

ISC 号
中国标准文献分类号

团 体 标 准

T/CWEA002-2025

营销策划师职业能力水平评价标准

The Evaluation Criterion For Professional Competence Level
Of Marketing Planner

(征求意见稿)

2025-02-26 发布

2025-03-15 实施

中国智慧工程研究会 发布
中国标准出版社 出版

目 次

前言

1 范围

2 规范性引用文件

3 术语和定义

4 适用院校专业

5 评价原则

6 面向职业岗位（群）

7 职业标准内容

8 基本要求

9 工作要求

10 评价组织

11 评价程序

12 评价管理

附录 A（规范性附录）初级营销策划师职业能力水平评价标准

附录 B（规范性附录）中级营销策划师职业能力水平评价标准

附录 C（规范性附录）高级营销策划师职业能力水平评价标准

附录 D（规范性附录）营销策划师职业能力水平评价申请表

前 言

为了加强营销策划与创意服务人才的培养，进一步提高营销策划成果质量，促进营销策划行业规范管理，助推新时期营销策划行业高质量发展，特制定本标准。倡议用人单位在录用营销策划相关岗位人员中将营销策划师资格作为重要的评价指标。

本标准按照 GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第 1 部分：标准化文件的结构和起草规则》、GB/T 20001《标准编写规则》、GB/T 20000《标准化工作指南》、GB/T 20004.1《团体标准化 第 1 部分：良好行为指南》、《团体标准管理规定》（国标委联〔2019〕1 号）、《关于促进团体标准规范化优质发展的意见》（国标委联〔2022〕6 号）、《团体标准涉及专利处置指南》GBZ 43194-2023、以及中共中央办公厅、国务院办公厅《关于分类推进人才评价机制改革的指导意见》等编写规则和相关规定起草。

请注意，本文件的某些内容可能涉及专利，文件发布机构不承担识别该专利的责任。

本标准发起单位：中国智慧工程研究会策划专业委员会、青春创业（北京）管理咨询有限公司

本标准由中国智慧工程研究会提出并归口。

本标准起草单位：中国智慧工程研究会策划专业委员会、成都锦城学院、青春创业（北京）管理咨询有限公司、四川健鹰营销策划有限公司、云南师范大学管理学院、天津传媒学院、北京月巴月巴科技有限公司、沈阳飞翔建设集团有限公司、广东领睿设计集团有限公司、兰州文理学院、远东控股集团、燕山大学经济管理学院、北京天策行品牌顾问有限公司、北京创意村营销策划有限公司、北京奇璐营销集团有限公司、北京七首品牌管理咨询公司、策划人才网、新疆冰雪果业有限公司、河北西脉装饰工程有限公司、新疆爵风商贸有限公司、河北汇蕈温室工程有限公司等。

本标准起草人：王双全、左仁淑、杨健鹰、陈放、谭子杰、朱丽萍、李庆雷、高京君、李宝录、赵静、郭晓珩、孙久杰、刘兴贵、徐双喜、丁举昌、刘文新、杜忠、武小宇、高磊、闫国玉、蔡继鹏、闫星宇、李娜。

声明：本标准由中国智慧工程研究会授权中国智慧工程研究会策划专业委员会牵头起草，知识产权归属于发起单位，未经中国智慧工程研究会策划专业委员会授权同意，不得印刷、销售。

营销策划师职业能力水平评价标准

1 范围

本标准规定了营销策划师职业技能等级标准对应的工作领域、工作任务和职业技能要求及评价方法。

本标准适用于营销策划师职业培训、考核与评价，相关用人单位的人员聘用、培训与考核可参照使用。

2 规范性引用文件

下列文件对于本标准的应用是必不可少的。凡是注日期的引用文件，仅所注日期的版本适用于本标准。凡是不注日期的引用文件，其最新版本适用于本标准。

GB/T32624-2016	《人力资源培训服务规范》
GB/T 43389-2023	《市场、民意和社会调查 数据分析方法》
GB/T 44895-2024	《市场和社会调查 调查问卷编制指南》
GB/T 43391-2023	《市场、民意和社会调查 调查报告编制指南》

- GB/T 43428-2023 《市场、民意和社会调查中数字分析与网络分析 术语和服务要求》
- GB/T 44897-2024 《市场和社会调查网络调查指南》
- SB/T 10411-2007 《商务策划评价规范》
- T/CCPITCSC 049-2020 《营销人员职业能力培训评价指南》
- GB/T 24353-2009 《风险管理原则与实施指南》
- GB/T 24421.1-2009 《服务业组织标准化工作指南第 1 部分：基本要求》
- GB/T 27925-2011 《商业企业品牌评价与企业文化建设指南》
- GB/T 31596-2015 《电子商务交易产品质量网上监测规范》
- GB/T 34953-2017 《广告语言文字管理规定》
- GB/T 22239-2019 《信息安全技术 网络安全等级保护基本要求》
- GB/T 19666-2019 《商务合同起草与审核指南》
- GB/T 38555-2020 《礼仪服务基本要求》
- GB/T 35273-2020 《信息安全技术个人信息安全规范》
- GB/T 42493-2023 《管理咨询服务指南》

3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

3.1 市场营销 (marketing)

市场营销是创造、传播、传递和交换对顾客、客户、合作者和整个社会有价值的市场供应物的一种活动、制度和过程。营销不仅是销售产品或服务，还包括市场调研、产品开发、定价策略、促销活动、

分销渠道管理及售后服务等多个方面。

3.2 营销策划 (marketing planning)

策划主体借助科学方法与创新思维,在分析策划对象当前营销状况与内外部环境、运用经营资源的基础上开展,涵盖了企业在一定时间内的营销活动,涉及行为方针、目标、战略、实施方案等,以实现让策划对象以低投入赢得更高经济效益和社会效益。

3.3 广告策划 (Advertising Planning)

广告策划是对广告的整体战略与策略的运筹规划,是对于提出广告决策、实施广告决策、检验广告决策全过程作预先的考虑与设想。它包括广告目标设定、广告主题确定、广告媒体选择、广告创意设计、广告投放时间和预算安排等环节。

3.4 营销策划师 (marketing planner)

营销策划师是指具有良好的政治素质和职业品德,能够运用所掌握的策划基本知识、方法和手段,以及所具备的综合策划执行能力和丰富的实践经验,为党政机关、社会团体、企业等单位以及个人提供策划服务,策划业绩突出,并参加过系统的策划培训学习,经考试、考核和评审合格,取得第三方机构颁发的相应等级营销策划师证书的人才。

3.5 营销策划创意 (marketing planning creativity)

营销策划创意是指市场调研基础上,依据市场营销策略,策划者集独具匠心的心智训练后,有意识地运用新的方法组合旧的要素的创造性思维过程。

4 适用院校专业

4.1 中等职业学校

市场营销、广告设计与制作、商务助理、客户信息服务等专业、数字媒体技术应用、电子商务等专业。

4.2 高等职业学校

市场营销、电子商务、广告策划与营销、网络营销、品牌策划与推广、商务数据分析与应用、酒店管理（酒店营销方向）、数字媒体艺术设计（数字营销方向）、旅游管理、文化创意与策划、网络营销与直播电商、融媒体技术与运营等专业。

4.3 高等教育本科院校

市场营销、电子商务、广告学、数字媒体技术、网络与新媒体、大数据与会计（营销会计方向）、工商企业管理（营销管理方向）、旅游管理、酒店管理、视觉传达设计、传播学、新闻学、广播电视编导等专业。

5 评价原则

5.1 自愿性原则

从事营销策划调查研究、文案撰写、执行指导及相关工作的人员，自愿申请参加本评价。

5.2 系统性原则

评价需全面考查营销策划师在知识、技能、素养等多方面的综合表现，涵盖从市场调研、营销洞察、策划创意生成、方案撰写到执行监控与效果评估等营销策划全流程的各个环节，不能仅局限于某一特定方面或任务。同时评估策划师专业知识、技能、经验与职业素养等

综合素养，以全面反映其整体能力，为职业发展提供全面指引。

5.3 等级性原则

依策划师职业阶段分初级、中级与高级，各级别能力要求与考核标准递升。在考核指标的设定与权重分配上，体现等级差异。随着等级的提升，对营销策划师的综合素质、创新能力、战略思维以及行业影响力等方面的考核权重应逐渐增加，以此准确区分不同等级营销策划师的能力水平，为其职业晋升与发展提供清晰的目标与路径指引。

5.4 规范性原则

确立统一明确考核标准与流程，细化考核项目内容、评价方法、评分标准等，规范考核程序各环节，明确时间、要求与责任主体，公正客观考核。结果规范记录存档，为人力资源决策提供依据，保障考核权威性。

5.5 实用性原则

考核标准紧密结合营销策划师的实际工作需求与业务场景，注重考核内容的实用性与针对性。考核指标聚焦于能够直接反映营销策划师在实际工作中解决问题、创造价值的能力与表现。

考核结果应能够为营销策划师的职业发展提供实际的指导与帮助，具有较强的应用价值。根据考核结果，为营销策划师制定个性化的培训计划与发展建议，帮助其弥补自身的不足，提升专业能力与综合素质，使考核真正成为营销策划师成长与发展的有效工具。

5.6 可操作性原则

可操作性原则要求考核标准表述简洁易懂，摒弃复杂晦涩术语与

模糊表达，确保考核者与被考核者均能准确理解。考核指标应具体、可量化，便于考核者进行客观评价与数据统计。

可以采用多元化的考核方法，如书面考试、实际操作、案例分析、现场演示、团队评价、客户反馈等，充分发挥各种考核方法的优势，全面、准确地评估营销策划师的能力，确保考核方法的科学性与可操作性，使考核工作能够顺利实施并取得可靠的结果。

6 面向职业岗位（群）

6.1 初级营销策划师岗位（群）

6.1.1 市场调研专员

主要负责收集基础的市场信息，如消费者偏好数据、竞争对手的基本产品信息与价格策略等，通过问卷调查、简单的数据分析工具整理数据，为营销策划提供初步的数据支持与市场现状描述。

6.1.2 营销活动执行

协助策划师和项目经理实施已制定好的营销活动方案。包括活动现场物料的准备与布置，与供应商、合作伙伴进行基础的沟通协调，

6.1.3 文案策划

参与撰写一些简单的营销文案，如产品宣传短文、社交媒体日常推送内容等，在资深文案策划的指导下，学习运用基础的文案撰写技巧与风格，注重文字的准确性与吸引力，以配合整体营销传播策略。

6.2 中级营销策划师岗位（群）

6.2.1 数字营销策划师/经理

负责制定并执行企业的数字营销方案，涵盖社交媒体营销、数字

内容营销、电商营销、搜索引擎优化（SEO）、搜索引擎营销（SEM）、电子邮件营销等领域。根据目标受众特点与营销目标，选择合适的数字平台与工具，制定详细的推广计划，并对数字营销效果进行监测与分析，及时调整策略。

6.2.2 营销策划经理

统筹各类营销活动的策划与执行全过程。从活动创意构思、预算编制、资源整合（包括人力、物力、财力以及合作伙伴资源）到活动现场的组织管理与风险控制，都需要具备较强的组织协调与决策能力。能够根据市场动态与企业需求，策划出具有吸引力与影响力的营销活动，如新品发布会、促销活动、主题营销活动等，并确保活动达到预期的营销效果与投资回报率。

6.3 高级营销策划师岗位（群）

6.3.1 营销战略规划师/高级经理/总监

站在企业战略高度，分析宏观市场环境、行业发展趋势以及企业内部资源与能力，制定长期的营销战略规划。确定企业的目标市场定位、市场进入与拓展策略、产品与服务组合策略、竞争战略等，为企业整体发展方向提供营销层面的战略指导，并与企业其他部门协同合作，确保营销战略与企业整体战略的一致性与连贯性。

6.3.2 营销创意高级经理/总监

作为营销创意团队的领导者，负责把控整个营销策划项目的创意方向与品质。带领团队挖掘独特的创意概念，将其转化为具有创新性与震撼力的营销方案与传播内容，涵盖广告创意、品牌体验设计、整

合营销传播创意等多个领域。不仅要有卓越的创意才华，还需具备良好的团队管理能力与商业洞察力，能够将创意与商业目标紧密结合，推动企业在市场竞争中脱颖而出，塑造独特的品牌形象与市场地位。

6.3.3 营销项目总监

全面负责大型、复杂营销项目的管理与运营。从项目的前期策划、资源调配、团队组建到项目执行过程中的进度监控、质量把控、风险管理以及项目后期的效果评估与经验总结，都需要进行高效的统筹与领导。能够协调企业内部各个部门以及外部合作伙伴之间的关系，确保项目在预算范围内按时、高质量地完成，实现企业的营销目标与战略意图，对项目的整体成败承担最终责任。

6.3.4 高级市场经理/总监

负责企业整体市场运营工作，制定市场发展战略与目标，分析市场竞争态势并制定相应的竞争策略。领导市场调研团队深入了解消费者需求、市场趋势和竞争对手动态，为企业产品研发、定价、渠道拓展等提供决策依据。统筹企业的品牌管理、营销推广、客户关系管理等工作，协调各部门资源以确保市场战略的有效实施，对企业市场份额、销售额等关键市场指标负责，推动企业在市场中持续增长与发展。

6.3.5 高级公关经理/总监

主导企业的公共关系战略与营销策划。建立并维护与媒体、政府机构、行业协会、客户及其他利益相关者的良好关系，塑造和提升企业的公共形象与声誉。制定公关传播计划，包括新闻发布、媒体合作、危机公关预案等，及时处理企业面临的各类公关危机与突发事件，通

过有效的公关手段提升企业的知名度、美誉度和社会影响力，为企业营造有利的外部舆论环境，促进企业与各界的沟通与合作，助力企业实现长期稳定发展目标。

7 职业标准内容

7.1 职业名称

营销策划师

7.2 职业编码

待定

7.3 职业定义

具备良好职业操守与敏锐商业洞察，精通市场营销原理、消费者行为分析等知识技能，深入研究市场、行业、竞争及目标客户后，独立或协作开展营销战略规划、品牌推广、方案设计、营销策划执行，跟踪评估并优化营销效果，为企业、机构及项目提供系统性、创新性、可行性的营销策划服务，助力其实现营销目标与提升商业价值的专业人才。

7.4 职业技能等级

营销策划师职业技能等级分为三个等级，由低到高分为：初级营销策划师、中级营销策划师、高级营销策划师。

7.5 职业环境条件

本行业所属从业人员所处的客观工作环境条件为：室内、室外，常温，不同地区及季节存在温差。

7.5.1 办公环境

相对宽松、舒适的办公环境，适合思考、讨论、创新或实践。

7.5.2 设备条件

具备合适的设备环境，设备包括但不限于具备电脑、平板电脑、手机等适合办公的电子设备，笔记本、黑板（或同类型设施）等适合书写和记录的书写设备，以及电视、投影、显示器等适合演示的演示设备。

7.6 职业能力特征

7.6.1 初级营销策划师能力特征

1.综合策划能力

能够理解和运用基本的营销策划流程与方法，在指导下对简单的营销活动进行策划，如小型促销活动。可开展调研、收集和整理基础的市场信息、分析目标客户的基本需求与行为特征、初步制定产品或服务的推广策略，文案撰写注重信息传达的准确性。

2.沟通协调能力

组织策划创意会议，与团队成员沟通，如向资深策划师请教问题、与执行人员交流活动细节；与各级渠道沟通；能够清晰表达自己的想法与任务进展，准确接收和理解上级指示，协助维护良好的团队协作氛围。

3.统筹能力

协助策划师或项目经理进行小型营销活动的筹备工作，参与活动流程梳理、人员分工安排讨论，对活动现场布置、物料准备等基础事务有一定的组织和跟进能力，确保各项任务按计划推进。

4.预算管理

了解营销活动预算的基本构成，协助收集和整理预算相关信息，在上级指导下对小型活动的预算进行初步估算，监控预算执行过程中的基础支出，及时汇报预算使用情况。

7.6.2 中级营销策划师能力特征

1.综合策划能力

熟练掌握多种营销策划工具与模型，能独立完成较为复杂的营销策划项目，如区域性的品牌推广活动；能够撰写各类方案；深入分析市场动态与竞争态势，精准定位目标市场，制定具有针对性的营销组合策略，包括产品定位调整、价格策略设计、渠道拓展方案以及创意性的促销营销策划，文案创作富有感染力与吸引力，能有效激发目标客户的兴趣与购买欲望。

2.沟通协调能力

与企业内部多个部门，如市场调研、销售、设计、财务等部门建立有效的沟通渠道，协调各方资源以实现营销策划目标。与外部合作伙伴，如广告公司、媒体机构、供应商等进行商务洽谈与合作沟通，能够清晰阐述项目需求与预期效果，处理合作过程中的问题与分歧，维护良好的合作关系。

3.统筹能力

能够负责营销项目的策划与执行统筹工作，制定详细的营销计划与时间表，合理分配人力、物力、财力资源，对营销活动进行有效管理与调度，及时应对和解决营销过程中出现的各类突发情况，确保各项营销流程顺利进行并达到预期效果，同时对营销效果进行初步评估

与总结。

4. 预算管理能力和

能够根据营销策划项目的规模与目标,独立编制详细的预算方案,包括各项费用的精确估算与合理分配,如广告投放费用、渠道费用、人员薪酬、活动物料及设备采购费用等。在项目执行过程中,严格监控预算的使用情况,根据实际需求进行合理的预算调整与优化,确保项目在预算范围内高质量完成,并能对预算执行结果进行分析与汇报。

7. 6.3 高级营销策划师能力特征

1. 决策与综合策划能力

对市场机会、路径选择、方案可行性有精准的判断;具战略远见与创新力,从企业战略高度规划长期营销战略及大型综合策划方案,如年度营销计划。精准洞察市场趋势、行业走向与消费者心理,提出前瞻性营销理念,整合多种资源打造企业强大影响力,塑造独特品牌形象。

2. 沟通协调能力和

为企业战略决策提供专业营销建议,能够跨部门协调推动营销战略落地,对外与顶尖伙伴建立战略合作,参与高端商务谈判与行业活动。

3. 统筹能力和

统筹大型复杂营销项目的全周期,包括前期的调研、策划构思、资源筹备,执行中的精细管理与风控,执行后期的全面评估与经验推广。具备组建团队的能力,能够通过合理分工,达到企业营销目标与

商业价值最大化。

4. 管理能力

包括组织建设与管理、流程优化与管理、团队激励和士气管理的能力。主导营销预算战略规划与编制，依据企业战略目标与市场预期确定市场规模与结构。执行中动态监控与精准调控，确保资金高效利用与最大投资回报，依据数据做好预算规划与战略调整。

7.7 职业技能评定要求

7.7.1 申报条件

申请参加本职业相应等级技能评定的人员应具备对应条件。原则上，各职业的申报年限不应低于规定的要求；国家有特殊规定的从其规定。如需对申报条件进行调整，须提交有关文字说明。

7.7.2 评定方式

初级营销策划师的评定采用理论知识考试的方式进行考核。

中级营销策划师的评定采用理论知识考试+案例评定的方式进行考核。

高级营销策划师的评定采用理论知识考试+案例评定+答辩的方式进行考核。

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。营销案例评定，主要考核从业人员的从业经验、项目运营管理能力和综合实操能力。综合评定通常采取审阅申报材料、答辩等方式进行全面评议和审查。

7.7.3 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 1:20,且每个考场不少于 2 名监考人员;营销案例评定考评人员为 3 人以上单数;综合评定委员为 3 人以上单数。

7.7.4 评定时间

理论知识考试时间为单场 180 分钟;

案例评定提交截止日期为当期理论知识考试报名截止日期。结果公布日期为理论知识考试结束后 60 天内。

综合评定的答辩时长为 30 分钟,其中,汇报展示不超过 20 分钟,答辩时长为 10 分钟。

综合评定的申报材料提交截止日期为当期理论知识考试报名截止日期;评定结果公布日期为理论知识考试结束后 60 天内。

7.7.5 评定场所设备

理论知识考试采用机考方式进行,考试场所应配备性能稳定、网络畅通且数量满足当场次考生考试需求的电脑设备。若不具备机考条件,可准备纸质试卷进行笔试。

技能考核和综合评定采用演示与答辩方式进行,考场需准备具有良好使用条件的电脑、电视、投影或其它适合进行内容演示的设备。

考场应具备良好的照明、通风条件,桌椅摆放整齐,确保考生有舒适的考试环境。场地布置呈现“初级/中级/高级营销策划师职业能力水平评价”等文字。

8 基本要求

8.1 职业道德

8.1.1 遵纪守法

包括遵守国家法律、法规和政策；坚持四项基本原则，贯彻新时代中国特色社会主义思想，践行社会主义核心价值观。

8.1.2 职业操守和职业信仰

指从业人员在职业活动中的行为标准和职业信仰，是维护职业道德的重要基础。

8.1.2.1 诚实守信

从业人员应该坚持诚实守信、言行一致，不夸大宣传，不承诺无法实现的事情。

8.1.2.2 保密义务

从业人员应该对需求方的商业机密和个人隐私等信息严格保密，不得擅自泄露，确保需求方的商业机密和隐私得到保护。

8.1.2.3 拒绝不正当要求

从业人员应拒绝不正当要求，如提供违法违规、不道德服务及索贿受贿等行为，坚决维护行业正常秩序。从业人员应该坚决抵制各种形式的贿赂行为，保持独立、公正、客观的立场。

8.1.2.4 不侵犯知识产权

从业人员应该尊重知识产权，不得抄袭、剽窃他人的作品、设计、想法等。

8.1.3 职业规范和行为准则

指从业人员在职业活动中应遵循的规范和行为准则。

8.1.3.1 责任和义务

从业人员应该明确自己的职责和义务，遵循商业合同约定，确保营销策划过程合法合规。

8.1.3.2 尊重雇主和需求方

从业人员应该尊重雇主和需求方的权益，遵守合同和承诺，不随意更改计划和收费标准，不以次充好，不降低服务质量，确保需求方和雇主的利益得到最大化保障。

8.1.3.3 公平竞争

从业人员应该遵守公平竞争原则，不采取不正当手段谋求个人或团队利益，避免贿赂、行贿、投标串通、价格垄断等行为，维护行业公正竞争的良好环境。

8.1.3.4 尊重团队成员

从业人员应该尊重团队成员的权益，遵循团队合作的原则，积极沟通和协作，共同完成工作任务。同时，从业人员应该关注团队成员的成长和发展，提供必要的支持和帮助，推动团队的进步和发展。

8.1.3.5 尊重合作伙伴

从业人员应该尊重合作伙伴，如供应商、合作企业等，与其保持良好的合作关系，促进合作伙伴共同发展。

8.1.3.6 保持独立性和客观性

从业人员应该保持独立性和客观性，不受个人和外部因素的干扰和影响，客观评估和处理工作任务，确保工作质量和效果。

8.1.3.7 遵循财务规范

从业人员应该遵循财务规范，包括但不限于预算编制、成本控制、收支管理等方面，确保营销策划过程中的财务运作合规合理。

8.1.3.8 尊重文化多样性

从业人员应该尊重文化多样性，关注营销策划过程中的文化差异，了解和尊重不同文化的习俗和礼仪，确保营销策划过程不会造成文化

冲突。

8.1.3.9 尊重社会规范和价值观

从业人员应该尊重社会的规范和价值观，不从事有损社会利益的活动，积极参与行业和社会的公益事业，履行社会责任，树立良好的社会形象。

8.1.3.10 注重安全风险

从业人员应该注重安全风险，从营销策划的每一个细节考虑安全因素，确保活动过程的安全性和顺畅性。

8.1.3.11 及时反馈和处理问题

从业人员应该及时反馈和处理雇主、需求方的问题和需求，保持沟通畅通。

8.1.3.12 尊重人权和尊严

从业人员应该尊重人权和尊严，不歧视、不伤害他人，积极维护社会公正和正义。

8.1.3.13 聚焦可持续发展

从业人员应该聚焦可持续发展，推动绿色、环保、可持续的营销策划理念和实践，为未来的可持续发展做出贡献。

8.1.3.14 参与公益活动

从业人员应该积极参与公益活动，为社会做出贡献，发挥自己的职业专长和技能。

8.1.3.15 维护社会秩序和安全

从业人员应该遵守法律法规，不从事违法违规活动，维护社会秩序和安全。同时，从业人员应该遵守相关安全规定和标准，保障参与者和工作人员的安全。

8.2 基础知识

8.2.1 管理学基础

包括管理职能、管理原则、管理层次、组织结构、管理系统学派、管理科学学派、行为科学理论、计划、决策、沟通、控制、创新管理。

8.2.2 市场营销学基础

包括且不限于市场细分、目标市场选择、市场定位（STP）理论、品牌营销、整合传播营销、国际市场营销，及4P、4C、4R、4D等营销组合理论，理解消费者购买决策过程及影响因素，如文化、社会、个人和心理因素等。

8.2.3 经济学常识

了解供需法则、机会成本、边际效用递减、比较优势与国际贸易、市场失灵与政府干预、货币政策与财政政策、经济增长与发展、货币价值论、市场结构、宏观经济指标等经济学常识，对市场环境与消费者购买力的影响，以制定更合理的营销决策。

8.2.4 传播学原理

包括且不限于熟悉传播过程的基本要素（传播者、信息、媒介、受众、反馈），掌握不同传播渠道（如广告、公关、社交媒体、口碑等）的传播特点与效果评估方法，理解信息编码与解码原理，以提升营销信息传播的有效性。

8.2.5 数据分析基础

包括且不限于具备数据收集（如问卷调查、市场监测、数据挖掘等）、整理与初步分析能力，掌握常用统计指标（如平均数、中位数、标准差等）与分析方法（如描述性统计、相关性分析等），能够从数据中提取有价值的信息，为营销策划提供数据支持与决策依据。

8.2.6 商务沟通与谈判

掌握商务沟通的基本原则、技巧与方法，包括口头表达、书面沟通（如撰写策划书、报告等）、非语言沟通等方面，了解商务谈判的流程、策略与技巧，以便在与团队成员、合作伙伴、客户等进行沟通协作与商务往来时能够有效达成共识与合作目标。

8.2.7 法律法规基础

熟悉与市场营销活动密切相关的法律法规，如民法典、经济法、广告法、消费者权益保护法、知识产权法等，确保营销策划与执行过程合法合规，避免法律风险。例如，随着数字经济的发展，《民法典》进一步强化了个人信息保护。企业在进行营销策划时，必须严格遵守个人信息保护的相关规定，包括获取信息主体同意、明确告知信息用途和存储期限等。违反以上规定的企业将面临法律责任，包括罚款和赔偿损失等。

8.3 专业知识

8.3.1 营销策划流程与方法

深入理解营销策划从市场调研、问题诊断、目标设定、策略制定到方案撰写、执行与评估的完整流程，熟练掌握各类策划方法与工具，如 SWOT 分析、PEST 分析、波士顿矩阵、头脑风暴法、六顶思考帽等，能够根据不同项目需求灵活运用。

8.3.2 市场调研与分析

掌握系统的市场调研方法与技术，包括定性调研（如深度访谈、焦点小组讨论等）与定量调研（如问卷调查、统计抽样等）方法，能够设计科学合理的调研方案，收集、整理与深入分析市场信息，精准

把握市场动态、竞争态势与消费者需求变化，为营销策划提供有力的数据支撑与市场洞察。

8.3.3 创意与创新思维

培养独特的创意思维方式与创新方法，如创新基本法（加、减、乘、除）、逆向思维法（水平营销）、系统思维法（六顶思考帽、思维导图法、金字塔原理、结构性思维、批判性思维）等，能够突破传统思维定式，挖掘新颖的营销创意与概念，为营销策划注入活力与差异化竞争优势。

8.3.4 活动策划与执行

全面掌握各类营销活动（如会议、展览、演出、庆典、赛事、公关活动等）的策划要点与独特方法，包括产品话语提炼与演说、活动主题构思、内容设计、流程安排、场地选择与布置、人员组织与协调、现场执行与管理、危机应对与风险控制等方面的专业知识，确保活动顺利开展并达到预期营销效果。

8.3.5 数字营销知识

精通数字化时代的营销技术与手段，包括搜索引擎优化（SEO）、搜索引擎营销（SEM）、社交媒体营销、内容营销、电子邮件营销、移动营销等领域的专业知识。了解大数据、人工智能、物联网等新兴技术在营销中的应用，如大数据精准营销如何实现精准定位目标客户群体、人工智能营销工具如何提高客户服务效率等。掌握线上营销平台与工具的操作与运营技巧，实现线上与线下营销的有机融合。

8.3.6 基础财务知识

了解包括会计基础知识、财务报表、预算管理、成本管理、税务基础等基础财务知识。

8.3.7 消费者行为学

包括且不限于掌握消费者需求产生机制、信息搜索与处理方式、购买动机与行为类型、决策过程、以及购后行为与评价等知识，以便精准把握目标客户群体心理与行为特征，为营销策划提供依据。

8.4 文化素养

营销策划师应掌握丰富的文化知识，包括文学、哲学、法律等领域的知识；坚持文化自信、文化自觉、文化自强；了解不同国家和地区的文化差异；具有审美感知和人文精神；国际视野和全球意识、创新能力和创造力。

8.5 身体素质

营销策划师应能胜任营销策划需要的现场调研、创意构思及文案撰修等相关工作任务，具备乐观积极心态，具有良好的适应能力和一定的抗压能力。

8.6 设计知识

营销策划中的设计知识不仅关乎美学和视觉表现，还与品牌建设、用户体验和市场策略密切相关。营销策划师应系统学习包括品牌标识设计、包装设计、网站设计、广告设计、社交媒体设计、视觉营销设计、用户体验设计、内容营销设计、交互设计、商业平面设计等设计知识，并且在运用中与企业品牌形象、市场定位和目标受众需求相结合，以实现最佳的营销策划效果。

9 工作要求

9.1 职业素养

9.1.1 市场洞察与分析

深入研究市场环境、行业动态、竞争对手以及消费者行为，为营

销策划提供精准依据与方向指引。

9.1.2 策划方案设计与制定

依据市场洞察成果，运用创新思维与专业方法，构建系统全面且具可行性的营销策划方案，涵盖品牌推广、产品营销、活动策划等多方面。

9.1.3 项目执行与监控

负责营销策划方案的落地实施，协调各方资源，把控执行进度与质量，及时处理执行过程中的各类问题与突发情况，确保方案按计划顺利推进。要树立学习能力、刻苦精神、实战精神；加强对渠道的开招与跟进；熟练应用传播工具；学会创造客户；学会创新价值及客户沟通的艺术；建立客户数据库，对客户全程管理；能够把控物流，保障物流畅通；提升客户售后服务能力。

9.1.4 效果评估与优化

对营销策划方案的实施效果进行科学评估，收集与分析相关数据，总结经验教训，提出针对性的优化改进措施，为后续策划工作提供参考与借鉴。

9.2 工作内容

9.2.1 需求分析与目标确定

深入沟通营销项目的背景、目的、期望效果以及目标受众等信息，结合市场调研与行业经验，确定营销方案的核心目标与关键绩效指标（KPI）。

9.2.2 市场调研与趋势分析

- 1.收集并整理宏观经济数据、行业报告、市场情报等信息。

- 2.开展消费者需求调研，运用问卷调查、深度访谈等方法了解消费者偏好、购买习惯等。

- 3.分析竞争对手的营销策略、产品特点、市场份额等情况，找出差异化竞争优势与机会点。

- 4.跟踪监测市场趋势变化，预测未来市场走向，撰写市场分析报告。

9.2.3 策划创意生成与方案撰写

- 1.基于市场分析结果，确定营销目标与定位，如品牌定位调整、产品市场定位优化等。

- 2.运用头脑风暴、创意启发等方法构思新颖独特的营销创意概念，包括广告创意、活动主题创意等。

- 3.设计详细的营销策划方案，涵盖营销战略规划、产品推广策略、价格策略、渠道策略、促销活动策划等内容，明确各环节执行细节与时间节点。

- 4.撰写规范、完整且具有吸引力的营销策划书，包括项目背景、目标、策略、执行计划、预算分配、预期效果等部分。

9.2.4 资源整合与项目协调

- 1.整合内部资源，如协调市场、销售、研发、财务等部门间的合作，确保营销策划方案的顺利实施。

- 2.拓展与管理外部合作伙伴资源，包括广告公司、媒体机构、供应商等，进行商务洽谈、合同签订与合作执行监督。

3.组织与协调营销活动相关的人员、物资、场地等资源调配，如活动现场工作人员安排、宣传物料制作与配送、活动场地布置等。

4.建立与维护项目沟通机制，及时向团队成员、上级领导及合作伙伴传达项目进展情况，解决沟通协调过程中出现的问题与冲突。

9.2.5 营销活动的执行与现场管理

1.按照策划方案组织实施营销活动，如新品发布会、促销活动、公关活动等，确保活动按预定流程有序进行。

2.对活动现场进行实时监控与管理，包括人员调度、设备运行检查、现场秩序维护、突发事件应急处理等，保障活动现场安全、高效运行。

3.收集活动现场的反馈信息，如消费者意见、合作伙伴建议等，及时调整活动执行策略，提升活动效果与参与者体验。

9.2.6 营销效果评估与反馈

1.建立科学合理的营销效果评估指标体系，包括销售额、市场份额、品牌知名度、客户满意度等关键指标。

2.运用数据分析工具与方法，收集、整理与分析营销活动前后的数据变化，评估营销策划方案的实际效果与达成程度。

3.根据效果评估结果，撰写详细的评估报告，总结成功经验与不足之处，提出针对性的改进建议与优化方案。

4.将效果评估结果反馈给企业内部相关部门与团队成员，为后续营销策划工作提供参考依据，促进营销工作的持续改进与提升。

9.3 技能要求

9.3.1 市场分析技能

1.熟练掌握市场调研方法，能够独立设计并执行调研项目，运用数据分析软件（如 Excel、SPSS 等）对调研数据进行有效分析，提取有价值信息。

2.具备敏锐的市场洞察力，能够准确解读宏观经济环境、行业政策法规、技术发展趋势等因素对市场的影响，识别市场机会与潜在风险。

3.善于运用竞争分析工具（如 SWOT 分析、波特五力模型等）对竞争对手进行深入剖析，制定差异化竞争策略。

4.能够对消费者心理和行为进行研究和分析。通过深入理解消费者的心理需求和行为模式，更好地应对市场变化，为制定科学有效的营销策略提供有力支持，从而提升企业的市场竞争力和长期发展能力。

9.3.2 策划创新技能

1.拥有丰富的创意思维能力，能够突破传统思维定式，快速生成新颖独特的营销创意，并将创意转化为可行的策划方案。

2.熟练掌握营销策划流程与方法，能够根据不同的营销目标与项目需求，灵活运用各种策划工具（如头脑风暴法、思维导图等）制定系统全面的营销战略与策略组合。

3.具备良好的文案撰写能力，能够撰写富有吸引力、感染力且逻辑清晰的营销文案，包括广告文案、宣传稿件、策划书等。

9.3.3 项目管理技能

1.具备较强的项目规划与组织协调能力，能够制定详细的项目计

划，合理安排资源，有效协调团队成员、合作伙伴及各部门之间的工作关系，确保项目顺利推进。

2.熟练掌握项目进度管理方法，能够运用项目管理工具（如甘特图等）对项目进度进行实时监控与调整，及时发现并解决项目执行过程中的问题与延误。

3.具备一定的风险管理能力，能够识别项目执行过程中的潜在风险，制定相应的风险应对预案，降低风险对项目的影响。

9.3.4 沟通协作技能

1.拥有出色的口头与书面表达能力，能够清晰、准确地向团队成员、上级领导、合作伙伴及客户传达营销策划方案的核心内容与执行细节，确保各方理解一致。

2.具备良好的团队协作精神，能够积极倾听他人意见与建议，与不同性格、专业背景的人员建立良好的合作关系，共同完成营销策划项目。

3.擅长跨部门沟通与协调，能够理解并尊重其他部门的工作需求与利益诉求，有效整合各方资源，推动营销策划方案在企业内部的顺利实施。

9.3.5 数据处理与分析技能

1.能够熟练运用数据分析工具对营销数据进行收集、整理、清洗与分析，如运用 Excel 进行数据透视表分析、运用 SQL 进行数据查询与提取等。

2.掌握基础的数据挖掘与统计分析方法，能够从海量数据中发现

潜在的市场规律与消费者行为模式，为营销策划提供数据支持与决策依据。

3.具备数据可视化能力，能够运用图表（如柱状图、折线图、饼图等）、数据仪表盘等工具将数据分析结果直观地呈现出来，便于理解与决策。

9.4 相关知识要求

9.4.1 项目管理知识

了解项目管理的基本概念、知识体系与流程，包括项目启动、规划、执行、监控、收尾等阶段的管理方法与工具；掌握项目范围管理、时间管理、成本管理、质量管理、人力资源管理、风险管理、沟通管理等方面的知识，能够运用项目管理软件（如 Microsoft Project）进行活动项目的计划制定、进度跟踪与资源分配，确保项目的顺利实施。

9.4.2 文化艺术与审美知识

具备一定的文化艺术素养，了解不同文化背景下的艺术形式（如中国传统文化中的剪纸、书法，西方文化中的油画、雕塑等）、文化传统与审美观念，能够将文化艺术元素应用在营销策划中，如主题设计、视觉形象塑造等，提升活动的文化内涵与艺术品位；能够根据目标受众的文化背景和审美观念进行营销策划，契合目标受众的文化审美需求；掌握基本的审美原则与设计原理，如色彩搭配、构图法则、空间布局等，为活动的视觉形象设计与现场布置提供审美指导。

10.评价组织

10.1 组织机构

中国智慧工程研究会授权由中国智慧工程研究会策划专业委员会负责相关工作。

10.2 主要职责

组建评审专家组，建立笔试和面试的试题库，制定年度工作方案，发布评价通知，接收报名表及相关申报材料。组织评审专家、申报人和服务人员，开展资料审核、笔试和面试。确定营销策划师职业能力水平等级，制作并颁发证书。

11. 评价程序

11.1 申请

从事营销策划业务的人员可根据秘书处发布的公告，自愿申请参加职业能力水平评价。

申请人参加营销策划师职业能力水平评价，应提供以下材料：

——营销策划师职业能力水平评价申请表（附录 D）

——身份证、毕业证、工作证及培训进修证明材料复印件；

——项目合同复印件、获奖证书复印件、新闻媒体报道截图等策划业绩证明；

——代表个人水平的营销策划文案、论文、著作、专家聘书、会议邀请函复印件；

——二寸白底证件照三张。

申请人提供的材料应真实、准确、全面。

11.2 受理

接到申请人提交的申请表及相关材料后，秘书处应在 50 天内进

行审查核实，并提出初审意见。

秘书处接到初审意见后，从专家库中抽取专家组成专家组，于 10 天内给出是否同意受理的结论。

秘书处根据专家组意见，通过电话、邮件、微信等方式通知申请人受理结果。

秘书处对申请人提交的材料进行审查核实，准确填写申请材料审核表。

11.3 笔试

秘书处确定在线考试系统¹，组建笔试题库，确定考试时间，公开发布通知。

申请人提前准备电脑、摄像头、网络符合条件的考试场所，准时参加在线考试，时间为 180 分钟。

秘书处组织在线批阅笔试试卷，在 60 天内评定笔试成绩。

11.4 答辩

秘书处在笔试成绩揭晓后 5 天内，命制答辩题目，抽取答辩专家，公开发布通知。

申请人提前准备电脑、摄像头、网络、声环境符合条件的场所，准时参加答辩，时间约在 30 分钟。

答辩的主要内容包括：申请人介绍个人基本情况、策划业绩及代表成果，抽取并回答答辩试题，就专家的补充提问做出回应。

答辩专家及时填写每位申请人的答辩情况记录表。

¹说明：笔试和答辩是否采取异地分散在线形式，考虑到申请人差旅成本、场地安排及相关因素，暂定为在线考试。高级营销策划师可采取现场集中考试的形式。

11.5 综合评价

秘书处汇总申请材料审核表、笔试成绩和答辩情况记录表后，计算确定综合得分，形成初评报告，在答辩结束后 60 天内提交评委会。

秘书处在接到初评报告后 10 天内组织专家召开终评会议，提出评审意见。

终评的主要内容包括：核实各项指标得分、给出评价结论，结论为通过、不通过。

11.6 公示

通过各等级营销策划师职业能力水平评价的申请人，应予以在中国智慧工程研究会官网或者中国智慧工程研究会策划专业委员会官网上公示，公示时间不少于 5 个工作日。

在公示时间内收到实名举报的，评委会应及时进行查证；查证属实的，应重新确定终评结论。

11.7 批复

对于终评合格并通过公示的申请人，评委会应上报中国智慧工程研究会策划专业委员会给予获得相应等级营销策划师职业能力水平评价证书的批复，并授予证书。

营销策划师职业能力水平评价资质证书由中国智慧工程研究会策划专业委员会统一制作，由通过考核的申请人持有。初级营销策划师证书长期有效，每两年复审一次。中级及高级营销策划师证书自颁发证书之日起两年内有效，在有效期截止日之前 3 个月，持证人需凭

两年内实践营销案例申请复审。复审通过后，证书有效期自动续期两年，直至下一次复审。

营销策划师职业能力水平评价等级证书可在中国智慧工程研究会官网或中国智慧工程研究会策划专业委员会官网进行查询。

12. 评价管理

对已经完成职业能力水平评价、获得相应等级证书的营销策划师，应每两年进行一次复核。

营销策划师应对照相应评价指标进行自查自评，并将结果上报秘书处。秘书处组织专家安排抽查复核，视情况做出“合格”“不合格（整改）”“取消证书”的结论。

对复核认定结果为“不合格”的营销策划师，秘书处签发期限为3个月的整改通知书。营销策划师可在该期限内向秘书处申请再次复核，如仍未达到相关要求，给予降低等级的处理。

对因违反法律法规、发生重大事故、造成恶劣影响而被取消资质的营销策划人员，3年后方可重新申请职业能力水平评定。

附录：营销策划师职业能力水平评价细则

根据不同等级营销策划师的职业能力要求和工作重点，合理分配各项知识类别的权重，以体现各级别在知识掌握程度上的递进关系，为营销策划师的培训、考核与职业发展提供参考依据。

附录 A（规范性附录）

初级营销策划师职业能力水平评价细则

A.1 具备以下条件之一者，可申报参加不少于 45 课时的初级营销策划培训学习，然后进行初级营销策划师评定，考试合格者，颁发证书。

A.1.1 具有高中毕业(或同等学力)，从事策划相关工作 2 年以上。

A.1.2 取得高等职业学校、专科及以上普通高等学校专业或相关专业毕业证书(含在读应届毕业生)。

A.1.3 取得相关职业初级职业资格(职业技能等级)证书后，累计从事本职业或相关职业工作满 2 年。

A.1.4 累计从事本职业或相关职业工作满 3 年。

A.2 评价方法

A.2.1 评价指标

初级营销策划师职业能力水平评价表

一级指标	二级指标	合计分值
职业素养	道德素养	10
	政治素养	
基础知识	管理学基础	60
	市场营销学基础	
	经济学常识	
	传播学原理	
	数据分析基础	
	商务沟通与谈判	
	法律法规基础	
专业知识	营销策划流程与方法	25
	品牌管理	
	数字营销	
	活动策划与执行	
	创意与创新思维	
	市场调研与分析	
	基础财务知识	
	消费者行为学	
相关知识	项目管理知识	5

	文化艺术与审美知识	
--	-----------	--

权重设置的依据或目的: 重在考查被考核者是否掌握并运用营销策划工作必备的基础知识, 是否掌握一定的营销策划专业知识。

A.2.2 得分要求

申请人综合得分须在 60 分以上 (含 60 分), “职业素养”“基础知识”“专业知识”的得分率均应不低于 60%。

附录 B (规范性附录)

中级营销策划师职业能力水平评价细则

B.1 具备以下条件之一者, 可申报参加不少于 35 课时的中级营销策划培训学习, 考试合格者, 进行中级营销策划师评定, 评定合格后颁发证书。

B.1.1 申请人应具有大学专科毕业(或同等学力)。

B.1.2 获得初级营销策划师等级证书 3 年以上。

B.1.3 申请人从事营销策划工作 5 年以上, 策划业绩突出, 所策划的营销项目对促进地方招商引资或经济发展起到重要作用。

B.1.4 出版营销或者策划相关著作 1 部以上或在主要媒体期刊上发表营销策划直接相关的具有独立创新成果 1 篇以上。

B.1.5 成立 5 年以上并取得显著经济效益的相关企业主要领导。

B.1.6 参加厅级以上党政机关、事业单位、社会团体等机构举办的与营销策划相关的创意大赛、营销大赛、策划大赛, 以第一作者身份获得奖项者 (特等奖或一等奖, 包括组织的比赛)。

B.1.7 具有营销策划相关专业中级职称, 累计从事本职业或相关职业工作满 5 年。

B.2 评价方法

B.2.1 评价指标

中级营销策划师职业能力水平评价表

一级指标	二级指标	合计分值
职业素养	道德素养	10
	政治素养	
基础知识	管理学基础	45
	市场营销学基础	
	经济学常识	
	传播学原理	
	数据分析基础	
	商务沟通与谈判	
	法律法规基础	
专业知识	营销策划流程与方法	35
	品牌管理	
	数字营销	
	活动策划与执行	
	创意与创新思维	
	市场调研与分析	
	基础财务知识	
	消费者行为学	
相关知识	项目管理知识	10

	文化艺术与审美知识	
--	-----------	--

中级营销策划师职业能力水平评价表权重设置的依据或目的：重在考查被考核者是否扎实掌握并熟练运用营销策划工作必备的基础知识和专业知识，同时加大对营销策划相关知识的考查。

B.2.2 得分要求

申请人综合得分须在 60 分以上，“职业素养”“基础知识”“专业知识”的得分率均应不低于 60%。

B.2.3 中级案例评定权重表

中级案例评定权重表

考核项目	分值	备注
市场分析	20	案例形式： (1) 承担项目 (2) 研究成果 (3) 赛事奖励 市级、省级、国家级 案例分别按 102%、 105%、110%赋分。
策划创新	20	
项目管理	20	
沟通协作	15	
项目实施	20	
财务管理	3	
风险管理	2	

案例形式：

(1) 承担项目

参与或主持过一定数量和规模的营销策划项目或营销规划中的策划部分，项目实施后取得经济、社会、生态效益或得到委托方、社会各界的积极评价。

(2) 研究成果

参与过的实践案例进行跟踪观察、回顾反思与总结提升，形成相

关案例、报告、论文，通过网络、会议、报纸、期刊、杂志、教材、专著进行分享交流。

(3) 赛事奖励

参加各类与营销创意、策划、设计相关的方案征集（比选）、比赛竞赛、优秀成果评选，争取相应的奖励和荣誉。

附录 C（规范性附录）

高级营销策划师职业能力水平评价细则

C.1 具备以下条件之一者，可申报参加不少于 35 课时的高级营销策划师培训学习，考试合格者，进行高级营销策划师评定，评定合格后颁发证书。

C.1.1 具有大学本科毕业(或同等学力)，从事相关工作不低于 10 年；

C.1.2 取得中级营销策划师职业等级证书后，累计从事本职业或相关职业工作满 4 年。

C.1.3 取得相关职业副高级以上职称、职业资格、职业技等级证书后，累计从事本职业或相关职业工作满 5 年。策划业绩或建言献策被地方政府或企业采纳执行并取得显著经济效益的。

C.1.4 累计从事本职业或相关职业工作满 10 年，并有 3 个以上取得重大经济效益和社会影响力的策划案。

C.1.5 单独或合作（署名前三）出版营销策划类教材或专著两部以上。

C.1.6 参与营销策划相关标准（国家标准、行业标准、团体标准、地方标准）的编制或修订工作者。

C.1.7 从事营销策划相关工作并获得省部级各类人才称号，或对地方策划行业和经济发展做出其他重大贡献的特殊人才。

C.2 评价方法

C.2.1 评价指标

高级营销策划师职业能力水平评价指标表

一级指标	二级指标	合计分值
职业素养	道德素养	10
	政治素养	
基础知识	管理学基础	20
	市场营销学基础	
	经济学常识	
	传播学原理	
	数据分析基础	
	商务沟通与谈判	
	法律法规基础	
专业知识	营销策划流程与方法	50
	品牌管理	
	数字营销	
	活动策划与执行	
	创意与创新思维	
	市场调研与分析	
	基础财务知识	
	消费者行为学	
相关知识	项目管理知识	10
	文化艺术与审美知识	

相关实践	从事营销策划工作年限	10
	实操项目案例数量	

说明：（1）高级营销策划师职业能力水平评价表权重设置的依据或目的：重在考查被考核者是否能够有效运用专业知识，同时考查相关知识和相关从业实践。

（2）从事营销策划工作年限从通过中级营销策划师职业能力水平评价后起算，3-7年及以上，分别评定1-5分。

（3）实操项目案例数量5-10个以上，分别评定1-5分。

（4）如获其他高级营销资格证书，可根据数量和等级给与酌情1-3分加分。

C.2.2 得分要求

申请人综合得分须在60分以上，“职业素养”“基础知识”“专业知识”得分率均应不低于60%。

C.2.3 高级案例评定权重表

高级案例评定权重表

考核项目	分值	备注
市场分析	10	案例形式： （1）承担项目 （2）研究成果 （3）赛事奖励 市级、省级、国家级案例分别按102%、105%、110%赋分。
策划创新	25	
项目管理	25	
沟通协作	15	
项目实施	15	
财务管理	5	
风险管理	5	

C.2.4 高级答辩权重表

高级答辩权重表

考核项目	分值	备注

商务礼仪	5	案例形式： (1) 承担项目 (2) 研究成果 (3) 赛事奖励 市级、省级、国家级 案例分别按 102%、 105%、110%赋分。
案例创新	20	
方案呈现	15	
案例演说	20	
答辩质量	20	
项目效果	20	

附录 D (规范性附录)

中国智慧工程研究会策划专业委员会
营销策划师职业能力水平评价申请表 (样例)

编号：2025—001

填报日期：____年__月__日

姓名		性别		政治面貌	
身份证号			工作单位		
通讯地址				邮编	
联系电话		电子邮箱		微信	
从业年限		学历		毕业院校	
培训情况	____年__月__日参加____组织的____培训				
申报等级	<input type="checkbox"/> 初级 <input type="checkbox"/> 中级 <input type="checkbox"/> 高级				
策划案例 (名称)					
研究成果名称				发表途径	
所获奖励名称				颁发机构	
受理意见	<input type="checkbox"/> 同意 <input type="checkbox"/> 不同意				
评价得分		终评结论	<input type="checkbox"/> 通过 <input type="checkbox"/> 不通过		
证书编号				发放时间	

