

一、复习要求：

营销管理考试的目标在于考查考生对营销管理的基本概念、基本理论的掌握和研究解决较复杂的营销管理问题的能力。考生应能：

- 1) 准确把握营销管理的概念和基本原理；
- 2) 正确理解营销管理过程与任务；
- 3) 正确掌握营销战略分析、选择、评价与实施的方法与技能；
- 4) 掌握营销策略制定的方法与技能；
- 5) 能正确运用营销管理的基本理论知识分析和处理现实企业的营销问题。

二、主要复习内容：

1. 营销的基本内涵

营销学的范畴；营销观念的演变；市场营销的核心观念；营销管理的框架；战略计划的分析方法与工具。

2. 市场分析

顾客价值；顾客满意和忠诚；顾客关系；消费者行为的影响因素；消费者关键心理过程；消费者购买决策过程以及消费者决策的其他理论。

3. 营销战略

市场细分；目标市场选择；品牌定位；品牌资产；相关竞争战略

4. 营销策略

产品与服务开发与管理；渠道设计与管理；促销管理；定价管理

5. 营销大趋势

营销活动的趋势；营销的未来。

三、参考书目：

《营销管理》（第9版）菲利普·科特勒等著 格致出版社/上海人民出版社 2009年