

市场营销专业专升本考试大纲

【考试科目】

《管理学》、《市场营销学》

管理学

【考试范围】

管理活动，中外早期管理思想，管理理论的形成与发展，管理道德与企业社会责任，决策与决策理论，决策过程，决策的影响因素，决策方法，计划的概念及其性质，计划的类型，计划编制过程，组织与组织设计，组织的部门化，组织的层级化，组织变革的一般规律，管理组织变革，组织文化及其发展，领导概论，激励原理，激励的内容理论，激励的过程理论，沟通，控制与控制过程，控制方法。

【参考书目】

周三多，《管理学》高等教育出版社 2018 年第五版。

【考试说明】

考试形式：闭卷、笔试。

试卷结构与试题类型：试卷由主客观试题组成，题型包括但不限于选择题、判断题、名词解释题、简答题、综合分析题等类型。

市场营销学

【考试范围】

市场营销学：市场营销与营销组合，市场营销观念，市场营销环境及分析方法，市场营销调研步骤，市场营销调研方法，市场营销预测，消费者市场，消费者行为过程，影响消费者购买行为的因素，市场细分，目标市场选择，市场定位，竞争对手分析，竞争战略，产品与产品组合，产品生命周期策略，新产品开发策略，品牌与包装策略，定价目标，定价方法，定价策略，分销渠道与中间商，分销渠道策略，促销和促销组合，广告，人员推销，营业推广，公共关系，市场营销组织，市场营销控制。

【参考书目】

毕思勇.《市场营销》高等教育出版社 2020 年第五版。

【考试说明】

1.考试形式：闭卷、笔试。

2.试卷结构与试题类型：试卷由主客观试题组成，题型包括但不限于选择题、名词解释题、简答题、论述题等类型。