



国家职业技能鉴定

操作技能强化训练(学生取证专用)

CAOZUO JINENG QIANGHUA XUNLIAN(XUESHENG QUZHENG ZHUANYONG)

营 销 师

YINGXIAOSHI

劳动和社会保障部教材办公室组织编写

• (国家职业资格二级) •

3.5



中国劳动社会保障出版社

普 消 师

YINXIAOCHUANG

YINXIAOCHUANG

YINXIAOCHUANG



YINXIAOCHUANG

国家职业技能鉴定
操作技能强化训练 (学生取证专用)

营 销 师

(国家职业资格二级)

劳动和社会保障部教材办公室组织编写

中国劳动社会保障出版社

图书在版编目(CIP)数据

营销师：国家职业资格二级/劳动和社会保障部教材办公室组织编写。—北京：中国劳动社会保障出版社，2004

国家职业技能鉴定操作技能强化训练（学生取证专用）

ISBN 7-5045-4731-X

I. 营… II. 劳… III. 市场营销学-经济师-职业技能鉴定-自学参考资料
IV. F713.50

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 106363 号

中国劳动社会保障出版社出版发行

(北京市惠新东街 1 号 邮政编码：100029)

出版人：张梦欣

*

煤炭工业出版社印刷厂印刷装订 新华书店经销

787 毫米×1092 毫米 16 开本 10 印张 228 千字

2004 年 11 月第 1 版 2004 年 11 月第 1 次印刷

印数：3200 册

定价：16.00 元

读者服务部电话：010-64929211

发行部电话：010-64911190

出版社网址：<http://www.class.com.cn>

版权专有 侵权必究

举报电话：010-64911344

前 言

《国务院关于大力推进职业教育改革与发展的决定》中明确指出：要严格实施就业准入制度，加强职业教育与劳动就业的联系。与此同时，职业资格证书已逐步成为各级各类职业院校学生求职择业的“通行证”。

为了进一步贯彻《决定》精神，衔接各级各类职业院校学生的专业学习与鉴定考核要求，提高学生的职业能力水平，劳动和社会保障部教材办公室在调研全国百余所职业院校教学实际状况的基础上，针对参加职业技能鉴定的学生群体，组织编写了《国家职业技能鉴定操作技能强化训练（学生取证专用）》系列教材（以下简称《技能强化训练》）。《营销师（国家职业资格二级）》就是系列教材中的一本。

《技能强化训练》内容以国家职业技能鉴定考核要点为依据，全面体现“考什么、编什么”，有助于学生熟练掌握鉴定考核要求，对取证应试具有直接的指导作用。在结构上，《技能强化训练》分为应试指导、实战演练、亲临考场、理论知识强化四部分，引导学生在职业技能鉴定前进行科学的应试复习，其中前三部分直接指导操作技能考核，理论知识强化部分直接指导理论知识考核。《技能强化训练》在语言运用上力求简洁精炼，特别是在实战演练部分中多采用指令性语言，明确指导完成训练项目的实际操作步骤，使学生在短期内快速掌握鉴定考核要求。

《技能强化训练》既可作为各级各类职业院校及高等院校学生鉴定前短期强化培训教材，也可作为鉴定前应试辅导自学用书。

《国家职业技能鉴定操作技能强化训练——营销师（国家职业资格二级）》由钱永贵主编，李定学、陈帅副主编，钱永贵、李定学、陈帅、赖斌、李阳、何海波、范仲文、汪浩编写；黄萍主审。

《技能强化训练》的编写模式是一次全新的探索，具有一定的难度，由于时间仓促，缺乏经验，不足之处恳请广大读者提出宝贵意见和建议。

劳动和社会保障部教材办公室

内容介绍

职业资格证书是就业通行证,国家职业技能鉴定的应试人数因此而日益攀升。本书的读者对象是职业技能鉴定应试人员中的学生群体。在内容上,根据考核要点的要求,逐条对读者进行鉴定前的强化训练;在形式上,根据考前科学的复习方式,逐步引领读者进入鉴定考核实战空间,并帮助读者到达胜利的彼岸。本书包括应试指导、实战演练、亲临考场、理论知识强化4部分。

应试指导——根据操作技能鉴定考核要求给出“技能鉴定考核试题形式”“试卷的组成及考核注意事项”“提高适应能力,考出好成绩”“考核内容”4项内容,旨在帮助和指导读者在考核前做好知识和心理等多方面的准备。

实战演练——根据操作技能考核的要求,逐条对考核要点的操作技能进行具体指导,旨在使读者深入理解考核要点的要求,并熟练掌握考核要点要求的操作技能。

亲临考场——通过完整的操作技能考核试卷使读者熟悉考试形式,了解考场规则、评分原则和标准,有针对性地进行考前准备。

理论知识强化——根据理论知识鉴定考核要点的要求,给出理论知识考试复习重点内容,旨在帮助读者在考前对理论知识考核要点内容进行强化记忆,起到“临阵磨枪”的作用。

目 录

应试指导	(1)
技能鉴定考核试题形式	(1)
试卷的组成及考核注意事项	(2)
提高适应能力, 考出好成绩	(2)
考核内容	(3)
营销师操作技能鉴定考核要点表	(3)
营销师理论知识鉴定考核要点表	(4)
实战演练	(9)
考核要点 1——拟定调研计划	(9)
考核要点 2——调查问卷设计与抽样设计	(12)
考核要点 3——组织市场调研活动	(15)
考核要点 4——市场容量预测	(18)
考核要点 5——营销环境分析	(21)
考核要点 6——消费者市场购买行为分析	(28)
考核要点 7——规定企业任务	(32)
考核要点 8——企业现有业务的分析与发展策略	(34)
考核要点 9——新业务发展策略	(37)
考核要点 10——制定市场营销计划	(39)
考核要点 11——营销活动过程的管理	(42)
考核要点 12——产品分类	(49)
考核要点 13——产品组合设计	(53)

考核要点 14——产品线的决策	(57)
考核要点 15——产品生命周期的判断及对策	(59)
考核要点 16——定价策略与技巧	(64)
考核要点 17——分销渠道的设计、评估与改进	(71)
考核要点 18——分销商的选择与评估	(76)
考核要点 19——设计渠道系统	(77)
考核要点 20——渠道激励	(79)
考核要点 21——渠道冲突管理	(81)
考核要点 22——窜货管理	(83)
考核要点 23——渠道整合	(85)
考核要点 24——销售促进策略	(87)
考核要点 25——销售促进的实施与评估	(90)
考核要点 26——公共宣传与媒体管理	(94)
考核要点 27——公共宣传稿的撰写	(97)
考核要点 28——客户组合策略	(101)
考核要点 29——客户投诉管理	(105)
考核要点 30——应收账款管理	(107)
考核要点 31——服务质量管理	(110)
考核要点 32——服务市场营销组合策略	(113)
考核要点 33——企业网站与网页设计	(116)
考核要点 34——企业网站的应用与推广	(119)
考核要点 35——网络营销组合策略	(123)

亲临考场	(126)
-------------------	----------------

理论知识强化	(137)
---------------------	----------------

考核范围 1——职业道德的相关知识	(137)
-------------------------	---------

考核范围 2——市场营销基础知识	(137)
------------------------	---------

考核范围 3——社交礼仪知识	(138)
考核范围 4——相关法律法规知识	(139)
考核范围 5——市场调研与分析知识	(141)
考核范围 6——营销战略与营销活动管理	(143)
考核范围 7——产品与价格管理知识	(144)
考核范围 8——分销渠道管理知识	(145)
考核范围 9——销售促进管理知识	(146)
考核范围 10——网络营销管理知识	(149)

应试指导

在你决定参加国家职业技能鉴定考试之前，你知道应该做哪些准备工作吗？

本部分根据操作技能鉴定考核要求给出“技能鉴定考核试题形式”“试卷的组成及考核注意事项”“提高适应能力，考出好成绩”“考核内容”4项内容。其中考核内容收录了2个表格，即操作技能鉴定考核要点表和理论知识鉴定考核要点表，这2个表格是下述实战演练、亲临考场、理论知识强化3部分内容的直接依据。同时通过这2个表格，可以使你对国家职业技能鉴定的考核内容结构及鉴定要求一目了然。

现在就帮助和指导你在考核前如何做好知识和心理等多方面的准备。

● 技能鉴定考核试题形式

操作技能考核的试题一般可分为四类：第一类是案例选择题，即给出一段（或多段）案例，并在案例后面设置与之相关的多项选择题，考查考生对案例所涉及的单方面操作技能的运用能力；第二类是案例分析题，即给出一段（或多段）案例，并在案例后面设置与案例相关的分析论述题，以达到在操作技能方面对考生进行综合测试的目的；第三类是情景录像题，即让考生先观看一段录像（或者在题中设置录像的故事情景），并在案例后面设置与案例相关的分析论述题，以达到在操作技能方面对考生进行综合考查的目的；第四类是方案策划题，即给出一段某行业（或某企业）的宏观环境和微观经营情况，让考生根据该行业（企业）的现状，针对发展中面临的问题或经营中出现的困难，提出一个有效的解决方案，以达到考查考生从整体上把握营销操作技能和对行业（或企业）进行整合营销的目的。

● 试卷的组成及考核注意事项

◆ 试卷组成

营销师考核题型结构

	营销师		
	题型	题量(道)	分值(分)
技能操作考核	案例选择题	15	30
	案例分析题	3	30
	情景录像题	1	15
	方案策划题	1	25
	合计	20	100

◆ 计分

考核采用百分制, 60 分为合格。

◆ 考核时间

技能考核时间(笔试)为 120 min。

试卷头中的准考证号、考生单位及姓名由考生填写, 得分情况由考评员填写。
考生在拿到试卷后应首先检查试卷是否和自己所报考的工种、级别相一致。

● 提高适应能力, 考出好成绩

◆ 提高快速、准确地解决实际问题的能力

◆ 做好考前的针对性练习

◆ 做好考场的适应性练习

考场的适应性练习是指在临近考试前, 要熟悉鉴定考试环境, 根据鉴定范围熟悉考核内容, 以减轻考前紧张心理, 增强信心, 发挥应有水平。

◆ 重要提示

• 考生必须听从鉴定站工作人员的统一指挥, 按准考证的要求进入指定的考场、考位。

- 携带准考证、身份证等证件。
- 仔细阅读试卷，明确考题和考核要求，形成正确的答题思路。
- 心态稳定、镇静、自信。
- 把握好时间，以便获得完整的、正确的考核结果，避免因时间不够而影响考核成绩。
- 考核过程中一旦发生意外，要沉着冷静，积极配合考务人员做好处理工作。

● 考核内容

营销师操作技能鉴定考核要点表

考核范围	考核比重 (%)	考核要点	重要程度
组织市场调研与 市场预测	10	拟定调研计划	掌握
		调查问卷设计与抽样设计	掌握
		组织市场调研	掌握
		市场容量预测	熟悉
进行市场分析	5	营销环境分析	掌握
		消费者行为分析与对策	熟悉
制定营销策略	5	制定企业任务	掌握
		企业现有业务的分析与策略	掌握
		新业务发展策略	熟悉
营销计划与 过程管理	10	制定市场营销计划	掌握
		市场营销活动过程管理	掌握
产品管理	8	产品分类	掌握
		产品组合设计	掌握
		产品大类决策	掌握
		产品生命周期策略	熟悉
价格管理	7	定价策略与技巧	掌握

续表

考核范围	考核比重 (%)	考核要点	重要程度
渠道管理	15	分销渠道设计、评估与改进	掌握
		分销商的选择与评估	掌握
		设计渠道系统	掌握
		渠道激励	掌握
		渠道冲突管理	掌握
		窜货管理	掌握
		渠道整合	掌握
制定促销方案	8	销售促进策略	掌握
		销售促进的实施与评估	掌握
公共宣传活动	7	公共宣传与媒体管理	掌握
		公共宣传稿的撰写	掌握
客户管理	8	客户组合策略	掌握
		客户投诉管理	熟悉
		应收账款管理	熟悉
服务质量管理	7	服务质量管理	掌握
		服务市场营销组合策略	掌握
协助设计网页	3	企业网站与网页设计	熟悉
		企业网站的应用与推广	熟悉
网络营销组合	7	网络营销组合策略	掌握

营销师理论知识鉴定考核要点表

考核范围	考核比重 (%)	考核要点	重要程度
职业道德的 相关知识	10	营销人员职业道德的含义	熟悉
		营销人员基本素质要求	掌握
		营销人员职业守则	掌握
市场营销基础知识	20	市场的概念	掌握
		市场营销学的研究对象与研究方法	熟悉
		市场营销哲学的发展	掌握
		顾客让渡价值的相关知识	掌握

续表

考核范围	考核比重 (%)	考核要点	重要程度
市场营销基础知识	20	社交礼仪的含义与内容	掌握
		人际交往与人际交往表达的准则	熟悉
		人际交往忌讳	熟悉
		合同的含义及其法律特征	掌握
		合同法的调整对象与基本原则	掌握
		反不正当竞争法的相关知识	掌握
		消费者权益保护法的相关知识	掌握
		外商投资企业法的相关知识	熟悉
		广告法的相关知识	掌握
		产品质量法的相关知识	掌握
		价格法的相关知识	掌握
		票据法的相关知识	熟悉
		商标法的相关知识	掌握
		劳动法的相关知识	掌握
		发票管理办法的相关知识	熟悉
组织市场调研 的相关知识	5	市场营销调研的含义	熟悉
		市场营销调研的内容	掌握
		市场营销调研的作用	熟悉
		问卷的分类	掌握
		完整的调查问卷的内容	掌握
		市场调查的程序	掌握
		市场调查的方法	掌握
市场分析的相关知识	5	宏观环境分析的内容	掌握
		微观环境分析的内容	掌握
		消费者购买行为模式	掌握
		影响消费者购买行为的因素	掌握
		消费者购买行为的类型	掌握
		购买行为过程	掌握
市场评估与预测 的相关知识	5	总市场容量的估算	掌握
		影响市场销售额预测因素	掌握

续表

考核范围	考核比重 (%)	考核要点	重要程度
市场评估与预测的相关知识	5	市场预测方法	掌握
制定营销策略的相关知识	4	战略的含义	熟悉
		市场营销战略的含义	熟悉
		企业市场营销战略的基本特点	掌握
		企业战略目标	熟悉
		企业营销战略目标应符合的要求	熟悉
		制定企业战略计划的解答	掌握
		分析现有业务的方法	掌握
		新业务计划的方法	掌握
市场营销计划的相关知识	3	市场营销计划的含义	熟悉
		市场营销计划的内容	掌握
营销活动过程管理相关知识	3	市场营销管理的含义	熟悉
		市场营销管理的内容	掌握
		不同需求类型下的营销任务	掌握
产品管理的相关知识	5	产品生命周期的含义	熟悉
		产品生命周期的4个阶段	掌握
		产品组合的含义	熟悉
		发展经营业务的方法	掌握
		优化产品组合的三种策略	掌握
价格管理的相关知识	5	影响定价策略的因素	掌握
		企业定价程序	掌握
渠道策略的相关知识	3	营销渠道的种类	熟悉
		中间商的含义	熟悉
		中间商的作用	熟悉
		渠道决策的内容	掌握
设计渠道系统的相关知识	3	渠道系统的含义	熟悉
		渠道系统的类型	掌握
实施渠道管理相关知识	4	营销渠道调整的策略	掌握
		企业选择渠道成员的标准	熟悉
		渠道成员的激励因素	掌握

续表

考核范围	考核比重 (%)	考核要点	重要程度
实施渠道管理 相关知识	4	渠道成员的绩效评价	掌握
销售促进 的相关知识	5	销售促进的含义	熟悉
		销售促进的特征	掌握
		设计销售促进方案的内容	掌握
		评估销售促进效果的方法	掌握
公共宣传的相关知识	5	媒体管理的原则	熟悉
		新闻稿件的要素	掌握
		撰写公共宣传新闻稿件的要求	熟悉
		公共宣传新闻稿件的体裁形式	熟悉
		公共宣传活动的类型	掌握
客户管理的 相关知识	5	对客户进行分类的作用	熟悉
		常见的客户类型	掌握
		客户管理的核心内容	掌握
		进行客户管理时应遵循的原则	掌握
		客户管理分析的方法	掌握
		客户投诉的内容	熟悉
		处理客户投诉的原则	熟悉
		处理客户投诉的程序	掌握
		高风险客户的特征	熟悉
		应收账款管理的方法	掌握
服务管理的 相关知识	5	服务质量的含义	熟悉
		服务质量的内容	掌握
		影响预期质量的因素	掌握
		衡量服务质量的指标	熟悉
		服务质量测定的含义	熟悉
		优质服务必须符合的标准	熟悉
		服务质量的测定的程序	熟悉
		服务营销组合的含义	熟悉
		制定服务营销组合策略的程序	掌握

续表

考核范围	考核比重 (%)	考核要点	重要程度
企业网站设计	1	企业站点的组成部分	了解
		Web 站点的特点	熟悉
		创建企业网络的解答	熟悉
		企业站点的信息内容	熟悉
		设计企业站点应考虑的因素	熟悉
		有效的企业网站推广方法	掌握
网络营销组合策略	4	网络营销组合的内容	掌握
		网络广告的相关知识	掌握
		网络营销公关的相关知识	掌握
		网上销售渠道的相关知识	掌握
		网络营销服务的相关知识	掌握