

电信营销专业课程体系与国家 职业标准有效对接研究

胥学跃

(四川邮电职业技术学院, 四川 成都 610067)

摘要 电信营销专业人才培养目标是,面向通信企业培养具备业务销售、客户服务、营销策划、经营管理等综合职业能力,在生产、建设、服务和管理第一线岗位工作的高素质技能型专门人才。通过企业调研,明确电信营销专业面向的就业岗位及营销岗位工作职责、工作过程和工作任务,在详细分析就业岗位所需的知识、素质与能力基础上,构建与国家职业标准对接的工学结合、校企合作的电信营销专业课程体系。

关键词 高职院校;岗位分析;课程体系;职业标准;有效对接

中图分类号 G714 **文献标识码** A **文章编号** 1008-3219(2013)05-0013-04

一、电信营销专业人才培养目标及其对应的工作岗位

通过对中国移动、中国电信、中国联通、中国通服所属企业的营销类岗位调查,以及对营销专业毕业生就业跟踪分析,发现电信营销专业面向的主要就业岗位是:市场调研、业务销售、客户经理、市场策划和营销管理。通过分析研究就业岗位的工作职责和工作任务,确立电信营销专业人才培养目标为:以完成通信业务营销服务与管理工作任务为载体,面向通信网络运营商、通信服务代理商等通信企业,培养具备业务销售、客户服务、营销策划、经营管理等综合职业能

力,在生产、建设、服务和管理第一线岗位工作的高素质技能型专门人才。电信营销专业面向的就业岗位,与国家职业标准中的电信营销职业对应的企业工作岗位基本一致,详见表1。

二、电信营销专业面向的就业岗位所需的知识、素质与能力分析

根据表1对电信营销职业的描述、从事的主要工作内容和对应的企业岗位分析,以及通过企业调研确立的电信营销专业学生就业岗位群的职责要求,提炼岗位工作的关键任务,从而总结完成该岗位

任务所需的核心知识、能力与素质,结果见表2。

三、构建与国家职业标准对接的电信营销专业课程体系

(一)电信营销员国家职业标准

电信营销员国家职业标准是以电信营销职业活动为核心、以职业能力为导向的国家标准体系,反映当前电信营销职业对从业人员能力水平的规范性要求。职业标准对从业人员知识、能力、素质的要求是职业教育课程开发的主要参照标准,它具有影响和规范职业教育的作用^①。

1.职业能力

收稿日期:2013-01-13

作者简介:胥学跃(1968-),男,四川射洪人,四川邮电职业技术学院副教授。

表1 电信营销职业与企业岗位对应表

职业名称	工种名称	工种定义	主要从事工作内容	企业对应岗位	备注
电信营销员	电信客户	从事市场分析、营销策略和人员	进行市场调研和开发,预测市场需求;确定营销策略,选择目标市场;开展业务经营分析;制定业务推广计划;营销渠道规划和管理;服务质量监督管理。	经营分析与预算、营销策划、品牌管理、流程管理、服务管理、渠道管理	针对企业实际,电信营销员主要从事的工作分别是(1)市场调研;(2)市场策划;(3)业务营销;(4)业务支撑与管理。
	业务经理(包含大客户业务管理员、客户经理、客户服务经理、移动电话业务员和固定电话业务员)	从事电信业务宣传推广、业务促销和揽收受理的人员	进行业务宣传推广,开展业务促销;拜访与接待客户,提供咨询服务;进行业务演示,指导客户合理使用各类电信服务;进行业务揽收及受理;客户关系管理。	行业经理、客户经理、销售经理、VIP客户服务经理、农村信息服务员、商务拓展经理、项目经理、商务经理	
	从事电信业务技术支持和服务的人员	分析各行业的通信需求特点,制订行业整体解决方案;了解客户通信需求,制定客户个性化技术方案;对各类营销政策、促销活动等涉及客户服务工作的相关信息实行分类管理,并动态维护业务知识库。	售前支持、客户工程师、销售服务支持、服务知识库管理、业务培训支持、销售服务支持		

表2 就业岗位群能力分析

工作岗位	主要职责	具体任务	工作流程	使用工具	岗位核心知识、能力和职业素质
市场调研	开展市场调研和开发,预测市场需求	收集并分析市场信息;研究产品上市前后对市场的影响;市场反馈信息的捕捉与判断	收集信息,整理信息,分析信息,预测市场需求,提交调研报告	电话、问卷、访谈、提纲、计算机	知识:通信业务、产品知识、营销知识、应用文知识、市场调研知识 能力:沟通能力、挖掘需求能力、问卷设计能力、需求预测能力、统计分析能力 素质:社交礼仪、语言表达艺术、沟通交流、身心素质
业务销售	开展电信业务宣传推广,业务促销和揽收受理等工作	进行业务宣传推广;开展业务促销活动;进行通信业务产品销售及售后服务	拜访与接待客户,提供电信业务咨询,开展业务揽收与受理,提供售后服务	业务宣传资料、业务使用单、演示设备	知识:通信业务知识、营销知识、市场开发与心理学知识、法律知识、服务知识 能力:商务谈判能力、业务演示与受理能力、销售技巧、咨询投诉处理能力 素质:商务礼仪、谈判艺术、沟通交流、身心素质
客户经理	受理咨询业务,开展业务营销,制定整体解决方案,客户关系维护	开展业务受理;实施主动营销;处理申告与投诉;建立客户档案	操作CRM系统,有针对性地开展主动营销,维系客户关系	业务宣传单、CRM共享知识库、业务使用单	知识:通信业务知识、营销知识、客户关系管理知识、行业知识、心理学知识 能力:商务谈判能力、营销能力、CRM系统操作能力、业务受理能力、销售技巧、编制个性化解决方案能力 素质:商务礼仪、谈判艺术、沟通交流、团队协作意识、身心素质
市场策划	制定营销策略、产品发展规划、新业务策划与包装	开展市场宣传推广;实施新产品策划;制定市场发展规划和业务营销策略	搜集市场资料,分析市场现状,编写策划方案与预算,组织策划案实施	业务宣传单、调查问卷、计算机	知识:通信业务知识、调研知识、营销知识、财经知识、应用文知识、客户知识、广告知识、法律知识 能力:沟通能力、营销能力、策划能力、统计分析能力、宣传推广能力、计算机操作能力 素质:协同意识、审美常识、创新思维、大局意识
营销管理	选择目标市场,确定营销策略,开展经营分析,制定业务推广计划,以及营销渠道和服务质量管理	选择目标市场,制定营销策略;拟定、完善和实施营销计划;开展经营分析,落实营销任务;营销管理制度的拟定实施和完善	了解客户的基本情况,建立客户数据库,落实营销任务与措施,实施营销控制	营销计划、满意度测评表、KPI考核指标	知识:通信业务知识、营销知识、绩效知识、市场知识、客户知识、管理知识、财经法律知识、心理学知识 能力:沟通协调、营销能力、KPI设计能力、数据分析能力、执行能力、活动组织能力 素质:商务礼仪、沟通交流、团队协作意识、心理品质、大局意识、创新思维

在“电信营销员国家职业标准”的工作要求中,职业功能、工作内容、技能要求是职业能力开发的主要依据。由于职业能力在行业内既有通用能力要求,也有特殊能力要求,所以将职业能力分为行业通用能力和职业特定能力,以便进行课程的组合设计。电信营销员职业共分四个等级,即四级(中级)、三级(高级)、二级(业务师)、一级(高级业务师)。高职教育的职业技能通常定位于中级(四级),但考虑到学生未来职业层级的发展需求,因此电信营销员职业能力分析要以三级(高级)能力为目标,见表3。

2. 职业素质

“电信营销员国家职业标准”对电信营销人员的职业道德、职业守则、职业规范都作了明确要求,关键在于培养从业人员的职业意识和职业态度,遵从职业规范,提高从业人员职业素养和持续学习意识与创新思维意识。

3. 相关知识

“电信营销员国家职业标准”对基本要求中的基础知识、工作要求中的相关知识都作了明确规定,这是以达到职业能力、职业素质所需知识为基本前提,开发职业岗位所需的知识要素,以“够用、必需”为度。

(二) 构建工学结合、能力本位的电信营销专业课程体系

课程标准是教育教学标准与企业标准相融合的载体,高职教育教学与职业标准相衔接的课程体系应以就业为导向,以职业资格标准为核心,以综合职业能力为目标^[2]。

表3 电信营销员国家职业资格三级的工作要求

职业功能	工作内容	技能要求	相关知识
市场调研与分析	市场调查	1.能够设计、发放和回收市场调查问卷;2.能够利用多种渠道采集市场相关信息;3.能够掌握调研进度,保证调研工作按计划顺利开展;4.能够识读和撰写市场调查报告	1.信息收集渠道知识;2.市场调研类型、方法和研究技术;3.调查表格编制方法;4.社会学基础知识;5.公共关系学知识
	数据分析	1.能够根据调查统计资料分析影响市场需求变化的主要因素;2.能够核查收集的市场信息的准确性和完整性;3.能够运用相关数据分析工具对数据进行分析;4.能够把定量预测和定性预测有效地结合起来,撰写详细的预测报告;5.能够运用预测结果	1.调查结构统计方法;2.定性、定量分析方法;3.市场预测方法、步骤;4.预测结果组合处理方法
业务营销	方案推行	1.能够执行、推广营销方案,并且能够根据市场变化实施营销方案;2.能够运用营销技巧,推广各种通信业务;3.能够对推行中客户的个性化要求进行收集改进;4.能够根据市场反映,提出营销建议,并挖掘客户信息化需求	1.通信业务相关知识;2.营销推广方法、技巧;3.市场竞争策略、方式;4.市场细化、目标市场概念;5.客户消费心理研究
	业务宣传与演示	1.能够陈列宣传用品、用具,并对演示设备器材进行分类、摆设和保管;2.能够宣讲并撰写业务宣传材料,进行促销活动;3.能够对基础业务进行演示操作;4.能够针对不同客户进行业务宣传;5.能够现场演示解说,解答客户的问题;6.能够对活动现场进行监控并解决临时发生的问题	1.业务宣传方式、方法与推广技巧;2.电信基础业务、增值业务、新业务;3.新技术知识;4.安全生产规章新业制度;5.业务演示操作文档及操作流程、技巧等知识;6.促销管理基本知识
	业务咨询	1.能够解答客户基础业务的咨询;2.能够受理客户的业务投诉;3.能够解答客户信息化业务的咨询;4.能够引导客户使用电信业务;5.能够听取客户意见,处理客户投诉	1.电信业务技术知识,以及网络、计费与后台知识;2.新技术新业务知识;3.消费者权益知识;4.业务投诉处理技巧;5.良好的表达和沟通能力;6.消费心理学基本知识
客户关系管理	客户访问	1.通过电话或上门访问等方式与客户取得联系;2.能够根据客户需求进行业务资料准备;3.能够根据客户需求推介和宣讲业务;4.能够建立并维系牢固的客户关系;5.能够拓展客户范围	1.电话沟通技巧;2.上门拜访技巧;3.商务礼仪和社交礼仪知识;4.消费行为分析方法;5.客户关系管理知识
	客户接待	1.能够处理客户的来电来访;2.能够通过客户的消费行为,引导客户合理选择和消费通信产品;3.能够创造客户与企业的沟通条件;4.能够处理客户提出的业务问题;5.能够及时有效反馈客户意见和需求	1.服务营销的客户感知理论;2.良好的沟通协调力;3.服务营销的客户期望与服务补救知识;4.主动营销知识
客户信息管理	信息整理	1.能够对市场信息进行分类;2.能够对客户信息进行整理、分析、汇总;3.能够对客户资料进行初步分析	1.信息管理方法;2.信息统计分析知识
	信息处理	1.能够建立客户的资料档案;2.能够跟踪客户动态并及时更新客户档案;3.能够规范保管电信业务资料;4.能够按规定填报业务统计报表;5.能够查询客户信息并分类分析;6.能够对客户资料数据库的改进提出建议	1.资料分类方法;2.目录分类及检索知识;3.数据及报表填写规范;4.信息分析方法;5.档案建立相关管理规定

表4 电信营销专业课程结构体系

课程类别	课程名称	备注说明
基础平台	思想道德修养与法律基础	
	毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论	
	形势与政策	
	健康教育	
	大学英语	
	经济数学	
	军事理论与训练	
专业基础课程	职业发展与就业指导	
	体育	
	经济学	
	统计学原理	
	经济法基础	
	市场营销	
	现代管理学	
专业技术课程	基础会计	
	消费心理学	专业核心课程
	市场调查与预测	专业核心课程
	现代推销学	专业核心课程
	商务谈判	专业核心课程
	财务管理	
	网络营销	
专业模块	营销策划	专业核心课程
	商务礼仪	学做一体化课程
	广告学基础	
	通信业务与技术基础	
	计算机应用基础	学做一体化课程
	Internet基础	学做一体化课程
	基础会计实习	
实践技能课程	广告策划与制作实习	
	营销沙盘实习	
	市场调查实习	
	营销策划实习	
	推销技巧实习	
	营销生产实习	
	毕业顶岗实习	
职业拓展课程	技能鉴定与认证	
	毕业设计(论文)	
	服务营销技巧	选修课程
	零售管理	选修课程
	沟通与演讲	选修课程
	经济应用文	选修课程
	创业学基础	选修课程
新技术新业务讲座、文化艺术讲座、就业讲座、专业学术报告等	选修课程	
暑期社会实践/企业实习	选修课程	
阳光体育运动	选修课程	
营销渠道管理	选修课程	
客户关系管理	选修课程	

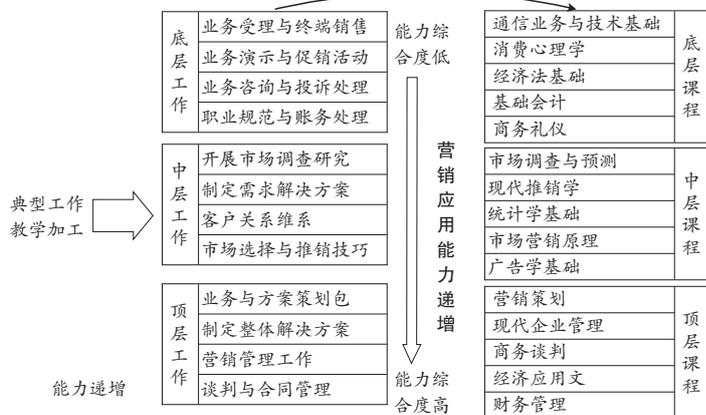


图1 电信营销专业知识能力结构重构

电信营销专业课程体系的建立要源于标准但不局限于标准,要体现核心职业能力和知识能力的适度拓展,以及电信新技术、新业务的发展要求,电信营销职业能力开发必须考虑到“国家职业标准”的滞后性,在进行职业分析时,应对市场进行充分的调查研究,对行业发展作出预测,适度超前^[3]。

根据前述的电信营销专业面向的就业岗位知识-素质-能力分析,提取岗位典型工作任务,并对典型工作任务进行教学加工处理,提炼完成典型工作任务所需知识能力并对其进行重构与排序,形成电信营销专业课程,见图1。

按照图1的方式将岗位能力进行分解和重构排序,结合电信营销职业资格标准要求,构建出与职

业资格证书制度相衔接的课程体系。为了突出对学生岗位适应能力和职业迁移能力的培养,将专业课程体系划分为基础平台课程、专业模块课程和职业拓展课程3个层次^[4],详见表4。课程体系建立的主要目标在于提高学生的就业竞争力和岗位适应能力,并为学生今后的发展奠定基础。

这样构建的课程体系,一方面体现了电信营销专业人才培养以技能为主的知识素质结构,符合电信企业实际,学生的知识能力能较好地满足岗位要求,实现就业与岗位的直接对接;另一方面以电信营销职业资格标准为纽带,实现专业课程与职业资格认证的有机结合,强化校企合作、工学结合的人才培养机制,实现学校人才培养与社会需求

的直接对接。

(本文系《四川邮电职业技术学院国家骨干高等职业院校建设方案》中的“市场营销专业重点建设项目”,主持人:胥学跃)

参考文献:

- [1][3]徐献灵,丁祖春,黄巧洁.论高职通信技术专业课程体系构建与实施[J].广东教育:职教版,2012(6):83-84.
- [2]邓红珍,徐肇杰.试论高职课程体系改革与国家职业资格证书制度的衔接[J].职业教育研究,2007(2):17-18.
- [4]吕莲,朱永伟.高职市场营销专业课程体系与职业资格认证有效衔接研究[J].北京工业职业技术学院学报,2011(1):82-86.

Research on Effective Linkage between Construction of Course System of Telecom Marketing Specialty and National Vocational Standards

XU Xue-yue

(Sichuan Vocational and Technical College of Post and Telecommunication, Chengdu Sichuan 610067, China)

Abstract The Telecom Marketing specialty is aimed at cultivating high-caliber and skilled professionals for telecommunication enterprises, with comprehensive vocational competence including business sales, customer service, marketing planning and operating management, working at the forefront post of production, construction, service and management. Through survey on telecommunications enterprises, the posts the telecom marketing specialty is targeted at as well as the responsibilities, working procedures and tasks of marketing post are defined. And then detailed analysis on the knowledge, quality and skills required by the jobs is conducted. Based on the above survey and analysis, the working-learning combination and school-enterprise cooperation course system of telecom marketing specialty can be established that links up with national vocational standards.

Key words higher vocational schools; job analysis; course system; vocational standards; effective linkage