

---

# 湖南涉外经济学院“专升本”选拔考试

## 《市场营销学》考试大纲（修订）

### 一、总体要求

《市场营销学》是一门系统研究市场营销活动规律性的科学，也是市场营销专业的基础课和必修课，学好《市场营销学》对于学生的后续专业课程学习具有重要的基础性作用。其考试的总体要求是：

1.系统掌握市场营销的基础知识、基本理论以及基本方法。重点包括市场营销环境的内容及分析方法、消费者购买决策过程及影响因素、市场调查的内容与方法、SWOT分析法、目标市场营销（STP营销）的内容与方法、市场竞争战略、4P策略等。

2.重视从知识到能力的转化，强调学以致用，能熟练运用相关营销原理分析具体问题，提出解决方案。

3.引导树立正确的营销观念，培养良好的营销道德。

### 二、考试说明

#### 1.参考教材

《市场营销学（第六版）》，吴健安，聂元昆主编，高等教育出版社，2017年出版。

#### 2.题型及分数比例

单选题（20%）、多选题（10%）、名词解释（16%）、简答题（24%）、案例分析题（30%）。

#### 3.考试方式：笔试。

---

4. 考试用时：100 分钟。

### 三、考试内容及其要求

#### （一）市场营销与市场营销学

##### 1. 考试内容

- （1）市场营销的含义；
- （2）市场营销学的产生与发展；
- （3）市场的含义和构成要素；
- （4）市场营销的核心概念。

2. 考试要求：掌握市场的含义及构成要素；掌握市场营销的定义（菲利普·科特勒）；了解需要、欲望与需求的区别；掌握市场营销与推销及促销的关系；掌握市场营销组合的演变（从 4P 到 4C 到 4R）。

#### （二）市场营销管理哲学

##### 1. 考试内容

- （1）市场营销管理哲学及其演进；
- （2）顾客满意。

2. 考试要求：了解市场营销管理的实质及任务；掌握市场营销管理哲学的概念；理解市场营销管理哲学的演变及五种观念的内容；掌握顾客满意及顾客感知价值的含义；了解顾客购买总价值与总成本的内容。

#### （三）企业战略与营销管理

##### 1. 考试内容

- （1）企业战略与规划；

- 
- (2) 总体战略；
  - (3) 经营战略；
  - (4) 营销过程与管理。

2. 考试要求：掌握总体战略规划过程的步骤；掌握市场成长率—市场占有率矩阵（波士顿矩阵法）；掌握业务成长战略的主要战略选择；掌握竞争环境分析的五种力量及一般性竞争战略的主要类型；了解市场营销管理的一般过程。能熟练运用总体战略的进行企业的战略规划与战略组合。

#### **(四) 市场营销环境**

##### **1. 考试内容**

- (1) 市场营销环境的含义及构成；
- (2) 微观营销环境；
- (3) 宏观营销环境；
- (4) 环境分析与营销对策。

2. 考试要求：了解市场营销环境的含义与构成；了解微观营销环境的组成因素及其对企业营销活动的影响；了解宏观营销环境的组成因素及其对企业营销活动的影响；了解企业面对环境机会与环境威胁应采取的对策；掌握 SWOT 分析法的内容；能运用机会威胁矩阵和 SWOT 分析法对企业相关环境因素进行分析，并提出环境应对策略。

#### **(五) 消费者市场与购买行为分析**

##### **1. 考试内容**

- (1) 消费者市场的含义与特点；

- 
- (2) 消费者市场涉及的内容;
  - (3) 消费者行为黑箱模型;
  - (4) 消费者购买决策过程;
  - (5) 影响消费者购买行为的主要因素;
  - (6) 消费者行为类型。

2.考试要求：了解消费者市场的含义及特点；了解消费者市场研究所涉及的内容；了解消费者行为黑箱模型；掌握消费者购买决策过程的参与者以及决策过程的主要步骤；掌握消费者购买行为的主要因素，了解各种环境因素对企业开展营销活动的影响；掌握消费者行为不同类型的特点，并能针对不同类型分析其适合的营销策略。

#### **(六) 组织市场与购买行为分析**

##### **1.考试内容**

- (1) 组织市场的定义、类型及特点;
- (2) 组织市场的购买行为分析。

2.考试要求：了解组织市场的定义、类型；理解组织市场的特点；掌握组织市场购买类型；了解组织市场购买决策的参与者；理解组织市场的购买决策影响因素及购买决策过程。

#### **(七) 市场调研与预测**

##### **1.考试内容**

- (1) 市场营销信息系统;
- (2) 市场营销调研;
- (3) 市场需求的测量与预测。

---

2.考试要求：掌握市场营销信息系统的构成；理解市场营销调研的内容与类型；掌握搜集原始资料（第一手资料）的调研方法；了解营销调研的主要步骤；了解市场需求的含义与影响因素；了解市场需求的预测方法；能熟练运用相关知识对具体市场或特定环境进行营销调查。

## （八）目标市场营销战略

### 1.考试内容

- （1）市场细分；
- （2）目标市场选择；
- （3）市场定位。

2.考试要求：掌握 STP 战略的概念；掌握市场细分的含义；了解市场细分的原则；掌握市场细分的标准；掌握目标市场的含义；掌握目标市场战略的类型及选择条件；掌握市场定位的含义及方式；掌握市场定位的依据和步骤；能熟练运用 STP 理论进行市场细分、目标市场选择与市场定位。

## （九）市场地位与竞争战略

### 1.考试内容

- （1）竞争者识别与竞争战略选择；
- （2）市场领导者、挑战者、追随者与利基者战略。

2.考试要求：了解竞争者的类型；了解竞争者的反应模式与竞争战略选择；掌握市场领导者的含义及其竞争战略；掌握市场挑战者的含义及其竞争战略；了解市场追随者的含义及其竞争战略；了解市场

---

利基者的含义及其竞争战略。

## （十）产品策略

### 1. 考试内容

- （1）产品整体概念；
- （2）产品组合策略；
- （3）产品生命周期策略；
- （4）新产品开发策略；
- （5）品牌策略；
- （6）包装策略。

2. 考试要求：理解产品整体概念的五个层次；掌握产品组合及其相关概念；理解产品组合的宽度、长度、深度和关联度；了解产品组合的策略，掌握产品线延伸策略；掌握产品生命周期的含义及典型阶段；掌握产品生命周期不同阶段的市场特征及营销策略；了解新产品的概念及分类；了解品牌的含义，品牌与商标的区别；掌握品牌策略；了解包装的含义及作用；理解包装策略。能熟练运用相关知识分析特定产品的生命周期阶段并提出营销策略。

## （十一）定价策略

### 1. 考试内容

- （1）影响定价的主要因素；
- （2）确定基本价格的一般方法；
- （3）定价的基本策略；
- （4）价格调整与价格变动反应。

---

2.考试要求：掌握影响定价的主要因素；掌握价格确定的一般方法；掌握定价的基本策略；理解企业进行降价与提价的原因以及顾客对企业变价的反应；了解企业对竞争者变价的反应。

## （十二）分销策略

### 1.考试内容

- （1）分销渠道的概念与类型；
- （2）分销渠道策略；
- （3）批发商与零售商。

2.考试要求：了解分销渠道的概念；掌握分销渠道的主要类型；掌握影响分销渠道设计的主要因素；了解分销渠道管理的内容；了解窜货的含义、产生原因及整治对策；了解分销渠道的新发展；了解零售商和批发商的主要类型。能熟练运用相关知识进行渠道选择与管理。

## （十三）促销策略

### 1.考试内容

- （1）促销与促销组合；
- （2）人员推销；
- （3）广告；
- （4）公共关系；
- （5）销售促进。

2.考试要求：掌握促销的含义、实质及主要的促销方式；掌握促销组合的含义和促销组合策略的影响因素；了解人员推销的含义；掌

---

握人员推销的优缺点，掌握人员推销的基本形式与基本策略；了解广告的作用及主要广告媒体的特性，掌握广告媒体选择的影响因素；了解公共关系的含义及活动方式；掌握销售促进的概念；掌握销售促进策略的内容；能针对特定营销场景（如节假日/开业/庆典等）或特定营销目标制定具体促销方案。

湖南同创专升本