

利星行（中国）汽车企业管理有限公司

参与高等职业教育人才培养年度报告（2019）

一、企业与学校的合作情况

（一）企业简介

利星行（中国）汽车企业管理有限公司由台港澳法人独资，成立于2008年，隶属于香港利星行集团，于2013年04月03日在北京市工商行政管理局登记成立。利星行汽车是最早在中国销售梅赛德斯-奔驰汽车的经销商集团之一，已成为中国汽车流通行业著名的汽车经销商集团。中国汽车流通协会发布的“中国汽车经销商集团百强排行榜”中，利星行汽车连续8年跻身榜单前五名。截至目前，利星行汽车业务网点在中国大陆地区的经销与售后服务网点达138家，分布在全中国77个城市，拥有超过91万客户，员工人数超过14,000人，其中高级管理团队成员的汽车行业经验平均达25年，服务梅赛德斯-奔驰品牌的平均经验近20年。

（二）校企合作概况

2012年1月10日，北京培黎职业学院与利星行（中国）汽车企业管理有限公司在中国汽车流通协会的见证下举行了隆重的校企合作签约仪式，“利星行汽车培训基地”正式成立，利星行汽车在现场向北京培黎职业学院捐赠了总价值60多万元的奔驰发动机和变速箱各一台作为教学设备。北京培黎职业学院、利星行（中国）汽车的领导，中国汽车流通协会（CACD）代表等嘉宾亲临现场，首都十余家新闻媒体的朋友们在一起见证了校企双方在汽车专业人才培养领域所做出的承诺。签约合作标志着双方将在教具捐赠、人才培养、人才输送、成果转化等多个方面建立深入而长期的合作关系，携手共同为培养中国汽车专业人才做出不懈努力。同年9月，北京培黎职业学院市场营销专业（利星行汽车服务营销定向培养）顺利招收首届学生，至2018年9月，已连续招收7届学生。历届招生情况见图1。

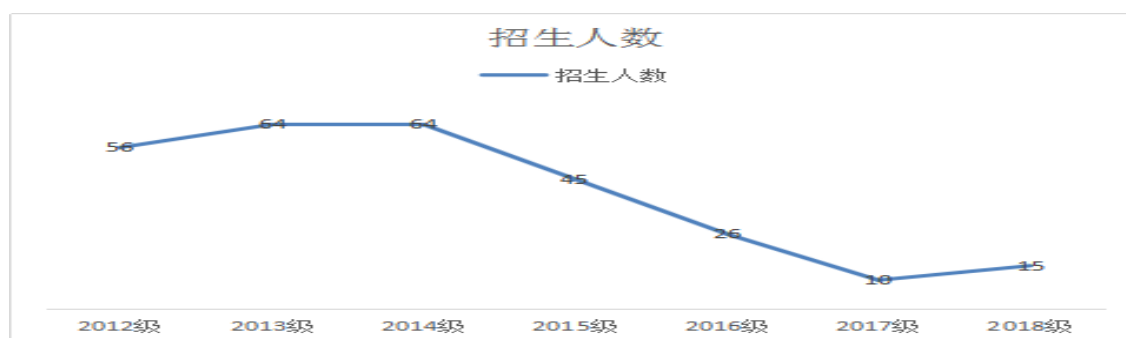


图1：历届招生情况

从2012年9月合作开设汽车技术服务与营销专业至今，目前已有四届毕业生，七届在校生。合作7年中，企业全面参与到人才培养、课程建设、授课常规、学生活动等工作中。2017年，企业继续在学生奖学金、实训设备、学生顶岗实习、课程开发等方面给予支持和投入。

二、企业参与人才培养过程及机制保障

北京培黎职业学院与利星行（中国）汽车及中国汽车流通协会合作于 2012 年 9 月开设汽车技术服务与营销专业，已有四届毕业生，七届在校生，为利星行（中国）汽车培养出了满足企业管理和营销需求的高端汽车技能人才，促进了汽车行业的发展；在合作 7 年中，利星行（中国）汽车在经费投入、技术支持、课程建设、实践实习、赛事活动、教师培养等方面提供支持，使教学质量得到了保障。

（一）经费投入情况

利星行汽车向该专业每年投入 20 万元人民币用于设立专项奖学金、奖教金、助学金等。2018 年度，利星行共向汽车营销与服务订单班学生提供助学金、奖学金、单项奖、奖教金、举行汽车知识竞赛共计 11.7 万元，改善学生学习条件，提高教师理论与实践水平，进一步提高了学校的办学实力及人才培养质量。本年度经费投入情况参见表 1。

表 1：2018 年度经费投入情况

序号	项目	金额（元）
1	助学金	30000
2	奖学金	51000
3	学生工作优秀奖	2000
4	学生活动优秀奖	6000
5	企业实践奖	20000
6	奖教金	20000
7	汽车知识竞赛	8000
合计		117000

（二）设备投入及技术支持情况

北京培黎职业学院与利星行（中国）汽车的合作办学中，利星行汽车向北京培黎职业学院捐赠了总价值 60 多万元的奔驰发动机和变速箱各一台，作为汽车专业师生们的教学设备。在北京市教委的支持下，我院在利星行汽车集团的协助下申报汽车技术服务与营销专业建设项目，在建设过程中，利星行集团陈宝兴等来着于企业教师积极参与，给予专业的支持和帮助。每年年底，依据行业的发展利星行为学校专任教师提供技术培训，不断提升教师能力和水平，持续改进教学质量。

表 2：2018 年度技术支持情况

序号	项目	支持形式	人次/时间
1	国际商务系专任教师能力提升	技术培训	2 人次/一周

（三）实践教学投入情况

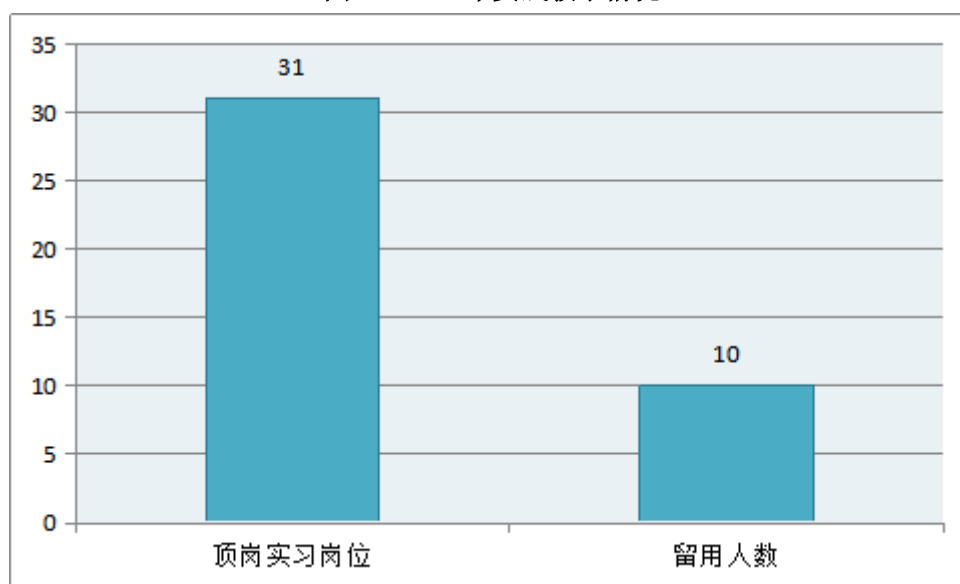
利星行（中国）汽车与北京培黎职业学院的合作办学中，为订单班的学生提供了便利的校外实习实训环境。详细情况见表 3。

表 3：汽车技术服务与营销专业学生在利星行实习实训情况

序号	实习实训内容	地点	对象
1	专业概论	利星行培训学院	大一新生
2	暑假实习——上岗实习	利星行培训学院	大二学生
3	汽车配件管理实训	利星行 4S 店	大二学生
4	汽车保修作业实训	利星行 4S 店	大二学生
5	毕业顶岗实习	利星行 4S 店	大三学生

利星行为毕业生提供顶岗实习岗位，优先录取订单班班的同学。2018 年，利星行（中国）汽车管理有限公司为北京培黎职业学院 15 级汽车技术服务与营销专业（订单班）的学生提供顶岗实习岗位 31 个，接纳学生完成为期半年的顶岗实习，最终留用毕业生 10 人。详细情况参见图 2。

图 2：2018 年实践教学情况



（四）专业建设和课程开发情况

针对高校扩招带来的生源质量普遍下滑问题，面向汽车行业快速发展对人才培养的新要求，学院汽车营销与服务专业组织座谈调研，实地考察，校企合作共商人才培养方案的适合性，准确定位培养目标并制定 2018 级人才培养方案。

（五）赛事活动情况

利星行（中国）汽车管理有限公司注重学生的能力的培养，利星行订单班构建了“在活动中培养兴趣，在兴趣中成长”的学生能力培养体系，培养该专业学生能力的活动主要包括有北京市汽车营销技能大赛、星耀未来杯汽车基础知识竞赛、星耀未来杯辩论赛、北京民办高校大学生创业设计大赛。其中星耀未来杯汽车基础知识竞赛、星耀未来杯辩论赛、夏令营活动均是由利星行汽车集团和汽车流通协会全程参与和指导，并提供奖金支持，用人单位的参与极大鼓舞和激发了学生的兴趣和热情，也使得用人单位有机会更好发掘人才。已毕业四届学生中参与到两大赛事决赛中，留用比例为约 85%。

（六）师资团队建设情况

统筹各种资源，专兼相济、校企并用、引培结合，我院聘任利星行汽车与中国流通协会资深人士为本专业客座教授，聘任利星行汽车培训学院骨干为本专业兼职讲师，共计 38 名，企业教师已连续 7 年为利星行汽车技术服务与营销订单班承担了不少于 500 课时/学年的教学工作，部分教师授课情况统计表见表 5。2018 年度，利星行汽车集团为我院提供兼职教师情况见表 6。同时，利星行集团为专业内教师提供转训培训，我系专职教师到利星行集团挂职锻炼。

表 5：利星行汽车集团及流通协会部分教师授课情况表

课程名称	姓名	学历	职称	资格认定	所学专业	专兼职	备注
世界与中国汽车发展史	王春申	本科	讲师			兼职	汽车流通协会讲师
汽车基础知识	林杰勤	硕士	讲师	无	汽车工程	兼职	利星行培训学院讲师
高端客户消费者行为学	任晓娜	本科	讲师	无	工商管理	兼职	利星行培训学院讲师
高端汽车品牌	林杰勤	硕士	讲师	无	汽车工程	兼职	利星行培训学院讲师
人力资源管理	李子敬	本科	讲师	无	人力资源管理	兼职	利星行培训学院讲师
汽车金融保险	刘腾	本科	讲师	无	国际贸易	兼职	利星行培训学院讲师
汽车市场营销	刘熙禹	专科	讲师	无	企业经营与管理	兼职	利星行培训学院讲师
汽车销售流程	刘腾	本科	讲师	无	国际贸易	兼职	利星行培训学院讲师
汽车售后服务流程	陈宝兴	本科	讲师	无	汽车运用工程	兼职	利星行培训学院讲师
汽车主动营销	杨杰	本科	讲师	无	市场营销	兼职	利星行培训学院讲师
汽车配件管理	周正	专科	讲师	无	汽车检测与维修技术	兼职	利星行培训学院讲师
汽车保修作业	陈宝兴	本科	讲师	无	汽车运用工程	兼职	利星行培训学院讲师
汽车基础知识	孙鼎申	专科	讲师	无	汽车检测与维修技术	兼职	利星行培训学院讲师
专业概论	田明	本科	讲师	无	会计	兼职	利星行培训学院讲师
汽车知识竞赛	谢晶	本科	讲师	无	财务管理	兼职	利星行培训学院讲师
汽车知识竞赛	刘珊珊	本科	讲师	无	工业设计	兼职	利星行培训学院讲师

表 6：2018 年度企业兼职教师授课情况

学期	授课对象	课程名称	学分	学时	考核形式
2017-2018 学 年第一学期	17 级汽车营销与服务 1 班	专业概论	1	16	考查
	17 级汽车营销与服务 1 班	汽车基础知识 1	3	48	考查
	16 级汽车营销与服务 1 班	汽车金融保险 1	3	48	考试
	16 级汽车营销与服务 1 班	汽车配件管理	3	48	考查
	15 级汽车营销与服务 1 班	就业指导	1	16	考查
	15 级汽车营销与服务 1 班	毕业综合实践（顶岗 实习）	16	480	考查
2017-2018 学 年第二学期	17 级汽车营销与服务 1 班	汽车基础知识 2	3	48	考查
	16 级汽车营销与服务 1 班	汽车金融保险 2	3	48	考试
	16 级汽车营销与服务 1 班	汽车配件管理实训	1	30	考查
	16 级汽车营销与服务 1 班	汽车保修作业实训	1	30	考查
	15 级汽车营销与服务 1 班	毕业综合实践（毕业 综合实践总结）	4	120	考查

三、企业参与人才培养的成效

利星行（中国）汽车企业管理有限公司与北京培黎职业学院在校企合作模式、职业教育人才培养模式、教学模式、教师培养等方面做了大量的尝试和实践，取得了丰硕的成果。主要表现如下：

（一）校企协会共商共建，制定“共需式”高端汽车营销技能人才培养方案

学校、企业和行业协会三方结为合作伙伴，形成战略联盟，针对各方擅长领域展开深度合作，共商共建专业定向培养，在实践中真正履行专业人才定向培养新模式。在培养方案的制定过程中，引入利星行（中国）汽车企业标准，分析岗位能力，明确培养目标，重建课程体系，根据企业相应岗位所需知识、能力、素质的系统分析，将企业文化、职业素质的养成及岗位技能的训练直接纳入学校人才培养方案中，为企业培养定制人才，如图 3、图 4、图 5 所示。

图 3：汽车营销与服务专业职业部分岗位分析



图 4：汽车营销与服务专业学生职业生涯规划

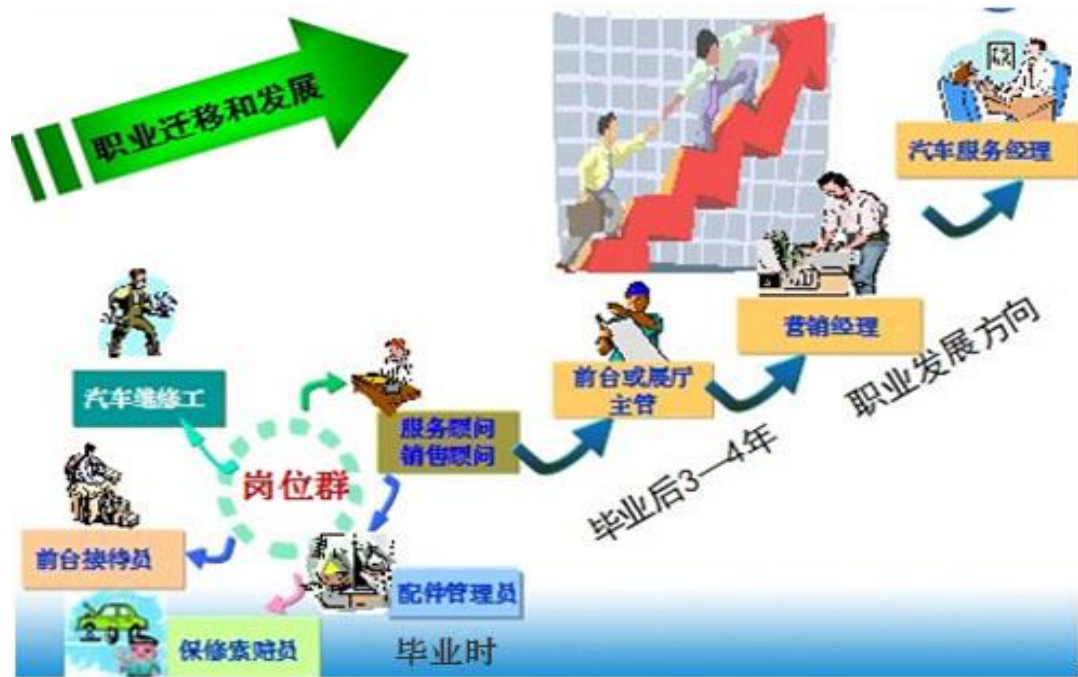
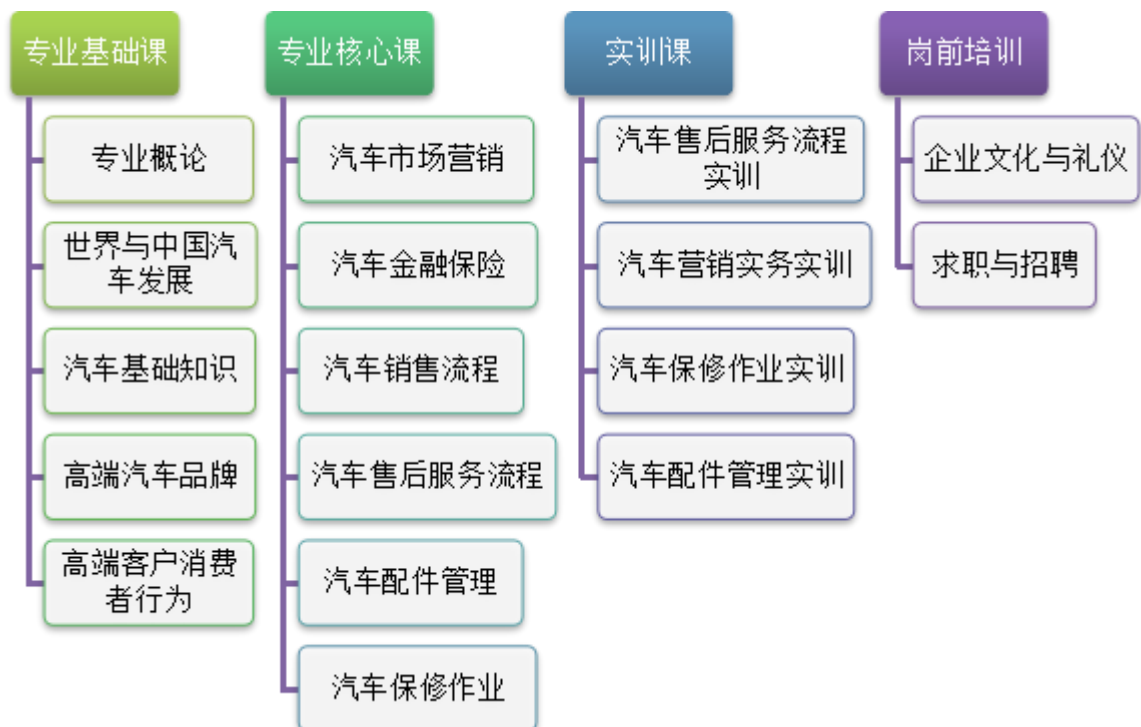


图 5：“专业基础-专业核心-实训-岗前培训”汽车服务与营销课程体系



（二）明确人才培养目标，构建符合人才需求的课程体系和教学模式

在人才培养目标明确前提下，学院育人、企业参与、协会监督，构建全面培养学生素质和适应岗位任职能力要求的“专业基础-专业核心-实训-岗前培训”汽车服务与营销课程体系，构建“做中学、学中思、思中行”和“会动手-会动脑-善分析-勇创造”的教学模式。如图 6 所示。

图 6：课程实训-专业实训-岗前培训-顶岗实习-毕业综合实践教学体系

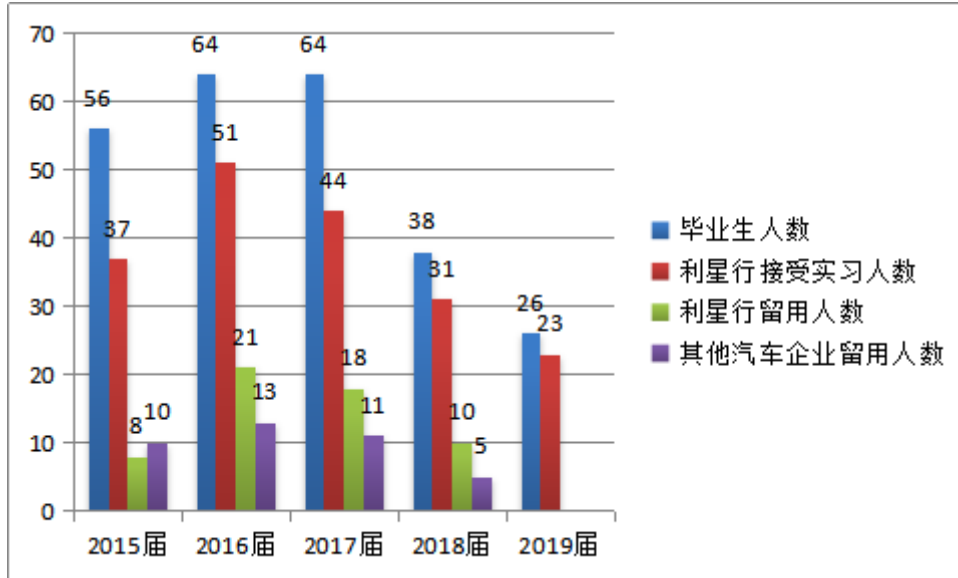
“会动手-会动脑-善分析-勇创造”能力培养的实践教学体系				
	课程实训	专业实训	岗前培训	顶岗实习
主要内容	汽车基础知识 高端消费者行为 汽车金融保险	汽车售后服务流程实训 汽车营销实务实训 汽车保修作业实训 汽车配件管理实训	企业文化与礼仪 求职与招聘	企业顶岗实习 毕业综合实践
主要教学目标	专业知识认知掌握	专业知识的融合贯通	安全-规范-责任意识 团队合作-沟通-表达能力	安全-规范-责任 参加实习单位的经营管理活动 协作-沟通-写作能力
涉及赛事活动	星耀未来杯汽车基础知识竞赛 星耀未来杯汽车辩论赛 星耀未来杯实习实践赛 星耀未来杯奖助学金 北京市汽车营销技能大赛 北京民办高校大学生创业设计大赛、夏令营活动等			

（三）资源共享、校内外实习实训完备，为企业输送具备匠人精神的高素质人才

通过课程体系构建，着重工匠精神，强调学生在实践中学习和锻炼，本着资源共享，充分利用校内汽车实践基地、市场营销实训基地和利星行集团北京分公司的 10 家校外实践基地，增强学生的岗位任职能力和工匠精神培养。同时，利星行汽车订单班学生可获得在利星行汽车旗下的奔驰 4S 店内实习机会，成绩优秀、表现卓越者将直接录用。其他学生可获得中国汽车流通协会推荐、前往全国汽车经销 4S 店内实习和就业。而企业择人从始至终渗透人才培养过程中，参与学生入学面试、开学典礼、授课、赛事活动及双选会等。

截止 2018 年 9 月，已有近百名的毕业生被利星行集团及相应的汽车企业录用，且就业质量不断提高，如图 7 所示。其中，被利星行录用的姜森、李少华、曹志、赫楠等 38 名同学，部分毕业生月薪已经过万元。

图 7：毕业生在利星行实习就业情况对比图



（四）打造了一支“能讲、会做、懂行、识人”的双师型优秀教学团队

该专业教师团队是由校企协会三方共同构成，是一支“能讲、会做、懂行、识人”的双师型队伍。在 2018 年师资队伍建设中，统筹各种资源，专兼相济、校企并用、引培结合，聘任利星行汽车与中国流通协会资深人士为本专业客座教授，聘任利星行汽车培训学院骨干为本专业兼职讲师。校企双方开展双向培训，利星行集团为专业内教师提供转训培训，我系专职教师到利星行集团挂职锻炼，建立起一支适应高职人才培养需要的专、兼职相结合的教师队伍，为职业教育中师资培育做出较好的示范。利星行集团谢晶主持汽车知识竞赛，中国汽车流通协会刘文姬副秘书长主要从事汽车业反垄断、汽车市场及营销模式、汽车经销商务政策等方面的研究等，为汽车营销与服务专业建设作出了巨大的贡献。

同时，该专业为学院重点建设专业，尤其注重师资队伍的水平提升，本年度申报的《学校、企业和行业协会共育工匠型人才——汽车专业定向培养模式实践》获得 2017 年院级教育教学成果一等奖；专业教师组织申报的“2017 年北京高校青年教师社会调研成果”项目并获二等奖；同时负责“3+2”模式课程衔接研究——以汽车技术服务与营销专业为例的校级课题；为适合北京城市功能定位及汽车行业发展，积极学习探索，4 名教师参加由北京理工大学组织的为期 160 学时的国家级新能源培训班。

四、问题与建议

通过与公司内部各 4S 店人事经理、销售经理等进行研讨，汇总其主要意见，并结合目前利星行订单班的现状，提出以下问题，并期望能得到改善：

（一）利星行 4S 店的留用率问题

从本年度统计结果来看，学生在利星行 4S 店的留用率并不高，走访调研得出的主要原

因有 2 个方面：

一方面，学生工作技能和工作态度并不能满足利星行方的要求。订单班学生初到企业后，身份由学生变为服务人员或技术工人，工作环境变化大，学生对身份的认同落差较大，一些学生因不能对上述变化及时做出心理调整，不能承受高强度的体力劳动和脑力劳动，而出现离职现象。这种情况反映出学校在日常教育中，对学生的心理素质培养和体能训练存在欠缺，有待在今后的教育中加以解决或改进。

第二个方面，利星行有意向留用学生，但由于学生种种原因没有留在利星行，这种情况也比较普遍。分析其原因主要有工作强度太大；除了销售岗位以外，其他岗位工资不高；学生家里有产业；找到其他品牌 4S 店薪酬更高的工作等。

（二）利星行订单班生源数量和质量的问题

2018 年，汽车营销与服务专业（订单班）仅报到了 15 名学生，较 2017 级 10 名学生有所增加，但与以前生源的数量相比，有很大的缩减，而生源的质量也有所降低。分析其原因大致如下：

1、全国生源在逐渐减少，我院招生的生源数量也在减少，这种大趋势下势必会影响利星行订单班的生源数量。

2、新能源汽车对传统汽车的冲击。

通过加强宣传并积极开拓新的招生模式，以保证利星行订单班生源的数量并提升质量。我院已经与延庆一职开展汽车营销与服务（订单班）的 3+2 合作模式，2018 年 9 月已经迎来第二批汽车营销与服务（订单班）学生。