

重庆邮电大学06年考研复试《市场营销学》考试大纲 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/116/2021_2022__E9_87_8D_E5_BA_86_E9_82_AE_E7_c73_116928.htm 一、考试大纲内容

1、市场、市场营销、市场营销学、市场营销管理、市场营销管理哲学、营销组合、顾客满意、顾客让度价值。2、企业战略的特征、企业战略的层次、战略经营单位、市场增长率/市场占有率矩阵、多因素投资组合矩阵、成长战略、一般性竞争战略，3、微观营销环境、宏观营销环境、环境威胁、市场机会。4、消费者市场的特点、消费者购买行为模式、影响消费者购买行为的外在因素、影响消费者购买行为的内在因素、消费者购买决策过程的参与者、消费者购买行为的类型、消费者购买行为过程的主要步骤。5、组织市场的类型和特点、生产者市场和购买行为分析、中间商市场和购买行为分析、非营利组织市场、政府市场购买行为分析。6、营销调研的类型、营销调研的内容、市场潜量。7、市场细分、目标市场选择战略、市场定位的方式、市场定位战略8、竞争者分析、市场领导者战略、市场挑战者战略、市场跟随者战略、市场补缺者战略。9、产品整体概念、产品组合策略、产品生命周期及营销策略、新产品发展策略、品牌、商标及包装策略。10、影响定价的主要因素、定价的一般方法、定价的基本策略、价格变动及价格调整。11、分销渠道的类型、分销渠道策略、中商商类型及特征。12、促销与促销组合、人员推销策略、营业推广、广告策略、公共关系策略。二、参考书《市场营销学》吴健安高等教育出版社（面向21世纪课程教材）100Test 下载频道开通，各类考试题目

直接下载。详细请访问 www.100test.com