

湖北大学知行学院2022年普通专升本 市场营销专业《市场营销学》考试大纲

本考试的目的是选拔部分高职高专毕业生升入普通本科高校继续进行相关专业本科阶段学习。《市场营销学》是报考我校市场营销专业（专升本）的一门专业课，本考试的目的旨在考察考生对市场营销学的基本概念、基本理论及方法的掌握与应用能力，测试学生是否具有本科学习能力，为专升本招生考试提供选拔依据。

一、考试科目名称：《市场营销学》

二、参考书目：吴健安，聂元昆主编. 市场营销学（第六版）. 北京：高等教育出版社, 2017年

三、考试方式：笔试、闭卷

四、考试时间：90分钟

五、试卷结构：总分100分

1. 单项选择题（20分）

市场营销学的基本知识和理论（每题2分，共10题）

2. 多项选择题（10分）

市场营销学的基本知识和理论（每题2分，共5题）

3. 判断题（10分）

市场营销学的基本知识和理论（每题1分，共10题）

4. 简答题（30分）

市场营销学的基本理论和方法（每题6分，共5题）

5. 论述题（30分）

市场营销学的基本理论和方法的应用(每题15分,共2题)

五、考试的基本要求

按照重分析理解和理论联系实际的原则,既考查学生对基本知识的理解能力,又考查他们运用所学知识综合分析问题和解决问题的能力。

六、考试范围

章节	知识点
市场营销与市场营销学	1、了解市场营销学产生和发展的过程; 2、掌握市场营销学的性质和研究对象; 3、掌握市场营销的内涵及核心概念。
市场营销哲学及其贯彻	1、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; 2、重点掌握现代营销观念,包括顾客满意、顾客感知价值、顾客忠诚、4P、4C、4R等理论。
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。
分析消费者市场	1、掌握消费者市场的含义; 2、掌握消费者购买决策过程; 3、掌握和正确理解影响消费者购买的主要因素及其影响。
目标市场营销战略	1、掌握市场细分的作用、常用市场细分标准,以及市场细分的原则; 2、掌握目标市场战略的类型与选择 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。
产品策略	1、掌握产品、产品整体概念,了解产品分类,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,理解企业为什么要开发新产品,了解新产品开发的程序。
品牌策略	1、掌握品牌的含义和作用;

	<ul style="list-style-type: none"> 2、掌握品牌资产的含义、构成和基本特征； 3、掌握品牌设计的原则； 4、熟练掌握品牌组合策略。
定价策略	<ul style="list-style-type: none"> 1、理解企业定价的目标； 2、掌握影响定价的主要因素； 3、掌握定价的基本方法和策略。
分销策略	<ul style="list-style-type: none"> 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； 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。
促销策略	<ul style="list-style-type: none"> 1、掌握促销的含义和作用，影响促销组合的因素； 2、掌握整合营销传播的内涵； 3、掌握广告、人员推销、销售促进、公共关系的含义、特点及其策略的主要内容。