



张家界航空工业职业技术学院  
ZHANGJIAJIE INSTITUTE OF AERONAUTICAL ENGINEERING

## 市场营销

# 专业技能考核标准

专业名称:	市场营销
专业代码:	530605
适用年级:	2021 级
所属学院:	航空管理学院
专业负责人:	罗利华
制(修)订时间:	2022 年 4 月

# 目 录

一、专业名称及适应对象 .....	1
二、考核目标 .....	1
三、考核内容 .....	2
(一) 专业基本技能 .....	2
模块一 信息采集 .....	2
模块二 商务谈判 .....	5
模块三 促销 .....	6
(二) 岗位核心技能 .....	7
模块四 产品推销 .....	7
模块五 营销策划 .....	9
(三) 跨岗位综合技能 .....	11
模块六 新媒体营销手段应用 .....	11
模块七 广告文案策划 .....	12
四、评价标准 .....	14
五、组考方式 .....	16
六、附录 .....	18

# 张家界航空工业职业技术学院

## 市场营销专业技能考核标准

### 一、专业名称及适应对象

#### 1. 专业名称

市场营销（530605）

#### 2. 适应对象

高职全日制在籍毕业年级学生

### 二、考核目标

本专业技能考核，通过设置信息采集、商务谈判、促销、产品推销、营销策划、新媒体营销手段应用、广告文案策划等7个技能考核模块，测试学生的信息采集、沟通协调、业务洽谈、产品推广、营销文案策划、新媒体手段应用等能力以及从事营销工作的团队协作、情绪调节、时间管理、自我管理、职业道德、工作自律等职业素养；引导学校加强专业教学基本条件建设，深化课程教学改革，强化实践教学环节，增强学生创新创业能力，促进学生个性化发展，提高专业教学质量和专业办学水平，培养适应新时代发展需要的市场营销复合型技术技能人才。

通过考核检测张家界航空工业职业技术学院高职学生应具备的基本专业技能与专业素质水平；为优化我院市场营销专业人才培养方案与课程体系、准确定位人才培养规格提供依据；为检验我院市场营销专业的办学水平提供评判依据；引导我校进行教学改革，提升我院市场营销专业服务社会需求能力。

### 三、考核内容

表 1 考核内容概述

序号	考核内容	
1	专业基本技能	信息采集技能
		商务谈判技能*
		促销技能
2	岗位核心技能	产品推销技能*
		营销策划技能
3	跨岗位综合技能	新媒体营销手段应用技能
		广告文案策划技能*

#### （一）专业基本技能

##### 模块一 信息采集

信息采集技能模块分为设计调研方案、设计调研问卷和撰写调研报告 3 个典型工作任务，均为必选项目。主要用来检验市场营销专业的学生是否掌握了调研方案、问卷设计和调研报告撰写的基本技能。

信息采集技能模块采取上机操作的形式，每套试题涵盖 1 个典型工作任务，总分 100 分，其中作品 80 分，职业素养 20 分，测试时间为 150 分钟。

##### 1. 设计调研方案

基本要求：

##### （1）技能要求

①被测试学生能对给定的任务进行认真、细致的分析，从分析中获取有益的信息，并在此基础上确定调研目的和调研项目，明确调研事项和调研所需搜集的资料；

②能针对企业资料，根据明确的调研项目来确定调研的总体范围和具体单位以及调研对象；若是利用抽样调查方式来选择调研对象则能设计合理可操作的抽样方案；

③能根据调研项目的难易程度和调研要求选择合适的调研方法和调研工具；

④能根据调研目的确定调研内容；

⑤能对调研做出合理的人员、时间安排和经费预算；

⑥能站在调研组长的角度来设置调研小组并对小组人员进行合理的分工与安排；

⑦能用简练、准确、流畅的文字，撰写一份内容详实完整、条理清晰、格式规范的市场调研方案。

## (2) 操作规范及职业素养要求

①对任务的营销大环境非常了解，方案中体现出一定的学习力；

②对资料分析透彻、能从细节描述中找出有用的信息并加以利用，体现营销从业要求的观察力、分析力与逻辑思维能力；

③在合理成本预算的范围内制定方案，具有成本控制意识与掌控能力；

④能在规定时间内完成任务，体现良好的时间及自我管理能力。

## 2. 设计调研问卷

基本要求：

### (1) 技能要求

①被测试学生能对给定的任务进行认真、细致的分析，从分析中获取有益的信息，并在此基础上设计调研问卷，扎实掌握询问技术；

②能针对企业资料设计调研问卷的四个基本内容：问卷标题、问卷开头、正文、结尾；

③能根据问题的内容选择合适的问题类型，要有封闭式和开放式两个类型的问题；

④能依照逻辑顺序排列问题，先易后难、先简单后复杂、先一般后具体，开放式问题放在后面；

⑤每个问题只包含一项内容，能避免否定形式提问、断定性提问以及导向性提问；

⑥能切实结合问题内容设计答案，封闭式问题答案要穷尽、互斥，界限明确，排列不要有倾向性；

⑦问卷总共不少于 15 个问题，其中开放式问题 1~2 个；

⑧问卷语言表达要清晰准确、通俗易懂无歧义，避免诱导、暗示以及敏感性文字；

⑨整个问卷要围绕调研目的，选取充分性和必要性的问题，内容翔实完整、条理清晰、格式规范，并具有可行性，通过问卷能且只能收集到调研所需的市场信息。

## (2) 操作规范及职业素养要求

①对任务的营销大环境非常了解，调研问卷体现出一定的学习和归纳能力；

②能透彻分析调查任务、能从细节描述中找出有用的信息并加以利用，体现营销从业要求的观察力、分析力与逻辑思维能力；

③能合理设计问题及答案，熟练掌握询问技术，并具备一定的创新能力；

④能在规定时间内完成任务，体现良好的时间及自我管理能力。

## 3. 撰写调研报告

### 基本要求：

#### (1) 技能要求

①对任务的背景资料及数据具有良好的敏感性，能客观认识调研中的实际数据资料及各方面背景材料，能对提供的信息进行理解、归纳、分类、批判、分析综合、抽象概括和表达。

②能够对提供的调研数据进行细致分析、运用，能很好的鉴别、遴选数据，能灵活运用数据说明问题，即介绍情况要有数据作依据，反映问题要用数据做定量分析，提建议、措施同样要用数据来论证其可行性与效益。

③能以调研资料为依据，用简练、准确、流畅的文字撰写客观真实、实事求是、内容详实完整、条理清晰、格式规范的调研报告；报告标题简洁明了、富有吸引力并且能揭示调研主题的内容；调研报告主体各部分内容与主题能相互连贯；资料取舍合理；能对图表资料作充分的解释和分析；结论科学，所提建议可行；调研报告重点突出，顺序安排得当；所用语言简明、准确、易懂。

## (2) 操作规范及职业素养要求

①能对任务的调研资料进行灵活的判断分析，对市场动态、信息及数据具有良好的敏感度，能借助数据说明问题，方案中体现出一定的学习力和创新力；

②能对任务资料及数据进行透彻分析、能从调研资料中找出有用的信息并加以利用，体现营销从业要求的观察力、分析力与逻辑思维能力；

③对调研报告的格式安排合理，格式规范，体现了营销从业者的文案撰写能力；

④能在规定时间内完成任务，体现良好的时间及自我管理能力。

## 模块二 商务谈判

信息采集技能模块为 1 个典型工作任务，为必选项目。主要用来检验市场营销专业的学生是否掌握了商务谈判的基本技能。

商务谈判技能模块采取上机操作的形式，每套试题涵盖 1 个典型工作任务，总分 100 分，其中作品 80 分，职业素养 20 分，测试时间为 90 分钟。

基本要求：

### （1）技能要求

①能对资料进行认真、细致的分析，确定谈判目标、制定各阶段谈判策略，拟定商务谈判计划；

②能利用线上线下等多种途径进行相关信息的收集和整理，为谈判做好充分的资料准备；

③能根据谈判要求，建立谈判小组，并对小组人员进行合理分工，谈判中充分体现团队的协作与配合能力；

④能将设计的谈判策略运用到实际谈判过程，并根据现场谈判情势变化调整策略，有效地运用各种技巧处理谈判出现的僵局。主谈能够协调团队人员关系，并驾驭好谈判局面，将谈判引向自行设定的目标。

### （2）操作规范及职业素养要求

①遵守商务谈判的规程、尊重谈判对手，无恶意磋商行为；

②具备良好的谈判思维与沟通能力，具有良好的心理素质和现场应变能力；

③着装整洁、仪容仪态得体、见面握手、介绍、座次和谈吐都要符合商务礼仪规范，体现商务人士风范。

## 模块三 促销

促销技能模块为 1 个典型工作任务，为必选项目。主要用来检验市场营销专业的学生是否掌握了促销的基本技能。

促销技能模块采取上机操作的形式，每套试题涵盖 1 个典型工作任务，总分 100 分，其中作品 80 分，职业素养 20 分，测试时间为 150 分钟。

基本要求：

### （1）技能要求



①能根据给定的任务对目标企业、竞争对手企业的产品组合、消费者特点、促销习惯等营销信息进行细致、深入分析并据此来确定明确、具体、有针对性的促销活动目标以及有吸引力的活动主题；

②能针对市场分析结论准确描述促销对象的具体特征，确定合适的参与促销商品、合作伙伴、时间、地点等要素；

③能结合企业促销目标选择刺激程度适当、与费用相匹配的促销方式与工具；

④能选择符合促销目标以及促销对象媒体习惯的广告配合方式与媒体；

⑤能根据任务资料以及促销目标对策划任务的成本进行估算，在方案中能对成本预算进行合理的配置。

⑥能对活动过程中可能发生的意外问题提出处理预案；能预测促销活动将会出现的效果；

⑦能用简练、准确、流畅的文字，撰写一份主题明确、内容详实完整、条理清晰、格式规范的促销方案文本。

## (2) 操作规范及职业素养要求

①对给定任务的销售大环境非常了解，方案中体现出一定的学习力；

②对任务资料分析透彻、能从细节描述中找出有用的信息并加以利用，体现营销从业要求的观察力、分析力与逻辑思维能力；

③在合理成本预算的范围内制定方案，具有成本控制意识与掌控能力；

④能在规定时间内完成任务，体现良好的时间及自我管理能力。

## (二) 岗位核心技能

### 模块四 产品推销

产品推销技能模块主要包括 1 个典型工作任务，均为限选项目。

主要用来检验学生是否掌握产品推销员应当具备的职业能力和职业素养。

产品推销操作技能模块采取上机操作的形式，每套试题涵盖 4 个典型工作项目，总分 100 分，其中作品 80 分，职业素养 20 分，测试时间为 60 分钟。

## 1. 产品推销

基本要求：

### (1) 技能要求

①具有较好的商品知识；熟悉商品推销流程，能合理运用产品推销方法与技巧；具有较强的市场分析能力；具有较强的文字编辑能力，能撰写产品推销方案；

②具有充分的自信和较高的说话技巧，能抓住客户的心理；能准确地分析被推销产品的优缺点，有把握产品卖点的能力；

③能针对推销产品的不同特点选择恰当的推销方法；针对不同顾客的反应及消费心理，运用恰当的推销策略进行推销，唤起顾客的购买欲望；推销过程能恰当地介绍商品，具有较强的推销演示能力。具有较强的判断分析能力、应变能力和沟通协调能力，能有效地处理顾客的异议，具有把握交易时机的能力；

④能用简练、准确、流畅的语言进行产品（服务）推销，使整个推销过程具有较强的感召力。

### (2) 操作规范及职业素养要求

①仪容整洁、服饰大方得体、体现职业化，姿态端正、稳健，神态自然、热情大方；

②心理素质好，演示过程充满自信、从容冷静；

③具有良好的推销礼仪，语言表达准确，口齿清晰，自然大方；

④表情丰富，动作大方，具有较强的感召力；

⑤思维敏捷，具有较强的沟通协调能力、判断和应变能力；

⑥能在规定时间内完成任务，体现良好的时间及自我管理能力。

## 模块五 营销策划

营销策划技能模块主要包括设计公关活动方案、设计新产品推广活动方案等 2 个典型工作任务，均为限选项目。主要用来检验学生是否掌握营销策划人员应当具备的职业能力和职业素养。

营销策划操作技能模块采取上机操作的形式，每套试题涵盖 4 个典型工作项目，总分 100 分，其中作品 80 分，职业素养 20 分，测试时间为 180 分钟。

### 1. 设计公关活动方案

基本要求：

#### (1) 技能要求

①能根据任务对企业的公关现状进行 SWOT 分析，明确企业面临的主要问题；

②能根据分析结论，提炼出明确的公关活动目标；

③能根据公关的目标与企业所面临的公关问题确立公关活动的公众对象以及公关模式；

④能依据公关模式来确定公关活动恰当的时机与地点；

⑤能依据公关活动目标、模式、对象等内容，运用多种方法对公关活动项目及其流程进行构思与创意；

⑥能对与公关活动配套的媒介宣传活动进行设计与安排；

⑦能对公关活动所需的经费进行预算并能合理配置，对效果进行评估；

⑧能将公关活动策划的构思和创意形成主题明确、格式正确、内容详实、条理清楚、操作性强的公关活动策划方案。

#### (2) 操作规范及职业素养要求

①对给定任务的营销大环境非常了解，方案中体现出一定的学习力；

②对任务分析透彻；能从细节描述中找出有用的信息并加以利用，体现营销从业要求的观察力、分析力与逻辑思维能力；

③在合理成本预算的范围内制定方案，具有成本控制意识与掌控能力；

④能在规定时间内完成任务，体现良好的时间及自我管理能力。

## 2. 设计新产品推广活动方案

基本要求：

### (1) 技能要求

①能根据任务对企业的营销环境进行粗略的分析，明确企业面临的环境现状；

②能根据产品的信息资料，对产品核心利益点进行透彻的分析，能提炼出精确的产品定位点；

③能运用 SWOT 分析法对企业新产品进行分析，并得出结论；

④能根据企业市场现状、竞争品情况以及新产品特点来确定推广的目标；

⑤能依据新产品推广目标、目标消费者等内容，运用多种方法对推广策略进行构思与创意；

⑥能对广告宣传、公关活动、促销活动、媒介选择等具体推广形式进行设计与安排；

⑦能对推广活动所需的活动经费进行预算并能合理配置，对效果进行评估；

⑧能将新产品上市策划的构思和创意形成格式正确、内容翔实、条理清楚、可以具体操作执行的公关活动策划方案。

### (2) 操作规范及职业素养要求

①对给定任务的营销大环境非常了解，方案中体现出一定的学习能力；

②对任务分析透彻；能从细节描述中找出有用的信息并加以利

用，体现营销从业要求的观察力、分析力与逻辑思维能力；

③在合理成本预算的范围内制定方案，具有成本控制的意识与掌控能力；

④能在规定时间内完成任务，体现良好的时间及自我管理能力。

### （三）跨岗位综合技能

本技能模块包括新媒体营销手段应用、广告文案策划两个抽考模块。

#### 模块六 新媒体营销手段应用

新媒体营销手段应用技能模块分为撰写企业（产品）移动互联网推广方案 1 个典型工作任务，为限选项目。主要用来检验学生是否掌握企业（产品）移动互联网推广方案撰写的基本技能。

新媒体营销手段应用技能模块采取上机操作的形式，每套试题涵盖 3 个典型工作项目，总分 100 分，其中作品 80 分，职业素养 20 分，测试时间为 180 分钟。

##### 1. 撰写企业（产品）移动互联网推广方案

基本要求：

①根据任务对企业（产品）的营销现状与市场环境进行分析，明确企业面临的环境现状；

②根据企业（产品）的信息资料，对企业的性质特征和产品核心利益点进行透彻地分析，能提炼出精确的企业（产品）的定位点或定位人群；

③运用 SWOT 分析法对企业（产品）移动互联网现状如微博营销、微信营销、QQ 营销和论坛营销等状况进行分析，并得出结论；

④能根据企业（产品）市场现状、目标定位客户群体情况及特征确定推广的目标；

⑤依据企业（产品）推广目标、目标定位人群，运用移动互联网的多种推广方式对推广目标和人群进行推广策略构思与创意；

⑥能对移动互联网及微信功能、推送方式、线下活动等具体推广活动进行设计与安排；

⑦能对推广活动所需的经费进行预算并能合理配置，对效果进行评估；

⑧能将企业（产品）推广策划的构思和创意形成主题明确、格式正确、内容详实、条理清楚、可以实施操作执行的推广活动策划方案。

## （2）操作规范及职业素养要求

①对给定任务的营销大环境非常了解，方案中体现出一定的学习力；

②对任务分析透彻；能从细节描述中找出具体、有用的信息并加以利用，体现营销从业要求的观察力、分析力与逻辑思维能力；

③能够熟悉移动互联网推广的模式和技巧，熟练设计和运用微信等新媒体的各项功能；

④在合理成本预算的范围内制定方案，具有成本控制意识与掌控能力；

⑤能在规定时间内完成任务，体现良好的时间及自我管理能力。

## 模块七 广告文案策划

广告文案策划技能模块为设计广告文案 1 个典型工作项目，为限选项目。主要用来检验学生是否掌握广告文案设计的基本技能。

广告文案策划技能模块采取上机操作的形式，每套试题涵盖 3 个典型工作项目，总分 100 分，其中作品 80 分，职业素养 20 分，测试时间为 180 分钟。

### 1. 设计广告文案

基本要求：

#### （1）技能要求

①能根据给定任务对目标企业、竞争对手企业产品及广告现状、消费者情况等营销信息进行细致、深入分析并能据此来确定明确、具体广告目标以及广告策划思路；

②能针对市场分析结论，判断企业市场方向，明确广告产品与竞争对手相比所具备的优点与缺点，指出消费者的爱好与偏向，进而确定广告目标、广告诉求对象、广告主题、广告创意、广告媒介安排、广告预算分配等方面内容，能综合以上内容形成一套具有一定可行性的广告策划方案；

③能综合运用市场分析、消费者行为分析、产品定位、广告创意、广告表现设计、媒体方式选择、成本预算、应用文写作、计算机应用等多方面的知识，并能将知识在策划方案中深度融入；

④能在方案中针对具体的问题提出与众不同的新颖而有效的解决问题的思维方式，并能将思维转化为具体的方案；

⑤能根据任务资料以及广告目标对策划任务能花费的成本进行估算，在方案中能对成本预算进行合理的配置；

⑥能用简练、准确、流畅的文字，撰写一份主题明确、内容详实完整、逻辑清晰、资料充分、突出观点、格式规范、易于阅读的广告策划方案文本。

## (2) 操作规范及职业素养要求

①对给定任务的营销大环境非常了解，方案中体现出一定的学习力；

②对任务分析透彻；能从细节描述中找出有用的信息并加以利用，体现营销从业要求的观察力、分析力与逻辑思维能力；

③在合理成本预算的范围内制定方案，具有成本控制意识与掌控能力；

④能在规定时间内完成任务，体现良好的时间及自我管理能力。

## 四、评价标准

### 1. 评价方式

本专业技能考核采取过程考核与结果考核相结合，技能考核与职业素养考核相结合。根据考生考试过程中的规范性、工作任务完成质量、提交文档质量等因素评价最终成绩。

### 2. 分值分配

本专业技能考核各模块试题均实行 100 分制，其中，职业素养占该模块总分的 20%，作品占该模块总分的 80%。职业素养与作品按比重计算总评成绩，总成绩 60 分及以上评定为合格。

### 3. 技能评价要点

重点考核学生对该项目所必须掌握的技能和要求。各模块和项目的技能评价要点内容如表 2 所示：

表 2 市场营销专业技能考核评价要点

序号	类型	模块	项目	评价要点
1	专业基本技能	信息采集	设计调研方案	任务分析正确、调研目的和调研项目明确 调研的总体范围和具体单位以及调研对象确定正确； 能选择合适的调研方法和调研工具； 能根据调研目的确定正确的调研内容； 调研的人员、时间安排和经费预算合理； 方案撰写内容正确、格式规范； 遵守相关职业规范。
			设计调研问卷	任务分析正确； 选择的问题类型合适； 问题逻辑顺序排列正确； 每个问题内容设置准确； 备选答案设计准确； 问卷语言表达清晰准确；问卷可行性强，可搜集到所需信息； 撰写内容正确、格式规范； 遵守相关职业规范。
			撰写调研报告	理解、归纳、分类、批判、分析综合、抽象概括及信息表达准确； 鉴别、遴选与运用数据灵活精准； 资料取舍合理； 图表资料解释和分析充分；



			<p>标题简洁、明了、富有吸引力，能揭示调研主题的内容；</p> <p>结论科学，论据确凿，所提建议可行；调研报告重点突出，顺序安排得当；</p> <p>所用语言简明、准确、易懂；</p> <p>方案撰写内容正确连贯、格式规范；</p> <p>遵守相关职业规范。</p>
		商务谈判	<p>谈判目标、各阶段谈判策略正确；</p> <p>拟定商务谈判计划确保可操作，能达成谈判目标；</p> <p>小组分工明确，合作性强；</p> <p>谈判中策略运用正确，处理僵局方法有效；</p> <p>遵守相关职业规范。</p>
		制定促销活动策划方案	<p>确定的促销活动目标明确、具体、有针对性；</p> <p>活动主题设计有吸引力；</p> <p>促销对象的具体特征描述准确；</p> <p>确定参与的促销商品、合作伙伴、时间、地点等要素合适；</p> <p>促销方式与工具选择能实现企业促销目标要求，刺激程度适当、与费用相匹配；</p> <p>广告配合方式与媒体的选择符合促销目标以及促销对象的媒体习惯；</p> <p>成本预算合理；</p> <p>意外问题的提出与处理预案合理；</p> <p>方案撰写主题明确、内容正确、格式规范；</p> <p>遵守相关职业规范。</p>
2	岗位核心技能	产品推销	<p>产品推销方法与技巧运用合理；</p> <p>产品推销方案撰写正确；</p> <p>把握产品卖点准确；</p> <p>选择的推销方法与策略恰当；</p> <p>处理顾客的异议及时有效；</p> <p>把握交易时机准确；</p> <p>推销语言简练、准确、流畅；</p> <p>遵守相关职业规范。</p>
		设计公关活动方案	<p>企业公关现状分析比较深入；</p> <p>企业面临的主要问题与公关活动目标明确；</p> <p>公关活动的公众对象以及公关模式选择正确；</p> <p>公关活动的时机与地点恰当；</p> <p>公关活动项目及其流程进行构思与创意合理；</p> <p>媒介宣传活动设计与安排与公关活动配套；</p> <p>活动经费预算合理；</p> <p>方案撰写主题明确、内容正确、格式规范；</p> <p>遵守相关职业规范。</p>
		设计新产品推广活动方案	<p>企业的营销环境分析正确；</p> <p>产品核心利益点分析透彻；</p> <p>提炼的产品定位点精确；</p> <p>SWOT分析法运用准确；</p> <p>推广的目标合理、具体；</p> <p>推广策略构思与创意有新意；</p> <p>具体推广活动设计与安排恰当；</p> <p>活动经费预算合理；</p> <p>方案撰写主题明确、内容正确、格式规范；</p> <p>遵守相关职业规范。</p>

3	跨岗位综合技能	新媒体营销手段应用	撰写企业（产品）移动互联网推广方案	企业的营销环境分析正确； 对企业的性质特征或产品核心利益点分析透彻； 提炼的企业（产品）的定位点或定位人群精确； SWOT分析法运用正确； 推广策略构思与创意运用的多种移动互联网的方法合适； 微信功能、推送方式、线下活动等具体推广活动设计与安排合理； 活动经费预算合理； 方案撰写主题明确、内容正确、格式规范； 遵守相关职业规范。
		广告文案策划	设计广告文案	广告目标以及广告策划思路明确、具体； 广告目标、广告诉求对象、广告主题、广告创意、广告媒介安排、广告预算分配等要素齐全； 广告创意有新意； 广告媒介安排符合受众情况； 成本预算合理； 方案撰写主题明确、内容正确、格式规范； 遵守相关职业规范。

## 五、组考方式

本专业技能考核为现场操作考核，成绩评定采用过程考核与结果考核相结合。所有被测学生必须在规定的时间内完成一个项目测试任务。具体方式如下：

### 1. 参考模块选取

采用“3+1+1”的模块选考方式，专业基本技能的3个模块为必考模块，学校根据专业特色在岗位核心技能与跨岗位综合技能模块中各选1个模块。

### 2. 参考模块确定

要求完成三个技能模块项目测试，每个学生只测试其中一个项目。在被测试学生总人数中以抽签方式随机抽取十人，每组五人，组成两个对战小组参加商务谈判测试（若抽取总人数少于15人，则商务谈判项目取消，全员参与其他测试项目），其余同学以抽签方式随

机抽取该校的其余测试项目中的某一项目参与测试，抽签方式应尽量确保所有的剩余项目都被测试到，若剩余人数少于项目数则确保必考项目优先被测试到。（见表2）

表2 市场营销专业技能考核方式

序号	技能模块	测试模块	测试项目	测试方式	测试时间（分钟）	备注
1	专业基本技能	信息采集	撰写调研方案	机试	150	每位被测试学生均以随机抽样方式抽取测试题目
			设计调研问卷	机试	150	
			撰写调研报告	机试	180	
		促销	制定促销活动策划方案	机试	150	
		商务谈判	商务谈判	机试+现场操作（团队）	90（60分钟撰写谈判方案，30分钟模拟谈判实施）	
2	岗位核心技能	营销策划	公关活动设计与设计新产品推广活动方案	机试	180	每位被测试学生均以随机抽样方式抽取测试题目
		产品推销	产品推销	机试+现场操作（个人）	60（55分钟准备，撰写推销方案，5分钟现场推销）	每位被测试学生均先以随机抽样方式决定测试顺序，在测试开始前60分钟再抽取测试题目。20种商品或服务中以随机抽样的方式随机抽取3种，并由被测试学生本人从中任选1种对模拟顾客进行推销（顾客由专业老师扮演）
3	跨岗位综合技能	新媒体营销手段应用	撰写企业（产品）移动互联网推广方案	机试	180	每位被测试学生均以随机抽样方式抽取测试题目
		广告文案策划	设计广告文案	机试	180	每位被测试学生均以随机抽样方式抽取测试题目

### 3. 试题抽取方式

学生在相应模块题库中随机抽取 1 道试题考核。

### 4. 答题及提交要求

电脑上使用 WORD2010 和 EXCEL2010 答题，答案文档以考生本人身份证号最后 4 位+考生姓名保存在电脑 D 盘。

## 六、附录

### 1. 相关法律法规（摘录）

1. 《反不正当竞争法》第二章第五条
2. 《反不正当竞争法》第二章第九条
3. 《反不正当竞争法》第二章第十一条
4. 《消费者权益保护法》第一章第十八条
5. 《消费者权益保护法》第一章第二十条
6. 《合同法》第九章第一百三十条
7. 《合同法》第九章第一百三十一条
8. 《合同法》第九章第一百三十二条
9. 《合同法》第九章第一百六十六条
10. 《合同法》第九章第一百五十五条
11. 《合同法》第九章第一百五十六条
12. 《合同法》第九章第一百六十七条
13. 《合同法》第九章第一百六十八条
14. 《合同法》第九章第一百六十九条
15. 《合同法》第九章第一百七十条

16. 《合同法》第九章第一百七十一条

2. 相关规范与标准（摘录）