

2006年《经济基础知识》考试大纲(二十一) PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/83/2021\\_2022\\_2006\\_E5\\_B9\\_B4\\_E3\\_80\\_8A\\_c49\\_83617.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/83/2021_2022_2006_E5_B9_B4_E3_80_8A_c49_83617.htm) 二十一、市场营销策略 考试目的  
通过本章的考试，让考生掌握市场营销计划中营销策略的主要组成部分。 考试内容（一）目标营销战略 理解市场竞争加剧及顾客需求多样化促使企业采用目标营销战略，正确掌握市场细分、选择目标市场和市场定位的含义；了解市场细分的前提，熟悉常用市场细分变量，能够用适当的变量对市场进行细分；熟悉各种市场覆盖策略和市场定位的步骤。（二）营销组合策略 掌握市场营销组合策略的内容；熟悉各项策略涉及的主要决策内容。 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](http://www.100test.com)