ICS 03.080.99

CCS A 20

团 体 标 准

T/CATIS ***—2026

服务贸易营销从业人员能力要求

Competency requirements for trade in services marketing practitioners

（征求意见稿）

《服务贸易营销从业人员能力要求》征求意见稿

2026-XX-XX 发布 2027-XX-XX 实施

中国服务贸易协会 发布

《服务贸易营销从业人员能力要求》征求意见稿

目 次

前 言 3
引 言 4
1 范围 5
2 规范性引用文件 5
3 术语和定义 5
3.1 服务贸易 trade in services 5
3.2 服务营销 service marketing 5
3.3 从业人员 professional 5
3.4 服务贸易营销从业人员 trade in services marketing practitioners 5
4 基本原则 6
5 从业人员基本要求 6
6 能力模型和能力要素 6
6.1 能力模型 6
6.2 能力要素 7
6.2.1 知识 7
6.2.2 技能 8
6.2.3 实务重点 10
7 能力要求 10
7.1 职业等级 10
7.2 具体要求 10
7.2.1 初级营销人员 10
7.2.2 中级营销人员 12
7.2.3 高级营销人员 14
7.3 权重表 15
8 评价方法 15
8.1 申报条件 15

《服务贸易营销从业人员能力要求》征求意见稿

8.2 鉴定方式 16
8.3 监考人员、考评人员与考生配比 16
8.4 鉴定评价时间 16
8.5 鉴定场所设备 17
参考文献 17

《服务贸易营销从业人员能力要求》征求意见稿

前 言

本文件以《中华人民共和国职业分类大典》为依据,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》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利，本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由中国服务贸易协会专家委员会提出。

本文件由中国服务贸易协会归口。

本文件起草单位：

本文件主要起草人：

《服务贸易营销从业人员能力要求》征求意见稿

引 言

服务贸易正在成为全球贸易的新引擎，并在数字经济时代显现出强劲的发展动力和广阔的发展前景。面对服务贸易快速发展以及数字科技蓬勃兴起之势，服务贸易营销以其模式之变、渠道之变、策略之变等重大变革，在推动服务供给、促进服务消费、强化服务贸易供给端与需求端的有效对接，持续扩大服务贸易市场等方面发挥越来越关键的作用，成为服务贸易以及市场营销领域创新变革的重要推动力量，由此使社会对服务贸易营销人员的需求十分迫切。为了强化和全面提升我国服务贸易营销从业人员的职业化能力和素养，规范从业者的从业行为，提高自身职业水平，实现职业发展，为我国服务贸易高质量发展提供人才支撑，为相关从业人员能力鉴定提供依据，从而更好适应经济社会发展需要，依据《中华人民共和国劳动法》，制定《服务贸易营销人员从业能力要求（团体标准）》（以下简称本《文件》）。

本文件全面系统地定义和规范了服务贸易营销从业人员应具备的基础知识、基本能力与实务重点，重视专业能力的培养与提高。

本文件为服务贸易营销从业人员选聘、培养与管理高素质专业人才提供了重要参考和遵循的方向，有利于推进服务贸易营销行业专业化发展。

《服务贸易营销从业人员能力要求》征求意见稿

服务贸易营销从业人员能力要求

1 范围

本文件界定了服务贸易营销从业人员（以下简称“从业人员”）的术语和定义、等级划分，规定了从业人员的基本要求、能力模型和能力要素、能力要求、评价方法。

本文件适用于相关部门、组织等对服务贸易营销从业人员开展教育、培训、评估、选聘、任用等活动。

2 规范性引用文件

本文件没有规范性引用文件。

3 术语和定义

3.1 服务贸易 trade in services

《服务贸易总协定》（GATS）将服务贸易定义为四种提供模式：跨境提供、境外消费、商业存在、自然人移动。

3.2 服务营销 service marketing

企业通过提供无形服务来满足客户需求，建立客户关系并实现价值交换的市场活动。

3.3 从业人员 professional

具备某一专业领域内任职能力或获得某一专业领域内相关职业任职资格，参与该领域社会劳动并取得报酬的专业人员。

3.4 服务贸易营销从业人员 trade in services marketing practitioners

服务贸易开展过程中从事相关市场调研、市场分析、营销策划、市场开拓、直接销售、客户管理等营销活动的人员。

《服务贸易营销从业人员能力要求》征求意见稿

4 基本原则

提供服务贸易营销服务的目标是通过从业人员的知识、技能和实务能力发挥，针对服务贸易中的各种营销事务提出合理解决方案或建议，实施促进各类服务产品的供求以及市场拓展活动，实现服务交易的有效开展。

为了达到上述目标，评判服务贸易营销从业人员的能力时宜遵守以下原则：服务贸易营销从业人员应具有基础知识、专业知识和相关知识，具备基本技能、专业技能和综合技能，并且具有处理相关实务的能力。

5 从业人员基本要求

从业人员应具有国家教育主管部门批准具有举办学历教育资格的高等学校所颁发的学历证书，以确保拥有从业所需要的知识基础。

同时具有良好的职业伦理和道德修养，具备较强的沟通、分析、学习、谈判、执行、协作以及风险处理等能力，能够开展合规性经营并积极应对市场发展和形势变化，针对营销目标和相关需求方提出合理解决方案和建议，以确保拥有从业所需要的基本能力。

6 能力模型和能力要素

6.1 能力模型

本文件按知识、技能和实务三个维度提出了从业人员的能力模型。（见图 1）

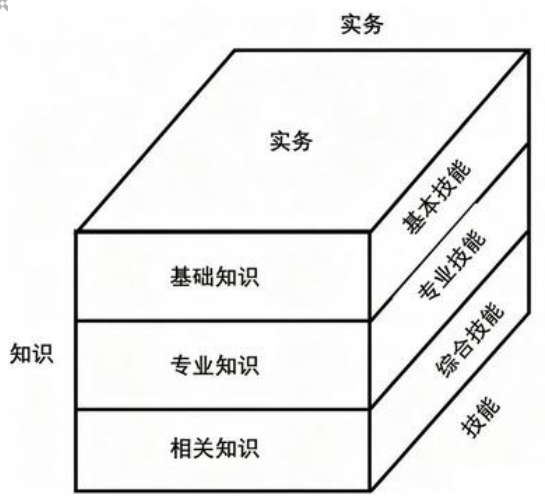

图 1 从业能力模型

《服务贸易营销从业人员能力要求》征求意见稿

6.2 能力要素

6.2.1 知识

6.2.1.1 基础知识

（1）经济学知识

（2）管理学知识

（3）传播学知识

（4）心理学知识

（5）法律基础知识

6.2.1.2 专业知识

a)基本概念和理论

1）服务贸易的定义与特征

2）服务贸易的统计与分类

3）服务贸易的地位与作用

4）服务贸易基本理论

5）数字服务贸易的兴起与发展

6）营销、数字营销、大数据营销、人工智能营销的概念与特征

7）货物贸易与服务贸易营销异同

8）服务消费者行为与环境分析

9）服务贸易营销策划

10）服务贸易营销目标市场的细分、选择和定位

11）服务贸易营销模式与策略

b)基本政策、法律和协定

1）世界主要国家服务贸易政策

2）国内服务贸易法规：《中华人民共和国对外贸易法》《中华人民共和国外商投资法》《中华人民共和国技术进出口管理条例》。

3）《服务贸易总协定》（GATS）

4）区域性服务贸易规则：《美墨加协定》（USMCA）《区域全面经济伙伴关系协定》（RCEP）《全面与进步跨太平洋伙伴关系协定》（CPTPP）《数字经济伙伴关系协定》

《服务贸易营销从业人员能力要求》征求意见稿

（DEPA）

5）世界贸易组织争端解决机制

6）服务贸易营销相关合规性规定

c)服务贸易营销发展与创新实践

1）主要经济体如美国、欧盟、英国、日本、韩国等服务贸易市场状况与服务贸易营销模式和实践创新

2）服务贸易重点行业如旅游、运输、电信、金融、文化、商业、环境、健康等营销模式和实践创新

3）数字技术在服务贸易营销领域的应用与创新

6.2.1.3 相关知识

（1）信息管理知识

（2）数字科技知识

（3）数据分析与统计知识

（4）社会学知识

6.2.2 技能

6.2.2.1 基本技能

（1）沟通协调能力：有较强的语言能力，能够运用中外文以及各种交流工具和方式，与消费者、客户、合作伙伴等营销对象以及其他利益相关方进行有效沟通和协调，建立良好的关系，倾听和理解对方的意见和反馈，处理好沟通中可能出现的障碍和冲突。

（2）学习适应能力：能够在不断变化发展的营销环境中主动调整心态、强化学习，尽快适应新环境、进入新状态的能力。

（3）观察判断能力：能够针对营销业务实际，进行全面观察，准确判断业务重点、突破点，能够运用战略思维对营销业务提出解决方案。

（4）谈判说服能力：能够通过观察、表达、沟通、应变、决断等在营销活动中协调和处理各种矛盾，开展有效的议价，完成谈判、说服受众的能力。

（5）抗压承受能力：能够积极面对营销中的困难、挑战、各种压力和不确定性，具有

《服务贸易营销从业人员能力要求》征求意见稿

较强的心理韧性和承担风险的能力。

6.2.2.2 专业技能

（1）市场调研与数据分析能力：能够运用问卷、访谈、数据抓取等方式进行市场调研，运用分析工具进行数据分析，设计营销方案，实现营销目标。

（2）国际市场分析、研判与决策能力：能够在信息搜集基础上进行用户偏好、市场特征分析和趋势研判，制定合理的营销策略。

（3）数字技术应用能力：能够运用大数据、云计算、人工智能等技术手段进行与营销业务相关的各种工作，如策划辅助、内容生成辅助、营销过程中平台工具辅助、AI 营销、营销中的人机交互等。

（4）内容创作与策划能力：能够对市场等信息资料进行有效挖掘、处理，并撰写条理清晰、逻辑严谨、表达流畅的营销策划文案。

（5）消费者心理与行为分析能力：能够运用多种技术手段、相关资料等对服务消费者心理和行为展开分析，强化营销活动的针对性和创造性。

（6）营销传播与推广能力：能够运用新媒体运营、直播与短视频等营销途径开展服务品牌的传播与推广以及良好的售后服务。

（7）营销合规性提升能力：能够依据服务贸易行业特征、企业实际以及目标市场状况，在进出口管制、市场准入、广告、知识产权以及数据等方面持续提升营销活动的合规性水平。

6.2.2.3 综合技能

（1）战略与创意思维能力：能够独立思考，理解行业趋势、竞争格局，将服务贸易营销与企业整体战略相结合，提出创新的解决方案，推动服务产品升级和品牌建设。

（2）客户关系和项目管理能力：能够进行高效客户关系以及项目管理，持续增强客户粘性，合理安排时间和资源，高效地完成营销任务。

（3）执行能力和培训能力：能够按照营销业务要求、目标和实施方案，高效执行任务，同时加强营销培训，更好实现相关各方能力提升。

（4）组织管理和危机处理能力：能够进行营销业务的组织管理工作，识别、预判风险，并进行针对性危机处理。

《服务贸易营销从业人员能力要求》征求意见稿

6.2.3 实务重点

（1）服务贸易各行业领域市场调研与市场细分

（2）服务贸易各行业领域服务市场供求分析与营销状况分析

（3）直接面向个人以及企业客户的服务贸易各行业领域服务产品差异化营销策略组合设计与创新

（4）服务贸易各行业领域服务产品新业态、新模式营销策划

（5）服务贸易企业营销战略规划设计与制定

（6）服务贸易区域和行业发展营销战略规划与行动实施方案制定

（7）数字工具运用与营销活动中的数字化辅助，包括运用数字工具开展的各种营销，如微博营销、微信营销，以及二维码营销、LBS 营销、微电影营销、虚拟游戏营销、搜索引擎营销、电子商务营销等，以及营销中的策划、内容生成、平台工具使用等辅助活动。

（8）AI 营销的创新与实践：强化人机交互和 AI 自主学习，推动数字员工助力营销实务中的获客增长、转化成交、服务留存以及复购增值等，促进 OPC（One Person Company）AI 智能体营销。

（9）服务贸易营销风险管理与绩效评估

（10）服务贸易营销人才招聘、培养、使用、培训等实务

（11）服务贸易营销争端解决及法律实务

（12）其他重要营销业务

7 能力要求

7.1 职业等级

本职业共设三个等级，分别为：初级、中级、高级三个等级。

7.2 具体要求

本标准对初级营销人员、中级营销人员、高级营销人员的要求依次递进，高级别涵盖低级别的要求。

7.2.1 初级营销人员

《服务贸易营销从业人员能力要求》征求意见稿

工作环节	工作内容	能力要求	相关知识要求
1.市场调研与分析	1.1 市场调研	1.1.1 能运用有效的方法收集与服务贸易营销相关的数据信息和资料 1.1.2 能运用相关手段进行数据信息资料的初步整理和加工 1.1.3 能进行有效的客户识别和分类 1.1.4 能开展数字技术辅助市场调研	1.1.1 市场调研知识 1.1.2 数据分析与统计知识 1.1.3 数字技术应用
	1.2 供给分析	1.2.1 能对服务供给状况展开分析 1.2.2 能对服务供给特征进行描述 1.2.3 能对服务贸易模式进行分析	1.2.1 服务贸易特征、分类等相关知识 1.2.2 数据分析与统计知识
	1.3 需求分析	1.3.1 能对服务需求状况展开分析 1.3.2 能对服务需求指向进行描述	1.3.1 需求管理和分析 1.3.2 心理学知识 1.3.3 社会学知识 1.3.4 数据分析与统计知识
2. 营销策划	2.1 营销目标市场分析	2.1.1 能把握服务贸易和货物贸易营销差异，进行服务贸易营销目标市场细分 2.1.2 能依据服务贸易行业和市场特征进行初步营销策略分析	2.1.1 营销目标市场细分知识 2.1.2 营销组合策略知识
	2.2 服务产品及业态策划	2.2.1 能依据个人客户和企业客户差别进行服务产品及业态组合的初步分析 2.2.2 能根据客户需求进行服务产品业态组合选择 2.2.3 能开展数字技术辅助营销策划	2.2.1 服务业态、贸易模式知识 2.2.2 需求管理和分析 2.2.3 数字技术应用
	2.3 营销模式策划	2.3.1 能根据服务产品状况进行营销方式选择 2.3.2 能根据客户需求进行服务营销模式初步策划	2.3.1 服务贸易模式知识 2.3.2 营销组合知识 2.3.3 传播学知识
3.营销任务执行与客户管理	3.1 营销任务执行	3.1.1 能实时跟踪营销任务执行进度 3.1.2 能收集、整理任务执行过程中的相关数据和资料 3.1.3 能运用数字工具开展各种营销活动	3.1.1 数据技术应用 3.1.2 项目管理知识
	3.2 客户管理	3.2.1 能开展服务贸易营销相关服务初步评价 3.2.2 能确定服务贸易营销客户信用管理的目标、制定信用政策等 3.2.3 能对服务贸易相关利益方进行初步的客户关系管理	3.2.1 经济学知识 3.2.2 客户管理知识 3.2.3 信用管理知识

《服务贸易营销从业人员能力要求》征求意见稿

4.营销团队建设	4.1 营销人员招聘与培训	4.1.1 能确定服务贸易营销人员的职责，选择人员招聘的途径 4.1.2 能够拟定营销人员培训计划，组织实施相关培训	4.1.1 项目团队管理知识 4.1.2 人力资源管理知识 4.1.3 培训管理知识
	4.2 营销制度建设	4.2.1 能够建立服务贸易营销管理基本制度 4.2.2 能够推动服务贸易营销管理	4.2.1 营销管理知识
5.跟踪与复盘	5.1 跟踪服务	5.1.1 能收集、整理营销任务实施后的效果信息，并提出反馈意见 5.1.2 能跟进收集客户新的营销需求信息	5.1.1 数据分析与统计知识 5.1.2 市场调研知识
	5.2 内部复盘	5.2.1 能收集、整理团队内部相似营销案例信息 5.2.2 能提炼相似营销案例的数据信息要点	5.2.1 数据分析与统计知识

7.2.2 中级营销人员

工作环节	工作内容	能力要求	相关知识要求
1.市场调研与分析	1.1 市场调研	1.1.1 能依据服务贸易营销目标确定合适的调研对象 1.1.2 能运用 AI 等数字技术工具，并依据客户需要以及营销项目拓展目标开展国内外重点服务贸易行业和区域市场相关数据信息和资料的加工和分析 1.1.3 能撰写服务贸易营销市场调研报告	1.1.1 经济学知识 1.1.2 营销学知识 1.1.3 市场调研知识 1.1.4 数据分析与统计知识
	1.2 供给分析	1.2.1 能对服务供给任务展开分析 1.2.2 能对服务供给难点进行研判 1.2.3 能对服务供给趋势做出预测	1.2.1 服务贸易特征、分类、模式等相关知识 1.2.2 数字技术应用 1.2.3 数据分析与统计知识
	1.3 需求分析	1.3.1 能对服务需求瓶颈展开分析 1.3.2 能对服务需求趋势进行预测	1.3.1 需求管理和分析 1.3.2 心理学知识 1.3.3 社会学知识 1.3.4 数字技术应用 1.3.5 数据分析与统计知识

《服务贸易营销人业人员能力要求》征求意见稿

2. 营销策划	2.1 营销任务确定	2.1.1 能寻找和确定服务贸易营销目标客户 2.1.2 能开展服务贸易营销项目商定谈判 2.1.3 能展开服务贸易营销预测分析 2.1.4 能草拟服务贸易营销项目可行性研究报告	2.1.1 商务谈判知识 2.1.2 营销组合知识 2.1.3 营销预测知识 2.1.4 营销计划制定知识
	2.2 服务产品及业态策划	2.2.1 能进行服务产品及业态组合的分析和评价 2.2.2 能根据客户需求进行服务产品及业态组合选择和策划 2.2.3 能开展服务营销品牌的初步建设	2.2.1 服务业态、贸易模式知识 2.2.2 需求管理和分析
	2.3 营销模式策划	2.3.1 能根据具体服务产品类型、特点进行营销方式选择和评价 2.3.2 能根据客户需求进行服务营销模式策划 2.3.3 能运用数字技术开展系统性营销模式策划	2.3.1 营销组合知识 2.3.2 服务贸易模式知识 2.3.3 数字技术应用
	2.4 数字服务营销策划	2.4.1 能根据服务产品数字化交付特点进行数字服务营销方式选择和评价 2.4.2 能根据客户需求进行数字服务营销智能化交互设计，开展营销方式选择和策划	2.4.1 数字技术应用 2.4.2 数字服务营销知识
3. 营销任务执行与客户管理	3.1 营销任务执行	3.1.1 能把握服务营销的合规性，并有意识发现任务执行中出现的问题 3.1.2 能对服务贸易营销中的问题提出初步解决方案 3.1.3 能推动并运用 AI 开展营销，强化人机交互和 AI 自主学习	3.1.1 数据技术应用 3.1.2 项目管理知识 3.1.3 法律基础知识
	3.2 客户管理	3.2.1 能开展服务贸易营销相关服务的评价、质量监控、满意度调查等客户服务管理 3.2.2 能进行服务贸易营销客户资信、信用等级评估等客户信用管理 3.2.3 能策划和推动与服务贸易营销相关的客户关系管理	3.2.1 经济学知识 3.2.2 客户管理知识 3.2.3 信用管理知识
4.营销团队建设	4.1 营销人员激励	4.1.1 能够制定服务贸易营销人员激励计划 4.1.2.能够组织实施服务贸易营销人员激励行动	4.1.1 项目团队管理知识 4.1.2 人力资源管理知识 4.1.3 培训管理知识
	4.2 营销人员绩效考核	4.2.1.能收集、整理绩效评估所需数据和信息 4.2.2.能分析服务贸易营销效率	4.2.1 绩效管理知识
5.跟踪与复盘	5.1 跟踪服务	5.1.1 能对客户反馈效果进行分析 5.1.2 能对客户反馈问题提出改进建议	5.1.1 数据分析与统计知识 5.1.2 市场调研知识
	5.2 内部复盘	5.1.1 能组织开展绩效评估工作 5.1.2 能撰写绩效评估报告 5.1.3 能对绩效考核中的问题提出改进方案	5.2.1 总结报告撰写知识 5.2.2 绩效管理知识

《服务贸易营销从业人员能力要求》征求意见稿

7.2.3 高级营销人员

工作环节	工作内容	能力要求	相关知识要求
1.市场调研与分析	1.1 市场调研	1.1.1 能确定服务贸易营销目标市场相关调研决策、调研方向和重点 1.1.2 能组织力量并推动服务贸易营销目标市场调研 1.1.3 能对服务贸易营销目标市场发展做出前瞻和预测 1.1.4 能推动数字技术在营销市场调研中的系统性创新性应用	1.1.1 经济学知识 1.1.2 营销学知识 1.1.3 市场调研知识 1.1.4 战略管理知识 1.1.5 数据分析与统计知识 1.1.6 数字技术应用
	1.2 供给分析	1.2.1 能对国际服务供给市场进行形势分析和综合研判 1.2.2 能针对服务供给趋势进行前瞻性营销布局	1.2.1 市场分析知识 1.2.2 战略管理知识 1.2.3 传播学知识 1.2.4 数据分析与统计知识
	1.3 需求分析	1.3.1 能对国际服务需求市场进行形势分析和综合研判 1.3.2 能针对服务需求趋势进行战略营销策划	1.3.1 市场分析知识 1.3.2 战略管理知识
2.营销创意与策划	2.1 营销战略确定	2.1.1 能提出服务贸易营销战略 2.1.2 能制定服务贸易营销策略 2.1.3 能依据形势变化进行服务贸易营销战略调整和优化	2.1.1 战略管理知识 2.1.2 营销组合策略知识
	2.2 营销创意实施	2.2.1 能进行服务贸易营销创意设计 2.2.2 能组织推动服务贸易营销创意实施	2.2.1 创意营销知识 2.2.2 项目管理知识
	2.3 营销策划推进	2.3.1 能运用数字科技等手段推进营销策划高效实施 2.3.2 能根据营销效果调整优化营销活动 2.3.3 能有效实施服务营销品牌建设活动	2.3.1 数字科技知识 2.3.2 营销管理知识
3.营销任务执行与客户管理	3.1 营销任务执行	3.1.1 能强化合规性营销，并及时发现服务贸易营销活动面临的挑战以及可能存在的风险 3.1.2 能推动服务贸易营销中的挑战和风险的破解 3.1.3 能推动数字营销在营销活动中的创新性发展	3.1.1 风险管理知识 3.1.2 法律基础知识 3.1.3 数字技术应用
	3.2 客户管理	3.2.1 能针对服务贸易营销目标市场和客户关系进行有效分类分层管理 3.2.2 能对服务贸易营销中涉及的客户服务、信用以及关系管理提出优化建议和措施	3.2.1 客户管理知识 3.2.2 信用管理知识

《服务贸易营销人员能力要求》征求意见稿

4.营销团队建设	4.1 营销人员发展战略规划	4.1.1 能够制定服务贸易营销人员发展战略规划 4.1.2.能够推动服务贸易战略营销人员发展战略规划的实施	4.1.1 项目团队管理知识 4.1.2 人力资源管理知识
	4.2 营销人员激励发展制度建设	4.2.1.能够制定合理的服务贸易营销人员激励制度 4.2.2.能够推动服务贸易营销人员激励制度的实施	4.2.1 绩效管理知识 4.2.2 人力资源管理知识
5.跟踪与复盘	5.1 跟踪服务	5.1.1 能主持营销任务执行结果判定验收 5.1.2 能审定改进并解决营销活动中重大遗留问题	5.1.1 项目管理知识
	5.2 内部复盘	5.2.1 能审定绩效评估报告 5.2.2 能对绩效评估做出评价	5.2.1 绩效管理知识

7.3 权重表

项目	初级营销师（%）	中级营销师（%）	高级营销师（%）
知识	30	20	10
技能	35	40	45
实务	35	40	45
合计	100	100	100

8 评价方法

8.1 申报条件

8.1.1 初级营销人员

（1）具备大学专科学历，累计从事本职业或相关职业[1]2 年（含）以上；

（2）具有本专业或相关专业[2]本科及以上学历。

[1] 本职业或相关职业：包括在商业服务、通讯服务、建筑及相关的工程服务、分销服务、教育服务、环境服务、金融服务、与医疗有关的服务与社会服务、旅游及与旅行有关的服务、娱乐文化和体育服务、运输服务、其他服务等领域，在政府、企业和其他机构从事管理、咨询、培训、教育、服务等实际从业者。

[2] 本专业或相关专业：经济学门类、交叉学科以及相关学科门类下各学科专业。

《服务贸易营销从业人员能力要求》征求意见稿

8.1.2 中级营销人员

（1）取得本职业初级营销人员职业等级认定证书后，累计从事本职业或相关职业工作2年（含）以上。

（2）具有本专业或相关专业硕士研究生学历，累计从事本职业或相关职业工作2年（含）以上。

（3）具有博士学历（含尚未取得毕业证书的在校应届毕业生）。

8.1.3 高级营销人员

（1）取得本职业中级营销人员等级认定证书后，累计从事本职业或相关职业工作4年（含）以上。

（2）具有硕士研究生及以上本专业或相关专业学历，取得本职业或相关中级营销人员等级认定证书后，累计从事本职业或相关职业工作2年（含）以上。

8.2 鉴定方式

初级营销人员、中级营销人员采用素养知识考试鉴定方式，以机考方式进行，主要考核从业人员从事本职业应具备的基本素养要求以及应掌握的基础知识，成绩实行百分制，达到60分（含）以上者为合格。

高级营销人员采用素养知识考试和综合能力评审两种鉴定方式。素养知识考试以机考方式进行，主要考核从业人员从事本职业应具备的素养要求以及应掌握的知识，成绩实行百分制，达到60分（含）以上者可以申请综合能力评审，提交从事服务贸易营销的三份典型业绩材料，专家在审阅申报材料基础上进行评价，获得三分之二及以上合格票视为通过。

8.3 监考人员、考评人员与考生配比

知识素养考试的监考人员与考生配比不低于1:15，每个考场不少于2名监考人员。

8.4 鉴定评价时间

各等级知识素养考试时间限定90分钟以内。综合能力专家评价在收到申请人业绩材料

《服务贸易营销从业人员能力要求》征求意见稿

一周内完成评价。

8.5 鉴定场所设备

素养知识考试在可以进行机考的教室进行。

参考文献

[1]世界贸易组织《服务贸易总协定》（GATS）

[2]营销师国家职业标准

《服务贸易营销从业人员能力要求》征求意见稿