

GZB

国家职业标准

职业编码：4-01-05-04

烟草制品购销员

(2026年版)

中华人民共和国人力资源和社会保障部

国家烟草专卖局

制定

烟草制品购销员（2026年版）
YANCAO ZHIPIN GOUXIAOYUAN（2026 NIAN BAN）

中国劳动社会保障出版社出版发行
（北京市惠新东街1号 邮政编码：100029）

*

厂印刷装订 新华书店经销

880毫米×1230毫米 32开本 0.875印张 21千字

2026年5月第1版 2026年5月第1次印刷

统一书号：155167·756

定价：12.00元

营销中心电话：400-606-6496

出版社网址：<https://www.class.com.cn>

版权专有 侵权必究

如有印装差错，请与本社联系调换：（010）81211666

我社将与版权执法机关配合，大力打击盗印、销售和使用盗版图书活动，敬请广大读者协助举报，经查实将给予举报者奖励。

举报电话：（010）64954652

说 明

为规范从业者的从业行为，引导职业教育培训的方向，为职业技能评价提供依据，依据《中华人民共和国劳动法》和《中华人民共和国职业教育法》，适应经济社会发展和科技进步的客观需要，立足培育工匠精神和精益求精的敬业风气，人力资源和社会保障部、国家烟草专卖局组织有关专家，制定了《烟草制品购销员国家职业标准（2026年版）》（以下简称《标准》）。

一、本《标准》以《中华人民共和国职业分类大典（2022年版）》为依据，严格按照《国家职业标准编制技术规程（2023年版）》有关要求，以“职业活动为导向、职业能力为核心”为指导思想，对烟草制品购销从业人员的职业活动内容进行规范细致描述，对各等级从业者的技能水平和理论知识水平进行了明确规定。

二、本《标准》依据有关规定将本职业分为五级/初级工、四级/中级工、三级/高级工、二级/技师、一级/高级技师五个等级，包括职业概况、基本要求、工作要求和权重表四个方面的内容。

三、本《标准》的主要起草单位有：中国烟草总公司职工进修学院，广东、山西、江苏、湖南省烟草专卖局（公司）等。起草人员有：孙红涛、鄢丙胜、任江涛、高云发、牛智战、张霖、谭意、王浩、陈岳军、谢鸿、周慧、谭润、白明、安乐、毕煜、匡媛媛、张秀峰、高博、石维坚、万川、钟旖旎、黄诗媛、王超、李芳、郑艳、顾颀、段君婷、吴东玲、李晓丹、张仕伟。

四、本《标准》的主要审定单位有：中国卷烟销售公司，四川、甘肃、山东、湖南、福建、天津、大连、河南、宁夏、江西等省（区、市）烟草专卖局（公司），上海烟草集团有限责任公司，浙江、山东、安徽、四川中烟工业有限责任公司。审定人员有：郭靖、张辉、蒋雯、黄玉、王建飞、刘文辉、隋岩、彭军辉、胡陈俊、黄其升、张维钧、赵宝东、何青、汤怡、沙学毅、叶振军、林珍冷、陈星烨、王洋。

职业编码：4-01-05-04

五、本《标准》在制定过程中，得到中国就业培训技术指导中心王小兵的指导和大力支持，以及刘佩田等专家的指导，在此一并感谢。

六、本《标准》业经人力资源和社会保障部、国家烟草专卖局批准，自公布之日^①起施行。

^① 2026年3月30日，本《标准》以《人力资源社会保障部办公厅 国家烟草专卖局办公室关于颁布烟草制品购销员等3个国家职业标准的通知》（人社厅发〔2026〕20号）公布。

烟草制品购销员 国家职业标准 (2026年版)

1. 职业概况

1.1 职业名称

烟草制品购销员

1.2 职业编码

4-01-05-04

1.3 职业定义

从事卷烟、雪茄烟、不燃烧卷烟、电子烟、口含烟、咀嚼烟等烟草制品销售及管理工作的人员。

1.4 职业技能等级

本职业共设五个等级，分别为：五级/初级工、四级/中级工、三级/高级工、二级/技师、一级/高级技师。

1.5 职业环境条件

室内、外，常温。

1.6 职业能力特征

具有学习、观察、表达、应变、计算及判断能力。

1.7 普通受教育程度

高中毕业（或同等学力）。

1.8 职业培训要求

1.8.1 培训参考时长

五级/初级工不少于 80 标准学时；四级/中级工不少于 72 标准学时；三级/高级工不少于 64 标准学时；二级/技师不少于 56 标准学时；一级/高级技师不少于 48 标准学时。

1.8.2 培训教师

培训五级/初级工、四级/中级工的教师应具有本职业三级/高级工及以上职业资格（职业技能等级）证书或相关专业中级及以上专业技术职务任职资格；培训三级/高级工的教师应具有本职业二级/技师及以上职业资格（职业技能等级）证书或相关专业中级及以上专业技术职务任职资格；培训二级/技师的教师应具有本职业一级/高级技师职业资格（职业技能等级）证书或相关专业高级专业技术职务任职资格；培训一级/高级技师的教师应具有本职业一级/高级技师职业资格（职业技能等级）证书 2 年以上或相关专业高级专业技术职务任职资格 2 年以上。

1.8.3 培训场所设备

理论知识培训在标准教室或计算机机房内进行；操作技能培训在标准教室、能够满足教学要求的模拟或实际培训场所进行。

1.9 职业技能评价要求

1.9.1 申报条件

具备以下条件之一者，可申报五级/初级工：

- (1) 年满 16 周岁，拟从事本职业或相关职业^①工作。
- (2) 年满 16 周岁，从事本职业或相关职业工作。

具备以下条件之一者，可申报四级/中级工：

- (1) 累计从事本职业或相关职业工作满 5 年。
- (2) 取得本职业或相关职业五级/初级工职业资格（职业技能等级）证书后，累计从事本职业或相关职业工作满 3 年。
- (3) 取得本专业或相关专业^②的技工院校或中等及以上职业院校、专科及以上普通高等学校毕业证书（含在读应届毕业生）。

具备以下条件之一者，可申报三级/高级工：

- (1) 累计从事本职业或相关职业工作满 10 年。
- (2) 取得本职业或相关职业四级/中级工职业资格（职业技能等级）证书后，累计从事本职业或相关职业工作满 4 年。
- (3) 取得符合专业对应关系的初级职称（专业技术人员职业资格）后，累计从事本职业或相关职业工作满 1 年。
- (4) 取得本专业或相关专业的技工院校高级工班及以上毕业证书（含在读应届毕业生）。
- (5) 取得本职业或相关职业四级/中级工职业资格（职业技能等级）证书，并取得高等职业学校、专科及以上普通高等学校本专业或相关专业毕业证书（含在读应届毕业生）。
- (6) 取得经评估论证的高等职业学校、专科及以上普通高等学

① 相关职业：营销员、商品营业员、采购员、电子商务师、互联网营销师、行政执法员（烟草专卖管理员）、物流服务师（烟草物流员）、烟叶调制员、农业技术员（烟草栽培技术员）、烟叶评级员、仓储管理员（烟叶仓管员）等。

② 相关专业：经济学、金融学、工商管理、市场营销、零售业管理、烟草栽培与加工技术、烟草栽培与加工等。

校本专业或相关专业的毕业证书（含在读应届毕业生）。

具备以下条件之一者，可申报二级/技师：

（1）取得本职业或相关职业三级/高级工职业资格（职业技能等级）证书后，累计从事本职业或相关职业工作满5年。

（2）取得符合专业对应关系的初级职称（专业技术人员职业资格）后，累计从事本职业或相关职业工作满5年，并在取得本职业或相关职业三级/高级工职业资格（职业技能等级）证书后，从事本职业或相关职业工作满1年。

（3）取得符合专业对应关系的中级职称（专业技术人员职业资格）后，累计从事本职业或相关职业工作满1年。

（4）取得本职业或相关职业三级/高级工职业资格（职业技能等级）证书的高级技工学校、技师学院毕业生，累计从事本职业或相关职业工作满2年。

（5）取得本职业或相关职业三级/高级工职业资格（职业技能等级）证书满2年的技师学院预备技师班、技师班学生。

具备以下条件者，可申报一级/高级技师：

（1）取得本职业或相关职业二级/技师职业资格（职业技能等级）证书后，累计从事本职业或相关职业工作满5年。

（2）取得符合专业对应关系的中级职称后，累计从事本职业或相关职业工作满5年，并在取得本职业或相关职业二级/技师职业资格（职业技能等级）证书后，从事本职业或相关职业工作满1年。

（3）取得符合专业对应关系的高级职称（专业技术人员职业资格）后，累计从事本职业或相关职业工作满1年。

1.9.2 评价方式

分为理论知识考试、操作技能考核及综合评审。理论知识考试以笔试、机考等方式为主，主要考核从业人员从事本职业应掌握的基本要求和相关知识要求；操作技能考核主要采用现场操作、模拟操作等方式进行，主要考核从业人员从事本职业应具备的技能水平；综合评审主要针对二级/技师和一级/高级技师，通常采取审阅申报

材料、答辩等方式进行全面评议和审查。

理论知识考试、操作技能考核和综合评审均实行百分制，成绩皆达 60 分（含）以上为合格。

1.9.3 监考人员、考评人员与考生配比

理论知识考试中的监考人员与考生配比不低于 1 : 15（采用机考方式的一般不低于 1 : 30），且每个考场不少于 2 名监考人员；操作技能考核中的考评人员与考生配比一般不低于 1 : 10，且考评员为 3 人（含）以上单数，每位考生由不少于 3 名考评员评分；综合评审委员为 3 人（含）以上单数。

1.9.4 评价时长

理论知识考试时间不少于 90 min；操作技能考核时间不少于 60 min；综合评审时间不少于 20 min。

1.9.5 评价场所设备

理论知识考试在标准教室或计算机房进行。操作技能考核在标准教室或模拟场所进行。综合评审在配备必要的多媒体设备的室内进行。

2. 基本要求

2.1 职业道德

2.1.1 职业道德基本知识

2.1.2 职业守则

- (1) 遵纪守法，诚实守信。
- (2) 爱岗敬业，忠诚事业。
- (3) 以人为本，团结互助。
- (4) 尊重客户，热情服务。
- (5) 潜心做事，奉献社会。

2.2 基础知识

2.2.1 烟草制品购销业务基础知识

- (1) 我国卷烟市场发展历程。
- (2) 烟草生产与加工基础知识。
- (3) 卷烟基础知识。
- (4) 雪茄烟基础知识。
- (5) 新型烟草制品基础知识。
- (6) 烟用材料基础知识。
- (7) 假冒卷烟类型及危害。
- (8) 烟草税收基础知识。

2.2.2 经济学基础知识

- (1) 经济学核心概念与基本分类。
- (2) 微观经济学基本原理。

2.2.3 管理基础知识

- (1) 管理概述。
- (2) 常见的管理方法。

2.2.4 营销基础知识

- (1) 市场营销基础知识。
- (2) 消费者营销基础知识。
- (3) 商务礼仪与商务谈判基础知识。

2.2.5 相关法律、法规知识

- (1) 《中华人民共和国劳动法》相关知识。
- (2) 《中华人民共和国劳动合同法》相关知识。
- (3) 《中华人民共和国烟草专卖法》相关知识。
- (4) 《中华人民共和国安全生产法》相关知识。
- (5) 《中华人民共和国网络安全法》相关知识。
- (6) 《中华人民共和国环境保护法》相关知识。
- (7) 《中华人民共和国产品质量法》相关知识。
- (8) 《中华人民共和国消费者权益保护法》相关知识。
- (9) 《中华人民共和国反垄断法》相关知识。
- (10) 《中华人民共和国反不正当竞争法》相关知识。
- (11) 《中华人民共和国广告法》相关知识。
- (12) 《中华人民共和国烟草专卖法实施条例》相关知识。
- (13) 《危险化学品安全管理条例》相关知识。
- (14) 《公平竞争审查条例》相关知识。
- (15) 《禁止滥用市场支配地位行为规定》相关知识。
- (16) 《互联网广告管理办法》相关知识。

3. 工作要求

本标准对五级/初级工、四级/中级工、三级/高级工、二级/技师、一级/高级技师的技能要求和相关知识要求依次递进，高级别涵盖低级别的要求。

3.1 五级/初级工

职业功能	工作内容	技能要求	相关知识要求
1. 市场营销	1.1 市场调研与分析	1.1.1 能采集市场信息 1.1.2 能开展实地调查 1.1.3 能审核并录入调查数据	1.1.1 市场信息采集的内容、渠道与方式 1.1.2 市场调查的种类、内容与步骤
	1.2 市场供应与调控	1.2.1 能识记客户分档规则 1.2.2 能识别货源属性 1.2.3 能识读货源投放策略 1.2.4 能测算社会库存、零售价格指数	1.2.1 客户分档的规则 1.2.2 货源属性的分类 1.2.3 货源投放策略的类型 1.2.4 社会库存、零售价格指标的测算方法
2. 品牌营销	2.1 品牌分析与策划	2.1.1 能收集品牌信息 2.1.2 能建立和维护品牌档案 2.1.3 能识别细分市场 2.1.4 能辨识目标市场选择 2.1.5 能识记品牌定位	2.1.1 品牌信息收集的内容与方法 2.1.2 品牌档案的内容 2.1.3 市场细分的方法 2.1.4 目标市场选择的特征 2.1.5 品牌定位的内容

续表

职业功能	工作内容	技能要求	相关知识要求
2. 品牌营销	2.2 品牌传播与维护	2.2.1 能识记品牌营销规范 2.2.2 能实施终端品牌推广 2.2.3 能进行终端品牌展示 2.2.4 能开展终端品牌维护	2.2.1 品牌营销规范的内容 2.2.2 终端品牌推广方法 2.2.3 终端品牌展示策略 2.2.4 终端品牌维护方法
3. 服务营销	3.1 服务规划与设计	3.1.1 能识记客户服务规范 3.1.2 能收集并维护客户信息 3.1.3 能识别客户价值 3.1.4 能制订客户拜访计划	3.1.1 客户服务规范的内容 3.1.2 客户基础信息管理与维护的内容 3.1.3 客户价值的概念与分类 3.1.4 客户拜访计划的内容
	3.2 服务实施与改进	3.2.1 能进行客户拜访准备 3.2.2 能实施客户拜访 3.2.3 能总结客户拜访情况	3.2.1 客户拜访准备的内容 3.2.2 客户拜访的方法与技巧 3.2.3 客户拜访总结的内容 3.2.4 客户拜访的注意事项

3.2 四级/中级工

职业功能	工作内容	技能要求	相关知识要求
1. 市场营销	1.1 市场调研与分析	1.1.1 能监测零售终端系统采集的数据 1.1.2 能控制人工采集市场信息质量 1.1.3 能汇总、分类与分析市场调查信息	1.1.1 零售终端系统数据的监测与复核方法 1.1.2 人工采集市场信息的质量控制方法 1.1.3 市场调查信息的归类方法 1.1.4 市场分析的方法与步骤
	1.2 市场供应与调控	1.2.1 能选择需求预测方法 1.2.2 能实施需求预测 1.2.3 能分析与应用需求预测结果	1.2.1 需求预测的周期与内容 1.2.2 需求预测的方法与步骤 1.2.3 需求预测结果分析与应用的方法
2. 品牌营销	2.1 品牌分析与策划	2.1.1 能开展品牌影响力分析 2.1.2 能开展品牌联想分析 2.1.3 能开展品牌市场表现与竞争前景分析 2.1.4 能制定品牌定位策略	2.1.1 品牌影响力分析的内容 2.1.2 品牌联想分析的内容 2.1.3 品牌市场表现与竞争前景分析的内容与方法 2.1.4 品牌定位的内容与方法

续表

职业功能	工作内容	技能要求	相关知识要求
2. 品牌营销	2.2 品牌传播与维护	2.2.1 能识记品牌传播的方式 2.2.2 能辨识品牌生命周期 2.2.3 能实施品牌传播策略	2.2.1 品牌传播的内容与方式 2.2.2 品牌生命周期的特点与识别方法 2.2.3 品牌全生命周期的传播策略 2.2.4 品牌传播的规范要求
3. 服务营销	3.1 服务规划与设计	3.1.1 能分析客户经营环境与状况 3.1.2 能编写客户经营指导书	3.1.1 客户经营环境分析的内容 3.1.2 客户盈利能力与经营能力分析的内容与方法 3.1.3 客户经营指导书的内容
	3.2 服务实施与改进	3.2.1 能指导客户经营 3.2.2 能处理客户抱怨与投诉 3.2.3 能维护客户关系 3.2.4 能识记零售终端建设的内容	3.2.1 客户经营指导的内容与方法 3.2.2 客户抱怨与投诉的处理技巧 3.2.3 客户关系维护的技巧 3.2.4 零售终端建设的内容

3.3 三级/高级工

职业功能	工作内容	技能要求	相关知识要求
1. 市场营销	1.1 市场调研与分析	1.1.1 能编制市场调研问卷 1.1.2 能选择市场调研方式 1.1.3 能实施市场调研活动 1.1.4 能控制市场调研质量 1.1.5 能撰写市场调研报告	1.1.1 市场调研问卷的编制方法 1.1.2 市场调研的方式与步骤 1.1.3 市场调研质量控制途径 1.1.4 市场调研报告的内容
	1.2 市场供应与调控	1.2.1 能实施客户分档 1.2.2 能制定、评价与改进货源投放策略 1.2.3 能实施货源投放 1.2.4 能实施库存管理	1.2.1 客户分档的内容 1.2.2 货源投放的策略 1.2.3 库存管理的方法
2. 品牌营销	2.1 品牌分析与策划	2.1.1 能实施品牌组合管理 2.1.2 能实施品牌布局策略 2.1.3 能分析区域市场品牌消费需求 2.1.4 能制订区域市场品牌发展规划	2.1.1 品牌组合管理的内容 2.1.2 品牌布局的策略 2.1.3 区域市场品牌消费需求分析的方法 2.1.4 区域市场品牌发展规划制订的步骤

续表

职业功能	工作内容	技能要求	相关知识要求
2. 品牌营销	2.2 品牌传播与维护	2.2.1 能实施品牌整合传播 2.2.2 能实施区域市场品牌管理 2.2.3 能开展工商零协同营销 2.2.4 能实施品牌营销活动备案管理	2.2.1 品牌整合传播的内容 2.2.2 区域市场品牌管理的内容 2.2.3 工商零协同营销的内容 2.2.4 品牌营销活动备案管理的内容与要求
3. 服务营销	3.1 服务规划与设计	3.1.1 能开展服务监测与分析 3.1.2 能实施服务评价与改进 3.1.3 能编制客户发展计划	3.1.1 服务监测与分析的内容与方法 3.1.2 服务评价与改进的内容与方法 3.1.3 客户发展计划的内容
	3.2 服务实施与改进	3.2.1 能分类开展零售终端建设 3.2.2 能评价零售终端质量 3.2.3 能实施流通品牌建设 3.2.4 能实施文明吸烟环境建设 3.2.5 能开展诚信互助小组建设	3.2.1 零售终端分类建设的方法 3.2.2 零售终端质量评价的内容 3.2.3 流通品牌建设的内容 3.2.4 文明吸烟环境建设的内容与步骤 3.2.5 诚信互助小组建设的方法

3.4 二级/技师

职业功能	工作内容	技能要求	相关知识要求
1. 市场营销	1.1 市场调研与分析	1.1.1 能制定市场调研方案 1.1.2 能应用市场调研结果 1.1.3 能分析市场营销环境 1.1.4 能撰写市场分析报告	1.1.1 市场调研方案的内容 1.1.2 市场调研结果的应用途径 1.1.3 市场营销环境分析的内容与方法 1.1.4 市场分析报告的内容
	1.2 市场供应与调控	1.2.1 能制订货源采购计划 1.2.2 能实施货源采购 1.2.3 能实施中长期市场预测 1.2.4 能研判市场状态 1.2.5 能制定市场状态调控策略	1.2.1 货源采购计划的制订方法 1.2.2 货源采购的方式与步骤 1.2.3 中长期市场预测的内容、步骤与方法 1.2.4 市场状态的评价指标与调控方法
2. 品牌营销	2.1 品牌分析与策划	2.1.1 能分析品牌发展趋势 2.1.2 能开展品牌营销战略策划 2.1.3 能开展品牌营销战术策划	2.1.1 品牌发展趋势分析的内容 2.1.2 品牌营销战略策划的内容 2.1.3 品牌营销战术策划的内容

续表

职业功能	工作内容	技能要求	相关知识要求
2. 品牌营销	2.2 品牌传播与维护	2.2.1 能实施品牌传播的监测与评估 2.2.2 能进行品牌资产管理 2.2.3 能制定品牌维护策略 2.2.4 能管理市场营销费用的投入	2.2.1 品牌传播监测与评估的方法 2.2.2 品牌资产管理的方法 2.2.3 品牌维护的策略 2.2.4 市场营销费用投入管理的内容
3. 服务营销	3.1 服务规划与设计	3.1.1 能进行客户期望管理 3.1.2 能进行客户服务设计与优化	3.1.1 客户需求收集与分析的方法 3.1.2 客户期望管理的方法 3.1.3 客户满意度维护的内容与方法 3.1.4 客户服务设计与优化的内容、方法
	3.2 服务实施与改进	3.2.1 能进行客户信用管理 3.2.2 能进行文明吸烟环境建设规划与维护 3.2.3 能管理文明吸烟环境建设费用的投入 3.2.4 能实施零售终端运行质量控制 3.2.5 能管理零售终端建设费用的投入	3.2.1 客户信用管理的内容 3.2.2 文明吸烟环境建设规划与维护的内容 3.2.3 文明吸烟环境建设费用投入管理的内容 3.2.4 零售终端运行质量控制的内容与方法 3.2.5 零售终端建设费用投入管理的内容

续表

职业功能	工作内容	技能要求	相关知识要求
4. 营销管理	4.1 营销创新与应用	4.1.1 能实施营销市场化取向改革 4.1.2 能应用数字化营销技术	4.1.1 营销市场化取向改革的实施方法 4.1.2 数字化营销技术的应用方法
	4.2 技能培训与指导	4.2.1 能分析培训需求 4.2.2 能实施培训计划 4.2.3 能开展三级/高级工及以下级别人员培训授课 4.2.4 能评估培训效果	4.2.1 培训需求分析的方法 4.2.2 培训计划的内容 4.2.3 培训授课的方式与技巧 4.2.4 培训效果评估的方法

3.5 一级/高级技师

职业功能	工作内容	技能要求	相关知识要求
1. 市场营销	1.1 市场调研与分析	1.1.1 能审核市场调研方案 1.1.2 能制订市场发展规划 1.1.3 能分析与研究烟草消费市场	1.1.1 市场调研方案评价的内容 1.1.2 市场发展规划的内容 1.1.3 烟草消费市场分析与研究的内容
	1.2 市场供应与调控	1.2.1 能进行市场营销决策 1.2.2 能实施市场营销控制 1.2.3 能防范市场营销风险	1.2.1 市场营销决策的内容、步骤与方法 1.2.2 市场营销控制的内容与方法 1.2.3 市场营销风险管理的内容与方法
2. 品牌营销	2.1 品牌分析与策划	2.1.1 能实施品牌战略规划 2.1.2 能编制品牌发展计划 2.1.3 能进行品牌形象塑造	2.1.1 品牌战略规划的内容与步骤 2.1.2 品牌发展计划的内容与步骤 2.1.3 品牌渠道营销策划的内容 2.1.4 品牌整合营销策划的内容 2.1.5 品牌网上营销策划的内容

续表

职业功能	工作内容	技能要求	相关知识要求
2. 品牌营销	2.2 品牌传播与维护	2.2.1 能实施品牌竞争力管理 2.2.2 能实施产品开发策略 2.2.3 能开展品牌危机公关	2.2.1 品牌价值和核心竞争力管理的内容与方法 2.2.2 新产品研发与市场开拓的内容与方法 2.2.3 品牌危机预防与公关的内容与方法
3. 服务营销	3.1 服务规划与设计	3.1.1 能编制服务营销规划 3.1.2 能编制零售终端建设规划 3.1.3 能编制流通品牌建设规划	3.1.1 服务营销规划编制的内容与步骤 3.1.2 零售终端建设规划编制的内容与步骤 3.1.3 流通品牌建设规划编制的内容与步骤
	3.2 服务实施与改进	3.2.1 能进行客户关系管理 3.2.2 能防范客户服务风险 3.2.3 能改进与创新服务实践	3.2.1 客户关系管理的内容与方法 3.2.2 客户服务风险的内容与防范方法 3.2.3 改进与创新服务实践的方法
4. 营销管理	4.1 营销创新与应用	4.1.1 能设计并实施营销创新项目 4.1.2 能拓展营销新技术应用场景	4.1.1 营销创新项目的类型与实施方法 4.1.2 营销新技术应用场景的拓展方法

续表

职业功能	工作内容	技能要求	相关知识要求
4. 营销管理	4.2 技能培训与指导	4.2.1 能设计培训项目 4.2.2 能开发营销培训课程 4.2.3 能开展二级/技师及以下级别人员培训授课	4.2.1 培训项目设计的内容 4.2.2 培训课程开发的方法

职业编码：4-01-05-04

4. 权重表

4.1 理论知识权重表

项目		技能等级	五级/ 初级工 (%)	四级/ 中级工 (%)	三级/ 高级工 (%)	二级/ 技师 (%)	一级/ 高级技师 (%)
		基本要求	职业道德	5	5	5	5
基础知识	22		20	18	16	14	
相关知识 要求	市场营销	23	25	26	21	20	
	品牌营销	25	25	26	21	21	
	服务营销	25	25	25	20	20	
	营销管理	—	—	—	17	20	
合计		100	100	100	100	100	

4.2 技能要求权重表

项目 \ 技能等级		五级/ 初级工 (%)	四级/ 中级工 (%)	三级/ 高级工 (%)	二级/ 技师 (%)	一级/ 高级技师 (%)
技能 要求	市场营销	30	32	35	30	30
	品牌营销	30	32	35	33	32
	服务营销	40	36	30	25	23
	营销管理	—	—	—	12	15
合计		100	100	100	100	100