

《营销策划》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、考试方法及时间

1. 考核方式：闭卷考试
2. 考试时间：120 分钟

三、题型及大致比例

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%

四、考试的内容及考试要求

第一章 市场营销策划认知

1. 了解市场营销策划概念与内容
2. 了解从事营销策划应具备的知识、素质和能力
3. 掌握市场营销策划主要工作任务、流程和方法

第二章 市场营销调研策划

1. 理解市场营销调研与营销策划的关系
2. 掌握各种营销调研基本方法
3. 掌握调研方案设计
4. 掌握调研活动组织的步骤与方法

第三章 市场营销战略策划

1. 掌握营销战略分析主要工具
2. 了解营销战略构成要素
3. 掌握营销环境与市场机会分析和评价方法

第四章 企业形象策划

1. 掌握企业形象策划体系的主要内容

2. 理解企业形象设计系统（CIS）的整体传达意义的作用

第五章 目标市场策划

1. 掌握市场细分的含义、市场细分的标准及方法
2. 掌握目标市场选择及市场定位的方法
3. 掌握市场定位策划的步骤、策略和方法

第六章 产品策划

1. 掌握产品整体概念和产品市场生命周期理论应用
2. 掌握产品组合与新产品开发理论
3. 掌握新产品上市策划的理论和方法

第七章 价格策划

1. 掌握价格制定的基本原则、程序与方法
2. 了解价格调整策略与技巧
3. 理解价格及其调整与消费者心理感应之间的关系

第八章 促销策划

1. 掌握四种促销工具的概念和作用
2. 掌握促销策划程序、方法与策略

第九章 分销渠道策划

1. 了解分销渠道成员类型及在渠道中的作用
2. 了解渠道价格体系的构成
3. 能进行渠道成员成本分析
4. 能对不同行业的产品分销渠道模式进行优缺点分析
5. 掌握分销渠道模式设计方法

第十章 营销策划创意与文案

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

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》，谭俊华等编，清华大学出版社，2021 年版
2. 《市场营销策划》，胡其辉主编，高等教育出版社，2019 年版
3. 《营销其实也简单》，祝海波著，经济科学出版社，2013 年