**市场营销（专业课）考试说明**

Ⅰ. 考试内容与要求

本考试要求依据教育部高等学校教学指导委员会2018年出版的《普通高等学校本科专业类教学质量国家标准》以及教育部高等教育司2000年出版的《全国普通高等学校工商管理类核心课程教学基本要求》的基础上，根据市场营销发展现状及内蒙古自治区普通高等学校专科阶段专业教学的实际情况制订，旨在考查考生的专业素养、思维和能力。具体内容与要求如下：

一、市场营销与市场营销学

掌握对市场概念的营销学理解，全面理解市场营销及其核心概念，掌握现代市场营销学的基本框架和主要内容，结合实际理解学习市场营销学的重要性。

1. 市场和市场营销
2. 市场营销学的产生和发展
3. 市场营销学的相关理论及基本内容
4. 研究市场营销学的意义和方法

二、市场营销管理哲学及其管理过程

掌握市场营销管理哲学（观念）及其演进，掌握现代市场营销观念的主要内容，理解贯彻全方位营销观念，达到顾客满意与顾客忠诚，熟悉营销过程与管理。

1. 市场营销管理哲学及其演进
2. 以全方位营销促进顾客满意与顾客忠诚
3. 市场营销过程与管理

三、市场营销环境

了解市场营销环境对市场营销活动的重要影响作用，掌握市场营销环境的含义和特征，以及营销环境构成的因素，应用分析、评价市场营销环境的基本方法，分析企业面对市场营销环境变化所应采取的对策。

1. 市场营销环境的含义及特点
2. 微观营销环境
3. 宏观营销环境
4. 环境分析与营销对策

四、消费者市场及其购买行为

了解消费者市场的含义、特点以及影响消费者购买的主要因素，掌握消费者购买决策过程，依据消费者行为类型制定相应的营销策略。

1. 消费者市场与消费者行为
2. 消费者购买决策过程
3. 影响消费者行为的个体因素
4. 影响消费者行为的环境因素
5. 消费者购买行为类型

五、市场营销信息系统

了解市场营销信息系统的含义与构成，掌握市场营销调研过程，应用市场营销调研的基本方法为企业市场营销决策服务。

1. 市场营销信息系统
2. 市场营销调研过程
3. 市场营销调研方法

六、目标市场营销战略

了解市场细分、市场选择、市场定位等目标市场营销战略各步骤的含义及其联系，掌握市场细分的作用和依据，应用市场细分原理和市场定位方法，处理企业目标市场营销中存在的各种问题。

1. 市场细分战略
2. 市场选择战略
3. 市场定位战略

七、产品策略

了解产品的整体概念及其营销意义，掌握产品组合策略和产品生命周期的阶段特征及其营销策略，应用新产品开发过程、新产品采用与扩散过程以及产品生命周期理论解决企业市场营销实践存在的各种问题。了解品牌与包装的含义，掌握品牌注册的营销意义及品牌与商标的区别，品牌设计与包装设计的原则，品牌与包装的基本策略。

1. 产品与产品分类
2. 产品组合
3. 产品生命周期
4. 新产品开发
5. 新产品市场扩散
6. 品牌与包装策略

八、价格策略

了解定价的主要影响因素，掌握成本导向定价、需求导向定价和竞争导向定价等一般定价方法和基本策略，应用价格变动反应及价格调整原理，分析中国特定行业的价格大战及其得失。

1. 影响定价的主要因素
2. 定价的一般方法
3. 定价的基本策略
4. 价格调整及价格变动反应

九、分销策略

了解分销渠道和物流的含义及作用，掌握分销渠道选择的主要影响因素，分销渠道和物流管理，以及各类批发商与零售商的差别等。

1. 分销渠道的职能和类型
2. 分销渠道策略
3. 批发商与零售商
4. 物流策略

十、促销策略

了解促销的含义与作用，促销组合的基本内容以及各种促销方式的主要特点，掌握广告的设计原则和人员推销的基本策略，公共关系和营业推广的主要活动方式，应用促销组合理论，分析中国企业促销实践中存在的问题。

1. 促销与促销组合
2. 广告策略
3. 人员推销策略
4. 公共关系
5. 营业推广策略

十一、市场营销计划、组织与控制

了解市场营销计划的作用与内容，以及市场营销组织的主要类型，掌握处理营销部门与其他职能部门关系的技能，以及市场营销控制的主要方法，应用市场营销控制理论，分析和处理企业营销管理的绩效问题。

1. 市场营销计划
2. 市场营销组织
3. 市场营销控制
4. 市场营销审计

十二、国际市场营销

了解国际市场营销与国际贸易、国际市场营销与国内市场营销的区别，掌握国际市场营销环境的内容及其在国际市场营销活动中的重要作用，应用选择国际目标市场的基本标准，揭示和分析进入国际市场的主要方式和基本营销策略。

1. 国际市场营销概述
2. 国际市场营销环境
3. 国际目标市场选择
4. 进入国际市场的方式
5. 国际市场营销策略

Ⅱ. 考试形式与题型

　　一、考试形式

　考试采用闭卷、笔试形式，试卷满分 100 分。

二、题型

考试题型从以下类型中选择：单项选择题、多项选择题、判断题、简答题、论述题、案例分析题。