

湖南省 2025 年普通高等学校专升本专业科目考试要求

《市场营销学》课程专升本考试大纲

I. 考试内容与要求

本科目考试内容包括市场营销与市场营销学、市场营销管理哲学及其贯彻、企业战略与营销管理、市场营销环境、分析消费者市场、分析组织市场、市场调研与预测、目标市场营销战略、市场地位与竞争战略、产品策略、品牌策略、定价策略、分销策略、促销策略、市场营销的新领域与新概念等十五个部分，主要考查考生识记、理解、掌握、计算和分析综合探究等能力。

一、市场营销与市场营销学

1. 理解市场营销及其核心概念，了解市场营销与企业职能。
2. 掌握研究市场营销学的意义和方法。

二、市场营销管理哲学及其贯彻

1. 识记并理解以全方位营销促进顾客满意与顾客忠诚。
2. 掌握市场营销管理哲学及其演进。

三、企业战略与营销管理

1. 识记并理解企业战略规划。
2. 掌握总体战略。
3. 掌握经营战略。

四、市场营销环境



1. 识记并理解市场营销环境的含义及特点。

2. 掌握营销的宏观、微观环境。

3. 掌握环境分析与营销对策。

五、分析消费者市场

1. 识记并理解消费者市场与消费者行为。

2. 掌握影响消费者购买行为的个体、环境、调节因素及消费者购买行为类型。

六、分析组织市场

1. 识记并理解组织市场特点、类型与购买行为。

2. 掌握组织市场购买决策过程、参与者和影响因素。

3. 掌握客户关系管理。

七、市场调研与预测

1. 识记并理解市场调研的含义和作用、营销调研的类型及内容

2. 掌握营销调研的步骤及方法

3. 掌握市场需求的测量与预测。

八、目标市场营销战略

1. 识记并理解市场细分战略的产生与发展，市场细分概念及作用；市场细分原理与理论依据；市场细分原则、标准和方法。

2. 掌握目标市场战略、市场覆盖模式；市场定位的概念和方式；市场定位的步骤及战略。



九、市场地位与竞争战略

1. 识记并理解竞争者识别与竞争战略选择。
2. 掌握市场领导者战略、市场挑战者战略、市场追随者与市场利基者战略。

十、产品策略

1. 识记并理解产品及产品整体概念；产品的分类；产品组合及相关概念；
产品组合的调整及产品线决策；包装在营销中的作用及包装策略
2. 掌握产品生命周期的概念及其阶段划分；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、新产品开发的必要性、新产品采用与扩散。

十一、品牌策略

1. 识记并理解品牌的含义与作用；品牌资产的构成及特征。
2. 掌握品牌设计基本原则、品牌组合策略；品牌更新与品牌扩展。

十二、定价策略

1. 识记并理解影响定价的因素；定价的基本策略。
2. 掌握确定基本价格的一般方法。
3. 掌握价格调整及价格变动反应；价格战概念及形式。

十三、分销策略

1. 识记并理解分销渠道的职能和类型；分销渠道策略。
2. 掌握批发与批发商；物流及物流的相关概念；存货与运输策略。

十四、促销策略



1. 识记并理解促销的含义与作用；促销组合及促销策略；广告的含义、目标与种类；广告设计的基本原则；公共关系的含义、特征、活动方式，公共关系营销的内容。

2. 掌握人员推销与销售促进；直复营销与互联网营销。

十五、市场营销的新领域与新概念

1. 识记并理解绿色营销内涵、特点；整合营销内涵；关系营销的概念及特征；体验营销的概念、特征及原则

2. 掌握4C观念与4R理论；体验营销主要策略；社会营销。

II . 考试形式与试卷结构

一、考试形式

考试采用闭卷、笔试形式。试卷满分200分，考试时间150 分钟。

二、试卷结构

试卷包括单项选择题、多项选择题、判断题、名词解释题、简答题、计算题、案例分析题。其中，选择题共40 分，判断题20分、名词解释题30分、简答题40分、计算题30分、案例分析题40分。

III. 参考教材

《市场营销学》，吴健安，高等教育出版社，第六版，2017年11月。

