

甘肃省高等教育自学考试 课程考试大纲

专业名称：汽车服务工程（专升本）

专业代码：080208

课程名称：汽车营销技术（05871）



甘肃省高等教育自学考试委员会 制定

2024年3月

目 录

- I 课程性质与设置目的
- II 课程内容与考核目标
- III 有关说明与实施要求
- IV 题型示例

I 课程任务及目标

一、课程性质与特点

《汽车营销与策划》是汽车服务工程专业的一门专业必修课，是一门具有较强的实践性与综合性的课程。该课程系统地介绍了市场营销概念的发展、基本原理和内容、汽车企业战略规划的内容和制定方法，汽车市场营销环境分析和消费者行为分析、汽车市场调研和预测、汽车市场营销战略和计划、汽车企业市场细分和确定目标市场的方法、汽车营销策划等方面的内容。

本课程的主要任务是，通过课堂教学和课堂探讨等环节，使学生了解汽车市场营销学的基本概念、基本原理和内容，掌握汽车市场调研和预测的方法和步骤，了解汽车企业战略规划的内容和制定方法，掌握汽车市场营销环境分析和消费者行为分析的方法。学会市场细分和确定目标市场的方法，掌握汽车的产品、定价、销售渠道、促销等策略，培养汽车营销策划的能力，能针对具体的汽车产品和消费对象执行相应的营销组合策略，为解决市场营销实际问题奠定基础。培养学生掌握汽车市场分析、汽车营销、产品规划等基本方法，具备从事汽车营销服务、汽车市场研究与营销策划、汽车相关产品企划等工作的基本能力。

二、课程目标

1.知识与技能目标

- (1) 熟悉汽车营销的现状与发展、汽车营销的基本概念、基本原理和内容。
- (2) 掌握汽车营销商务礼仪、和学会客户的开发、客户展厅接待以及客户需求分析，掌握汽车市场营销环境分析和消费者行为分析的方法。
- (3) 熟悉车辆推介、报价成交、新车交付的流程，掌握客户关系维系、汽车营销延伸服务以及汽车营销策划。
- (4) 应用汽车营销与策划的相关知识对具体案例进行调查和分析，能针对具体的汽车产品和消费对象执行相应的营销组合策略，掌握一定的汽车推销、促销技巧，在营销工作中彰显爱国、敬业、诚信、友善的社会主义核心价值观。坚持人与自然和谐相处，兼顾企业利润、消费者需求、社会福利三方利益。坚持为人民服务为核心，遵守社会主义道德原则，具备销售人员一般素质，为解决市场营销实际问题奠定基础。为今后在从事汽车营销服务、汽车市场研究与营销策划、汽车相关产品企划等工作打下一定的基础。

II 课程内容与考核目标

第一章 汽车营销岗位认知

一、学习目的与基本要求

通过本章学习，要求学生了解市场的概念，能够区分汽车营销和汽车销售，能够描述汽车营销和汽车销售顾问的岗位职责及工作内容，对汽车销售顾问岗位有一定的认知，明确汽车销售顾问的专业素养要求，并按要求进行学习。

二、课程内容

- (一) 汽车营销岗位职责
- (二) 汽车营销岗位专业素质要求
- (三) 汽车营销职业道德规范

三、考核知识点和考核要求

1. 识记：汽车营销和汽车销售顾问的岗位职责及工作内容。
2. 理解：对汽车销售顾问岗位有一定的认知。
3. 简单应用：汽车营销岗位专业素质要求；汽车营销职业道德规范。

第二章 我国汽车营销的现状与发展

一、学习目的与基本要求

通过本章学习，要求学生熟悉我国汽车营销发展的三个阶段，了解国内汽车市场的基本情况，能够根据我国的现有情况分析预测汽车营销的发展趋势。

二、课程内容

- (一) 我国汽车营销发展历程
- (二) 我国汽车营销现状
- (三) 我国汽车营销发展趋势

三、考核知识点和考核要求

1. 识记：我国汽车营销的发展阶段、汽车市场和汽车营销模式的基本情况。
2. 理解：常见的汽车营销模式的特点。
3. 简单应用：分析我国汽车营销的现状和发展趋势。

第三章 汽车营销商务礼仪

一、学习目的与基本要求

通过本章学习，要求学生能够运用仪容、仪表、仪态的相关礼仪进行个人礼仪展示，能够运用交谈礼仪进行交谈情景展示，了解男士、女士着装要求，按照汽车营销人员工作礼仪规范地接待客户。

二、课程内容

（一）汽车营销人员个人礼仪

（二）汽车营销人员工作礼仪

三、考核知识点和考核要求

1. 识记：汽车营销人员个人礼仪和营销人员工作礼仪内容。
2. 简单应用：汽车营销人员工作礼仪规范地接待客户。
3. 综合应用：汽车营销人员男士、女士应具备怎样着装要求，运用怎样的交谈礼仪进行交谈情景展示。

第四章 客户开发

一、学习目的与基本要求

通过本章学习，要求学生能够描述销售准备的工作内容、操作要点及注意事项；能够叙述潜在客户的定义、作用、开发方法、寻找原则；能够运用潜在客户开发的步骤进行客户开发；能够描述潜在客户开发的主要内容；能够描述客户维护与回访的方法和客户抱怨与投诉的解决办法。

二、课程内容

（一）售前准备

（二）潜在客户开发

三、考核知识点和考核要求

1. 识记：潜在客户及潜在客户开发的概念；销售准备的工作内容、操作要点及注意事项；
2. 理解：潜在客户开发方法、寻找原则。
3. 简单应用：运用潜在客户开发的步骤进行客户开发。
4. 综合应用：运用潜在客户开发的步骤进行客户开发；客户维护与回访的方法和客户抱怨与投诉的解决办法。

第五章 客户展厅接待

一、学习目的与基本要求

通过本章学习，要求学生明确客户展厅接待标准销售流程中的目的和意义，了解客户来电接待流程，掌握电话接听的技巧，了解店内客户接待的主要流程与标准、展厅接待的技巧。从而培养和提高学生在展厅接待中的分析能力，让客户能尽可能多地了解我们的车辆，以便以后能提高客户对我们产品的了解和增强客户对产品的满意度。

二、课程内容

- (一) 客户来电接待流程
- (二) 客户来店接待流程
- (三) 展厅接待的技巧

三、考核知识点和考核要求

1. 识记：客户展厅的概念；客户电话接听的技巧；展厅接待的技巧；电话接听的技巧；店内客户接待的主要流程与标准；掌握在展厅接待中的分析能力。
2. 理解：在展厅接待中的分析能力；客户展厅接待标准销售流程中的目的和意义。
3. 简单应用：展厅接待的技巧；演练演示店内接待的关键行为，独立完成展厅的接待流程。

第六章 客户需求分析

一、学习目的与基本要求

通过本章学习，要求学生理解“需求分析”的含义及其对购车的意义，正确运用倾听的技巧、提问的技巧、赞美的技巧，学会运用需求分析流程分析客户的购车需求。

二、课程内容

- (一) 客户需求分析流程
- (二) 客户需求分析技巧

三、考核知识点和考核要求

1. 识记：能够正确运用倾听的技巧、提问的技巧；能够运用需求分析流程分析客户的购车需求。
2. 理解：理解“需求分析”的含义及其对购车的意义。
3. 简单应用：运用需求分析流程分析客户的购车需求。

第七章 车辆推介

一、学习目的与基本要求

通过本章学习，要求学生了解“车辆推介”的方法，六方位绕车介绍。掌握六方位绕车介绍的技巧、FBI介绍法、试乘试驾的整个流程；从而培养和提高学生在车辆推介流程中的分析能力，使他们了解我们的车辆，提高客户对我们产品的了解，增强客户对产品的满意度，完成车辆六方位绕车介绍的流程。

二、课程内容

（一）车辆推介方法

（二）试乘试驾流程

三、考核知识点和考核要求

1. 识记：能够培养和提高学生在车辆推介流程中的分析能力，使他们了解我们的车辆，提高客户对我们产品的了解和增强客户对产品的满意度。
2. 理解：“车辆推介”的含义；六方位绕车介绍的含义；FBI介绍法含义。
3. 简单应用：车辆六方位绕车介绍的流程；试乘试驾的整个流程步骤。
4. 综合应用：针对某一指定车辆，设计一个完整的推介流程。

第八章 报价成交

一、学习目的与基本要求

通过本章学习，要求学生了解议价成交的目的、内容、原则等知识，掌握报价成交的流程要点、价格商谈的要点；能够识别成交信号，处理常见的客户异议；能够运用谈判的技巧促进促成交易。

二、课程内容

（一）报价成交的流程

（二）客户异议处理

（三）价格商谈技巧

三、考核知识点和考核要求

1. 识记：议价成交的含义及目的、内容、原则等知识；报价成交的流程要点、价格商谈的要点；能够处理常见的客户异议；能够运用谈判的技巧促进促成交易。
2. 理解：常见的客户异议；成交信号识别。
3. 简单应用：如何处理常见的客户异议。
4. 综合应用：如何运用谈判的技巧促进促成车辆交易。

第九章 新车交付

一、学习目的与基本要求

通过本章学习，要求学生熟悉新车交付的准备工作，熟知新车交付的操作流程，能够运用交车流程话术去完成新车交付工作。

二、课程内容

（一）新车交付准备

（二）新车交付流程

三、考核知识点和考核要求

1. 识记：新车交付的操作流程。
2. 简单应用：运用交车流程话术去完成新车交付工作。

第十章 客户关系维系

一、学习目的与基本要求

通过本章学习，要求学生掌握成交客户及未成交客户的跟踪方法，具备与各种客户进行沟通能力。

二、课程内容

（一）已成交客户关系维系

（二）未成交客户关系维系

三、考核知识点和考核要求

1. 识记：成交、未成交客户的跟踪方法。
2. 理解：与客户沟通的主要途径。
3. 简单应用：怎样通过未成交客户的跟踪与沟通，促成车辆经销成交。

第十一章 汽车营销延伸服务

一、学习目的与基本要求

通过本章学习，要求学生熟悉汽车保险的含义、分类、常见汽车保险投保渠道，熟悉常用汽车保险的险种，根据险种的保险责任为客户制订投保方案，熟悉汽车消费信贷的基本规定内容和汽车 4S 店消费信贷业务的流程，贷款需要准备的证件资料；能够结合客户实际情况制订合理的信贷方案，计算出首付款、月供、利息，熟悉常用的汽车精品功用、特点，汽车 4S 店二手车置换的好处，运用二手车置换流程进行客户的二手车置换服务。

二、课程内容

- (一) 汽车保险推介
- (二) 汽车金融推介
- (三) 汽车精品推介
- (四) 二手车置换

三、考核知识点和考核要求

1. 识记：汽车保险、汽车金融、汽车精品、二手车置换的含义；汽车保险分类、常见汽车保险投保渠道；常用汽车保险的险种；汽车消费信贷的基本规定内容；
2. 理解：汽车精品的类型、常用的汽车精品的功用和特点汽车 4S 店二手车置换的好处。
3. 简单应用：根据险种的保险责任为客户制订投保方案。运用二手车置换流程进行客户的二手车置换服务。
4. 综合应用：结合客户实际情况制订合理的信贷方案，计算出首付款、月供、利息；

模块十二 汽车营销策划

一、学习目的与基本要求

通过本章学习，熟悉汽车营销策划的定义、意义以及汽车营销策划活动的原则、策划要点、汽车营销策划活动的流程，了解汽车营销策划活动方案撰写的内容，能够运用汽车营销策划活动撰写的规范进行活动方案的编制。

二、课程内容

- (一) 汽车营销策划活动的内容
- (二) 汽车营销策划活动方案撰写

三、考核知识点和考核要求

1. 识记：汽车营销策划的定义；汽车营销策划活动方案的基本内容。
2. 理解：汽车营销策划的意义；汽车营销策划活动的原则。
3. 简单应用：汽车营销策划活动的基本流程。
4. 综合应用：运用汽车营销策划活动撰写的规范编制一个活动方案的提纲。

III 有关说明与实施要求

一、本大纲的作用

本自学考试大纲是根据汽车服务工程专业自学考试计划的有关规定而编写的，其为个人自学、社会助学、考试命题、编写教材和自学辅导材料的重要依据。个人自学、社会助学、考试命题、编写教材和自学辅导材料，必须与大纲规定的课程内容和考核知识点基本一致。大纲各模块所规定的基本要求、知识点及知识点下的知识细目，都属于考核内容。大纲中未列出的知识点则不属于必须掌握的内容，也不属于考核内容。

二、学习要求与考核要求的说明

本大纲的课程基本要求是依据专业计划和专业培养目标而确定的，其明确了课程的基本内容以及应掌握的程度，大纲中课程考核知识点是考试考核的主要内容。在学习目的与要求中，对自学教材各模块、节内容掌握的程度要求由低到高分四个层次，依次为了解、理解、掌握、熟练应用。

本课程考试内容基本体现在各模块、节的考核知识点中。由于各知识点在课程中的地位、作用以及知识自身特点不同，故在“考核要求”中分别按四个认知层次确定考核要求，从低到高依次是：

识记：要求应考者能够对知识点，如名词、定义、概念、性质等有清晰的认识，并能做出正确的判断和选择。

理解：要求应考者能够对知识点，在识记的基础上有一定的理解，清楚地知道与有关知识点的联系与区别，并能做出正确的表述和解释。

简单应用：要求应考者能够运用各模块、节少数几个知识点，解决汽车营销实践中简单问题。

综合应用：要求应考者能够运用各模块、节多个知识点，解决汽车营销服务工作中较为复杂的问题。

三、自学教材与参考教材

（一）自学教材

胡立伟.《汽车营销》，北京：人民交通出版社，2014。

（二）参考教材

吴常红.《汽车营销基础与实务》，北京：北京邮电大学出版社出版，2013。

四、考试命题

1. 本大纲各章所规定的考核要求中各知识点均为考试的内容。试题覆盖到章，适当突

出重点，加大重点内容的覆盖密度。

2. 命题不应有超出大纲中考核知识点范围的试题，考核目标不得高于大纲中所规定的相应最高能力层次要求。

3. “识记”、“理解”、“简单应用”、“综合应用”四个认知层次的试题在试卷中所占的分数比例依次约为：20%、30%、30%、20%。

4. 试题的难度可分为：容易，中等偏易，中等偏难，难；它们在试卷中所占分数比例依次大致为：20%、30%、30%、20%。

5. 试题的题型有：选择题、判断题、填空题、概念解释题、简答题、分析论述题等。

6. 考试方式为笔试、闭卷；考试时间为 150 分钟；60 分为及格线。

IV 题型示例

一、单项选择题

与客户交流时需要离开，下列做法正确的是（ ）。

- A. 表示抱歉后，自行离开；
- B. 离开后，电话联系说明情况；
- C. 要说明情况，表示抱歉，找同事负责继续接待；
- D. 直接离开后，找同事负责继续接待。

二、判断题

电话邀约告知客户具体交车时间，只需要在交车前 3 日预约。（ ）

三、填空题

客户的心里兴奋度最高的是_____阶段。

四、名词解释题

汽车营销策划

五、简答题

为了增加客户对公司的深刻印象，在交车时如何给车主制造惊喜？

六、分析应用题

举例分析绿色营销观念在车企营销中的体现。