# 市场营销专业就业情况调查报告

来源：网络 作者：尘埃落定 更新时间：2024-11-22

*第一篇：市场营销专业就业情况调查报告市场营销专业就业情况调查报告一、趋向行业根据权威数据咨询公司麦可思的调查显示，就业市场在未来4至5年需求量最大的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...*

**第一篇：市场营销专业就业情况调查报告**

市场营销专业就业情况调查报告

一、趋向行业

根据权威数据咨询公司麦可思的调查显示，就业市场在未来4至5年需求量最大的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）、销售工程师等。本专业学生是MBA（工商管理硕士）、EMBA（高层管理人员工商管理硕士）、营销师、营销经理、职业经理人等最适合的人才。

通信业：今后几年，通信业人才需求将主要分布在基础电信运营企业，新增电信企业和政府部门，市场营销服务人才比重将超过技术人才。人才构成进一步变化为：经营管理类、通信技术类和市场营销类人才需求比例为2∶3∶5.这个比例中经营管理与市场营销人员比重较之前有所上升，预示着更多非通信专业人才将涌入通信行业。

汽车业：未来5年，根据汽车发展的水平和需要来看，人才供求矛盾的变化将不是渐增，而是激增。这意味着人才供求的结构性矛盾非常突出，尤其是研发机械工程师、销售和市场人员的新增工作机会将非常可观。在汽车企业的招聘中，不是哪类人才比较重要，而是各类人才都很重要；不是哪类人才紧缺，而是全面紧缺。主要包括：汽车研发人才、维修人才、营销人才、管理人才、汽车服务人才等。

快速消费品：快速消费品行业的人才缺口将依然主要来自市场营销岗位。更多内容尽在我的空间．近年来，该行业大量的市场、销售人员，特别是品牌建设人员流向其他行业，而从其他行业流向快速消费品行业的市场人员并不多。因此，在2024年相关企业将有必要继续对此类人才进行储备。

石油业：石油行业招聘企业以特大型国有企业和外资石油服务公司为主。外资石油企业方面，从其在中华英才网上所发布的职位显示出，专业技术人才，尤其是地质工程师和钻井工程师有明显的人力资源匮乏的现象。同时，因为目前石油企业才人流动的内外部条件还未成熟，所以外资企业虽然提供良好的职业发展空间、有竞争力的薪酬待遇等优越条件，招聘到所需的研发技术人员也有一定难度。国有企业方面则是从事跨国经营的人才极为紧缺——就陆上石油企业而言，无论是各石油企业还是三大集团公司直属机关，从事跨国经营的管理人才都不足总人数的1%.06年人才市场盘点。

市场营销毕业生可以从事市场调研、营销策划、广告策划、市场开发、营销管理、推销服务和教学科。研等工作。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。根

据我国有关资料统计，从20世纪80年代中期至今，我国企业界自办或协办的人才交流会约两千多场次，而每一次的人才交流会上，市场营销人员都是最受欢迎、最供不应求的人才, 随着市场竞争的日趋激烈，这种势头在未来将越来越猛烈。

二、就业率

根据权威数据咨询公司麦可思的调查显示，就业市场在未来4至5年需求量最大的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）、销售工程师等。往届高考生的调查反馈里，选报该专业的首要理由为“就业好”，这也在一定程度上反映了对本专业人才市场需求的看好。

在麦可思对2024届大学毕业生的调查中，市场营销专业本科生毕业半年后的就业率为90%，比全国同届毕业生半年后平均就业率高两个百分点，与同专业中类工商管理类持平。从收入情况看，该专业本科生毕业半年后的平均月收入为2298元，比全国同届本科毕业生平均高8%。工作与专业对口率方面，比全国平均71%的水平高出6个百分点。

三、入职岗位 业务员，业务助理，市场策划，销售策划，广告策划等。这些工作的晋升职位为业务经理，人事经理，财务经理，市场经理，销售经理等等；保险营销；金融类行业；专职市场销售。

国内销售人员可分为高级营销人员（如销售经理）、一般销售人员，多为客户代表、推销人员，包括商场售货员和挖掘客户的推销人员和兼职销售人员。这些毕业生需要技术类专业背景支撑自己从庞大的营销队伍中脱颖而出。

此外还有MBA（工商管理硕士）、EMBA（高层管理人员工商管理硕士）、营销师、营销经理、职业经理人等。

四、薪酬待遇

2024届本科生前5位职业流向 毕业半年后平均月收入(元)客服代表2164销售经理2784销售代表（不包括科技类产品）2328市场经理2620行政秘书和行政助理2024

根据综合调查，不同岗位的薪酬各有不同，一般跟市场营销专业相关的职业薪酬不固定。不过薪酬待遇水平相对较高。

职业是按劳动者的工作内容来划分，行业是按雇主的产品和服务内容来划分。即便是同一职业，在不同行业中就业，其收入、工作环境与工作任务等也是不尽相同的。从2024届市场营销专业本科毕业生主要从事的行业来看，前3位依次为“电子和电器设备及其零件制造业（除计算机设备以外）”（2293元）、“其他零售业”（2403元）、“银行业及信用合作社”（2903元）。主要进入的单位是民营企业/个体（2126元），其后是国有企业（2495元）、中外合资/外资/独资（2565元）。在城市流向上，北京（2621元）、广州（2844元）、上海（2851元）、深圳（2734元）、天津（2236元）位列前五。

五、就业难度

这个专业还是比较有前景的，就业方向可以涵盖任何企业事业单位，但就业难度相对较大。市场营销专业毕业生不仅需要有丰富的理论知识，还要拥有一定的实践经验。从未来中国的发展来看，中国需要大量的市场营销专业人才，如果具备了一定的专业知识和实践能力还是非常有前途的。

六、其它

营销专业的优势：

1．就业率最高的专业之一。市场营销毕业生可以从事市场调研、营销策划、广告策划、市场开发、营销管理、推销服务和教学科研等工作。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。根据我国有关资料统计，从20世纪80年代中期至今，我国企业界自办或协办的人才交流会约两千多场次，而每一次的人才交流会上，市场营销人员都是最受欢迎、最供不应求的人才, 随着市场竞争的日趋激烈，这种势头在未来将越来越猛烈。

2．晋升机会最多——三年就可以混出个模样来(最容易做出业绩)。在美国的企业高管人员中，40%—60%是从营销人员中提拔上来的。

3．报酬最高的职业之一——公司中真正的白领。营销人员的收入相对于公司中的其他白领，报酬是最高的，因为很多公司的营销人员都有较高的销售提成。

4．掌握的客户资源多——这是最大的财富。由于营销人员手中掌握着很多客户，这些客户就是你今后事业发展的基础。

5．人际交往广泛——好人缘是开拓自己事业的基础。市场经济是交际经济，要使自己的事业有所发展，就需要有众人相助。营销人员经常和客户接触，社交面极为广泛。

6．事业的起点。由于营销人员有好人缘，手中又掌握着大量的客户，这就为今后自己事业开拓打下良好的基础。

7．最适合年轻人的职业——有挑战性、自由度也较高。

专业选择需注意的问题：

1．有利于自己事业的拓展。上大学的目的不是为了找工作，上大学的目的是为了开拓事业。如果为了找一个工作，根本没有必要上大学，而开拓事业就需要掌握企业管理理论和方法。

2．为了不后悔。一个人一生中如果没有努力和奋斗过，以后可能会后悔，年轻人就要敢于迎接挑战。

3．为了面子。中国人的面子观念很强，一个人总希望：别人有的东西我都有，别人没有的东西我也有。而要保全你的面子，就需要找一个能够有较好收入的职业。

4．进退自如。你目前选择的专业，关系到你今后从事的职业，最好你选择的专业能够做到进退自如，创业还是打工完全自己作主。

5．要选择热门专业中的冷门专业。如果是热门专业，人才济济，找到一个好单位很难，因为这方面的人才已经很多，工资待遇也不会很高。所以，选专业一定要选择热门专业中的冷门专业。如计算机是热门专业，因为每个单位都需要这方面的人才，但收入呢？热门专业中听起来收入很高的，但那是属于你的吗？

6．相信你能够成功。一个人要相信自己，通过自己的努力是能够成功的，没有规定谁能够从事什么职业，谁不能从事什么职业。也许有的同学会说：“我是女生，不适合做营销”，有一句广告词说的好：“我是女生，我优先”；还有的会说：“我不善于社交”，我认为，事在人为，职业和环境会造就你；还有的说：“我父母希望我从事什么职业”，我认为，自己事业自己作主，命运掌握在自己手里；如果你是男生，那么，你不赚钱谁去赚钱呢？你要承担家庭的责任。

08012339

徐\*

**第二篇：江苏省电力市场营销专业就业情况的调查报告**

江苏省电力市场营销专业就业情况的调查报告

概要：

（一）调查目的为了更加深入、有针对性地了解电力市场营销专业在电力系统内的就业情况，专门进行了此次的调查。

（二）调查内容

我希望通过此次的调查，可以从电力市场营销主要用人单位的角度了解用人单位对于本专业的多方面的要求和需要，然后针对用人单位的要求提高自身素养，成为一个更符合社会需求的大学生。

（三）调查方法

我在张家港杨舍供电所实习了一个月以进行此次的社会调查，主要针对用人单位对本专业人才的要求和单位基本的日常事务，采用询问相关工作人员、查阅相关资料等方法。从相关工作人员那我们可以更清楚地了解处理日常事务所需要的知识和技能，相关资料的查阅又可以让我更加清楚单位的日常运营。

随着国外电力市场改革如火如荼的进行，我国也慢慢学习国外电力改革的成功经验和失败教训，逐渐开展电力市场的开放和改革。在这样的大环境和趋势下，有关电力方面尤其是电力市场营销方面的专业人才就变得更为必要，由于电力产品本身的特殊性，即电能的生产、供应和使用几乎是瞬间同时完成的；电能不易储存，没有中间环节；电能使用总量总是随时在变化的；发电厂、电力用户通过电力线路和变电站互相连接成电网进行生产和使用，电网是不可分割的整体；电能的质量管理是非常严格的。交流电网的电压和频率的质量，不仅直接影响电力用户和终端产品的质量，而且直接关系电网本身的安全和电力用户的用电可靠性。这就需要对电力生产进行严密的组织指挥，科学的统一调度和管理，才能保证电网协调一致、安全稳定地运行。这种管理严密、技术复杂的系统工程需要有专业的专门人才执行科学的、权威的法律规范和行为准则，以保证电网统一调度的实施。

为了充分认识用人单位对于电力市场营销专业人才是否需要和要求，我在江苏省张家港市杨舍进供电所营业班行了此次的社会调查。张家港杨舍供电所下设

运行维护班、电费班、营业班等生产班组，其中需要电力市场营销专业人员的班组主要有电费班和营业班等。由此可见，本专业涉及的知识面很广，要求学生不仅要具有经济管理方面的基础知识，而且要求学生具备一定的电力专业知识，从而提供专业的、优质的服务。

面对访谈资料和查阅的相关资料进行整理分析，我们发现：

⑴电力营销工作涉及的岗位众多，不同岗位对人才知识、能力的要求有不同的侧重。例如，计量表计效验对各种电能表计的相关知识和能力的要求较高，而客户服务岗位则对电力营销业务流程、电力客户服务、客户关系管理等方面较为重视。

⑵虽然不同岗位对知识、能力的要求有所不同，但是对一些普遍性、共性的知识和能力，有着基本相同的要求。如对电力运行的基本知识、电力法律和法规、企业管理与客户服务理念等。

⑶现场工作人员一致对学生实际工作能力、社会适应能力、思想道德素质等提出了较高的要求。

市场营销工作涉及面很广，适应性很强。营销人员通常应具备一定的经营管理能力、组织协调能力、社会适应能力、快速学习能力等，而从事电力营销工作，还应具备电力工程技术方面的知识和相应的操作能力。所以，我们认为，电力市场营销人才应是一种复合型人才，这种“复合型”主要表现在：

⑴从知识层面看，是社会科学知识和自然科学知识的复合，是经营管理学科和电力工程学科的复合；

⑵从能力层面看，既要具有营销、管理的分析操作能力，又要具有基本的从事供电技术工作的能力；

⑶从基本素质层面看，应能够讲所学知识融会贯通地应用到实际工作中去，解决存在的社会性和技术性的实际问题，并符合国家有关政策的要求。

所以说，从事电力市场营销工作的应用型人才，应是了解一般的文科知识，掌握营销管理和电力工程的基本理论，具有从事管理、营销工作的基本能力和供用电技术工作的基本操作技能，面向生产第一线，能够承担和完成实际工作任务的人才。

在调查的过程中，我还采访了一起工作的工作人员和一些管理人员，从整理

出的采访的结果我发现从事电力市场营销工作的本科层次复合型应用人才，应当具备三个基本特征：

⑴知识面要广，知识结构是复合型的，营销管理知识与电力工程知识搭配要合理，相得益彰；

⑵应具备承担电力营销实际工作的能力和素质，既要会电力营销管理实务，又懂得电力工程有关技术，还能够理解和掌握国家电力相关法律和政策，处理好客户关系，做好客户服务工作；

⑶具备必要的理论基础，适应性强。能承担不同电力营销岗位的工作，具有较强的学习能力，有一定的发展潜力。

市场营销（电力方向）专业是培养适应21世纪社会经济发展需要的，德、智、体、美全面发展，具备比较扎实的管理学、市场营销学理论基础，熟悉电力工程基本理论，比较熟练地掌握组织管理、营销分析与策划、电力计量、电力客户服务等相关电力营销技能，拥有较强的学习能力、工作适应能力和创新能力，知识面较宽，能在电力企业电力营销部门、发电企业、电力设备制造企业，从事市场分析、策划、客户服务、产品销售及管理的复合型应用型专门人才。

由此可见，电力市场营销专业是为适应社会经济发展需要而建立和发展的，是一个介于经济管理和电力过程之间的学科，它不同于以普通产品销售为内容的一般意义上的市场营销，也不同于技术性很强电力过程，它是培养我们具备一定的电力工程知识和相关能力，以此为背景，帮助我们更好地了解电力产业的运行情况，从而做好电力营销的本职工作。

这次在学校的领导下，我进行了主题为“追寻红色足迹，肩负青春使命”的关于大学生就业创业的实践服务活动。在这个为期一个月实践过程中，我通过自己的工作了解了电网公司的基本运行和日常事务，结合自己已经学到的知识与电网公司的实际运行情况，学习并掌握了如何处理日常工作。但是我也深刻感受到了自己的不足，在学校里学习的有关于电力工程、继电保护和电力设备运行的知识，完全不能满足工作中的要求，我们学习到的知识都太理论化和概括化，而实际工作中要求你牢记每个设备的参数和性能以及报价，这对我们来说很多都是没有接触过的，我们应该再加强自己对于电力工程和电力设备的学习，平时多多了解关于常见电力设备的情况，了解厂家信息，我们需要做的是厂家和电网公司的双向沟通，只有对于利益双方都有充分的了解和认识，才能更好地建立厂家和电网公司的合作关系。

由于国家近几年来正逐步加大对电网运行的监管，作为直接与顾客和厂家接触的销售人员，我们应该具备一定法律基础，熟知各种电网运行法律和法规，以保证电网的健康运行和合法运行。由于普通电力用户对于电网运行的法律法规还不是很了解，我们作为电网公司中直接和电力用户打交道的人员，应该运用我们的专业知识，加强对民众的法律法规教育，支持和鼓励民众参与到电网的健康运行和维护中来。

电网公司近几年来建设了95598热线，方便了电力用户的咨询、报修和投诉，各级电网公司也都对电力营业厅加大了监管力度，以提高服务质量。作为服务人员，我们要以专业的知识、良好的素养，提高服务质量，并争取运用经济管理和企业运行和服务营销的知识，建立服务品牌化，打造品牌营业厅，提高电力用户的服务满意度，提升企业形象，打造企业的核心价值。

通过此次的调查，我认为作为电力市场营销专业的学生，我们要掌握的不仅是单一的电力工程或市场营销的知识，企业需要的是复合型的人才，我们就要成为拥有电力技术知识背景的市场营销者，并具备足够的法律知识基础和企业管理知识，使企业能合法运行，并更为现代化，帮助企业打造核心价值。

**第三篇：市场营销专业就业简介**

市场营销专业就业简介

市场营销专业的就业前景应包含以下几方面的内容：

一、人才培养方向应满足企业与社会当前与未来的需求，同时也要贴近高职教育的特点。

根据市场调查，当前社会与企业对营销、物流专业的人才需求包括三个层次：

1、战略型人才，2、管理型人才，3、技术性、技能型人才。

就市场营销专业而言，１、战略型营销人才包括营销项目策划与规划人才，营销教学科研与培训人才。他们从事企业营销战略、发展方向的研究，具备敏锐的市场预测能力，能够深入分析市场营销宏观环境与微观环境，熟知企业、行业的营销活动全局以及各个流程、环节。２、管理型营销人才则是指掌握企业或行业的经营活动规律，能够胜任企业的经营管理各个方面的工作。具备良好的协调能力，既积累了一定的营销技能，同时具备与营销有关的其他方面的知识、经验、素质。３、应用型营销人才是在企业中从事具体营销工作，主要包括：市场调查、促销、推销。

社会与企业的发展对人才的需求是多层次的，而从高职教育的定位与特点来看，我们技能型、应用型人才正是我院、市场营销专业的培养定位的基本方向，为了学生的可持

续性发展以及满足个性化需求，适当开设某些符合中级能力要求的课程。

二、专业岗位群既要求学生具备良好的专业技能，更需要优秀的职业素质。

通过调研，我们了解到市场营销专业的岗位群覆盖企、事业单位及政府相关部门，具有非常广泛的就业领域。

对市场营销专业的岗位群做出如下描述：

1、企业的销售部门的业务员或主管岗位；

2、零售企业或批发企业的促销员、推销员等岗位；

3、企业营销部门的市场调查、信息统计、售后服务等岗位

4、企业的营销策划、市场预测人员；

5、各类咨询公司的相关岗位。

其实只要学生的自身定位合适，营销专业的就业形势与前景都是较好的，尤其在江浙地区，几乎各个行业，各个企业都需要这两个专业的毕业生。然而，良好的专业技能只是一个就业时的基本平台、通行证，能使毕业生有更大发展空间，同时吸引企业愿意、支持与我校进行校企合作、工学结合的理由，主要在于学生是否具备优秀的职业素质。如：职

业忠诚度、敬业精神、团队精神、自我学习能力、创新能力等。个别学生还可以自己创业。

三、专业课程学习为就业打下理论基础，同时也要充分磨练社会实践能力。

市场营销专业学生培养的主导方向是促销员、推销员，主要与营销专业的职业资格证书挂钩，目的是通过教学，使学生达到取得中级、高级推销员（营销师）的考证能力要求，适当开设开拓知识或深化技能的课程。

主干课程有：市场营销、消费者行为学、商务礼仪与谈判、统计与市场调研、销售业务管理

其他课程有：商品学与商品流通、会计学、国际贸易、电子商务、合同法

实训有：市场调查实训、商务礼仪与谈判实训、销售实训由于市场营销专业都与社会、商业企业联系紧密，理论与实践联系也十分紧密，所以一方面教学要贴切企业、社会实践，确保学生的能力符合社会的需要提高社会效益、经济效益，另一方面，学生通过实训、顶岗实习、、工学结合，形成良好的实践能力，为今后就业打下坚实基础。

目前营销是国内市场需求量最大的人才库.就业是没有问题的,重要的是你要了解精通某一领域的市场和营销系统,这样一专 多能自然无后顾之忧.前程远大!

**第四篇：市场营销专业就业前景**

市场营销专业就业前景

市场营销专业就业方向主要在企事业单位及政府部门从事市场营销管理以及教学，科研等工作。

市场营销专业人员是各个企业、特别是大型企业不可缺少的人才.根据我国有关资料统计,从20世纪80年代中期至今,我国企业界自办或协办的人才交流会约两千多场次,而每一次的人才交流会上,市场营销人员都是最受欢迎、最供不应求的人才, 随着市场竞争的日趋激烈,这种势头在未来将越来越猛烈.相近专业,市场营销专业就业岗位如下:

1、企业的销售部门的业务员或主管岗位;

2、零售企业或批发企业的促销员、推销员等岗位;

3、企业营销部门的市场调查、信息统计、售后服务等岗位

4、企业的营销策划、市场预测人员;

5、各类咨询公司的相关岗位.对于每个公司的经营来说，市场开拓这块是必不可少的，市场营销专业毕业后一般多会从事销售类的和市场类的工作，前期可能会辛苦一点，从一个普通的业务员开始，慢慢积累经验建立自己的客户群，业绩突出的话可以提升到主管或销售总监。随着我国经济的高速发展,人才的竞争越来越激烈,很多专业的毕业生就业压力也越来越大.与之相反,市场营销专业的需求缺口却越来越大.市场营销的就业前景非常可观.市场营销专业是需求较大的专业,各类企业均需要,就业前景很广阔,历年平均就业率达97市场营销专业是经济管理类专业中比较实用的类型,在市场经济逐步完善的今天,对于作为独立经济实体的企业、公司,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,所以毕业生供不应求.市场营销与个人职业规划在经济市场化的今天,各行各业运行的终极目标都是把自己的“商品”投放市场,被市场接纳、吸收,从而取得市场效益.这就要求每个人在工作时都必须有一种产品的营销意识,尤其是企事业单位的管理人,更是必须具备强烈的产品营销意识.世界上很多著名企业的创始人和高级管理层就是从市场营销起家.所以优秀的市场营销专业人才更容易进入各行各业的高级管理层,市场营销是每一个有志之士规划自己辉煌职业生涯的必修课程.%左右.从每年的就业调查来看，市场营销的需求量一直都处于前三位的，所以说市场营销专业就业方向还是很广阔的!

**第五篇：浅谈市场营销专业就业前景**

浅谈市场营销专业就业前景

摘要：随着我国市场经济的不断完善，市场营销已经渗入到各种各样的企业里，营销人才的竞争已经成为企业与企业竞争的一个重要方面。说明了市场营销与个人职业规划密切相关，分析了目前国内的市场营销水平。最后从三个方面概括市场营销就业前景。

关键字：市场营销 就业 人才

随着我国市场经济的不断完善，市场营销已经渗入到各种各样的企业里，不仅是外资企业、民营企业，国有企业也都在讲市场营销。人们对市场营销的观念也将有更深的认识，所以对这方面人才的需求将继续看好，并有继续升温的可能。随着国内市场的一步步规范化，无论是国有企业、民营企业还是外资企业都站在同一起跑线上参与市场竞争——其核心就是营销人才的竞争。

市场营销与个人职业规划在经济市场化的今天,各行各业运行的终极目标都是把自己的商品或者服务投放市场,被市场接纳,从而取得市场效益.这就要求每个人在工作时都必须有一种产品的营销意识,尤其是企事业单位的管理人,更是必须具备强烈的产品营销意识.世界上很多著名企业的创始人和高级管理层就是从市场营销起家.所以优秀的市场营销专业人才更容易进入各行各业的高级管理层,市场营销是每一个有志之士规划自己辉煌职业生涯的必修课程。

目前国内企业整体的市场营销水平还比较低。企业的市场营销人员大部分都是从其他专业或行业发展过来的，很多高级市场营销管理人员也没有接受过系统的营销知识培训和学习，做市场完全靠的是他们的经验和对行业发展前景的感觉，市场运作的科学性、系统性不强。这种状况已经难以适应国内、国际不断提高的市场竞争水平。因此，企业急需那种具备系统营销知识和技能的人才，特别是高级市场策划和管理人员。我国新经济形势下缺少既懂管理、又懂技术，既熟

悉国内市场、又熟悉国际市场的复合型高级管理人才。市场营销总监、市场营销经理等高级营销管理人员已被纳入国家紧缺人才管理系统。通过调研和资料查阅，市场营销专业的就业前景应包含以下几方面的内容： 1.人才培养方向应满足企业与社会当前与未来的需求，同时也要贴近高职教育的特点。

根据市场调查及资料查阅，当前社会与企业对营销专业的人才需求包括三个层次：战略型人才、管理型人才、应用型人才。

就市场营销专业而言，（１）战略型营销人才包括营销项目策划与规划人才，营销教学科研与培训人才。他们从事企业营销战略、发展方向的研究，具备敏锐的市场预测能力，能够深入分析市场营销宏观环境与微观环境，熟知企业、行业的营销活动全局以及各个流程、环节。（２）管理型营销人才则是指掌握企业或行业的经营活动规律，能够胜任企业的经营管理各个方面的工作。具备良好的协调能力，既积累了一定的营销技能，同时具备与营销有关的其他方面的知识、经验、素质。（３）应用型营销人才是在企业中从事具体营销工作，主要包括：市场调查、促销、推销等。

社会与企业的发展对人才的需求是多层次的，而从高等教育教育的定位与特点来看，我们战略型、管理型人才正是我校市场营销专业的培养定位的基本方向，为了学生的可持续性发展以及满足个性化需求，开设多符合高级能力要求的课程。

2.专业岗位既要求学生具备良好的专业技能，更需要优秀的职业素质。通过调研，我们了解到市场营销专业的岗位群覆盖企、事业单位及政府相关部门，具有非常广泛的就业领域。

我们对市场营销专业的岗位群做出如下描述：（1）企业的销售部门的业务员或主管岗位；（2）零售企业或批发企业的促销员、推销员等岗位；（3）企业营销部门的市场调查、信息统计、售后服务等岗位；（4）企业的营销策划、市场预测人员；（5）各类咨询公司的相关岗位。

其实只要学生的自身定位合适，营销专业的就业形势与前景都是较好的，几乎各个行业，各个企业都需要市场营销专业的毕业生。然而，良好的专业技能只

是一个就业时的基本平台、通行证，能使毕业生有更大发展空间，同时吸引企业愿意、支持与校企进行合作、工学结合的理由，主要在于学生是否具备优秀的职业素质，如：职业忠诚度、敬业精神、团队精神、自我学习能力、创新能力等。

3.专业课程学习为就业打下理论基础，同时也要充分磨练社会实践能力。市场营销专业学生培养的主导方向是适应市场经济发展的高级人才，主要与营销专业的职业资格证书挂钩，目的是通过教学，使学生达到取得中级、高级推销员（营销师）的考证能力要求，适当开设开拓知识或深化技能的课程。

主干课程有：市场营销、消费者行为学、商务礼仪与谈判、市场调查与预测、渠道管理、人力资源管理、品牌管理、会计学、国际贸易理论与实务、商务沟通与谈判、网络营销等

由于市场营销专业都与社会、商业企业联系紧密，理论与实践联系也十分紧密，所以一方面教学要贴切企业、社会实践，确保学生的能力符合社会的需要提高社会效益、经济效益，另一方面，学生通过实习形成良好的实践能力，为今后就业打下坚实基础。

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！