

中南林业科技大学 2022 年“专升本” 《营销策划》课程考试大纲

一、考试的基本要求

要求在掌握营销策划的基本概念、基本原理和基本方法的基础上，对国内外营销策划实例进行分析和研究，旨在考核学生的营销策划基础理论和技术应用能力。

二、考试方法、时间、题型大致比例

- 1、考核方式：闭卷考试
- 2、考试时间：120 分钟
- 3、题型大致比例：主观题 50%（案例分析 20%、问答题 15%、分析题 15%）；客观题占 50%（选择题 20%、判断题 10%、简答题 20%）

三、考试的内容及考试要求

第一章 市场营销策划认知 分值 5

1. 了解市场营销策划所包含的内容
2. 了解从事营销策划应具备的知识、素质和能力
3. 掌握市场营销策划过程中的典型工作任务

第二章 市场营销调研策划 分值 10

- 1、掌握市场营销调研的概念、作用和分类；
- 2、熟悉市场营销调研内容；掌握各种营销调研方法；
- 3、掌握调研方案设计的主要技术和调研活动方案的步骤与方法。

第三章 市场营销战略策划 分值 5

- 1、掌握营销战略策划的程序及工作要点，掌握微观环境和宏观环境的主要构成要素以及分析、评价市场机会与威胁的基本方法；
- 2、掌握一般竞争战略策划的方法及策略的运用。

第四章 企业形象策划

分值 5

- 1、掌握企业形象策划体系的主要内容，了解企业形象策划的一般规则和应用规则
- 2、能正确运用企业形象系统的整体传达，向公众传达企业的自我认识和公众对企业的外部认知。

第五章 目标市场策划

分值 15

- 1、掌握市场细分的含义、市场细分的标准及方法；
- 2、理解目标市场选择及市场定位的重要意义；
- 3、掌握市场定位策划的步骤、策略和方法。

第六章 产品策划

分值 10

- 1、掌握产品整体概念和产品市场生命周期策划的理论
- 2、掌握品牌的产品组合策划的理论；
- 3、掌握新产品开发和上市策划的理论。

第七章 价格策划

分值 10

- 1、掌握价格策划的基本原则、程序与方法；
- 2、了解价格策划的修订策略与具体形式；
- 3、理解主动调整与被动调整的策划之原因与技巧。

第八章 促销策划

分值 10

- 1、掌握四种促销工具的基本知识、策划程序与方法策略
- 2、能实现在促销策划实践中有计划地选择广告、公共关系、营销推广、人员推销。

第九章 分销渠道策划

分值 10

- 1、了解营销渠道策划的内容、类型及步骤的认知
- 2、能对不通行业产品的营销渠道模
- 3、能对指产品策划设计营销渠道模式及策略。

第十章 营销策划创意与文案

分值 15

- 1、理解营销策划创意的特征与表现形式；
- 2、掌握营销策划创意的步骤与技法；
- 3、掌握撰写营销策划文案的内容和技巧。

了解市场营销策划控制的含义，

掌握营销策划控制的要求步骤和方法

掌握市场营销策划效果评价指标和整体评价方法

四、题目类型

- 1、单选题
- 2、多选题
- 3、判断题、是非题、辨别题
- 4、简答题、简述题
- 5、问答题
- 6、论述题

五、试题难易分值分配

- 1、容易题： 40 %
- 2、中等难度题： 40%
- 3、较难题： 20 %

六、参考书目

- 1、《市场营销策划》，胡其辉主编，高等教育出版社，2019年版
- 2、《市场营销策划》，张存明，陈超主编，清华大学出版社，2018年版
- 3、《市场营销策划》，秦仲篔，袁超主编，清华大学出版社，2015年版