

市场营销专业人才市场需求调查报告

一、市场营销专业社会需求状况

1、主要就业去向

市场营销专业可在工商、外贸、金融、保险、证券、旅游、房地产等企事业单位从事企业营销管理、客户资源管理、网络营销管理、营销策划、营销诊断、市场调查和咨询等工作。

2、本地区需求情况

市场营销专业是现阶段社会需求热门专业，学生就业前景较好。

通过专业组老师亲赴现场考察广东省各大人才交流市场，通过网络考察其他地市人才市场，发现市场营销专业需求居于各人才市场第一位，市场需求量巨大，而且高职层次市场营销人才需求比例较大。通过走访实习单位，与高层管理人员及人力资源主管座谈，了解各个企业都急需市场营销专科人才。

人事部发布《2021年三季度全国部分人才市场供求情况及分析》显示，2021年第三季度进入人才市场的招聘单位数与上季度基本持平。计算机、市场营销、建筑等专业成为人才市场招聘的热点，招聘数量前10位的专业：计算机、市场营销、建筑、机械、财会、行政管理、企业管理、金融、通信工程、经济，占职位总数的68.4%。本季度职位需求中，对研究生学历的需求占6.1%，本科学历的占43.5%，大专及以上学历的占45.4%。求职人员中研究生学历的占5.9%，本科学历的占40.4%，大专及以上学历的占53.7%。人事部发布的《2021年四季度全国人才市场供求信息》显示计算机、市场营销、机械、行政管理、建筑等专业是人才市场招聘的热点，求职人员主要集中在这五个专业。

珠海市人事局2022年发布一-季度人才市场供需信息，前三个月人才总量供需比为1.39:1，从学历来看，本科学历供过于求，其他学历都不同程度上供不应求。在需求排名前20位的专业中，市场营销名列第一-位。用人单位对研究生学历的需求占5.8%，本科学历的占44.1%，大专及以上学历的占50.1%，建筑、市场营销、计算机、企业管理、财会等职位大专及以上学历者较受欢迎。

3、目标岗位（群）

市场营销专业目标岗位大多集中于市场调研、营销策划、广告策划、市场开发、营销管理、推销与采购、物流管理以及售后服务等岗位。

4、高级技术技能型专业人才状况

市场营销专业的人才培养状况,可以简单地总结为:培养规模升中趋稳,人才培养质量与企业要求存在一定的距离,学生对人才培养的满意度不是很高。

(1) 培养规模升中趋稳

为了适应市场对营销人才的需求,我国高校相继开设市场营销专业。从1984年广西商业高等专科学校开设大专层次营销专业,1988年国家教委批准山东大学试办市场营销本科专业,到2008年我国开设市场营销专业本科的普通高等院校达到400所(不包括独立院校)。近几年市场营销专业人才竞争不断增强的情况下,开设市场营销本科专业的学校仍不断增长。

(2) 人才培养质量与企业要求存在一定的差距

笔者的一项调查显示,用人单位认为营销专业毕业生在工作中存在的主要问题依次是:团结协作差(46.7%)、敬业精神差(46.7%)、业务能力差(32.7%)、社交能力差(30%)、综合素质差(30%)。思想品德差(18.7%)、科研能力差(13.1%)。对营销专业毕业生进一步改善的建议包括:加强协作能力的训练(76.6%),加强管理能力的训练(63.6%),加强专业知识的学习(57%),加强人文知识的学习(41.4%),加强外语应用能力的培养(24.3%)、加强基础知识的学习(20.6%),加强计算机应用能力的培养(15%)。可以发现,营销专业毕业生不论是在能力方面,还是在知识方面与企业的要求都存在一定的差距。

(3) 营销专业毕业生对人才培养的满意度不高

对某高校2018级62名专科营销专业的毕业生的问卷调查显示,学生对营销专业人才培养的总体感觉一般的占57.5%,不太满意的占32.5%,很不满意的占7.5%,比较满意与很满意的为0,还有2.5%的学生没有发表意见。这虽然是对一个学校调查的结果,可能有失偏颇,但从近年来各高校营销专业招生普遍存在的困难也可以发现学生对营销专业的人才培养的满意度不高的现实。根据调查结果,不满意的具体原因包括实践环节太少(87.5%),课程内容重复(55%),教师的整体水平有限(42.5%),课程内容的现实意义不大(37.5%),课程设置太多,学生自主时间太少(32.5%),其他(5%)。

二、企业岗位要求调查

(一) 珠海珠澳跨境工业区昶东仓储有限公司

岗位: 市场营销专员

岗位职责:

1. 协助公司制定市场营销策略,负责市场营销方案的执行工作;

2. 客户资源的开发：负责揽货及独立开发新客户，发掘潜在客户；
3. 客户关系的维护：跟踪及处理客户反馈，维护客户关系；
4. 推广公司优势服务，对公司业务进行有效推广；
5. 根据公司的发展目标建立平台和开发业务。
6. 针对市场，收集不同的信息和客户资源；
7. 进行定期与不定期的市场调研、竞争项目和研究分析工作。

工作地点:珠海、广州、江门

任职要求:

1. 大专或以上学历，有国际贸易、市场营销、物流等相关专业背景；
2. 性格开朗，思维活跃，具有较强的沟通能力和表达能力；
3. 为人处事光明正派，诚实守信，工作上踏实能干，有强烈的上进心；
4. 有敏锐的市场洞察力，掌握市场分析方法，能够独立开发新客户；
5. 熟悉商业活动相关政策法规，能够及时掌握行业市场动态；
6. 熟悉国际货运代理、仓储、物流有关行业的流程、价格、业务渠道或物流资源；
7. 有物流、货代、外贸等相关行业工作经验或良好的客户关系者优先录用；
8. 擅于开发和维护客户，有一定的客户资源或有推广经验者和拥有自己的客户源优先考虑。
9. 熟练使用 MS OFFICE 办公软件；
10. 有一定的英语水平。

(二)珠海姗拉娜化妆品有限公司

岗位：新媒体运营

岗位职责:

1. 主要负责公司 SNOOPY 史努比和姗拉娜品牌的新媒体运营工作
2. 主推平台：微信公众号、小红书、抖音。
3. SNOOPY 公众号维护，一月 4 篇推文；
4. 双品牌小红书推文编写，一周 2 篇（含视频），内容简短，文案和拍摄风格符合实时美妆趋势。
5. 双品牌视频拍摄，一周不少于 3 条（60 秒），内容丰富，需要本人出境。
6. 联手旗舰店完成各平台链接，完成公司要求的产品测试工作。

任职要求:

1. 积极向上，热爱美妆，愿意分享美好生活；
2. 文案编写能力较强；
3. 有一定拍摄能力，会使用简单的手机和电脑端图片和视频美化软件；
4. 了解小红书和抖音的发布规则；

公司能提供的：

1. 专业化妆品公司，产品研发、生产、销售、传播一体化，加入公司将更有助于深刻了解品牌运营的思路和方法。
2. 尊重员工，待遇完善，提供向上的发展空间。

（三）珠海华发汽车销售有限公司

岗位：销售顾问

岗位职责：

1. 完成公司制定的销售任务；
2. 主动对潜在用户跟进并转化为成交用户；
3. 全面贯彻落实销售核心流程；
4. 建立客户信息档案并及时上报用户信息；
5. 协助解决用户咨询与抱怨；
6. 展厅车辆保洁与移位。

任职要求：

1. 大专及以上学历，专业不限（有经验者可放宽要求）；
2. 对汽车感兴趣，有志从事销售工作；
3. 具有良好的沟通能力，能吃苦耐劳；
4. 本岗位也可接受优秀实习生。

需求总结：

由上述珠海本地3家公司，与市场营销专业完全对口的3个典型岗位的招聘条件来看，企业对应届毕业生的要求是毕业即能上岗，要求学生在校学习期间就要完成岗位基本技能的学习和训练，另外，除了熟悉专业知识外，英文能力、文字表达能力、计算机软件操作、团队协作能力也被列入企业择优录取时的必虑之点，当然企业对毕业生的人格素质和工作态度也十分看重。

三、用人单位对专业人才培养目标、课程设置、职业技能证书的建议

通过调研，主要收集到用人单位以下几点意见和建议：

企业招聘，学历不再是唯一的准绳，更看重应聘者的工作经验、实务经验。应届毕业生在初期工作中普遍表现出遇到问题无法主动、出色地加以解决，安于现状、缺少改善工作、管理的建议和见解。更重要的是应届毕业生大部分表现出对职业的迷茫，职业规划的能力及职业定位都较差。

人才培养模式上要从专业实务、专业技能出发，增加校企合作企业的数量，丰富合作企业的类型，深度开发企业与专业技能的契合，共同开发校企合作实务课程。充分利用假期加强学生进入企业实践的机会，争取在进入企业前提早了解行业企业，了解工作内容和熟悉工作流程。根据应用型人才培养的要求，形成满足应用型人才培养的课程设置体系、教学内容体系、实践性教学体系和质量保障体系，大胆改革课程体系，突出实践能力培养。以1+x证书为抓手，积极促进校企合作，建立实训实践平台，强化学生的实务能力。

四、调研结果分析及应用

1、实现人才培养目标的科学定位

对高职市场营销专业人才的培养目标，必须突破大学专科层次的层次定位，立足于培养适应市场需求的高等技术应用性专门人才。从调查了解到的情况看，不少学生以大学生自居，盲目追求“白领”生涯而鄙视基层工作、基础工作，而企业所需的营销人才者。因此，要解决培养定位过高的问题，确立与人才的目标岗位(群)相适应的人才培养目标。

2、注重突出专业特色

不同行业的营销在原理上都是相通的,因此,普适营销教育在营销人才培养中是必不可少的,但是如果突出专业特色,则能够更准确地满足用人单位的需求,增强营销专业人才在人才市场上的竞争力。高校可以通过以下途径来形成专业特色。

(1)注重突出营销工作中的某一个环节。比如在营销专业中设置营销策划、市场开发与管理、广告策划与管理、销售管理、商务谈判、网络营销等方向。一些高职高专院校通常采取这种手段。

(2)与本校的优势学科相结合,培养复合型的技术型营销人才。比如一些医学院校设置医药营销、农业院校设置农产品营销、工业院校设置汽车营销、体育院校设置的体育营销专业等。

(3)与大型企业合作,开展订单式培养。

3、注重学生综合能力与素质的提升

在对企业的调查中,一位营销副总说:“市场营销不学不行,学了不一定行。”这句话说明营销理论知识的学习固然是重要的,但营销人才的培养仅有理论知识是不够的,还要注重综合能力与素质的提升。提升学生的能力与素质,仅仅通过课堂教学是难以实现的,必须通过实践教学才能取

得更好的效果。

(1) 营销专业的实践教学形式要多样化。实践教学既要培养学生运用理论知识的能力,同时更要提升学生的综合素质。因此,必须开展多种形式的实践教学。一是在专业课程中加强实践环节,通过完成小组或个人实训项目并进行汇报和交流,提高学生的知识运用能力、团结协作能力、表达能力等综合素质。这些项目一定要来自于企业的实际,切忌纸上谈兵,二是为学生提供更多的到企业实习的机会。三是开展丰富多彩的课外活动,提升学生的综合素质。比如开展拓展训练、徒步旅行公益劳动等,培养学生吃苦耐劳、团结协作的精神及责任意识。

(2) 加强对兼职和创业的指导。

学生课后兼职和创业是学生迫切希望提高实践能力的一个自发的行动。如果教师能够参与进去并进行相关的指导与帮助,这无疑是提高学生综合素质的一个有效途径。

(3) 充分利用各种资源,搭建学生实践平台。由于社会及经济多方面的原因,学生进入企业实践比较困难。为此,学校要充分利用自身的资源,为学生实践创造机会。比如将学校超市建设成学生的实践基地。学生到超市实习,不仅可以了解、学习超市的一些基本经营管理方法,更重要的能够将超市作为一个平台,开展一些实际的营销活动,以此来全面提升学生的实践能力。比如:针对超市营销或者是经营中的一些问题,开展一些营销调研活动,为超市的经营决策提供参考;在超市作导购员,直接向顾客推销产品;为超市设计和开展一些促销活动等。另外,学校也可以积极组织、指导学生参加各种形式的营销策划大赛、创业大赛等活动,来获得实践的机会。

2022年8月26日