

中南林业科技大学 2022 年“专升本” 《营销策划》课程考试大纲

一、考试的基本要求

要求在掌握营销策划的基本概念、基本原理和基本方法的基础上,对国内外营销策划实例进行分析和研究,旨在考核学生的营销策划基础理论和技术应用能力。

二、考试方法、时间、题型大致比例

- 1、考核方式:闭卷考试
- 2、考试时间:120 分钟
- 3、题型大致比例:主观题 50% (案例分析 20%、问答题 15%、分析题 15%);
客观题占 50% (选择题 20%、判断题 10%、简答题 20%)

三、考试的内容及考试要求

第一章 市场营销策划认知 分值 5

1. 了解市场营销策划所包含的内容
2. 了解从事营销策划应具备的知识、素质和能力
3. 掌握市场营销策划过程中的典型工作任务

第二章 市场营销调研策划 分值 10

- 1、掌握市场营销调研的概念、作用和分类;
- 2、熟悉市场营销调研内容;掌握各种营销调研方法;
- 3、掌握调研方案设计的主要技术和调研活动方案的步骤与方法。

第三章 市场营销战略策划 分值 5

- 1、掌握营销战略策划的程序及工作要点,掌握微观环境和宏观环境的主要构成要素以及分析、评价市场机会与威胁的基本方法;
- 2、掌握一般竞争战略策划的方法及策略的运用。

第四章 企业形象策划 分值 5

1、掌握企业形象策划体系的主要内容，了解企业形象策划的一般规则和应用规则

2、能正确运用企业形象系统的整体传达，向公众传达企业的自我认识和公众对企业的外部认知。

第五章 目标市场策划 分值 15

1、掌握市场细分的含义、市场细分的标准及方法；

2、理解目标市场选择及市场定位的重要意义；

3、掌握市场定位策划的步骤、策略和方法。

第六章 产品策划 分值 10

1、掌握产品整体概念和产品市场生命周期策划的理论

2、掌握品牌的产品组合策划的理论；

3、掌握新产品开发和上市策划的理论。

第七章 价格策划 分值 10

1、掌握价格策划的基本原则、程序与方法；

2、了解价格策划的修订策略与具体形式；

3、理解主动调整与被动调整的策划之原因与技巧。

第八章 促销策划 分值 10

1、掌握四种促销工具的基本知识、策划程序与方法策略

2、能实现在促销策划实践中有计划地选择广告、公共关系、营销推广、人员推销。

第九章 分销渠道策划 分值 10

1、了解营销渠道策划的内容、类型及步骤的认知

2、能对不通行业产品的营销渠道模

3、能对指产品策划设计营销渠道模式及策略。

第十章 营销策划创意与文案 分值 15

1、理解营销策划创意的特征与表现形式；

2、掌握营销策划创意的步骤与技法；

3、掌握撰写营销策划文案的内容和技巧。

第十一章 市场营销策划的控制与效果评价 分值 5

了解市场营销策划控制的含义，

掌握营销策划控制的要求步骤和方法

掌握市场营销策划效果评价指标和整体评价方法

四、题目类型

1、单选题

2、多选题

3、判断题、是非题、辨别题

4、简答题、简述题

5、问答题

6、论述题

五、试题难易分值分配

1、容易题： 40 %

2、中等难度题： 40%

3、较难题： 20 %

六、参考书目

1、《市场营销策划》，胡其辉主编，高等教育出版社，2019 年版

2、《市场营销策划》，张存明，陈超主编，清华大学出版社，2018 年版

3、《市场营销策划》，秦仲簏，袁超主编，清华大学出版社，2015 年版