市场营销专业综合考试大纲

一、《市场营销学》考试大纲

(一)考试内容及考试要求

第一章 市场营销导论

1、正确认识和掌握市场营销学的性质和研究对象;

2、重点掌握市场的构成要素，市场营销的含义，交换、交易和关系的基本含义及它们的区别与联系；正确理解关系营销的内涵。

3、正确理解市场营销职能在企业中地位的变迁。

第二章 市场营销哲学的演变

1、了解各种市场营销观念的概念与特点；重点掌握市场营销观念，包括顾客让渡价值、顾客满意和顾客忠诚等；正确认识和理解客户观念和社会营销观念;

2、了解市场营销组合的扩充与演变，识记每种营销组合的基本构成；重点掌握 4P、4C、4R 等理论;

3、深入理解市场营销哲学新视野。

第三章 市场营销环境分析

1、了解市场营销环境的含义，掌握微观市场营销环境和宏观市场环境分析的主要内容;

2、掌握市场机会和环境威胁的含义，熟练掌握运用环境威胁矩阵图和市场机会矩阵图来分析和评价企业的市场机会与威胁的方法；了解企业对机会和威胁的相应对策。

第四章 市场调研与市场需求预测

1、掌握市场营销调研的含义和市场营销调研过程；重点掌握市场营销调研的方法和工具;

2、正确理解和认识市场需求测量的含义和方法；正确理解如何

估计当前市场需求；理解并能灵活运用各种市场需求预测的方法。

第五章 消费者市场及其购买行为

1、掌握消费者市场的含义和特点，了解消费者市场的购买对象;

2、熟练掌握和正确理解影响消费者购买的主要因素及其影响;

3、理解消费者购买决策过程中的参与者；熟练掌握消费者购买行为类型、特点及主要的营销策略;

4、熟练掌握消费者购买决策过程的主要步骤以及营销人员在其中的主要任务。

第六章 组织市场分析

1、了解组织市场的概念和类型，掌握组织市场的特征;

2、掌握产业市场、中间商市场、政府市场购买行为的主要类型;

3、熟练掌握产业购买者的决策过程。

第七章 目标市场战略

1、掌握市场细分的依据及市场细分的有效标志;

2、熟练掌握三种目标市场涵盖战略的特点及其适用情形，熟练掌握选择目标市场营销战略时应考虑的因素;

3、掌握市场定位的概念、步骤、方法，熟练运用市场定位的依据分析实际问题。

第八章 市场竞争战略

1、掌握竞争者分析的步骤；重点理解如何识别企业的竞争者;

2、熟练掌握竞争战略的基本类型;

3、熟练掌握市场主导者、市场挑战者、市场追随者和市场补缺者的竞争战略;

4、掌握战略联盟的主要形式。

第九章 新产品开发战略

1、正确理解新产品的概念和类型;

2、熟练掌握新产品开发的过程;

3、重点掌握和理解新产品的采用和扩散过程。

第十章 产品策略

1、熟练掌握和正确理解产品整体概念及其所包含的层次；正确理解产品组合及其相关概念；正确理解产品组合的优化和调整策略;

2、掌握产品生命周期的概念、四阶段的划分，熟练掌握产品生命周期各阶段的市场特征与营销策略;

3、正确理解服务的特点和服务市场营销组合的 7P 理论；掌握如何进行服务质量管理和进行服务的有形展示。

第十一章 品牌策略

1、掌握品牌的概念，理解品牌整体含义的六个层次；理解品牌资产的含义；重点掌握品牌资产的构成;

2、熟练掌握品牌策略的内容。

第十二章 定价策略

1、理解并掌握影响定价的主要因素;

2、掌握企业定价的主要方法，熟练掌握企业定价策略的主要内容;

3、了解价格变动与企业对策的基本内容。

第十三章 分销策略

1、掌握分销渠道的概念，理解分销渠道的层次与宽度；理解分销渠道的类型；了解 02O

模式。

2、掌握影响分销渠道设计的因素，熟练掌握分销渠道的设计步

骤，正确理解如何进行分销渠道的管理；理解窜货的定义，熟练掌握整治窜货的主要方法。

3、掌握批发与零售的概念及两者之间的区别，了解批发与零售企业的类型。

第十四章 促销策略

1、掌握促销组合的含义，熟练掌握影响促销组合的因素;

2、掌握整合营销传播的内涵，了解整合营销传播的四个阶段;熟练掌握整合营销传播

与传统促销策略的区别;

3、理解并掌握广告、人员推销、营业推广、公共关系的含义、特点及其策略。

第十五章 市场营销新动向

1、正确理解网络营销的内涵及其特点;

2、了解体验营销的概念和特征；熟练掌握体验营销实施策略;

3、了解口碑营销的概念和特征；重点掌握口碑营销的影响因素;

4、了解数据库营销的概念和特征；熟练掌握数据库营销的运作程序。

二、《管理学原理》考试大纲

(一)考试的范围和内容

第一章　管理与管理环境

1、组织与管理的定义。理解组织与管理的涵义，理解管理的研究对象：管理主体——管理者的基本特征，以及管理客体——管理对象及环境的特征。

2、管理的学科分类、特点、性质和基本原理。理解管理学的特点和性质；深刻理解管理的基本原理。

3、管理的基本职能。熟悉管理的基本职能，并能对组织进行管理职能分析。

4、管理机制和管理基本方法。认识管理系统的结构及其运行机制；能对各种管理方法的特点进行比较。

5、泰罗的科学管理理论、法约尔的一般管理理论、韦伯的理想的行政组织体系理论、梅奥的霍桑实验及人际关系学说。了解早期管理思想的主要内容，掌握泰罗的科学管理理论、法约尔的一般管理理论、韦伯的理想的行政组织体系理论、行为科学学派的理论要点，不同学派主要观点的区别与运用

第二章　计划

1、计划工作。理解计划工作的含义，计划工作的类型及步骤；掌握计划工作的基本要求和原则；掌握计划工作的方法和技术。

2、战略性计划管理。理解管理目标的性质，远景与使命的含义；掌握战略性环境分析的要点，及战略选择的基本概念；深入理解目标管理的基本思想和方法。了解各种新型的企业资源计划方法。

3、决策理论。深入理解决策的概念，掌握决策的类型、决策的

原则、决策的程序；掌握常用的定性和定量决策分析方法。

4、预测理论。理解预测的概念，熟悉经济预测的种类，掌握一般的预测方法。

第三章　组织

1、组织及组织工作。深入理解组织与组织工作的含义；掌握组织工作的基本原则；熟悉组织结构的类型。

2、组织结构的设计。理解影响组织结构设计的因素；组织结构设计的目标任务和组织设计的原则。

3、管理幅度和管理层次。理解管理幅度与组织结构的关系；理解部门与职权划分的类型及相互关系；

4、常见的组织结构形式。理解直线制、职能制、直线职能制、事业部制、矩阵组织结构、集团结构的优缺点，及管理特点，了解如何发挥每一种组织形式的作用。

5、人员配备。理解人员配备的涵义及原则；理解人员配备的基本要求和内容；理解管理人员的来源及对管理人员工作评价的原则；理解管理人员培训和发展的方法。

6、组织力量的整合。理解正式组织与非正式组织的概念；理解和认识直线与参谋两者在组织中的角色及其关系；理解委员会的概念。

第四章　领导

1、领导理论。理解领导的概念，领导者与管理者的区别，领导工作的实质，领导权力的来源。理解几种典型的领导理论；了解领导的修养与素质以及主要的一些领导方法与艺术。

2、激励理论。深入理解激励的涵义与作用，激励的作用过程；理解最主要的激励理论：需要层次理论、双因素理论、期望理论；熟悉常用的激励方式与手段：物质利益激励、社会心理激励、工作

激励。

3、沟通。深入理解沟通联络的含义与作用；熟悉沟通的类型和常用的沟通方法；理解沟通障碍及实现有效沟通的途径。

第五章　控制

1、控制的一般理论。理解控制职能的涵义及作用；熟悉控制系统的构成（基本要素）、组织运转的基本要求、三种基本的控制类型（现场控制、反馈控制、前馈控制）；理解控制的原则与要求。

2、控制的过程、内容和方法。理解和熟悉控制标准的涵义，定性标准和定量标准；熟悉管理控制的内容；理解和掌握常见的管理控制方法：专项控制：计划控制、时间控制、数量控制、质量控制、安全控制、人员行为控制等，以及综合控制；理解预算控制与非预算控制的涵义