

## 市场营销专业

### 【考试科目】

《管理学原理》 《市场营销学》

### 【考试范围】

**管理学原理：**管理的内涵；管理者；管理学；管理道德和社会责任；早期管理思想及管理理论萌芽；古典管理理论；行为科学理论；管理理论丛林；当代管理理论；预测的含义及步骤；预测的种类和方法；决策的类型、特征、程序与方法；计划的概念与分类；计划的编制程序与方法；目标管理；组织概述；部门划分；组织的结构的类型；集权与分权；领导理论；领导和领导工作；领导方法和领导艺术；对人性的认识；激励概述；沟通的含义与沟通过程；沟通的类型；有效的沟通；控制工作概述；控制工作的原理与类型；控制方法与技术。

#### **市场营销学：**

##### 一、市场营销学导论

1. 市场和市场营销的概念；2. 市场营销的相关概念；3. 市场营销管理的概念；4. 市场营销管理的任务；5. 市场营销管理哲学的概念及演进过程；6. 顾客让渡价值。

##### 二、规划企业战略与市场营销管理过程

1. 市场营销战略的含义；2. 企业战略规划的一般过程；3. 波士顿矩阵法以及通用矩阵法；4. 密集性增长战略、一体化增长战略、多角化增长战略；5. 市场营销管理的一般过程；6. 市场营销组合的概念及组成。

##### 三、市场营销环境

1. 市场营销环境的含义；2. 市场营销环境的特征；3. 微观市场营销环境的构成；4. 宏观市场营销环境的构成；5. 市场营销环境分析方法及营销对策。

##### 四、市场购买行为分析

1. 消费者市场的含义与特点；2. 消费者购买行为模式；3. 影响消费者购买的主要因素；4. 消费者购买决策过程的参与者；5. 消费者购买行为类型；6. 消费者购买决策过程的主要步骤；7. 组织的市场特点；8. 生产者购行为的类型。

##### 五、市场营销调查与预测

1. 市场营销调查的含义；2. 市场营销调查的类型；3. 市场营销调查的步骤；4. 市场营销调查的方法；5. 问卷的基本结构；6. 问卷设计的过程；7. 调查报告的内容；8. 市场预测的含义及内容；9. 市场预测的步骤；10. 市场预测的方法。

##### 六、目标市场营销战略

1. 市场细分的含义、作用；2. 市场细分的标准和原则；3. 目标市场营销的含义；4. 目标市场的选择模式；5. 目标市场营销战略；6. 目标市场营销战略选择影响因素；7. 市场定位的含义、步骤、方式。

#### 七、产品策略

1. 产品及产品整体概念；2. 产品组合及相关概念；3. 产品生命周期的概念；4. 产品生命周期各阶段的特征与营销策略；5. 新产品的概念及种类；6. 新产品开发的程序；7. 品牌与商标的基本概念；8. 品牌策略；9. 包装的概念与作用；10. 包装策略。

#### 八、定价策略

1. 影响定价的因素；2. 定价的基本步骤及一般方法；3. 定价的基本策略；4. 价格变动反应及价格调整。

#### 九、分销策略

1. 分销渠道的含义及功能；2. 影响分销渠道设计的因素；3. 分销渠道的选择策略；4. 分销渠道的管理；4. 批发商的含义与类型；5. 零售商的类型；6. 零售商业发展趋势。

#### 十、促销策略

1. 促销的含义；2. 促销组合及其影响因素；3. 推式与拉式策略；4. 人员推销的含义、特点；5. 广告的含义、类型；6. 广告媒体及其选择；7. 公共关系的含义与特点；8. 营业推广的含义、特点；9. 营业推广的方式和控制。

#### [参考书目]

王光健，胡友宇，石媚山. 管理学原理，中国人民大学出版社，2018年，第二版。

胡月英主编. 市场营销学. 第二版. 合肥工业大学出版社. 2014年