

# 市场营销类专业知识考试标准

## 一、考试范围和要求

### 知识模块 1. 市场营销基础

#### 1. 市场及市场营销相关概念

- (1) 了解市场的含义和特点。
- (2) 了解常见的市场类型。
- (3) 掌握市场营销的概念。
- (4) 理解市场营销与推销的区别。

#### 2. 市场营销观念的演变

理解市场营销观念的演变。

#### 3. 市场营销环境分析

- (1) 了解市场营销环境的概念。
- (2) 理解市场营销宏观环境和微观环境的构成。
- (3) 掌握市场营销环境分析的方法。

#### 4. 市场细分、目标市场与市场定位策略

- (1) 了解市场细分的含义、作用。
- (2) 理解市场细分的程序和原则。
- (3) 掌握市场细分的标准。
- (4) 了解目标市场的含义及选择目标市场的条件。
- (5) 理解选择目标市场的模式。
- (6) 掌握选择目标市场的策略。
- (7) 理解影响目标市场策略选择的因素。
- (8) 了解市场定位的含义。
- (9) 理解市场定位的方法和步骤。
- (10) 掌握市场定位的策略。

#### 5. 选择产品策略

- (1) 了解产品的整体概念。
- (2) 理解产品组合的要素。
- (3) 掌握企业产品组合策略。

- (4) 了解产品生命周期的含义和特殊的产品生命周期。
- (5) 掌握产品生命周期各阶段的特点及营销策略。
- (6) 理解延长产品生命周期的措施。
- (7) 了解新产品的种类。
- (8) 理解开发新产品的程序。

#### 6. 产品定价策略

- (1) 理解影响企业定价的因素。
- (2) 掌握成本导向定价法。
- (3) 理解需求导向定价法和竞争导向定价法。
- (4) 掌握企业的基本定价策略。
- (5) 了解调整价格的策略。

#### 7. 选择分销渠道策略

- (1) 了解分销渠道的含义和类型。
- (2) 理解影响分销渠道选择的因素。
- (3) 掌握分销渠道选择策略。
- (4) 了解分销渠道冲突的概念。
- (5) 理解分销渠道冲突的根本原因。
- (6) 了解分销渠道冲突的基本类型。
- (7) 了解窜货的含义。
- (8) 理解造成窜货的原因及窜货的危害分析。
- (9) 掌握窜货的预防和处理对策。

#### 8. 制定促销策略

- (1) 了解促销和促销组合的含义。
- (2) 理解促销组合各构成要素的优缺点。
- (3) 理解影响促销组合的因素。
- (4) 了解人员推销的含义和方式。
- (5) 理解人员推销的程序和基本策略。
- (6) 了解常用广告媒体的特点。
- (7) 掌握选择广告媒体应考虑的因素。
- (8) 理解广告创意的基本要求。

(9) 掌握营业推广的方式和营业推广的策划。

(10) 理解公共关系的方式。

#### 9. 互联网框架下的营销基本理论

了解新媒体营销的主要方式。

### **知识模块 2. 商品知识**

#### 1. 商品基本认知

(1) 了解商品的概念。

(2) 理解商品整体概念的十要素。

#### 2. 商品分类与商品编码

(1) 了解商品分类的概念、原则。

(2) 理解常用商品分类标志。

(3) 了解商品代码的含义、类型。

(4) 了解商品条码的概念。

(5) 掌握 EAN 条码的结构。

#### 3. 商品质量与质量认证

(1) 了解商品质量的概念。

(2) 掌握商品质量的基本要求。

(3) 掌握商品质量的影响因素。

#### 4. 商品标准与商品标准化

(1) 了解商品标准和商品标准化的含义。

(2) 理解商品标准的分类。

(3) 了解商品标准化的内容。

(4) 掌握商品标准的级别与代号。

#### 5. 商品包装及包装标志

(1) 了解商品包装的含义。

(2) 理解商品包装的分类。

(3) 了解商品包装材料。

(4) 掌握销售包装标志。

(5) 了解商标的含义。

(6) 掌握商标的特征、分类。

(7) 理解商标的使用规范。

#### 6. 商品检验

(1) 了解商品检验的含义。

(2) 掌握商品检验的基本内容、主要类别。

(3) 掌握商品检验的方法。

(4) 了解假冒伪劣商品的含义。

(5) 掌握假冒伪劣商品的识别方法。

#### 7. 商品储运与养护

(1) 了解储存商品的质量变化。

(2) 理解商品储存环境的管理方法。

(3) 了解商品运输的主要方式。

(4) 理解商品保鲜方法。

#### 8. 常见大类商品的种类、特点、鉴别及养护常识

(1) 掌握食品的营养知识。

(2) 了解茶叶的分类。

(3) 理解茶叶的感官质量鉴别。

(4) 掌握茶叶保管的方法。

(5) 理解服装材料的分类。

(6) 掌握服装质量检验的方法。

(7) 了解服装保管的方法。

(8) 了解化妆品的功能、分类。

(9) 理解化妆品的质量要求。

(10) 了解家用电器的分类。

(11) 掌握家用电器的安全标准。

### **知识模块 3. 推销实务**

#### 1. 解析推销模式

(1) 了解推销的概念。

(2) 理解商品推销的功能。

(3) 掌握“爱达”模式、“迪伯达”模式和“埃德帕”模式。

#### 2. 推销员的职责和素质

- (1) 理解推销员的职责。
- (2) 理解推销员必备的素质。
- 3. 制定推销计划
  - (1) 了解推销计划的概念和种类。
  - (2) 了解推销计划的内容。
  - (3) 理解编制推销计划的步骤。
- 4. 寻找潜在顾客
  - (1) 了解寻找潜在顾客的概念。
  - (2) 理解寻找潜在顾客的准备工作。
  - (3) 掌握寻找潜在顾客的方法。
  - (4) 了解鉴定潜在顾客资格的概念。
  - (5) 理解鉴定潜在顾客资格的要素。
- 5. 约见、接近顾客的技巧
  - (1) 了解推销接近的概念。
  - (2) 理解推销接近的准备工作。
  - (3) 了解约见的概念。
  - (4) 理解约见顾客的内容。
  - (5) 掌握约见的方式与技巧。
  - (6) 理解接近顾客的步骤。
  - (7) 掌握接近顾客的方法。
- 6. 推销洽谈的原则
  - (1) 了解推销洽谈的概念。
  - (2) 理解推销洽谈的原则。
- 7. 推销洽谈的技巧
  - (1) 理解说服顾客的技巧。
  - (2) 掌握推销洽谈的方法与技巧。
- 8. 处理顾客异议的方法
  - (1) 了解顾客异议的概念。
  - (2) 理解顾客异议的类型。
  - (3) 理解顾客异议产生的原因。

- (4) 理解处理顾客异议的原则。
- (5) 了解处理顾客异议的流程。
- (6) 掌握处理顾客异议的方法与技巧。

#### 9. 达成交易的技巧和后续工作

- (1) 了解达成交易的含义。
- (2) 理解达成交易的信号。
- (3) 掌握达成交易的方法。
- (4) 理解回收货款的技术。
- (5) 了解回访顾客的方法。

### **知识模块 4. 销售心理学**

#### 1. 销售心理学研究的内容、原则与方法

- (1) 了解销售心理学研究的主要内容、基本原则。
- (2) 了解销售心理学研究的基本方法。

#### 2. 消费者购买商品的心理过程

- (1) 了解感觉、知觉、注意、记忆、思维和想象的概述。
- (2) 理解感觉、知觉、注意、记忆、思维和想象在销售活动中的作用。
- (3) 了解情绪和情感的概念和关系。
- (4) 理解情绪情感与销售活动。
- (5) 了解意志的概念和消费者意志过程的基本特征。
- (6) 理解意志与销售活动。

#### 3. 消费者的个性心理特征

- (1) 了解个性的概念及特点。
- (2) 理解个性在消费中的作用。
- (3) 了解气质的含义和类型。
- (4) 理解气质与消费行为的内在联系。
- (5) 了解性格的含义和分类。
- (6) 掌握性格与消费行为。
- (7) 了解能力的概念。
- (8) 掌握能力与消费行为。

#### 4. 消费者购买动机与购买行为分析

- (1) 理解需要的概念和马斯洛的需要层次理论。
- (2) 了解消费者需要的特点和表现。
- (3) 掌握兴趣对消费者行为的影响。
- (4) 了解购买动机的概念。
- (5) 掌握常见的消费者购买动机。
- (6) 了解购买行为的概念、类型。
- (7) 掌握购买行为的实施过程。

#### 5. 影响消费者行为的因素

- (1) 理解文化对消费者行为的影响。
- (2) 理解群体对消费者行为的影响。
- (3) 了解家庭的消费特征。
- (4) 理解家庭对消费者行为的影响。
- (5) 掌握消费者对新产品设计的心理要求。
- (6) 理解商标的心理功能和商标设计的心理策略。

#### 6. 消费者分类市场的心理研究

- (1) 理解儿童、少年的消费心理特征。
- (2) 了解青年用品市场心理。
- (3) 掌握中老年用品市场心理。

#### 7. 柜台服务与销售心理

- (1) 掌握拒绝购买态度的类型及转化。
- (2) 理解消费者的抱怨心理。

#### 8. 销售人员心理分析

理解销售人员应具备的心理品质。

### **知识模块 5. 市场调查**

#### 1. 市场调查认知

- (1) 了解市场调查的概念和特征。
- (2) 理解市场调查的作用。
- (3) 掌握市场调查的内容。

#### 2. 市场调查方案设计

- (1) 理解市场调查的程序。

- (2) 理解设计市场调查方案的主要步骤。
- (3) 了解调查问卷的含义。
- (4) 理解调查问卷的类型。
- (5) 理解调查问卷的结构及各部分的主要内容。
- (6) 理解调查问卷设计的基本程序。
- (7) 掌握调查问卷的提问方式。
- (8) 理解调查问卷设计的注意事项。

### 3. 市场调查方式与方法

- (1) 了解抽样调查的含义。
- (2) 了解抽样调查中的几个基本概念。
- (3) 理解抽样调查的程序。
- (4) 掌握非概率抽样法。
- (5) 了解实验法、观察法的类型和文案调查法的原则、方法。
- (6) 掌握访问调查法。
- (7) 掌握网络调查法。

### 4. 市场调查分析与预测

- (1) 掌握调查资料的审核。
- (2) 了解统计表的类型。
- (3) 理解统计表格制作时的注意事项。
- (4) 了解统计图的主要类型。

### 5. 市场调查报告的撰写与提交

- (1) 了解市场调查报告的概念和类型。
- (2) 理解市场调查报告的结构及各部分的主要内容。
- (3) 掌握市场调查报告的写作原则。

## **知识模块 6. 商务沟通与谈判**

### 1. 谈判人员的素质

了解谈判人员应具备的素质。

### 2. 沟通的基本礼仪和知识

- (1) 掌握迎送礼仪、男士仪容仪表礼节和女士仪容仪表礼节。
- (2) 了解倾听的类型和影响倾听的因素。



- (3) 理解有效提问的主要方法。
- (4) 了解常用的商务谈判回答方式。

### 3. 谈判的要素、原则

- (1) 了解商务谈判的基本含义和特点。
- (2) 掌握谈判要素与原则。

### 4. 谈判准备

- (1) 了解商务谈判团队的规模。
- (2) 理解商务谈判人员的配备。
- (3) 了解商务谈判人员的分工与配合。
- (4) 掌握商务谈判信息收集的主要内容。
- (5) 掌握商务谈判信息情报搜集的方法及途径。
- (6) 理解商务谈判信息情报的整理和筛选。
- (7) 了解商务谈判方案的基本要求。
- (8) 理解商务谈判方案的内容。

### 5. 谈判开局

- (1) 了解良好开局的原则。
- (2) 了解谈判气氛的类型。
- (3) 理解影响开局气氛的各种因素。
- (4) 理解开场陈述的内容。
- (5) 掌握商务谈判开局策略。

### 6. 谈判磋商策略

- (1) 掌握报价策略。
- (2) 掌握还价技巧。
- (3) 了解让步的原则。
- (4) 理解让步实施策略。
- (5) 理解商务谈判中拒绝的常用方法。
- (6) 掌握最后通牒策略的使用条件和实施技巧。

### 7. 合同的签订

- (1) 了解合同的担保。
- (2) 掌握合同的主要内容。

- (3) 理解签订合同的程序。
- (4) 理解合同约定不明确时的履行原则。
- (5) 了解合同履行的几种情形。
- (6) 理解违约责任的构成。
- (7) 理解承担违约责任的方式。
- (8) 了解违约责任免除的情形。

## 二、试题题型

选择题、简答题、计算题、综合分析题。

# 市场营销类专业技能考试标准

## 技能模块 1. 商品促销策划

### 1. 考试内容及要求

- (1) 能根据商品信息、活动信息等资料，合理确定促销活动的目标和主题。
- (2) 能准确确定促销对象、促销时间，合理安排促销地点。
- (3) 能科学、创新地策划商品促销的活动内容。
- (4) 熟悉商品促销的流程。
- (5) 能对促销活动的费用进行预算并合理分配。
- (6) 能对促销活动进行控制与意外防范。
- (7) 能对促销效果进行预（评）估。
- (8) 具有较强的创新能力和促销策划能力。
- (9) 设计的促销活动方案科学、合理，可操作性强。

### 2. 考试形式及要求

- (1) 考试形式为上机操作测试。
- (2) 考试提供背景资料及答题区，考生根据背景资料和答题要求在答题区完成答题。
- (3) 考生在考试答案中不得泄露个人真实姓名、学校名称等信息，否则本次考试不得分。

### 3. 考试环境

每位考生配备一台计算机，考试用计算机之间不能实现文件共享。

#### (1) 硬件设备

- ①服务器配置：CPU 主频 3GHz 以上；硬盘空间 300GB 以上；内存 4GB 以上。
- ②客户端配置：CPU 主频 3GHz 以上；硬盘空间 300GB 以上；内存 4GB 以上。
- ③网络配置：局域网，100Mbps 带宽，计算机之间文件不能互传共享。
- ④各考点可根据自身实际情况进行相应配置，以便考试顺利进行。

#### (2) 软件环境

Windows 10 Professional（中文版）、Microsoft Office（中文版）、五笔输入法、搜狗拼音输入法、智能 ABC 输入法、微软输入法等。

## 技能模块 2. 商品陈列

### 1. 考试内容及要求

- (1) 能根据商品信息和销售场景等资料，按照商品属性和销售情况进行商品分类。

- (2) 能科学、合理地制作商品配置表，确定商品在货架（货柜）的位置。
- (3) 能甄别与挑选临期商品。
- (4) 能根据陈列要求，运用商品陈列原则和方法进行商品陈列。
- (5) 熟悉卖场布局图和商品配置表的设计，能根据要求进行相关内容的制作。

## 2. 考试形式及要求

- (1) 考试形式为上机操作测试。
- (2) 考试提供背景资料及答题区，考生根据背景资料和答题要求在答题区完成答题。
- (3) 考生在考试答案中不得泄露个人真实姓名、学校名称等信息，否则本次考试不得分。

## 3. 考试环境

每位考生配备一台计算机，考试用计算机之间不能实现文件共享。

### (1) 硬件设备

- ①服务器配置：CPU 主频 3GHz 以上；硬盘空间 300GB 以上；内存 4GB 以上。
- ②客户端配置：CPU 主频 3GHz 以上；硬盘空间 300GB 以上；内存 4GB 以上。
- ③网络配置：局域网，100Mbps 带宽，计算机之间文件不能互传共享。
- ④各考点可根据自身实际情况进行相应配置，以便考试顺利进行。

### (2) 软件环境

Windows10 Professional（中文版）、Microsoft Office（中文版）、五笔输入法、搜狗拼音输入法、智能 ABC 输入法、微软输入法等。

## **技能模块 3. 市场调查问卷设计与发布**

### 1. 考试内容及要求

- (1) 能根据背景资料确定调查主题、调查目的。
- (2) 能合理、清晰地拟定调查问卷标题。
- (3) 能撰写准确、完整的调查问卷卷首语。
- (4) 能围绕调查目的，科学、准确地设计调查问题。调查问题的类型要多样，设计问题的方法不低于 3 种，设计的问题不少于 10 个。
- (5) 能对调查问题进行合理排序。
- (6) 能撰写调查问卷结束语。
- (7) 能根据要求提交调查问卷。
- (8) 设计的问卷结构完整、合理，表达通俗易懂。

### 2. 考试形式及要求

- (1) 考试形式为上机操作测试。
- (2) 考试提供背景资料及答题区，考生根据背景资料和答题要求在答题区完成答题。
- (3) 考生在考试答案中不得泄露个人真实姓名、学校名称等信息，否则本次考试不得分。

### 3. 考试环境

每位考生配备一台计算机，考试用计算机之间不能实现文件共享。

#### (1) 硬件设备

- ①服务器配置：CPU 主频 3GHz 以上；硬盘空间 300GB 以上；内存 4GB 以上。
- ②客户端配置：CPU 主频 3GHz 以上；硬盘空间 300GB 以上；内存 4GB 以上。
- ③网络配置：局域网，100Mbps 带宽，计算机之间文件不能互传共享。
- ④各考点可根据自身实际情况进行相应配置，以便考试顺利进行。

#### (2) 软件环境

Windows 10 Professional (中文版)、Microsoft Office (中文版)、五笔输入法、搜狗拼音输入法、智能 ABC 输入法、微软输入法等。

## **技能模块 4. 商品推销**

### 1. 考试内容及要求

- (1) 能根据商品信息、市场信息等资料进行顾客购买行为分析，并根据顾客的需求推介商品。
- (2) 能准确、恰当地介绍商品，突出商品的优点，提炼商品的卖点。
- (3) 能运用商品知识，准确地解答顾客的疑问。
- (4) 能运用礼貌用语、规范动作进行推销工作。
- (5) 能运用各种方式方法促成交易。
- (6) 熟悉销售流程，能规范完成整个销售流程。
- (7) 能进行客户关系管理。
- (8) 能做好客户回访。

### 2. 考试形式及要求

- (1) 考试形式为现场推销演示。
- (2) 考试题目由考生抽签决定。
- (3) 考生的仪容仪表和言谈举止符合商务礼仪规范。
- (4) 考生在考试期间不得泄露个人真实姓名、学校名称等信息，否则本次考试不得分。

### 3. 考试环境

- (1) 提供可进行现场测试的考场。
- (2) 全程监控并视频录像。

## **技能模块 5. 撰写营销软文**

### 1. 考试内容及要求

- (1) 能根据给定的企业信息、产品信息等资料，合理确定营销软文标题。
- (2) 能准确地确定软文推广对象，针对性地描述产品特点。
- (3) 能在营销软文中正确地插入产品链接和产品图片。
- (4) 撰写的软文文案内容生动形象，可读性强。
- (5) 能规范地撰写营销软文文案，文案字数不少于 300 字。

### 2. 考试形式及要求

- (1) 考试形式为上机操作测试。
- (2) 考试提供背景资料及答题区，考生根据背景资料和答题要求在答题区完成答题。
- (3) 考生在考试答案中不得泄露个人真实姓名、学校名称等信息，否则本次考试不得分。

### 3. 考试环境

每位考生配备一台计算机，考试用计算机之间不能实现文件共享。

#### (1) 硬件设备

- ①服务器配置：CPU 主频 3GHz 以上；硬盘空间 300GB 以上；内存 4GB 以上。
- ②客户端配置：CPU 主频 3GHz 以上；硬盘空间 300GB 以上；内存 4GB 以上。
- ③网络配置：局域网，100Mbps 带宽，计算机之间文件不能互传共享。
- ④各考点可根据自身实际情况进行相应配置，以便考试顺利进行。

#### (2) 软件环境

Windows 10 Professional (中文版)、Microsoft Office (中文版)、五笔输入法、搜狗拼音输入法、智能 ABC 输入法、微软输入法等。

## **技能模块 6. 新产品上市推广策划**

### 1. 考试内容及要求

- (1) 能根据给定的新产品信息和相关环境信息，进行新产品 SWOT 分析。
- (2) 合理确定新产品的市场定位，并制定上市推广活动的目标和主题。
- (3) 能准确确定新产品推广对象，合理安排推广时间。
- (4) 能准确分析新产品的特点。
- (5) 能合理制定新产品的价格。

- (6) 能科学选择新产品的销售渠道。
- (7) 能合理制定新产品的促销活动方案。
- (8) 能对推广活动的费用进行预算并合理分配。
- (9) 熟悉新产品上市推广的流程，能对新产品上市推广效果进行预（评）估。
- (10) 具有较强的创新能力和上市推广策划能力。
- (11) 设计的推广活动方案科学、合理，可操作性强。

## 2. 考试形式及要求

- (1) 考试形式为上机操作测试。
- (2) 考试提供背景资料及答题区，考生根据背景资料和答题要求在答题区完成答题。
- (3) 考生在考试答案中不得泄露个人真实姓名、学校名称等信息，否则本次考试不得分。

## 3. 考试环境

每位考生配备一台计算机，考试用计算机之间不能实现文件共享。

### (1) 硬件设备

- ①服务器配置：CPU 主频 3GHz 以上；硬盘空间 300GB 以上；内存 4GB 以上。
- ②客户端配置：CPU 主频 3GHz 以上；硬盘空间 300GB 以上；内存 4GB 以上。
- ③网络配置：局域网，100Mbps 带宽，计算机之间文件不能互传共享。
- ④各考点可根据自身实际情况进行相应配置，以便考试顺利进行。

### (2) 软件环境

Windows 10 Professional（中文版）、Microsoft Office（中文版）、五笔输入法、搜狗拼音输入法、智能 ABC 输入法、微软输入法等。

## **技能模块 7. 客户服务与管理**

### 1. 考试内容及要求

- (1) 能根据企业信息、客户信息、客户投诉事件等资料，准确识别客户投诉的类型。
- (2) 能准确分析客户投诉的原因。
- (3) 熟悉客户投诉处理的流程。
- (4) 能针对性地提供投诉处理方案。

### 2. 考试形式及要求

- (1) 考试形式为上机操作测试。
- (2) 考试提供背景资料及答题区，考生根据背景资料和答题要求在答题区完成答题。
- (3) 考生在考试答案中不得泄露个人真实姓名、学校名称等信息，否则本次考试不得分。

### 3. 考试环境

每位考生配备一台计算机，考试用计算机之间不能实现文件共享。

#### (1) 硬件设备

①服务器配置：CPU 主频 3GHz 以上；硬盘空间 300GB 以上；内存 4GB 以上。

②客户端配置：CPU 主频 3GHz 以上；硬盘空间 300GB 以上；内存 4GB 以上。

③网络配置：局域网，100Mbps 带宽，计算机之间文件不能互传共享。

④各考点可根据自身实际情况进行相应配置，以便考试顺利进行。

#### (2) 软件环境

Windows 10 Professional (中文版)、Microsoft Office (中文版)、五笔输入法、搜狗拼音输入法、智能 ABC 输入法、微软输入法等。