

---

湖南第一师范学院“专升本”选拔考试

**《市场营销学》考试大纲**

(满分 100 分，时限 90 分钟)

**一、选用教材**

郭国庆，市场营销学通论，中国人民大学出版社，2020 年。

**二、考试范围和内容**

**第一章 营销与营销学**

识记：(1) 营销与营销学的基本概念、内涵；  
(2) 营销学的性质、研究对象与发展历程。

领会：(1) 数字经济对营销的影响；  
(2) 变革营销的重要性。

**第二章 营销哲学的演变**

识记：(1) 营销观念、客户观念、整体营销观念和社会营销观念等概念；  
(2) 营销组合的概念及其扩充与演变。

领会：(1) 营销组合概念的扩充与演变；  
(2) 社会责任、宏观营销、绿色营销等概念。

**第三章 战略计划与营销管理**

识记：(1) 营销信息系统的含义及其构成。

领会：(1) 营销战略计划与管理过程；  
(2) 营销管理的本质以及不同需求情况下营销管理的任务。

**第四章 营销环境分析**

识记：(1) 营销宏观环境、营销微观环境的构成；

领会：(1) 各种环境因素对企业营销的影响。

---

## 第五章 营销调研与市场需求预测

领会：（1）营销调研过程、测定尺度的应用以及数据分析的方法；  
（2）市场需求估计和预测的方法。

运用：（1）营销调研（尤其是在线营销调研）的方法和过程。

## 第六章 消费者市场及其购买行为

识记：（1）影响消费者购买行为的各种因素；  
（2）消费者购买决策过程。

领会：（1）消费者市场的特点；  
（2）消费者家庭购买决策模式、冲突原因以及从众购买的影响因素。

## 第七章 组织市场分析

识记：（1）产业市场的含义与特点；  
（2）中间商购买行为的主要类型和购买决策。

领会：（1）产业购买者的行为类型、产业市场购买决策的影响因素和购买决策过程；  
（2）政府采购的基本概念。

## 第八章 目标营销战略

识记：（1）市场细分、目标市场、市场定位的含义；  
（2）市场细分的变量、有效市场细分的标准以及市场细分的实施步骤。

领会：（1）目标市场战略选择的考虑因素以及目标市场战略实施效果的影响因素；  
（2）市场定位的方法。

---

## 第九章 市场竞争战略

识记：（1）市场竞争战略的基本类型及优缺点。

领会：（1）识别竞争者的主要方法；

（2）市场主导者、挑战者、跟随者和补缺者等的竞争战略。

## 第十章 产品与服务策略

识记：（1）产品整体概念的含义与层次；

（2）产品属性的内涵、产品组合主要策略和产品生命周期各阶段营销策略；

（3）服务与服务营销的特点。

领会：（1）新产品开发的战略选择以及新产品开发过程；

（2）新产品采用和扩散过程的联系与区别。

运用：（1）服务质量测定与提升的主要方法。

## 第十一章 品牌策略

识记：（1）品牌的基本概念及作用；

（2）品牌资产的含义、构成及其测量。

领会：（1）品牌价值链理论；

（2）品牌策略的主要类型。

## 第十二章 定价策略

识记：（1）企业定价的主要方法及定价策略。

领会：（1）企业定价的影响因素；

（2）价格变动对顾客需求的影响。

## 第十三章 分销策略

识记：（1）分销渠道的管理、渠道冲突的主要类型以及电商时代的渠道系统；

---

(2) 影响分销渠道设计的因素以及渠道管理；

(3) 物流与供应链管理的含义。

领会：(1) 分销渠道的职能与类型；

(2) 供应链、需求链、价值递送系统的含义；

(3) 多渠道分销、全渠道营销与去中介化的新趋势。

#### 第十四章 促销策略

识记：(1) 促销组合的构成及其影响因素。

领会：(1) 促销组合策略的新趋势；

(2) 广告策略、推销策略、销售促进与公共关系以及促销组合策略。

#### 第十五章 营销管理

识记：(1) 营销计划的主要内容、营销组织的类型；

(2) 营销审计的概念。

领会：(1) 营销控制的主要方法。

#### 第十六章 大数据营销

识记：(1) 场景营销、微信营销和精准营销。

领会：(1) 大数据营销的含义与价值；

(2) 大数据营销的主要模式和程序。

### 三、考核方式

1. 采取笔试，闭卷的形式进行考核。

2. 题型为选择题、名词解释、计算题、简答题、论述题或案例分析题。

3. 试题难易适中。试卷中基础题、中等难度题和难题比例大致控制在50%、30%、20%。