

宿州学院 2023 年普通高校专升本招生

《市场营销》专业课考试大纲

一、考试科目

《管理学原理》《市场营销学》

二、考试大纲

《管理学原理》

（一）主要考核内容

主要考查“管理、管理学的基本原理和方法，决策、组织、领导、控制和创新等管理职能”等相关专业知识。

（二）参考书目

《管理学—原理与方法（第七版）》.周三多等编著.复旦大学出版社. 2018 年 6 月出版. ISBN: 978-7-309-13634-0/C.362

《市场营销学》

（一）主要考核内容

市场营销及营销管理基本概念（市场和市场营销的相关概念；市场营销管理的概念；市场营销管理的任务；市场营销管理哲学的概念及演进过程；顾客让渡价值）。

规划企业战略与市场营销管理过程（市场营销战略的含义；企业战略规划的一般过程；波士顿矩阵法以及通用矩阵法；密集性增长战略、一体化增长战略、多角化增长战略；市场营销管理的一般过程；市场营销组合的概念及组成）。

市场营销环境（市场营销环境的含义；市场营销环境的特征；微观市场营销环境的构成、宏观市场营销环境的构成；市场营销环境分析方法及营销对策）。

市场购买行为分析（消费者市场的含义与特点、消费者购买行为模式；影响消费者购买的主要因素；消费者购买决策过程的参与者；消费者购买行为类型、消费者购买决策过程的主要步骤；组织的市场特点；生产者购买行为的类型）。

市场营销调查与预测（市场营销调查的含义、市场营销调查的类型；市场营销调查的步骤、市场营销调查的方法；问卷的基本结构、问卷设计的过程；调查报告的内容；市场预测的含义及内容、市场预测的步骤；市场预测的方法）。

目标市场营销战略（市场细分的含义、作用；市场细分的标准和原则；目标市场营销的含义；目标市场的选择模式、目标市场营销战略；目标市场营销战略选择影响因素；市场定位的含义、步骤、方式）。

产品策略（产品及产品整体概念；产品组合及相关概念；产品生命周期的概念；产品生命周期各阶段的特征与营销策略；新产品的概念及种类、新产品开发的程序；品牌与商标的基本概念；品牌策略；包装的概念与作用、包装策略）。

定价策略（影响定价的因素；定价的基本步骤及一般方法、定价的基本策略；价格变动反应及价格调整）。

分销策略（分销渠道的含义及功能；影响分销渠道设计的因素；分销渠道的选择策略；分销渠道的管理；批发商的含义

与类型、零售商的类型；零售商业发展趋势)。

促销策略（促销的含义；促销组合及其影响因素；推式与拉式策略；人员推销的含义、特点；广告的含义、类型；广告媒体及其选择；公共关系的含义与特点；营业推广的含义、特点、方式和控制）。

（二）参考书目

《市场营销学（第六版）》. 吴健安，聂元昆主编. 高等教育出版社. 2017年12月出版，ISBN: 9787040485196