

# 市场营销专业人才需求调查及改进对策分析

## ——基于广西农业职业技术学院市场营销毕业生调查

谢秋萍

(广西农业职业技术学院, 广西南宁 530007)

**摘要:** 随着经济和技术进步, 各行各业的公司都在飞速发展, 对市场营销专业的人才需求也越来越多。为提升市场营销专业学生的就业能力, 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。为进一步规范教学管理, 全面深化教育教学改革, 切实提高教育教学质量, 构建更加有利于实用性人才培养的高等职业教育人才培养模式, 本文对市场营销行业的人才需求做了调查, 在当前市场营销行业的人才需求变化下, 在总结近年专业教学改革经验的基础上, 提出了提高市场营销专业人才培养质量的对策, 以期为高职市场营销专业人才培养贡献力量。

**关键词:** 市场营销; 人才需求; 调查研究; 人才培养; 高职教育

### 一、市场营销专业社会需求状况

#### (一) 就业去向情况

市场营销专业毕业生的就业分布比较复杂, 去往各个行业类别的都有, 比如工业企业、商品销售企业、餐饮行业等, 也有去往金融业如保险行业、证券行业, 也有去往通信行业、信息行业的。市场营销专业的人才分布在各行各业, 就业范围比较宽。

根据对广西农业职业技术学院市场营销毕业生的调查, 发现市场营销行业的学生去往工业企业和商品销售行业的最多, 分别占了毕业生总数的 29% 和 33%。由此可知, 开阔市场营销专业学生的知识视野, 让他们掌握综合、多元的知识是市场营销专业人才培养的重要内容。

#### (二) 整体就业情况

根据对本校毕业生的调查, 发现市场营销专业的就业形势相对较好, 学生基本可以找到符合心理预期的工作。本校市场营销专业是本校就业形势最好的专业之一。这也说明, 当前人才市场对营销专业的人才需求量较大。

#### (三) 目标岗位情况

因为市场营销专业的就业范围比较广, 所以学生的岗位分布很宽, 这也形成了比较清晰的目标岗位群, 主要有推销员、业务员、营销管理员等。其中, 推销员、业务员的分布范围更广, 营销管理员也是比较受市场专业毕业生欢迎的岗位, 这个岗位上毕业生首先从管理培训生做起, 未来可以向管理者的方向发展。在这三个岗位之后, 也有一些与营销专业相关的岗位, 如工商策划、物流管理、销售主管、部门经理、公关等分布也较广。

#### (四) 职业发展情况

在调查中我们也发现, 在我国企业中, 管理人员比重较大, 管理人员和一线工作人员的比重大约为五分之一。在我国企业的

高级管理人才中, 市场营销专业的管理人才需求量比较大。

因此, 市场营销专业的人才不会不断提升自己的专业能力, 发展高级职称。在当前的人才市场, 对初级市场营销人才的需求量比较大, 但是初级市场营销人才的可替换性也比较大, 因此这类人才的工资待遇也较差。

企业最核心的竞争力来自于处于金字塔的中部和塔尖的营销管理人才, 这类人才是企业相互争夺的宝贵资源。根据对当前市场营销人才的统计分析, 中级营销管理人才需求的缺口很大, 高级市场营销人才更紧缺, 企业对高级管理人才的争夺更激烈。

### 二、企业对市场营销专业人才的要求分析

#### (一) 具有实践工作经历, 有实践经验积累

本次调查也分析了企业对市场营销专业人才的能力要求。调查显示企业在聘用市场营销专业人才时, 不只关注人才的学历、理论水平, 对实践能力和营销经验的关注更多。

企业在聘用人才时, 通常会询问应聘者对营销行业是否了解、是否做过相关工作。同时, 调查还发现企业对市场营销人才的心理素质比较关注, 对心理抗压能力、心理调适能力、人际沟通能力、组织能力等都比较重视。

#### (二) 具备计算机应用特别是 office 办公软件应用能力

随着信息化办公发展, 企业对员工的软件办公能力有了更高要求。市场营销部门的订单、发票等都需要通过企业的信息化办公软件执行。

企业内部的交流沟通也都需要通过 Office 软件进行。所以企业要求员工具备正常的 office 软件办公能力, 如利用电子表格统计并分析销售业绩, 进而调整销售策略; 应用 word 软件编辑营销方案以及制作 PPT 进行产品路演等。

这些都是市场营销人员在实际工作中的基本能力。部分管理规范的企业还具有完善的 ERP 管理系统, 实现企业从供应商到分销商全业务的信息化管理。公司内部之间的沟通都是通过信息化方式实现的, 这对营销人员的信息化操作能力要求更高了。

#### (三) 有较强人际交往和沟通协调能力

对于市场营销行业来说, 销售能力是最基本的能力, 其他一些能力可以为销售能力提供助力, 比如人际沟通能力, 市场营销不仅是和消费者的单次沟通能力, 维系长远的客户关系对于增加营销人员的业绩具有重要作用。

市场拓展、商务谈判、商机寻找等能力都是市场营销专业人才的必要能力。一些企业对应聘者的基本要求就是要拥有一定的客户资源。这也给高职院校的市场营销专业建设提出了要求, 要加强对专业学生的人际沟通能力、市场拓展能力的培养, 让学生在这方面有一定积累, 使学生工作后能尽快适应未来的工作岗位

的要求。

#### （四）具有良好的职业操守

在调查我们还发现，不少企业都比较关注市场营销专业人才的职业道德素养。当这个信息化社会，信息越来越有价值。市场营销专业的人才掌握着企业大量的客户资源和一些企业机密。

因此，当一些营销人员离职时，如果发生不遵守行业协议，违反行业道德的情况，将企业客户资源带到其他企业、将企业的机密信息泄露给其他企业。为了减少这种问题的发生，部门企业会对市场营销人员的职业道德进行一定的考评和测试。

### 三、高职院校市场营销专业人才培养质量改进策略

#### （一）完善人才培养方案，体现技能型人才培养目标

完善人才培养方案是高职院校人才培养工作的首要内容。人才培养方案对院校的人才培养工作具有指导性意义，是人才培养工作开展和落实的基本依据。

高职院校市场营销专业的人才培养目标就是培养出在市场营销行业的高素质的技能型人才。基于这一目标制定科学系统的人才培养方案，将知识、能力和素养培养目标都体现在培养方案中，培养方案要体现出岗位适应能力和实践能力，并可以对着市场需求的变化不断调整。

#### （二）建立科学完善的课程体系

由于专业课程设置在一定程度上决定了专业学生的能力发展方向和水平，因此，高职院校应该建立合理的专业课程体系，课程体系以培养学生的专业技能为核心，根据专业岗位的现实情况安排课程、选择教学内容。

专业可构建“平台+模块”的课程体系。基于专业公共基础课程，提供可选择的专业选修课程。选修课程应细化，对某个领域进行深挖、选修课程增加学生的可选择性，使市场营销专业的人才培养更灵活、更自由。选修课程可以针对当前市场的热门行业、学生兴趣进行设置，体现出市场营销行业的细化方向，如汽车营销、电商营销、旅游营销等。

#### （三）强化模拟实训课程建设

由于市场营销行业对学生的实践能力比较关注，因此，强化培养过程中的实践能力培养很重要。学校应该加强计算机实训室建设，加强多功能实验室建设，给专业教学提供模拟实训的条件。

计算机实训室可以模拟营销情境，学生组成学习小组，组内扮演完整的营销团队角色，模拟企业营销管理过程。计算机模拟教学可以应用市场营销行业的模拟软件，基于软件的多功能、真实化的功能模拟相对真实、完善的企业营销情境。

基于模拟软件，学生可以对企业当前的市场环境进行分析，结合专业理论知识制定营销战略、战术，抢夺产品市场。

模拟实训可以以对抗的形式展开，给学生提供激励，鼓励他们参与到小组的对抗中。在模拟对抗赛中，学生充分体验营销工作的全过程，锻炼了学生的综合营销能力。

#### （四）加强教材选择和建设，鼓励学校教师自主编制教材

为了切实适应市场对人才的需求，将专业培养目标有效落实，学校需要慎重选择专业教材，鼓励学校教师自编教材。专业教材必须贴合职业学院的培养目标，贴合专业人才培养目标、满足市

场对市场营销行业人才的需求。

学校应该鼓励教师自主开发特色教材，体现学校培养特色，更有效地落实因材施教政策。学校教师自编教材就可以选择更具专业特色、更符合专业培养需求的营销案例，使教材和教学活动紧密贴合。

自编教材在案例选择上的自主性也增强了市场营销专业人才培养的实用性特点，教师可以编制实战型系列教材，让教材和学校特色相适应，和企业需求相适应。

教材编写需要整合具有丰富教学经验和熟知市场营销行业现状的一线企事业单位人才，组建一个经验丰富、专业能力强的教师团队编写市场营销实务教材、教学案例集。

#### （五）强化实践教学体系建设

高职本身具备突出的职业特色，再加上市场营销行业本身就是注重实践能力的专业。企业在人才招聘时，对具备市场营销工作经验的毕业生比较青睐，而且具备实践能力的毕业生在进入企业后，适应岗位的时间比较短，可以迅速为企业创造价值，因此他们成功就职的可能性比较大。

这也给市场营销人才培养工作提出了要求，培养工作必须关注学生的实践能力。因此，学校需要结合企业发展状况和学校学科发展的要求，建立系统的实践教学体系。

首先，学校必须要保证专业的总学时和总学分满足学校要求，然后对理论教学和实践教学进行适当调整。增加实践教学既可以强化学生的实践能力，也可以增强学生的学习积极性，培养学生的创新能力。

学校可以积极和企业建立合作关系，在企业建设实习基地，给学生提供实习机会。校企合作也可以充分利用企业资源弥补学校教师在实践能力上的不足，真正将实践教学落到实处。

### 四、结语

本文基于广西农业职业技术学院市场营销专业毕业生调查，分析了市场营销专业人才需求状况，分析了当前企业对市场营销专业人才的能力需求，基于调查结果对高职市场营销专业人才培养工作提出了五条改进对策，希望通过此次调查研究为高职市场营销专业人才培养工作提供一些有益思考，为市场营销专业学生提供学习方向，强化高职市场营销专业的人才培养质量。

#### 参考文献：

- [1] 童晓晖, 戴建兵, 修树东. 强化实践教学, 加快高校应用型创新人才培养[J]. 嘉兴学院学报, 2006, 18(3): 140-142.
- [2] 陈向军. 市场营销专业实践教学体系的改革与实践[J]. 中国职业技术教育, 2004(30): 149-150.
- [3] 郑聪玲. 高职市场营销专业实践教学模式的探索与思考[J]. 浙江工商职业技术学院学报, 2007, 2(6): 61-63.

基金项目: 广西农业职业技术学院2018年教育教学研究课题, 《市场营销专业质量保证诊断与改进的研究与实践》, 项目编号: YJJ1820, 桂农职院研[2018]5号。