**石河子大学工商管理学硕士研究生入学**

**复试科目《营销管理》考试大纲**

**第一部分　考试说明**

**一、考试目的与要求**

本大纲适用于市场营销专业研究生入学考试（复试）。本学科要求熟练掌握营销管理管理课程中的基本概念，比较系统地掌握营销管理的基本理论和方法，能够比较灵活地运用有关的理论与方法对实际管理问题进行分析。

**二、考试方式**

考试方法为闭卷笔试，时间为120分钟，满分100分。

**三、考试基本题型**

名词解释、简答题、论述题、案例分析题和其他题型

**四、答题要求**

答题按试卷中每道题的具体要求回答。名词解释和简答题须答出基本要点。论述题要用营销管理的基本知识阐述自己的观点。案例分析除了答出分析的基本理论依据外，还要对案例中的具体材料作分析说明。

**五、参考书目**

1、《市场营销学》（第七版），吴健安，聂元昆等，机械公用工业出版社，2022.

2、《营销管理》（第十六版），菲利普.科特勒，凯文.凯勒等，中信出版社，2022.

**第二部分　考试要点**

**第一章 市场营销管理哲学及其贯彻**

第一节 市场营销管理哲学及其演进

第二节 顾客满意与顾客忠诚

第三节 市场导向战略组织创新

**第二章 企业战略与营销管理**

第一节 企业战略与规划

第二节 总体战略和经营战略

第三节 营销过程与管理

**第三章 市场营销环境**

第一节 市场营销环境的含义及特点

第二节 微观营销环境

第三节 宏观营销环境

第四节 环境分析与营销对策

**第四章 分析消费者市场**

第一节 消费者市场与消费者行为

第二节 消费者购买决策过程

第三节 影响消费者行为的个体因素

第四节 影响消费者行为的环境因素

第五节 消费者行为的调节因素

**第五章 分析组织市场**

第一节 组织市场的类型与特点

第二节 组织市场购买行为

第三节 非盈利组织市场的购买行为分析

第四节 客户关系管理

**第六章 市场营销调研与预测**

第一节 市场营销信息系统

第二节 市场营销调研

第三节 市场需求的测量与预测

**第七章 目标市场营销战略**

第一节 市场细分

第二节 市场选择

第三节 市场定位

**第八章 市场定位与竞争战略**

第一节 竞争者识别与竞争战略选择

第二节 市场领导者战略

第三节 市场挑战者战略

第四节 市场追随者与市场利基者战略

**第九章 营销策略**

第一节 产品策略和品牌策略

第二节 定价策略

第三节 分销策略

第四节 促销策略

**第十章 营销计划、组织与控制**

第一节 营销计划的制订与实施

第二节 营销组织与机构

第三节 营销控制

第四节 营销审计

**第十一章 服务市场营销**

第一节 服务营销概述

第二节 服务质量管理

第三节 服务的有形展示

第四节 服务的定价、分销和促销

**第十二章 市场营销的新领域和新概念**

第一节 绿色营销

第二节 整合营销

第三节 关系营销

第四节 体验营销

第五节 社会责任营销