命周期策略、汽车品牌策略

11. 了解并掌握汽车产品价格的构成、影响汽车产品定价的因素、汽车产品定价的方法和策略

12. 了解并掌握理解汽车分销渠道的含义、汽车分销渠道的类型、汽车分销渠道模式

13. 了解并掌握汽车促销的含义、汽车促销的组合方式

14. 了解并掌握汽车营销活动的准备工作、宣传方式、活动现场布置的要点、活动现场执行需注意的问题

15. 了解并掌握汽车营销活动评估的各类指标、KPI 活动效果评估法、活动总结复盘的方法和技巧

16. 了解并掌握汽车活动策划文案框架及内容、汽车活动策划文案编写技巧

技能目标：

1. 能正确界定汽车市场部各岗位的职责、具备汽车市场策划人员的职业素质和能力

2. 能够制定汽车市场调研计划、设计汽车市场调研问卷、撰写汽车营销调研报告

3. 能合理设计营销目标

4. 能根据活动目标、车型定位设计活动主题

5. 能根据产品不同生命周期特点策划不同营销活动、在营销活动中运用品牌策略

6. 能全面分析汽车产品定价的影响因素、根据营销环境变化和企业实际情况，制定合理的汽车活动价格策略

7. 能正确分析分销渠道的类型、分析当前汽车企业不同的分销渠道模式、制定汽车分销渠道策略

8. 能根据市场环境和活动需要制定科学合理的促销组合策略、根据实际场地的情况进行场地布置、能预料并解决现场发生的问题

10. 能运用 KPI 法对活动效果进行评估、能对活动进行总结复盘

11. 能够编写汽车营销活动策划书，并进行策划书的汇报工作**素质目标：**

1. 具有高效信息筛选与整合能力。
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、书面表达及人际交流能力。
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。

素质目标：

1. 培养职业素养，具备责任意识、爱岗敬业和工匠精神
2. 形成脚踏实地、持续精进、求真务实、严谨科学的工作作风
3. 培养具有自信、自律、意志坚定、抗压耐挫的职业精神
4. 提升数据分析力和解读应用力，学会从各种市场数据中提取有价值的信息并据此制定更为精准和有效的营销目标
5. 具备良好的团队协作、小组合作探究精神
6. 培养跨平台营销意识适应多渠道的营销环境
7. 提升文字表达能力，学会运用恰当的语言、句式和修辞手法，使文案更具吸引力、说服力和专业性
8. 培养活动组织能力和沟通能力，合理分配资源，有效统筹各个部门，确保活动各环节有序进行

（三）课程要求

1. 坚持立德树人

《汽车营销策划》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，基于汽车营销策划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

《汽车营销策划》是一门理论性和实践性都较强的专业核心必修课程，在整个课程所涉及的教学内容的学习过程中都按照“汽车营销策划岗位认知—市场调研—营销活动策划—营销活动效果评估”这条主线来进行。根据汽车营销策划工作内容、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，精心设计汽车营销策划岗位认知、汽车营销活动市场调查、汽车营销活动目标设计、汽车营销策划策略选择、汽车营销活动计划制定、汽车营销策划活动实施与评价、汽车营销活动策划书编制等 7 个模块，针对每个模块，按实际操作步骤和内容共设置了 19 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	项目一汽车营销策划岗位认知	任务 1 汽车营销策划人员的岗位认知	1
		任务 2 汽车营销策划的内容认知	2
2	项目二汽车营销活动市场调研	任务 1 汽车市场调研概述	3
		任务 2 汽车市场调研的执行	3
		任务 3 汽车市场调研分析	3
3	项目三汽车营销活动目标设计	任务 1 营销活动目标的认知	1
		任务 2 营销活动目标的设计	2
		任务 3 营销活动主题的确定	3
4	项目四汽车营销策划策略选择	任务 1 产品策略的策划	3

		任务 2 定价策略的策划	3
		任务 3 渠道策略的策划	2
		任务 4 促销策略的策划	4
5	项目五汽车营销活动计划制订	任务一汽车营销活动计划制订的框架	3
6	项目六汽车营销策划活动实施与评价	任务 1 汽车软文营销	3
		任务 2H5 技术在汽车营销活动中的运用	3
		任务 3 汽车营销活动实施监控	2
		任务 4 汽车营销活动效果评价	1
7	项目七汽车营销活动策划书编制	任务 1 汽车营销策划书的编制	3
		任务 2 营销活动策划汇报	3
合计			48

（二）课程内容

本课程总课时 48 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	项目一汽车营销策划岗位认知	任务1 汽车营销策划人员的岗位认知	1. 了解汽车企业市场部的岗位设置 2. 了解汽车企业市场部各职位的岗位职责 3. 掌握汽车营销策划岗位的职业素养和职业能力	1. 能正确界定汽车市场部各岗位的职责 2. 能具备汽车市场策划人员的职业素质和能力	1. 树立汽车营销策划思维，激发学生对汽车市场部岗位的兴趣，增强对后续知识与技能学习的信心 2. 培养职业素养，具备责任意识、爱岗敬业和工匠精神	汽车企业市场部的岗位设置	1. 汽车企业策划岗位模拟求职	1
		任务2 汽车营销策划的内容认知	1. 理解汽车营销策划的概念 2. 了解汽车营销策划的内容 3. 熟悉汽车营销策划的程序	1. 能明确汽车营销策划的内容 2. 能根据汽车营销策划的程序开展策划工作	1. 树立汽车营销策划思维 2. 锻炼系统性思维和流程管理能力，学会系统思考和规划策划流程	1. 汽车策划的含义 2. 汽车策划的内容 3. 汽车策划的程序	2. 制作认知汽车企业营销策划岗位和内容的PPT	2
2	项目二汽车营销活动市场调研	任务1 汽车市场调研概述	1. 了解汽车市场调研的内容 2. 掌握汽车市场调研的流程 3. 掌握调研计划书的格式及要求	1. 能够制定汽车市场调研计划	1. 形成脚踏实地、持续精进、求真务实、严谨科学的工作作风	1. 汽车市场调研内容 2. 汽车市场调研流程 3. 汽车市场调研方法	1. 制定汽车市场调研计划	3

		任务 2 汽车市场调研的执行	1. 了解调研问卷的问题设计要求 2. 掌握调研问卷设计及发放的技巧	2. 能够设计汽车市场调研问卷	1. 培养具有自信、自律、意志坚定、抗压耐挫的职业精神	1. 调研问卷设计的方法和技巧 2. 汽车市场调研问卷发放的技巧	2. 制作并发放汽车市场调研问卷	3
		任务 3 汽车市场调研分析	1. 了解调研报告的格式 2. 掌握调研报告	1. 学会撰写汽车营销调研报告。	1. 培养数据思维，提高数据敏感性，提升大数据信息技术的应用和创新意识	1. 调研数据的整理与分析 2. 调研报告的格式	3. 撰写市场调研报告	3
3	项目三汽车营销活动目标设计	任务 1 营销活动目标的认知	1. 理解营销目标的内涵 2. 了解营销目标的分类	1. 能正确界定总目标和分目标 2. 能描述活动的定量和定性目标的区别 3. 能区分针对不同对象的营销目标	1. 树立正确的人生观、价值观，通过认识营销目标思考如何设定人生目标培养自己的长远规划和自我实现能力	1. 营销活动目标的内涵 2. 营销活动目标的分类	1. 收集营销活动目标相关资料	1
		任务 2 营销活动目标的设计	1. 理解制定营销目标的原则 2. 了解营销目标的影响因素 3. 掌握制定营销目标的步骤	1. 能合理设计营销目标 2. 能对营销目标的影响因素进行正确分析	1. 提升数据分析力和解读应用力，学会从各种市场数据中提取有价值的信息并据此制定更为精准和有效的营销目标	1. 制定营销目标的原则 2. 影响营销目标的因素 3. 制定营销目标的步骤	2. 设计营销活动目标	2

		任务 3 营销活动主题的确定	1. 了解汽车营销活动的类型 2. 熟悉营销活动创意的来源 3. 掌握确立活动主题的方法。	1. 能根据市场调查实际情况确定活动主题方向 2. 能根据活动目标、车型定位设计活动主题 3. 能运用恰当的技巧设计出创意主题。	1. 树立正确的服务观，站在消费者的角度考虑问题为消费者提供有吸引力的策划活动	1. 汽车活动类型 2. 设计汽车活动主题 3. 活动主题设计技巧	3. 设计营销活动主题	3
4	项目四汽车营销策略选择	任务 1 产品策略的策划	1. 理解汽车产品整体概念 2. 熟悉汽车产品生命周期策略 3. 掌握汽车品牌策略	1. 能根据产品不同生命周期特点策划不同营销活动 2. 能够在营销活动中运用品牌策略	1. 理解并践行从文化自信到品牌自信，坚定品牌强国的理想信念，培养振兴民族品牌的使命感和责任感，具有爱国情怀 2. 具备良好的团队协作、小组合作探究精神	1. 汽车产品整体概念 2. 汽车产品生命周期策略 3. 汽车品牌策略	1. 根据产品处于不同生命周期阶段，制定品牌策略	3
		任务 2 定价策略的策划	1. 了解汽车产品价格的构成 2. 熟悉影响汽车产品定价的因素 3. 掌握汽车产品定价的方法和策略	1. 能全面分析汽车产品定价的影响因素 2. 能根据营销环境变化和企业实际情况，制定合理的汽车活动价格策略	1. 诚实守信，遵守职业道德规范 2. 提高法制意识，在价格策略决策中遵守法律法规、行业准则，反对价格欺诈	1. 汽车价格构成 2. 影响汽车定价因素 3. 汽车产品定价策略	2. 制定汽车营销活动定价方案	3
		任务 3 渠道策略的策划	1. 理解汽车分销渠道的含义 2. 了解汽车分销渠道的类型 3. 掌握汽车分销渠道模式	1. 能正确分析分销渠道的类型 2. 能分析当前汽车企业不同的分销渠道模式 3. 能制定汽车分销渠道策略	1. 培养竞合共赢意识，助力建立良好的营商环境 2. 具备渠道创新意识，善于创新或优化渠道策略方案 3. 具备团队协作能力，协调不同部门之间的资源和利益，推动渠道策略的顺利实	1. 汽车分销渠道的含义 2. 汽车分销渠道的类型 3. 汽车分销渠道模式	3. 制定汽车营销渠道策略	2

					施			
		任务 4 促销策略的策划	1. 理解汽车促销的含义 2. 掌握汽车促销的组 合方式	1. 能根据市场环境和 活动需要制定科学合 理的促销组合策略	1. 践行社会主义核心价值 观，热爱公益，培养奉献精神 2. 培养正确义利观 弘扬正 向价值观，提高法律意识遵 守职业道德规范	1. 汽车促销 的概念 2. 汽车促销 的组合形式	4. 汽车促销活 动策略	4
5	项目五汽车营销活动计划制订	任务一汽车营销活动计划制订的框架	1. 掌握汽车营销活动流程 2. 熟悉汽车营销活动计划框架 3. 了解汽车营销活动预算知识	1. 能够合理进行活动安排 2. 能够根据活动目标设计特色活动 3. 能够根据工作任务和工作责任，设计活动流程。 4. 能够根据活动内容拟定活动预算	1. 具备团队协作能力，合理制定活动计划	1. 汽车营销活动流程 2. 汽车营销活动计划框架 3. 汽车营销活动预算	1. 制定汽车营销活动计划框架	3
6	项目六汽车营销策划活动实施与评价	任务 1 汽车软文营销	1. 了解软文营销的特点和类型 2. 掌握软文营销内容写作要点	1. 能撰写与受众共情的软文	1. 保持开放思维和创新精神，学习数字化营销新技术、新手段、积极探索创新营销方式	1. 软文营销的概念及特点 2. 汽车软文的类型	1. 撰写汽车营销活动软文	3

						3. 如何实施软文营销		
		任务 2H5 技术在汽车营销活动中的运用	1. 熟悉 H5 的特点 2. 了解 H5 的类型 3. 了解 H5 的应用场景 4. 掌握 H5 的制作流程	1. 能够利用 H5 制作工具设计 H5 作品	1. 培养跨平台营销意识适应多渠道的营销环境	1. H5 技术的基本概念 2. H5 特性 3. H5 应用场景 4. 提高 H5 的传播力的技巧	2. 运用 H5 技术制作活动邀请函	3
		任务 3 汽车营销活动实施监控	1. 熟悉活动的准备工作 2. 掌握活动的宣传方式 3. 熟悉活动现场布置的要点 4. 掌握活动实施要点 5. 了解活动现场执行需注意的问题	1. 能根据不同的活动主题做好活动的准备 2. 能运用新媒体营销手段进行活动宣传 3. 能根据实际场地的情况进行场地布置 4. 能预料并解决现场发生的问题。	1. 培养活动组织能力和沟通能力，合理分配资源，有效统筹各个部门，确保活动各环节有序进行 2. 培养细心严谨的态度和顾全大局的格局	1. 汽车营销活动准备工作 2. 汽车营销活动现场布置要点 3. 汽车营销活动实施要点 4. 汽车营销活动宣传方式	1. 撰写活动执行步骤与要点文档	2

		任务 4 汽车营销活动效果评价	1. 熟悉活动评估的各类指标 2. 掌握 KPI 活动效果评估法 3. 了解活动数据的来源 4. 掌握活动数据分析方法 5. 熟悉活动总结复盘的内容	1. 能运用 KPI 法对活动效果进行评估 2. 能运用适当的方法对数据进行分析 3. 能对活动进行总结复盘	1. 培养数据思维和批判性思维能力 2. 具备通过数据分析优化活动策略的意识 3. 培养资源整合能力和活动反思、总结能力	1. 活动评估指标 2. KPI 活动效果评估法 3. 活动数据分析 4. 活动总结框架	1. 对活动效果进行评估，撰写活动总结报告	1
7	项目七汽车营销活动策划书编制	任务 1 汽车营销策划书的编制	1. 掌握汽车活动策划文案框架及内容 2. 熟悉汽车活动策划文案编写技巧	1. 能够运用汽车营销策划书的编写技巧提高策划书的质量	1. 提升文字表达能力，学会运用恰当的语言、句式和修辞手法，使文案更具吸引力、说服力和专业性	1. 汽车活动策划文案框架及内容 2. 汽车活动策划文案编写技巧	1. 撰写汽车营销活动策划书	3
		任务 2 营销活动策划汇报	1. 掌握策划文案汇报流程 2. 熟悉掌握策划文案汇报注意事项	1. 能够正确表达策划的思想，进行策划书的报告工作 2. 能够符合职业礼仪，仪态端庄大方，动作专业，语言表达清楚，语速快慢适中 3. 能正确理解问题，及时准确应答其他小组问题应变力强	1. 提升自我认知水平，具备自我激励的能力，增强人格魅力，自信自强 2. 加强团队合作与沟通能力，学会与团队成员有效沟通、协作	1. 汇报流程 2. 汇报注意事项	2. 展示营销活动策划书	3
		合计						

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“汽车营销策划”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（如工厂实践、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 and 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 5 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：“十四五”职业教育国家规划教材《汽车营销策划基础与实务》 作者：林凤、陈佳伟、赵一敏 出版社：机械工业出版社，出版时间：2020 年 1 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，参加职业技能竞赛、1+X 考证等，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	项目一汽车营销策划岗位认知	任务 1 汽车营销策划人员的岗位认知	1. 了解汽车企业市场部的岗位设置 2. 了解汽车企业市场部各职位的岗位职责 3. 掌握汽车营销策划岗位的职业素养和职业能力	1. 能正确界定汽车市场部各岗位的职责 2. 能具备汽车市场策划人员的职业素质和能力	10
		任务 2 汽车营销策划的内容认知	1. 理解汽车营销策划的概念 2. 了解汽车营销策划的内容 3. 熟悉汽车营销策划的程序	1. 能明确汽车营销策划的内容 2. 能根据汽车营销策划的程序开展策划工作	

2	项目二汽车营销活动市场调研	任务 1 汽车市场调研概述	1. 了解汽车市场调研的内容 2. 掌握汽车市场调研的流程 3. 掌握调研计划书的格式及要求	1. 能够制定汽车市场调研计划	15
		任务 2 汽车市场调研的执行	1. 了解调研问卷的问题设计要求 2. 掌握调研问卷设计及发放的技巧	2. 能够设计汽车市场调研问卷	
		任务 3 汽车市场调研分析	1. 了解调研报告的格式 2. 掌握调研报告	1. 学会撰写汽车营销调研报告。	
3	项目三汽车营销活动目标设计	任务 1 营销活动目标的认知	1. 理解营销目标的内涵 2. 了解营销目标的分类	1. 能正确界定总目标和分目标 2. 能描述活动的定量和定性目标的区别 3. 能区分针对不同对象的营销目标	15
		任务 2 营销活动目标的设计	1. 理解制定营销目标的原则 2. 了解营销目标的影响因素 3. 掌握制定营销目标的步骤	1. 能合理设计营销目标 2. 能对营销目标的影响因素进行正确分析	
		任务 3 营销活动主题的确定	1. 了解汽车营销活动的类型 2. 熟悉营销活动创意的来源 3. 掌握确立活动主题的方法。	1. 能根据市场调查实际情况确定活动主题方向 2. 能根据活动目标、车型定位设计活动主题 3. 能运用恰当的技巧设计出创意主题。	
4	项目四汽车营销策划策略选择	任务 1 产品策略的策划	1. 理解汽车产品整体概念 2. 熟悉汽车产品生命周期策略 3. 掌握汽车品牌策略	1. 能根据产品不同生命周期特点策划不同营销活动 2. 能够在营销活动中运用品牌策略	20
		任务 2 定价策略的策划	1. 了解汽车产品价格的构成 2. 熟悉影响汽车产品定价的因素 3. 掌握汽车产品定价的方法和策略	1. 能全面分析汽车产品定价的影响因素 2. 能根据营销环境变化和企业实际情况，制定合理的汽车活动价格策略	

		任务 3 渠道策略的策划	1. 理解汽车分销渠道的含义 2. 了解汽车分销渠道的类型 3. 掌握汽车分销渠道模式	1. 能正确分析分销渠道的类型 2. 能分析当前汽车企业不同的分销渠道模式 3. 能制定汽车分销渠道策略	
		任务 4 促销策略的策划	1. 理解汽车促销的含义 2. 掌握汽车促销的组方式	1. 能根据市场环境和活动需要制定科学合理的促销组合策略	
5	项目五汽车营销活动计划制订	任务一汽车营销活动计划制订的框架	1. 掌握汽车营销活动流程 2. 熟悉汽车营销活动计划框架 3. 了解汽车营销活动预算知识	1. 能够合理进行活动安排 2. 能够根据活动目标设计特色活动 3. 能够根据工作任务和工作责任，设计活动流程。 4. 能够根据活动内容拟定活动预算	10
6	项目六汽车营销策划活动实施与评价	任务 1 汽车软文营销	1. 了解软文营销的特点和类型 2. 掌握软文营销内容写作要点	1. 能撰写与受众共情的软文	20
		任务 2 H5 技术在汽车营销活动中的运用	1. 熟悉 H5 的特点 2. 了解 H5 的类型 3. 了解 H5 的应用场景 4. 掌握 H5 的制作流程	1. 能够利用 H5 制作工具设计 H5 作品	
		任务 3 汽车营销活动实施监控	1. 熟悉活动的准备工作 2. 掌握活动的宣传方式 3. 熟悉活动现场布置的要点 4. 掌握活动实施要点 5. 了解活动现场执行需注意的问题	1. 能根据不同的活动主题做好活动的准备 2. 能运用新媒体营销手段进行活动宣传 3. 能根据实际场地的情况进行场地布置 4. 能预料并解决现场发生的问题。	
		任务 4 汽车营销活动效果评价	1. 熟悉活动评估的各类指标 2. 掌握 KPI 活动效果评估法 3. 了解活动数据的来源 4. 掌握活动数据分析方法 5. 熟悉活动总结复盘的内容	1. 能运用 KPI 法对活动效果进行评估 2. 能运用适当的方法对数据进行分析 3. 能对活动进行总结复盘	

7	项目七汽车营销活动策划书编制	任务 1 汽车营销策划书的编制	1. 掌握汽车活动策划文案框架及内容 2. 熟悉汽车活动策划文案编写技巧	1. 能够运用汽车营销策划书的编写技巧提高策划书的质量	10
		任务 2 营销活动策划汇报	1. 掌握策划文案汇报流程 2. 熟悉掌握策划文案汇报注意事项	1. 能够正确表达策划的思想，进行策划书的报告工作 2. 能够符合职业礼仪，仪态端庄大方，动作专业，语言表达清楚，语速快慢适中 3. 能正确理解问题，及时准确应答其他小组问题应变力强	
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	任务安排	计划课时		授课地点	执行周次
			理论	实践		
1	项目一汽车营销策划岗位认知	任务 1 汽车营销策划人员的岗位认知	1		理实一体教室	1
		任务 2 汽车营销策划的内容认知	1	1	理实一体教室	1
2	项目二汽车营销活动市场调研	任务 1 汽车市场调研概述	2	1	理实一体教室	2
		任务 2 汽车市场调研的执行	2	1	理实一体教室	3
		任务 3 汽车市场调研分析	2	1	理实一体教室	4
3	项目三汽车营销活动目标设计	任务 1 营销活动目标的认知	1		理实一体教室	5
		任务 2 营销活动目标的设计	1	1	理实一体教室	5
		任务 3 营销活动主题的确定	2	1	理实一体教室	6
4	项目四汽	任务 1 产品策略的策划	2	1	理实一体教室	7

	车营销策划策略选择	任务 2 定价策略的策划	2	1	理实一体教室	8
		任务 3 渠道策略的策划	1	1	理实一体教室	9
		任务 4 促销策略的策划	2	2	理实一体教室	9-10
5	项目五汽车营销活动计划制订	任务一汽车营销活动计划制订的框架	2	1	理实一体教室	11
6	项目六汽车营销策划活动实施与评价	任务 1 汽车软文营销	2	1	理实一体教室	12
		任务 2H5 技术在汽车营销活动中的运用	2	1	理实一体教室	13
		任务 3 汽车营销活动实施监控	2		理实一体教室	14
		任务 4 汽车营销活动效果评价	1		理实一体教室	14
7	项目七汽车营销活动策划书编制	任务 1 汽车营销策划书的编制	2	1	理实一体教室	15
		任务 2 营销活动策划汇报	2	1	理实一体教室	16
合计			32	16		