

---

# 湖南工程学院应用技术学院

## 2022 年专升本《市场营销学》课程考试大纲

### 一、考试对象

参加专升本考试的管理类专业专科学生。

### 二、考试目的

《市场营销学》课程考试旨在考查学生是否掌握现代市场营销的基础理论和基本方法等基本知识；是否具备理论结合实际分析、解决企业营销问题的能力。

### 三、考试的内容要求

#### （一）市场营销导论

- 1、了解市场营销学产生和发展的过程，掌握市场营销学的性质和研究对象；
- 2、掌握市场营销的内涵及相关概念的含义；
- 3、理解市场营销观念的演进，包括各种观念的含义及其相互间的区别，重点掌握现代营销观念，包括顾客满意、顾客认知让渡价值、4P、4C、4R 等理论。

#### （二）战略计划于市场营销管理

- 1、了解企业战略规划的概念，掌握企业战略的计划过程；
- 2、了解市场营销管理的概念，掌握在不同市场需求状态下相应的营销管理任务；
- 3、熟练掌握规划和实施市场营销管理的一般过程。
- 4、掌握市场营销组合的含义、内容、构成和特点。

#### （三）市场营销环境

- 1、了解市场营销环境的含义，掌握微观市场营销环境和宏观市场环境分析的主要内容；
- 2、掌握市场机会和环境威胁的含义，熟练掌握运用环境威胁矩阵图和市场机会矩阵图来分析和评价企业的市场机会与威胁的方法，了解企业对机会和威胁的相应对策。

---

#### （四） 消费者市场及其购买行为

- 1、掌握消费者市场的含义和特点，了解消费者购买行为模式；
- 2、掌握和正确理解影响消费者购买的主要因素及其影响；
- 3、掌握消费者购买决策过程的参与者、消费者购买行为类型、特点及主要的营销策略；
- 4、熟练掌握消费者购买决策过程的主要步骤以及营销人员在其中的主要任务。

#### （五） 组织市场及其购买行为

- 1、了解组织市场的概念和类型，掌握组织市场的特征；
- 2、掌握产业市场、中间商市场、政府市场的概念及其购买行为的主要类型、购买决策的参与者，熟练掌握影响其购买行为的因素及其购买决策过程以及营销人员在其中的主要任务。

#### （六） 市场调研与市场需求预测

- 1、掌握市场营销信息系统的构成，了解市场营销信息的来源；
- 2、掌握市场营销调研的含义，了解市场营销调研的工具和方法，理解市场营销调研过程；
- 3、了解市场需求测量的含义和方法。

#### （七） 市场竞争战略

- 1、掌握竞争者分析的步骤，掌握识别竞争者的方法、判定竞争者的战略和目标的方法、评估竞争者的实力和反应的方法、进攻与回避对象的选择方法；
- 2、掌握波特的三种基本的竞争性战略；
- 3、熟练掌握市场领导者、市场挑战者、市场追随者和市场利基者的竞争战略。

#### （八） 目标市场战略

- 1、掌握市场细分的依据及市场细分的有效标志；
- 2、掌握细分市场评估的内容，可供选择的目标市场覆盖模式及其特点，熟练掌握

---

三种目标市场涵盖战略的特点及其适用情形，熟练掌握选择目标市场营销战略时应考虑的因素。

3、掌握市场定位的概念、方式和步骤，熟练掌握市场定位战略的选择，熟练运用市场定位的原理分析实际问题。

#### （九） 产品策略

1、掌握产品、产品整体概念，了解产品分类及其特点，了解产品组合及其相关概念，掌握产品组合决策的方法；

2、掌握产品生命周期的概念、四阶段的划分，熟练掌握产品生命周期各阶段的市场特征与营销策略；

3、掌握新产品的概念及种类，了解新产品开发的组织形式，熟练掌握新产品开发的过程以及营销人员在其中的主要任务，了解新产品市场扩散的影响因素和规律。

4、掌握商标和包装策略的主要内容；

5、掌握品牌的含义，品牌资产的含义和基本特征，熟练掌握建立品牌认知的四个层次，熟练掌握品牌战略的内容、特点及其选择时要注意的问题。

#### （十） 价格策略

1、掌握影响定价的主要因素及其有关概念的含义；

2、理解企业定价的程序；

3、掌握定价的基本方法和策略。

#### （十一） 渠道策略

1、掌握分销渠道的概念和作用，了解分销渠道的类型。

2、掌握影响分销渠道设计的因素，熟练掌握分销渠道的设计步骤，了解分销渠道的管理和组织；

3、掌握批发与零售的概念及两者之间的区别，了解批发与零售企业的类型。

#### （十二） 促销策略

---

1、掌握促销组合的含义，影响促销组合的因素，熟练掌握选择促销策略（推式策略和拉式策略）和促销手段及其组合应考虑的因素；

2、掌握整合营销传播的内涵，了解整合营销传播的四个阶段；

3、掌握广告、人员推销、营业推广、公共关系的含义、特点及其策略的主要内容。

#### （十三）市场营销计划、组织、执行与控制

1、熟练掌握市场营销计划的要素和内容；

2、了解市场营销组织的演变过程，掌握市场营销部门的组织形式及其特点；

3、了解市场营销计划的执行过程，掌握市场营销控制的内容和方法。

#### 四、考试方法与考试时间

1. 考试方法：笔试，闭卷

2. 记分方式：百分制

3. 考试时间：120 分钟

4. 题目类型：单项选择题、名词解释、简答题、论述题、案例分析题等。

#### 五、教材及主要参考书

《市场营销学》（第六版）吴健安(编者)，聂元昆(编者) 高等教育出版社