

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) 理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) 了解食品的质量要求。

(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) 了解服装面料的种类和特点。

(6) 理解服装的号型标准。

(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) 理解说服顾客步骤。

(2) 掌握推销洽谈的方法。

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) 了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。

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) 了解群体的概念。
- (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) 理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) 了解市场调查的程序。

- (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、观察法和文案调查法的含义。
- (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) 了解合同的形式。
- (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。

山东考试信息网
www.saksex.cn

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。
- (10) 熟练使用 Microsoft Office 2010 办公软件，能根据考试提供的 PPT 模板进行商品促销方案设计，PPT 演示文稿文字清晰、布局合理、页面整洁。

2. 考试形式及要求

- (1) 考试形式为上机操作测试。
- (2) 考试提供商品促销策划方案模板 1 个，答题模板为 Power Point 文件格式，考生在该模板中设计商品促销策划方案。
- (3) 不得修改 PPT 模板中给定的版式、背景，不得删减商品促销策划方案的框架结构。
- (4) 考试结束后，考生将制作完成的 PPT 演示文稿保存到规定的文件夹，并按规定方式提交。

- (5) 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 7 Professional（中文版）、Microsoft Office 2010（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）考试提供卖场布局图或商品配置表模板 1 个，答题模板为 Microsoft Office 2010 Word 文件格式。
- （3）考生在答题模板上完成答题，不得删减模板的框架结构。
- （4）考试结束后，考生应将试卷保存到规定的文件夹并按规定方式提交。
- （5）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 7 Professional（中文版）、Microsoft Office 2010（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。
- (9) 熟练使用 Microsoft Office 2010 办公软件，能根据要求进行市场调查问卷设计，卷面布局合理、页面整洁。

2. 考试形式及要求

- (1) 考试形式为上机操作测试。
- (2) 考试提供市场调查问卷模板 1 个，答题模板为 Microsoft Office 2010 Word 文件格式。
- (3) 考生在答题模板上完成答题，不得删减市场调查问卷模板的框架结构。
- (4) 考试结束后，考生应将试卷保存到规定的文件夹并按规定方式提交。
- (5) 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 7 Professional（中文版）、Microsoft Office 2010（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。
- (6) 熟练使用 Microsoft Office 2010 办公软件，能根据要求采用图文混排的方式设计布局，文稿文字清晰、布局合理、页面整洁。

2. 考试形式及要求

- (1) 考试形式为上机操作测试。
- (2) 考试为考生提供“考试素材”文件夹 1 个，素材文件夹中包含产品图片和说明文档。
- (3) 考生利用提供的素材，使用 Word 软件撰写营销软文。
- (4) 考试结束后，考生应将试卷保存到规定的文件夹并按规定方式提交。
- (5) 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 7 Professional（中文版）、Microsoft Office 2010（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。
- (12) 熟练使用 Microsoft Office 2010 办公软件，能根据考试提供的 PPT 模板进行新产品上市推广策划方案设计，PPT 演示文稿文字清晰、布局合理、页面整洁。

2. 考试形式及要求

- (1) 考试形式为上机操作测试。
- (2) 考试提供新产品上市推广策划方案模板 1 个，答题模板为 Power Point 文件格式，考生在该模板中设计新产品上市推广策划方案。
- (3) 不得修改 PPT 模板中给定的版式、背景，不得删减新产品上市推广策划方案的框架结

构。

(4) 考试结束后, 考生将制作完成的 PPT 演示文稿保存到规定的文件夹, 并按规定方式提交。

(5) 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 7 Professional (中文版)、Microsoft Office 2010 (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) 考试为考生提供客户投诉处理单模板 (含客户信息、投诉时间、投诉方式、投诉内容、投诉原因、事件严重程度以及处理意见等), 客户投诉处理单模板为 Microsoft Office 2010 Word 文件格式。

(3) 考生在客户投诉处理单模板上完成答题, 不得删减模板的框架结构。

(4) 考试结束后, 考生应将试卷保存到规定的文件夹并按规定方式提交。

(5) 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 7 Professional（中文版）、Microsoft Office 2010（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。

山东考试信息网
www.sdkstxx.cn