



市场营销专业 就业指导教程

主审◎董广芝

主编◎赵晓玲 王 妍



黑龙江大学出版社
HEILONGJIANG UNIVERSITY PRESS

黑龙江省高等教育教学改革项目——地方高校市场营销专业大学生就业竞争力研究(项目编号: JG2014011116)

市场营销专业 就业指导教程

主审◎董广芝

主编◎赵晓玲 王妍

图书在版编目(CIP)数据

市场营销专业就业指导教程 / 赵晓玲, 王妍主编

— 哈尔滨: 黑龙江大学出版社, 2015.8

ISBN 978-7-81129-926-7

I. ①市… II. ①赵… ②王… III. ①市场营销学—
高等学校—教材 IV. ①F713.50

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 139967 号

市场营销专业就业指导教程

SHICHANG YINGXIAO ZHUANYE JIUYE ZHIDAO JIAOCHENG

赵晓玲 王 妍 主编

责任编辑 刘 岩

出版发行 黑龙江大学出版社

地 址 哈尔滨市南岗区学府路 74 号

印 刷 哈尔滨市石桥印务有限公司

开 本 720×1000 1/16

印 张 18.5

字 数 294 千

版 次 2015 年 8 月第 1 版

印 次 2015 年 8 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-81129-926-7

定 价 29.80 元

本书如有印装错误请与本社联系更换。

版权所有 侵权必究

前 言

《市场营销专业就业指导教程》即将问世,希望本书能为高校市场营销专业就业指导工作和大学生求职有所裨益。

随着我国经济高速发展,人才竞争越来越激烈,不少用人单位反映出对地方高校应届市场营销专业毕业生“排斥”的现象。究其原因,一是地方高校市场营销专业大学生职业规划缺失和职业技能不强,导致企业录用毕业生后花费大量时间和费用进行岗前培训;二是毕业生职业伦理缺失,职场伦理不明,表现为敬业精神差、职场关系紧张、离职率偏高。鉴于此,绥化学院市场营销专业就业指导课题组,重新构建了市场营销专业就业教育指导体系,以市场营销专业当下的就业现状为基础,突出职业道德、职场伦理教育,强化职业技能实训,从技能和伦理两方面培育大学生的就业竞争力。

本书从确定大纲到编写完成历时一年有余,回头通看,深感粗糙浅薄。参加编写的同志虽倾注了自己的全部心血,但由于时间短促、资料不足、水平有限等原因,不当之处在所难免,敬请读者批评指正。

本书由绥化学院经济管理学院和就业指导中心四名教师合作完成,赵晓玲同志编写了第二、三章;王妍同志编写了第五章;赵艳同志编写了第一、四章;管淑波同志编写了第六章。

在本书编写的过程中,得到了绥化学院原校长庄严博士给予的方向性指导,绥化学院党委书记顾建高同志和校长张凤武博士给予的鼎力支持,在此,全体编写人员对三位领导表示深深的谢意。

本书可以用作普通高等学校市场营销专业的就业指导教材,亦适合工商企业管理人员、市场营销人员及社会读者使用。

编者

2014年7月18日

目

录

第一章	市场营销专业大学生就业现状 / 1
	第一节 就业需求与领域 / 3
	第二节 职业发展与薪酬动态 / 5
	第三节 从业要求与需求趋势 / 12
第二章	职场伦理与生存之道 / 17
	第一节 职场伦理概述 / 18
	第二节 职场伦理之工作态度 / 21
	第三节 职场伦理之人际关系 / 26
	第四节 职场伦理之职业素养 / 31
	第五节 职场伦理之商务礼仪 / 36
第三章	营销伦理与营销人生 / 45
	第一节 营销伦理概述 / 46
	第二节 营销伦理观念与个人、企业和社会的关系 / 51
	第三节 树立营销伦理观念,成就营销人生 / 57

第四章	市场营销专业职业技能 / 67
第一节	市场营销专业职业技能要求 / 68
第二节	市场营销专业职业技能实践指导 / 75
第五章	市场营销专业就业准备 / 179
第一节	市场营销专业就业选择 / 180
第二节	市场营销专业就业心理调适 / 189
第三节	求职材料的制作 / 196
第四节	面试技巧 / 206
第五节	求职礼仪 / 221
第六章	市场营销专业创业指导 / 228
第一节	创业认知 / 229
第二节	创业准备 / 245
第三节	创业行动 / 266
参考文献	/ 286

第一章 市场营销专业大学生就业现状

【导读案例】

叶繁盛:行走在成功路上的歌者

叶繁盛——2007届市场营销专业毕业生,经过多年的自主创业努力,在2010年成为芜湖市三山经济开发区内企业——安徽蜜之源食品集团总裁兼任芜湖松润食品有限公司总经理,松润食品的主要投资人、主要经营者。

也许是因为出生于蜂农之家,从小受到父亲在生意上的影响,他在大学里选择了市场营销作为自己的专业。2007年的春天,叶繁盛离开浙江大学宁波理工学院来到芜湖市三山区,开启了他事业的起点。作为芜湖市三山区企业的投资人之一,他积极推进企业建设,扎实做好企业规划。他经营的松润食品公司目前已经拥有35000平方米厂房、车间、办公楼,同时拥有一条年产15000吨出口蜂蜜生产线、三条年产350吨高端保健品生产线和一条年产60000吨高果糖生产线。在企业成功建成投产后,他主张从科技、人才、企业文化、品牌等各方面抓工作,依靠先进的科技,加快新产品开发进程,提升企业竞争力。企业新建的实验中心,总投入850万元,引进了各种先进科研设备。在短短一年内,企业已经分别被评为芜湖市农业产业化龙头企业、安徽省农业产业化龙头企业。不

论什么事情,想要成功就需要为自己树立一个明确的目标。刚刚进入大学的叶繁盛就对自己有明确的定位,包括他在大学4年中的短期、中期、长期学习目标,毕业后的发展方向,等等。尽管学业繁重,他还是坚定地加入学生会实践部,主动利用业余时间跟外界多接触,努力提高自己的实践动手能力。在多次与外界的联系后,他觉得课堂上老师所讲的东西还是有点不切实际,虽然原理很好,但社会毕竟是现实的人性的社会,人处不好,什么都白谈。因此,叶繁盛趁着尚未步入社会,大学时代努力锻炼自己的社会交际能力,为今后的创业做好充足的准备。工作后,作为一个全面管理的总裁角色,他慢慢发现自己有太多的知识空白点,比方说财务知识、外贸知识、企业的管理知识、经济学方面的资本运作知识等都是一大空缺。想要进行全面管理就不得不重新翻开相关方面的书从头开始学习。但是这毕竟与在校期间有了很大的不同,繁重的工作使得他根本没时间去充实这些内容。所以,一方面他请教企业内部有这方面专业优势的下属,另一方面在空余时间补习理论和概念,弥补不足。

不论是他的蜜之源还是松润食品,在激烈的国际竞争中都占据着一席之地。中国蜂蜜占全球蜂蜜总量的50%,父亲在国际上积累了一定的知名度,使他的创业之路顺风顺水,加上自己坚定不移的态度和努力,推动了企业的蒸蒸日上。叶繁盛始终相信企业最好的领导人就是企业最好的销售员。在外贸上他总喜欢亲力亲为。他认为谈判比的不是口才,是心理。尤其是在老外面前,要挺直腰板。有些思路局限的销售员总是利用贬低同行的方式来抬高自己。而他认为不仅要维护企业自身利益,也要维护整个行业的利益。因此叶繁盛不仅关注企业本身的发展,同时也积极地推动芜湖蜂业协会的建设,就是这样的信念支持着他推动了整个地区的发展。叶繁盛说:“作为一个农业企业,做到这一步,离不开跟农业息息相关的农民朋友。”他始终相信企业发展到一定程度就不是某个人的企业,它也是全社会的。所以下一步他准备把大量的人力、物力用在扶助农业基地上并且也一直是在这样实践的。出生于蜂农家庭的叶繁盛对蜂农更是有着特殊的感情。或许正是这一点让他觉得只要农民好了,企业才能好。因此他主张把蜂农养殖专业合作社的工作放在重中之重。在芜湖市及周边县市投资设立蜂农合作社,把蜂农聚在一起,让广大农民朋友有家的感觉,给予他们技术培训、解决他们的各种困难,及时给予他们补贴。企业建立这种“企业—合作社(基地)—农民”的产业链,企业与蜂农结成经济利益共同体,将会带领更多的农民脱贫致富。

对于市场营销专业的大学生而言,从接到录取通知书的那一刻起,许多大学生就已经对自己未来将要从事的职业和发展有了美好的憧憬和向往。有的人会立志当一名从事企业营销管理、网络营销、营销策划、营销诊断、市场调查和咨询等工作的高级技能型人才;有的人立志当一名既熟悉国内市场又熟悉国际市场的复合型高级营销管理人才;有的人立志当一名身经百战、叱咤风云的成功商人;有的人立志当一名知识渊博、诲人不倦的营销家……

怀抱着美好愿望的市场营销专业大学生,要想干一番事业,在事业上取得一定的成就,必须树立正确的职业理想,坚信“天生我材必有用”,未雨绸缪,正确地进行职业选择;同时,还应在系统学习专业知识的基础上,培养自己具有职业营销人所特有的综合素质和专业能力,从而适应现代化社会对市场营销专业人才的要求。

第一节 就业需求与领域

一、市场营销专业就业需求

惠普前总裁孙振耀曾在“退休感言”中提到,“有个有趣的现象就是,500 强的 CEO 当中最多的是销售出身(占 65%),第二多的人是财务出身(占 30%),这两者加起来大概超过 95%”。为何有这样的“规律”?就在于“销售”有助于了解整个公司的运营,与人打交道的经验积累也有助于人力管理。在此状况下,企业主对经历过“市场营销”专业训练的人才需求量较大。

据了解,随着中国与世界经济的接轨,市场营销人才就业前景全线飘红,出现了供需两旺的良好态势。市场营销总监、市场营销经理等高级营销管理者稳居人才需求榜三甲之列。市场营销专业是需求较大的专业,各类企业均有需要,就业前景十分广阔,历年平均就业率达 96% 左右(2007 年 97.5%,2008 年 96.5%,2009 年 97.8%,2010 年 97.6%,2011 年 96.9%,2012 年 95.9%,2013 年 93.0%)。近几年,随着我国市场经济的不断完善,市场营销专业已经成为经济管理类专业中最为实用的专业。作为独立经济实体的企业,如果没有专业的

市场营销人才,以科学、现代化的营销手段来“做生意”,肯定无法在竞争激烈的市场中生存。市场营销人员是各个企业、特别是大型企业不可缺少的人才,但由于培养数量一直跟不上,所以大学毕业生供不应求。人事部公布的2012年一季度全国人才市场供求最新排名及统计信息显示,市场营销专业排在所有招聘专业的第一位,求职专业的第二位,市场营销管理人员已被纳入国家紧缺人才管理系统。

2013年我国高校市场营销专业招生情况理想,毕业生近年的就业形势也不错。市场营销和广告学、物流管理、国际经济与贸易等经济管理专业成为就业最新热门专业。特别是在深圳、广州、上海、成都,这四个专业需求数超过了该地区招聘总数的一半,反映了这些专业成为市场上的热点专业,各地对这些专业人才的竞争也十分激烈。根据权威数据咨询公司麦可思的调查显示,在未来4至5年就业市场需求量最大的30个职业中有6个与市场营销专业的匹配度都相当高,例如,客服代表、销售代表(批发和制造业,不包括科技类产品)、市场调研、营销策划、公关、电子商务。

二、市场营销专业就业领域

现阶段,市场营销专业就业领域集中在营销管理类和拓展类两个方面,参见表1-1。

表 1-1 市场营销专业职业岗位分析一览表

就业领域	就业方向	主要业务岗位
营销管理类	推销方向	市场专员、销售代表、市场开拓、销售主管等
	客服方向	营销客户经理、产品客服主管、呼叫中心客服员、 客服专员等
	市场调研方向	初级调查分析师、中级调查分析师、高级调查 分析师、品牌经理、市场调研经理、咨询顾问等
	公关方向	公关策划经理、公关管理人员、危机公关员等
	营销策划方向	产品策划员、广告策划、公关人员、渠道设计员、 策划人员等
	电子商务方向	网络营销员、电子商务主管、营销信息经理、 电子商务工程师等
拓展类	行政管理	办公室主任、办公室主任助理、 办公室管理人员
	财务管理方向	财务主管助理、财务人员
	服务与咨询	营销培训师、秘书

第二节 职业发展与薪酬动态

一、市场营销职业发展分析

在职业生活中,个人职业发展路径一般可以分专业技术方向和管理类方向,由此在职业生涯中职业路径又可分为学术路径、行政路径、技术路径、管理路径等。由于选择不同的职业路径,即便是同样教育背景、同时加入同一单位工作,其个人职业生涯发展路径也会有不同的结果和较大的差异。

近年来与社会对市场营销专业人才多样化需求相对应,市场营销专业毕业生在就业上也表现出多元化的特点。基本上,刚刚从高校毕业的大学生就业领

域有推销、客服、市场调研、公关、营销策划、电子商务六个方向。这六个方向存在不同的职业发展路径,参见表 1-2。

表 1-2 市场营销专业职业发展一览表

岗位	职业发展方向	职业发展路径
推销员	销售经理、销售管理经理、销售培训经理、业务拓展经理	路径一:继续走销售路线,工作 1—2 年及以上,表现优秀者可晋升为销售经理; 路径二:对管理颇有心得,希望走管理路线的可以发展为销售管理经理; 路径三:积累一线销售经验且又对培训很有兴趣的销售代表可以往销售培训经理方向发展; 路径四:在积累丰富的大客户销售经验,以及拥有良好的挖掘客户能力的基础上,有望发展为业务拓展经理。
客服专员	客服经理、产品客服主管和呼叫中心客服主管	路径一:在积累 2—3 年工作经验、具备较强客户服务管理能力,全面掌握客户信息分析与管理、信息利用管理和账龄管理等相关专业知识,能独当一面后可依据所长升任为客服经理等。 路径二:若熟悉企业的产品和业务流程,对市场营销所需要的资源、客户、市场的管理和维护具有丰富的理论知识与实践经验,并熟悉企业客户服务管理所需要的外部资源的联络、沟通程序、技巧或者呼叫服务技巧,有望升到产品客服主管和呼叫中心客服主管。

续表

岗位	职业发展方向	职业发展路径
市场调研员	高级调查分析师、高级市场信息分析师、品牌经理、市场调研经理、咨询顾问	路径一:随着经验的不断积累、知识阅历的不断丰富,经过相关机构的认证可以发展为高级调查分析师、高级市场信息分析师,可供职于专门的市场咨询公司和研究机构; 路径二:具备较强组织管理、领导协调能力后,有望发展为企业或机构的管理人员,如品牌经理、市场调研经理等; 路径三:对行业工作的流程了如指掌后,可以考虑“自立门户”,为企业或机构提供所需的市场数据以及相关方面的咨询等。
公关专员	公关经理、媒介推广经理、市场经理	路径一:积累一定工作经验,具备一定组织管理能力后,公关专员可以凭借自己的出色表现谋求职位晋升,成为公关经理; 路径二:对媒体运作了如指掌,能够与主流媒体打成一片的公关专员可以考虑向媒介推广经理发展; 路径三:人际关系广的公关专员,如果对开拓市场感兴趣还可以考虑向市场经理发展。
营销策划专员	营销策划经理、营销策划主管	路径一:积累3—5年工作经验,熟悉企业所有产品,能够准确把握市场变动和客户需求,具有丰富的市场营销策划专业知识,能够独立制订营销策划方案和计划并进行有效实施,同时对相关人员进行培训与督导,将有望发展成营销策划经理。 路径二:积累1—3年工作经验,能够把握市场信息,具有较强的逻辑性,擅长从各种信息中挖掘信息重点,将有望发展成营销策划主管。

续表

岗位	职业发展方向	职业发展路径
电 子 商 务 专员	电子商务经理、电子商 务主管	路径一：积累 2—3 年经验，能够制订电子商务网站计划，负责与相关合作公司和网站保持业务联系；并能够整理、分析各项数据，有望发展成电子商务经理。 路径二：积累 3—5 年经验，能对网站进行日常运营和管理，擅长管理不同部门之间的信息流、资金流以及单据流，并及时掌握网站经营相关信息收集、整理和管理等，有望发展成电子商务主管。

二、市场营销薪酬动态分析

随着我国经济的快速发展,企业向市场逐渐推出更多新的产品和服务,进而对市场销售人员的需求远远大于供给。因此,为了吸引和留住市场营销专业类人才,很多企业都提高薪酬。市场营销职位能够直接产生收入,因此与其他职能的职位相比,市场营销人员能获得更为充足的薪酬资源。特别是市场营销类岗位平均薪酬高于工程项目、财务审计、人力资源、行政后勤岗位薪酬,并且随着市场营销专业人才工作经验丰富,其薪酬水平也不断地提高,参见图 1-1。

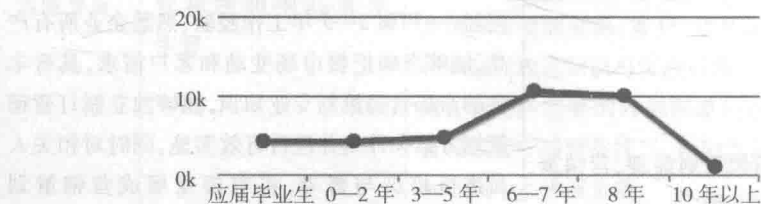


图 1-1 不同工作时间薪酬变动状况

另外,绝大多数刚刚毕业的大学生非常注重初始就业行业选择,为此了解不同行业营销岗位薪酬问题非常有必要。下面对市场营销专业的大学生主要从事的 6 个行业(消费品行业、医疗服务行业、高科技行业、金融服务业、物流零售行业、制造业)进行分析,依据 2013 年市场销售类职位薪酬调查报告,分别说明不同行业营销人员薪酬水平,以便对刚刚毕业的市场营销专业的大学生有更

好的就业指导。

(一) 消费品行业

除高端奢侈品外,消费品行业整体的招聘需求较为积极,据 2013 年市场销售类职位薪酬调查报告表明,89%的企业表示希望在紧缺的专业人才市场上能够吸引和留住有才华的候选人。在快速消费品行业,企业更多时候会选择能带来利润的增长战略。合并和通过提供科学专业的职业发展机会与渠道,有远见的企业留住人才的比率逐渐提高,同时也提高了员工的职业技能。一般企业,预期基层营销类职位的薪金在未来的 12 个月中将提高 10% 至 12%。高层营销类职位薪酬涨幅仍不容乐观,与绩效挂钩仍是决定薪酬是否增长的重要因素之一。

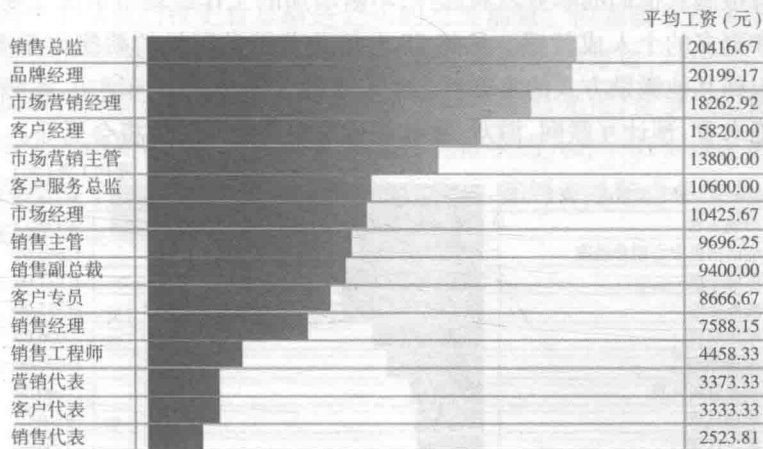


图 1-2 消费品行业营销职位平均工资

(二) 医疗服务业

医疗服务行业的雇佣市场是稳定的。该行业多数企业更多地投入在研发新技术上,销售部门对其来讲不是最主要的部门,因此营销类人员的需求没有明显地增加。2013 年市场销售类职位薪酬调查显示,84%的企业主对于拥有优秀沟通能力和良好人脉关系的专业销售人员需求最为迫切。医疗服务行业专业人才市场的工资在未来的 12 个月预计提高 8% 到 15%。薪酬的涨幅主要体现在提高基本工资上,而不是奖金或绩效工资。

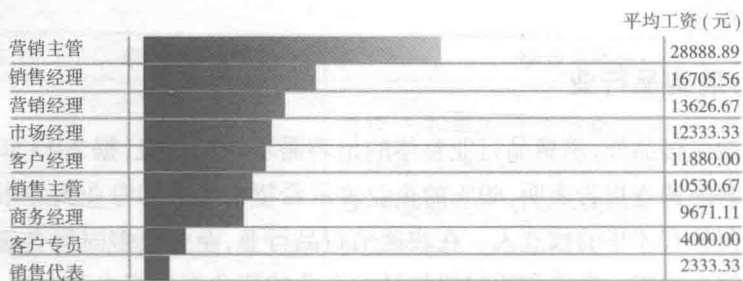


图 1-3 医疗服务行业营销职位平均工资

(三) IT 电信业

近年来,我国 IT 电信业发展的步伐在大幅加速,但仍有 67% 的回复者表示满意或者很满意他们的职业发展选择,不断增加的工作经验带给员工更宽的工作视野和更多的个人成就感。虽然 IT 电信业营销类职位的薪酬很重要,但企业还意识到其他激励方式的重要性。在未来的 3 年里从市场增幅、薪酬福利和工作环境来看,预计互联网、游戏、软件领域营销类职位前景将会更好。

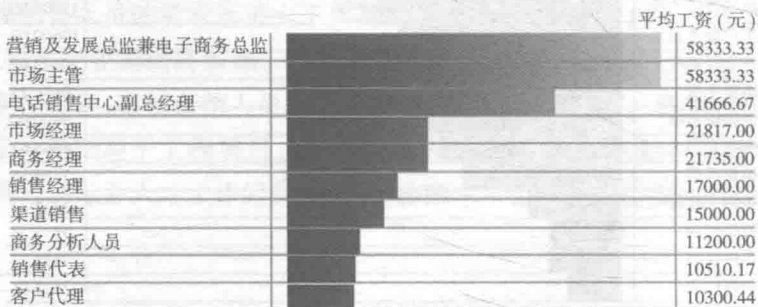


图 1-4 IT 电信业营销职位平均工资

(四) 金融服务业

因中国各个地域、各个行业发展并不平衡,金融服务业的专业人士跳槽率比较高。一般来说,在金融服务业内公司的规模都较小,起步薪酬不高,但股权激励方案往往更具吸引力。该行业的营销类员工薪酬的涨幅主要体现在奖金或绩效工资上。

	平均工资(元)
运营管理副总	33333.33
股票基金经理	25000.00
金融行业经理	17441.67
销售代表	13333.33
LC贸易顾问	10666.67
私人理财经理	8983.33
项目经理	6740.00
资深绩效分析专员	6673.33

图 1-5 金融服务业营销职位平均工资

(五) 物流零售行业

物流零售行业大部分企业营销类中高管人员的薪酬较高。对求职者来说,更换工作的动机与考虑因素变得更加谨慎与保守。对于下一个工作机会,78%的职场人士表示他们将更看重新进公司的发展前景。但是随着更多的国外物流企业进入中国,该行业物流人才的需求量更有较大的增加,对报关、运输、货代等较低职位需求量仍然很大,但基本人才供应相对充足,竞争也较激烈。中高端专业人才仍是目前此行业人才市场较为抢手的人才。83%以上的雇主表示企业需要的专业人士要有非常强的综合素质,能够有效整合各类资源,迅速带领团队提高业绩。

	平均工资(元)
物流零售主管	76245.00
市场营销经理	21666.67
销售经理	18055.56
商品处处长	12480.00
市场拓展经理	5833.33
市调经理	1666.67

图 1-6 物流零售行业营销职位平均工资

(六) 制造业

一方面,制造业企业43%的雇主认为目前是买方市场,过高估计行业人才市场上的供需状况,而另一方面,超过76%的求职者表示在更换工作方面异常谨慎及小心,若非公司裁员,轻易不愿考虑新工作机会。考虑工作机会的动机也会更多地考察新进公司的发展前景、职业发展机会。事实上保持与猎头公司的密切联系对求职者而言非常重要。求职者在这个特殊时期做第二次事业选择的时候,会存在看不清行业趋势以及自己优势的问题,寻求专业猎头公司的