

电子商务专业专升本考试大纲

【考试科目】

《管理学原理》、《市场营销》

【考试范围】

管理学原理：管理活动；中外早期管理思想；管理理论的形成与发展；管理与伦理道德；几种相关的道德观；道德管理的特征和影响管理道德的因素；改善企业道德行为的途径；企业的社会责任；决策与决策理论；决策过程；决策的影响因素；决策方法；计划的概念及性质；计划的类型；战略环境分析；战略性计划选择；计划的组织实施；组织与组织设计；组织的部门化；组织的层级化；人力资源计划；员工的招聘与解聘；员工培训；绩效评估；组织变革的一般规律；管理组织变革；组织文化及其发展；领导的内涵；领导风格类型；领导理论；激励原理；激励的内容理论；激励的过程理论；激励实务；沟通的原理；组织沟通；沟通管理；组织冲突与谈判；管理控制的必要性及其类型；管理控制的工作内容及其要求；危机与管理控制。

市场营销：

- 1、市场；市场营销；市场营销的相关概念；市场的构成要素；企业经营指导思想的演变。
- 2、市场营销环境；微观环境；宏观环境；营销机会和威胁的分析、评价。
- 3、消费者购买行为、影响因素；消费者购买决策过程。
- 4、企业营销决策的信息；市场营销调研的设计与实施。
- 5、营销战略；市场细分；目标市场的选择策略；市场定位。
- 6、营销策略组合；产品生命周期及不同阶段的市场营销组合。
- 7、产品及整体产品；产品组合；品牌与包装；新产品的开发与推广。
- 8、营销沟通过程；营销沟通策略；广告及选择广告媒体。
- 9、定价及其影响因素；定价的基本方法；定价策略；新产品定价。
- 10、分销渠道及构成；渠道策略；中间商；连锁商店与特许经营；渠道选择影响因素。
- 11、营销计划；营销控制。

12、网络时代的消费者行为模式和营销特性；网络营销渠道；大数据营销；微信营销；微博营销；搜索引擎营销。

【参考教材】

1. 《管理学》，周三多主编，高等教育出版社，2018年，第5版；
2. 《市场营销学》，岳俊芳、吕一林编著，中国人民大学出版社，2019，第5版。