

## [复试科目]市场营销学

### 一、考试要求:

- 1、掌握市场营销学的基本概念、基本理论与基本技能。
- 2、立足本课程的特点,把掌握知识测试和分析与实际问题能力测试结合起来,加大综合分析题和案例分析题所占的比重。

### 二、考试内容:

- 1) 市场营销与市场营销学
- 5、掌握市场和市场营销的相关概念
- 6、了解市场营销学的产生和发展过程
- 3、熟悉市场营销的相关理论及内容
- 2) 市场营销管理哲学及其应用
- 1、了解市场营销管理哲学(观念)及其演变及其背景
- 2、了解市场营销管理新、旧观念的区别
- 3、掌握顾客满意、顾客价值和顾客忠诚的基本概念及应用
- 3) 规划企业战略与市场营销管理
- 1、掌握企业战略的特征及层次结构
- 2、掌握规划总体战略的步骤
- 3、掌握规划投资组合的模式及如何规划成长战略
- 4、掌握三种基本竞争战略
- 5、熟悉市场营销管理的一般过程及营销组合的特征
- 4) 市场营销环境
- 1、掌握市场营销环境的含义及特点
- 2、了解营销活动与营销环境的关系
- 3、掌握宏、微观营销环境的构成要素
- 5) 消费者市场和购买行为分析
- 1、掌握消费者市场与消费者行为营销影响因素
- 2、掌握消费者购买决策过程、消费者购买行为类型及营销策略
- 3、了解影响消费者购买行为的个体因素和环境因素及对消费者行为的影响
- 6) 组织市场和购买行为分析
- 1、掌握组织市场的类型和特点
- 2、掌握生产者购买行为的主要类型及影响生产者购买行为的因素
- 7) 市场营销调研与预测
- 7、了解营销信息的内涵与作用及营销系统的构成
- 2、掌握营销调研的含义、类型、内容及步骤
- 8) 目标市场营销战略
- 1、掌握市场细分的概念、作用及理论依据
- 2、掌握市场细分的标准
- 3、了解如何选择目标市场、目标市场在战略及适用条件
- 4、了解市场定位概念、步骤级战略
- 9) 竞争性市场营销战略
- 5、掌握如何对竞争者进行分析

6、 了解市场领导者、挑战者、追随者和利基者采用的战略

10) 产品策略

1、 掌握产品整体概念、产品分类

2、 熟悉产品组合及其相关概念产品生命周期个阶段的特征及营销策略

11) 品牌与包装策略

1、 掌握品牌的含义及作用

2、 了解品牌及包装策略

12) 定价策略

1、 掌握影响定价的主要因素及定价的一般方法

2、 掌握定价的基本策略

13) 分销策略

1、 掌握分销渠道的职能与类型

2、 了解分销渠道策略

14) 促销策略

1、 促销与促销组合

2、 人员推销的概念及特点

3、 广告的概念与种类

4、 公共关系及销售促进策略

5、 分销渠道策略

15) 市场营销计划、组织与控制

1、 市场营销计划的要素与内容

2、 市场营销组织的演变、形式

3、 市场营销控制内容

### 三、参考书目

1. 吴健安. 市场营销学.北京: 高等教育出版社, 第三版