

河北省07年下半年品牌营销策划与管理自学考试大纲 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/242/2021_2022__E6_B2_B3_E5_8C_97_E7_9C_810_c67_242821.htm

I.课程性质与设置目的
品牌营销策划与管理是市场营销专业（独立本科段）的重要专业课。随着科技的进步和世界经济一体化的进展，市场高度成熟，并且越来越呈现出个性化与规模化的特点。营销活动与市场价值都围绕品牌展开是品牌时代最本质的特点，市场营销也相应地发展为品牌营销。拥有品牌就是拥有市场，就是拥有现在和未来，就可以获得最大的市场价值，这是品牌时代的游戏规则。因此，如何打造和维护一个有价值的品牌就成为所有市场营销活动的关键。本书全面探讨品牌营销原理和实战技巧，提供一种有效实现品牌核心理念与有效传播的方式，使学生对品牌管理的理论和运作方式有一个系统的认知，改进学生无形资产管理的能力和技能。本课程的内容大体上可分为三部分。第一部分（第一章至第三章）阐述了品牌的概念、形态和层次；简要而系统地介绍了品牌与产品、名牌及品牌与产品质量的关系；讨论了品牌在市场营销中的地位 and 作用等问题。第二部分（第四章至第七章）是品牌营销策划部分。包括品牌营销战略分析、品牌定位、品牌命名与设计、品牌推广等内容。第三部分（第八章至第十三章）是品牌管理部分。包括品牌管理的内容和品牌管理策略、品牌延伸管理、品牌危机管理、品牌资产管理、品牌价值评估以及品牌国际化等内容。本课程的重点是品牌理论、品牌决策、品牌定位、品牌推广、品牌管理和品牌价值评估的相关理论和实践。学习本课程的主要目的在于使学生能够掌

握品牌营销策划与管理的相关知识，理解在品牌营销策划于管理活动过程中应遵循的思路与原则，掌握课程中学习的品牌营销策划与管理的方法并加以灵活的运用。为学生进入企业品牌管理领域奠定基本的能力，增强学生的竞争实力和发展后劲。

II.课程内容与考核目标

第一章 品牌概论

一、学习目的与要求

通过本章学习，着重掌握：品牌的概念、品牌的形态与层次、品牌与消费者行为等内容。

二、考核内容

第一节 品牌的概念

(一) 品牌的涵义 (二) 品牌的特征 (三) 品牌的价值 (四) 世界品牌的发展

第二节 品牌的形态和层次

(一) 品牌的形态 (二) 品牌的层次

第三节 品牌与消费者行为

(一) 消费者的购买行为 (二) 品牌认知 (三) 品牌忠诚

三、考核的知识点

(一) 品牌的概念 (二) 品牌形态和层次 (三) 品牌与消费者行为

四、考核要求

(一) 品牌的概念 识记：1、品牌的概念；2、品牌的基本特征；3、品牌忠诚。领会：1、品牌的价值；3、世界品牌的发展。(二) 品牌形态和层次 识记：品牌分类的内容。(三) 品牌与消费者行为 识记：1、品牌的认知；2、品牌忠诚。领会：消费者的购买行为。

第二章 品牌与产品

一、学习目的与要求

通过本章学习，着重掌握：品牌与产品的关系、名牌的概念与特征、品牌与产品质量等内容。

二、课程内容

第一节 品牌与产品的关系

(一) 品牌从属于产品 (二) 品牌与产品平行 (三) 产品从属于品牌

第二节 名牌

(一) 名牌的外显特征 (二) 名牌的内在特征

第三节 品牌与产品质量

(一) 质量是品牌的生命 (二) 质量的市场标准 (三) 提高产品质量。维持品牌地位

三、考核的知识点

(一) 品牌与产品的关系 (二) 名牌的概念与特征 (三) 品牌与产品质量

四、考核要求

(一) 品牌与

产品的关系 识记：品牌与产品的关系（二）名牌的概念与特征 识记：名牌的概念。领会：名牌的特征。（三）品牌与产品质量 领会：品牌与产品质量的关系。 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