

福建省中等职业学校学业水平考试

《市场营销基础》课程考试大纲

本考试大纲以教育部《中等职业学校专业教学标准》为指导，结合我省中职学校《市场营销基础》课程教学的实际情况而制定。

I. 考试目标与要求

《市场营销基础》课程主要考查学生对市场营销基础知识的认知程度和运用知识分析问题、解决问题的能力，能达到职业岗位能力的基本要求。考试目标与要求如下：

1. 了解层次：要求对某一概念、知识内容，能够准确再认、再现，具有初步识别、辨认事实或正确描述对象的基本特征的能力，即知道“是什么”。
2. 理解层次：要求对某一概念、知识内容，在了解基础上，能够深刻领会相关知识、原理、方法，并借此解释、推断、分析现象，辨明正误，即明白“为什么”。
3. 掌握层次：要求能够灵活运用相关原理、法则和方法，综合分析、解决实际问题，进行总结论述，与已有技能建立联系，即清楚“怎么办”。

II. 考试范围与考核要求

一、市场营销概述

1. 了解生产观念、产品观念、推销观念、市场营销观念、社会营销观念产生的背景；
2. 掌握生产观念、产品观念、推销观念、市场营销观念、社会营销观念的内容；
3. 理解市场、市场营销和交换的概念；
4. 掌握传统营销观念和现代营销观念的区别。

二、市场分析

1. 了解宏观环境和微观环境的构成；
2. 掌握市场营销环境 SWOT 分析法；
3. 理解消费品市场的概念；

4. 掌握影响消费者购买行为的主要因素；
5. 掌握消费者购买决策过程。

三、市场细分和目标市场

1. 了解市场细分的标准；
2. 理解市场细分、目标市场、市场定位的概念；
3. 掌握目标市场的营销策略；
4. 掌握市场定位的策略。

四、产品策略

1. 了解新产品开发程序、品牌种类；
2. 理解产品概念、产品整体概念、产品生命周期概念、新产品概念和品牌概念；
3. 掌握产品组合策略、产品生命周期各阶段（主要是成长期和成熟期）的特点及营销策略、品牌策略。

五、定价策略

1. 了解商品的价格构成、了解企业调价的两种情况；
2. 掌握影响企业产品定价的因素；
3. 掌握六种定价策略，重点掌握新产品定价策略和心理定价策略；
4. 掌握三种定价方法，重点掌握成本导向定价的三种方法。

六、分销渠道策略

1. 了解分销渠道基本类型、中间商的类型；
2. 理解分销渠道的概念；
3. 掌握影响分销渠道选择的因素并进行应用。

七、促销策略

1. 了解促销影响因素，理解促销组合含义，掌握促销组合策略；
2. 了解人员促销特点，掌握人员促销方法；
3. 了解广告媒体的种类，掌握广告的基本要求和选择的影响因素；
4. 了解适合消费者的营业推广方式；

5. 了解公共关系的特点和形式。

八、市场营销组合

1. 理解市场营销组合（4Ps）的含义。

III. 考试形式及试卷结构

一、考试形式

1. 考试采用闭卷、笔试形式，考试不使用计算器；
2. 卷 I 满分为 150 分，考试时间为 90 分钟；
3. 卷 II 满分为 100 分，考试时间为 60 分钟。

二、内容比例

序号	内容	分值比例（约占）
一	市场营销概述	8%
二	市场分析	16%
三	市场细分和目标市场	15%
四	产品策略	16%
五	定价策略	16%
六	分销渠道策略	12%
七	促销策略	15%
八	市场营销组合	2%
	合计	100%

三、考试题型

1. 卷 I 考试题型包括单项选择题、判断题等题型；
2. 卷 II 考试题型包括单项选择题、多项选择题、案例选择题、案例分析题等题型。