

## 《市场营销》考试大纲

### 一、复习参考书

营销创新——知识经济条件下的市场营销. 唐德才、钱敏编著, 东南大学出版社, 2002. 3

### 二、复习要点

#### 第一章 市场营销导论

1. 市场与市场营销的概念
  2. 市场营销观念的演变
  3. 市场营销组合
  4. 现代市场营销理论创新
- 重点: 战术 4 Ps 和战略 4Ps 理论

#### 第二章 知识经济与市场营销观念创新

1. 知识经济带来营销环境的变化
  2. 知识经济呼唤全方位的服务营销
  3. 服务产品的营销组合策略
- 重点: 服务营销组合 7Ps

#### 第三章 市场营销环境分析和营销伦理

1. 市场营销环境的特点
  2. 市场营销宏观环境
  3. 市场营销微观环境
  4. 市场环境 SWOT 的分析评价
- 重点: SWOT 系统分析

#### 第四章 购买者行为分析

1. 消费者市场需求的特点
  2. 消费者购买动机分析、消费者购买行为分析、
  3. 消费者购买活动和购买过程的分析
  4. 关系营销与交易营销的区别
- 重点: 消费者购买动机和购买行为分析

#### 第五章 目标市场战略

1. 消费者市场细分和定制营销策略
  2. 目标市场策略和模式
  3. 市场定位的方法
  4. 不同市场地位企业的竞争策略
- 重点: 市场定位和竞争策略

#### 第六章 产品策略

1. 产品和产品生命周期理论
2. 产品组合策略

3. 新产品开发策略
  4. 品牌策略和商标策略、
- 重点：产品生命周期理论和品牌策略

## 第七章 定价策略

1. 定价的机理和程序
  2. 定价的方法
  3. 定价的策略
- 重点：需求导向定价法和竞争导向定价法

## 第八章 分销渠道策略

1. 分销渠道的特征、模式和策略
  2. 批发商和零售商
  3. 分销渠道的评价和激励
  4. 连锁经营
- 重点：直复营销和连锁经营形态

## 第九章 电子商务与网络营销

1. 电子商务的定义和特点
  2. 传统营销与网络营销的比较
  3. 网络营销的优势与效应
  4. 网络营销形成的理论基础
- 重点：网络营销的竞争优势

## 第十章 促销策略

1. 市场营销沟通模式
  2. 市场营销沟通决策
  3. 促销组合构成要素
  4. 广告定位理论方法
- 重点：促销组合和广告定位方法