

实施性人才培养方案制订的过程性材料(二)

市场营销专业人才需求调查报告

一、专业发展背景

随着中国经济建设快速发展，国外企业、港、澳、台商投资企业、合资企业、独资经营企业、外商投资股份有限公司等等。国内国有、集体、股份、联营、私营等其他企业大量崛起。随着社会主义市场经济体制的建立和生产现代化、生产社会化的加速发展为巨大的社会背景。我校开设了市场营销专业，并制订科学合理的人才培养方案和目标，已为社会输送了多届毕业生，升学、就业率达100%。

二、市场营销专业社会需求状况

1、主要去向

市场营销专业毕业生的去向复杂多样，一部分通过对口高考进入高等学校继续学习，另一部分进入工业企业、商品流通企业、饮食服务业和金融业（含保险与证券业）、农业、养殖业、信息产业等。其中，工业企业与商品流通企业的需求所占比重最大，分别占31%和33%。因此，拓宽市场营销专业学生的实用知识面，关注多行业对营销人才的需求，是市场营销专业人才培养的客观要求。

2、本市需求情况

根据相关资料显示，目前市场营销专业是当今就业形势较好的专业之一，近几年市场营销专业的毕业生基本上对找到对口专业的工作。

3、目标岗位（群）

市场营销专业人才的目标岗位分布很广，构成了很明显的目标岗位群。其中：推销员、业务员或营销管理员是最主要的岗位。

4、技能型高级专业人才缺乏

根据统计数据，至2013年底，我国拥有企业管理人员1456万人，与我国企业需求量相比，市场营销人员市场需求量相当大。市场营销人员具有初级职称的人数比中高级职称人数多。目前在人才市场上，初级市场营销人才有一定的需求量，但作为金字塔的中部和塔尖，中高级营销师一直是企业人力资源竞争的对象，就目前每年的供需比来看，中级营销管理人才需求的缺口很大，高级市场营销人才的紧缺就更严重了。

三、企业岗位要求

随着经济发展，企业对市场营销人员尤其是应届毕业生提出了许多新的要求。就目前来说，企业不仅要求市场营销人员有非常扎实的专业基本功，对外语和计算机等综合素质也提出了较高的要求，就以下三种不同类型的企业做一个比较和分析。

1、外商独资企业。

其要求是：外语能力至少3级，有良好的听说写能力，尤其是在文字表达方面。计算机能力方面要求熟练使用Windows，其中对网络、数据库操作、Excel等使用有较高的要求。并具备独立工作能力，有协作精神，工作态度良好，同时具备不断学习和上进的能力。

2、商品流通业的大型民营企业。

其要求是：公司对外接触较少，所以对外语的掌握在一般程度即可，对管理人员的计算机能力要求是会熟练操作即可。有扎实的专业基础理论知识，熟练的理论与实践的结合能力，广泛的管理、法律等综合判断能力，诚信的、敬业的人格素质，诚恳、勤奋的工作态度。

3、服务业的股份有限公司。

其要求是：外语3级以上，计算机则是能熟练运用Windows Office

软件，对一般财务软件能掌握则更佳，并有诚实、勤奋、谦虚、好学的良好素质。

由上述资料可见，现代企业对市场营销人才不再单一的只是在专业上的要求，而是由单极化向多极化发展。除了熟悉掌握专业学识之外，英语等级考试及口语、文字表达能力、计算机软件操作等也被列入企业择优录取时的必虑之点。除了在能力上的要求，企业对毕业生的人格素质和工作态度也十分看重。米卢曾说过态度决定一切，态度也可以改变一切。工作态度是否良好往往是一个人的对事物负责程度的折射和反映。诚信，也是一项必备的素质，对于市场营销工作者就显得尤为重要，它是一切数据和资料真实性和可靠性的前提和保障。

四、市场营销人才培养还存在主要问题

从问卷调查单位所提的建议与要求，以及走访调查了解到的有关情况看，中职市场营销专业的人才培养工作距离用人单位的理想要求尚有一定的差距，值得我们认真研究与解决。具体地，主要有以下几个问题：

1、学生的职业道德与敬业精神有欠缺

学生的职业道德与敬业精神的欠缺是本次调查中反映比较集中的一个问题。市场经济的发展所带来的价值观念、思想观念的巨大变化，不可避免地使一些学生产生心理上的浮躁和心态上的失衡，这无疑会影响他们对职业的选择和职业道德的水准。部分学生的择业观片面追求高薪、工作条件、生活条件，跳槽频繁，严重影响企业的正常经营活动和业务网络。部分学生吃苦耐劳的精神不够，不能安心一线工作，缺乏与企业同甘苦、共患难的意识，严格要求自己不够。

2、学生的基本文化素质不理想

中职学生的文化基础比较薄弱，人文素质不高，知识面较窄，突出

的表现是部分学生的“文史哲艺语”修养有待加强，口头表达能力与写作能力距离企业的现实要求差距明显，外语水平与计算机操作水平令人不太满意。由于市场营销人才面临的能力要求高，上述问题恰恰妨碍了学生的岗位适应能力与应变能力。

3、学生所学知识与实际的偏差滞后明显，“持证上岗”率较低

应用性与实践性是高等职业教育的基本特征。用人单位反映学生所掌握的与实践相吻合的内容很缺乏，一定程度上造成了“眼高手低”，例如网络营销、超市、物流管理、客户关系管理、市场开拓等都是企业面临的现实问题，但学生多数解决不好。同时，国家推行岗位证书制度，企业多要求学生能取得市场营销的职业资格证书，如助理营销等，但真正能拿出的很少。

4、学生的综合素质与应变能力有待进一步提高

学生综合素质是其岗位应变力的决定因素。企业最看重“独当一面”、机智灵活的营销人才，具体表现为要求学生具有丰富的想象力、判断力和思维力，特别是创新思维能力。调查发现，中职市场营销专业学生多擅长于类似岗位工作，综合运用所学知识，充分发挥内在的潜力解决复杂性问题的工作能力明显不强，能真正胜任高层次营销管理工作的人才十分稀缺。

5、学生的心理健康教育与意志磨砺要加强

良好的心理素质与顽强的意志是成就事业的基础条件。现代生活条件的改善，特别是独生子女的成长环境，使部分学生的心理素质较差，自信心不足，自我调节能力低，心理承受能力弱。用人单位反映：部分中职市场营销专业学生处理问题不耐心，往往急于求成，工作不够踏实，易灰心气馁，心胸比较狭窄，缺乏作为未来企业家的大将风度。

五、市场营销人才需求的预测

1、经济的发展需要不断补充新的市场营销人才

目前我国的经济形势不断好转，国民生产总值每年以高于7%的比例增长，经济结构调整，供求关系不断改善，从事市场营销工作的高级应用型人才需求大量增加。随着入世后与国际经济相融合，社会经济的进一步发展，企业之间的竞争日趋激烈，迫使企业生产经营从粗放式向精打细算式转变，市场营销将成为企业生存与发展的核心。企业的生存与发展与企业的管理状况息息相关，在经济全球化的形势下，随着社会财富的急剧膨胀，巨额的社会游资和外国资本进入国内的资本市场，使企业筹资渠道多元化，市场经济瞬息万变使企业投资风险大大增加，而资金筹措效率的高低及投资决策正确与否都极大地影响企业的前途，市场营销更显其重要地位，因此，企业需要更多的高层次的市场营销人才。

2、现有市场营销人员的现状和需求

目前，市场营销人员中的高级人才严重缺乏。另外，在企事业单位中（尤其是中小企业）从事基层市场营销工作的人员基本素质较差，专科以下的从业人员比例接近半数，他们的知识难以迅速更新，不能适应新的经济形式对市场营销管理工作提出的要求，因此，在需要补充高端市场营销专业人才的同时，我国更需要补充一批精强能干、微机操作能力强、知识更新快的专科层次的应用型市场营销专业人员。

六、市场营销专业人才培养启示

总体来看，中职市场营销专业因其切合市场经济体制要求，适应经济全球化、市场国际化趋势而成为热门专业。培养造就高素质市场营销人才是中职学校面临的光荣责任与义务。

希望通过本次调研工作，使中职市场营销专业的人才培养工作在总

结经验的基础上，针对人才需求的态势，深化专业教学改革，进一步落实素质教育的战略思想，实现教育创新为市场的可持续发展培养大批的营销生力军，更好地适应社会经济的发展要求。