

河南省中等职业学校
金融产品营销课程标准
(2025 年)(试行)

目 录

一、课程性质与任务	1
(一) 课程性质	1
(二) 课程任务	1
二、课程目标与要求	1
三、课程结构与内容	2
(一) 课程结构	2
(二) 课程内容	3
四、学生考核与评价	4
(一) 评价原则	4
(二) 评价方式	5
(三) 评价结果运用	5
五、课程实施与保障	6
(一) 课程实施	6
(二) 教学条件	7

一、课程性质与任务

（一）课程性质

金融服务是连接资金供给与需求、优化资源配置并管理风险的专业活动，是现代经济运行的核心纽带。金融产品营销课程是中等职业学校财经类专业的专业核心课程，主要内容包
括金融产品知识、客户需求分析、营销策略制定、销售技巧运用及客户关系维护等方面的知识与技能。

（二）课程任务

本课程全面贯彻党的教育方针，落实立德树人根本任务，对接金融行业一线岗位对技能人才的现实需求，使学生掌握财经类专业必备的金融产品特性分析、营销环境研判、客户需求识别、营销策略制定、产品销售实施及客户关系维护等方面的知识和技能，具备从事银行、证券、保险等机构一线营销与服务岗位的能力，养成诚信营销、合规经营、客户至上的素质，为后续专业课程学习及未来职业发展奠定坚实基础。

二、课程目标与要求

本课程立足中等职业教育人才培养定位，通过系统的理论学习、实践训练和综合应用，应达到以下目标与要求。

1. 能识别与区分存款、理财、保险、证券等主要金融产品，了解其基本功能及应用场景。
2. 理解金融产品营销的基本原理，掌握标准化金融产品营销流程的主要环节与规范要求。
3. 能运用问卷调查、客户访谈等方法，按要求完成基础市场调研与分析任务。
4. 能按规范执行金融产品推介与销售流程，识别并处理收益质疑、条款误解等典型客户异议。
5. 会使用电子表格等数字工具完成客户信息管理与数据分析工作。
6. 掌握金融产品风险收益特征分析的主要方法，能按要求完成基础产品配置方案设计。
7. 会观察、描述与分析典型金融营销案例，理解其内在联系与营销环境特征。

8. 会查阅金融营销法律法规及相关行业标准，获取有效信息以支持学习与工作。
9. 具备诚信营销与客户至上的职业理念，能遵守金融营销操作规范并正确使用资源。
10. 具备团队协作意识，能在团队中有效沟通，配合完成营销方案设计与实施等综合性任务。
11. 能对完成的营销任务进行总结反思，了解行业发展趋势，具备持续改进与适应变化的意识。

三、课程结构与内容

（一）课程结构

本课程由 6 个教学项目构成，包括金融产品识别与分析、客户分析与营销调研、营销方案策划与设计、销售执行与异议处理、客户关系建立与维护、综合营销能力提升。

本课程主要内容及参考学时如下，其中加*号内容为选修。各学校可结合教学实际情况，在保障课程目标达成的前提下，灵活分配各教学内容的学时数。

项目	内容	参考学时
金融产品识别与分析	金融产品分类与特征识别	8
	金融产品风险收益分析	
	金融产品对比与评估	
客户分析与营销调研	市场调研方法与工具应用	10
	客户信息管理与数据分析	
	目标客户筛选与需求分析	
营销方案策划与设计	金融产品定价与促销策略制定	14
	FABE 营销话术设计与应用	
	基础营销方案制订	
销售执行与异议处理	标准化销售流程演练	20
	金融产品推介与演示技巧	
	典型客户异议处理	
客户关系建立与维护	售后服务标准流程执行	12

续表

项目	内容	参考学时
客户关系建立与维护	客户回访与关怀技巧	12
	客户档案建立与管理	
*综合营销能力提升	金融产品营销全流程综合演练	(4)
	营销合规与风险案例解析	(2)
	营销过程记录与报告撰写	(2)
合计		64

(二) 课程内容

项目	任务描述	教学内容与要求
金融产品识别与分析	1. 识别存款、理财、保险、证券等主要金融产品的类型。 2. 对比分析不同金融产品的特性与适用场景。 3. 规范填写金融产品对比分析表	1. 掌握存款、理财、保险、证券等金融产品的核心分类标准。 2. 理解不同类别金融产品的风险与收益基本特征。 3. 能够运用通用的风险评级框架进行产品初步评估。 4. 能够规范填写金融产品对比分析表
客户分析与营销调研	1. 运用问卷调查、客户访谈等工具收集客户信息。 2. 整理与分析客户数据，筛选目标客户群。 3. 撰写基础的客户需求分析报告	1. 掌握问卷设计与客户访谈等基础调研方法。 2. 能够运用通用模型进行目标客户筛选。 3. 会使用电子表格等数据处理软件进行客户信息整理。 4. 能够撰写基础的客户需求分析报告
营销方案策划与设计	1. 分析目标市场与客户群体，确定营销策略方向。 2. 设计针对特定金融产品的 FABE 营销话术。 3. 制订完整的金融产品营销方案	1. 理解金融产品定价与促销的基本原理。 2. 掌握营销方案的核心要素与设计流程。 3. 熟练运用 FABE 等标准话术结构进行话术设计。 4. 能够完成针对某一产品的完整营销话术方案设计
销售执行与异议处理	1. 执行标准化的金融产品销售全流程。 2. 独立完成金融产品的推介与演示。	1. 掌握金融产品销售的全流程规范与关键步骤。 2. 能够独立、流畅地进行金融产品推介与演示。

续表

项目	任务描述	教学内容与要求
销售执行与异议处理	3. 识别并处理收益质疑、条款误解等典型客户异议。 4. 规范填写销售单据与相关文件	3. 能够识别并有效处理收益、条款等方面的典型客户异议。 4. 掌握销售过程中的合规要求，能落实风险提示义务。 5. 会规范填写各类销售单据与合同文件
客户关系建立与维护	1. 执行标准化的客户售后服务流程。 2. 实施客户回访并开展客户关怀活动。 3. 建立并维护客户档案信息管理系统	1. 掌握客户售后服务的基本流程与规范。 2. 能够执行定期的客户回访并实施客户关怀。 3. 掌握服务沟通中的规范用语与转换技巧。 4. 能够建立并维护基础的客户档案信息管理系统
*综合营销能力提升	1. 完成金融产品营销全流程综合任务。 2. 解析典型营销合规与风险案例。 3. 撰写完整的营销过程记录与总结报告	1. 能够独立或协作完成从客户接触到成交的全流程营销任务。 2. 掌握营销合规性检查的基本方法与要点。 3. 能够识别营销过程中的典型操作风险与道德风险。 4. 能够对营销全过程进行记录、总结并撰写规范的营销报告

四、学生考核与评价

（一）评价原则

1. 坚持立德树人

把立德树人成效作为评价的根本标准，注重学生理想信念、爱国情怀、品德修养和职业道德的培育，将践行社会主义核心价值观贯穿于评价全过程。

2. 促进全面发展

落实德智体美劳全面发展的评价要求，注重考查学生的人文素养、科学素养、数字素养、职业道德，爱岗敬业的职业精神和精益求精的工匠精神，关注学生创新精神、个性发展与综合职业能力的达成，促进学生健康成长、全面发展。

3. 突出能力导向

体现职业教育类型特色，根据财经类专业特点，设计体现服务管理、营销实战专业特色，以考核客户需求分析、营销方案设计、产品销售执行、客户关系维护及合规风险防范为重点的评价内容和方式。

4. 注重多元评价

强化过程评价，改进结果评价，探索增值评价，健全综合评价。鼓励社会评价和学校评价相结合，教师评价和学生评价相结合。

5. 推动技术赋能

充分利用数字技术，提高教育评价的科学性、专业性、客观性。

（二）评价方式

1. 过程评价

通过课堂任务表现、营销情景模拟、小组项目实践等环节，重点考查学生在金融产品识别分析、客户需求调研、营销流程执行及团队协作沟通等方面的表现。

2. 结果评价

采用营销方案设计、综合技能考核、模拟实战任务等方式，检验学生在金融产品配置方案设计、标准化销售流程应用、客户关系维护及营销风险防范等方面的综合运用能力。

3. 增值评价

重点考查学生在市场分析能力、销售技巧应用、客户服务规范及合规经营等方面的进步幅度，关注个体发展与提升，探索纳入学生成长档案。

4. 综合评价

不仅关注知识的学习、技能的训练，还要注重职业综合素质和行动能力的培养，促进学生全面发展。

（三）评价结果运用

1. 服务学生发展

通过评价结果帮助学生认识在金融产品分析、客户需求洞察、营销方案设计及销售实务操作等方面的优势与不足，为其职业方向选择、专业技能强化及个人职业规划提供

依据。

2. 改进教学工作

教师根据学生在市场调研方法应用、标准化销售流程执行、客户异议处理及营销合规操作的评价结果，及时调整案例教学深度、实训项目设置及分组实践策略。

3. 完善课程建设

将客户需求分析能力、营销方案设计质量、销售流程熟练程度、团队协作能力、合规经营意识、服务问题解决能力等的评价结果作为优化教学案例库、实训项目设计及数字化教学资源的重要参考。

五、课程实施与保障

（一）课程实施

1. 教学要求

落实立德树人根本任务，根据本课程目标、内容特点和学生认知基础，以学生为中心设计教学活动。有机融入诚信经营、合规销售、客户至上、风险防范等思政元素。对接金融服务类岗位职业能力要求，贯彻理实一体化理念，以金融机构一线营销服务典型工作场景为载体，通过案例教学、角色扮演、项目实践等方式，引导学生在解决问题中掌握金融产品分析、客户需求识别、营销方案设计、销售流程执行、客户关系维护。积极运用现代信息技术，优化教学互动、技能训练与学习评价过程。

2. 教材编写要求

教材编写须遵循中等职业学校金融事务专业教学标准和金融营销服务课程标准，基于金融产品营销典型工作任务设计内容，突出金融服务与营销实战的实用性与针对性。结构设计应适配项目化需求，配套开发教学案例、实训任务书、微课视频、在线测试题等数字资源。

3. 课程资源开发与利用要求

文本资源方面，开发学习材料、实习实训手册等教学材料。

数字化资源方面，构建涵盖音视频素材、教学课件、数字化教学案例、虚拟仿真软件等在内的资源体系。

（二）教学条件

1. 师资配备要求

主讲教师应持有相应专业的教师资格证书，具备金融、经济或市场营销等相关专业背景及教学能力，能够胜任金融产品营销的理论与实践教学。

课程负责人应具有中级及以上职称，具有 5 年以上教学或行业实践经验。

兼职教师可聘请来自银行、证券、保险等金融机构、具有 5 年以上一线营销岗位工作经验的人员承担实践教学指导。

教学团队应定期开展教研活动，共同研课备课，提升教学效果。

2. 教学设施要求

专业教室应具备利用信息化手段开展混合式教学的条件。一般配备黑（白）板、多媒体计算机、投影设备、音响设备，具有互联网接入或无线网络环境及网络安全防护措施。安装应急照明装置并保持良好状态，符合紧急疏散要求，安防标志明显，保持逃生通道畅通无阻。

校内实训场所面积、设备设施、安全、环境、管理等符合教育部有关标准（规定、办法），实训环境与设备设施对接金融机构营销服务岗位真实职业场景或工作情境，实训项目注重工学结合、理实一体，实验、实训指导教师配备合理，实验、实训管理及实施规章制度齐全，确保能够顺利开展金融产品营销情景模拟、客户需求分析、销售流程演练等实验、实训活动。鼓励在实训中运用大数据、云计算、人工智能、虚拟仿真等前沿信息技术。

校外实训场所应符合《职业学校学生实习管理规定》《职业学校校企合作促进办法》等对实习单位的有关要求，经实地考察后，确定合法经营、管理规范，实习条件完备且符合产业发展实际，符合安全生产法律法规要求，与学校建立稳定合作关系的单位成为实习基地，并签署学校、学生、实习单位三方协议，能提供与学生规模相适应的实习实训岗位，配备指导教师，保障实习实训顺利进行。

编制人员及单位：

张 洁，河南经贸职业学院

张冬冬，郑州财税金融职业学院

王 卓，郑州市金融学校

李春艳，郑州市财贸学校