

黑龙江省高等教育自学考试
商务英语(050218)专业（独立本科段）

市场营销学（一）考试大纲

(课程代码 5001)

黑龙江省高等教育自学考试委员会办公室

二〇〇九年十月

考纲说明

中国加入 WTO 意味着中国将进一步与世界各国的政治、经济、文化各个方面的交流与合作力度的加大。然而，中国经济的发展在许多领域里都面临着人才匮乏的局面，特别是能够适应国际竞争需要的国际管理人才，因此，培养并造就一批优秀的国际化人才，是我们在新一轮国际竞争中赢得主动的关键。市场营销原理课程的开设也就是为了这一目的。即帮助学生以实用而生动有趣的方式学习了解现代市场营销的基本概念与实践。市场营销学是一门综合性学科，是经济学、行为科学、管理学等学科的综合，它在我们的生活中无处不在，如果不懂得现代营销学的真正理念及如何制定并实施有效的营销计划，那就很难在国际市场竞争中占有有利地位。作为消费者和公民，学生同样需要懂得市场营销。学生在跨入职业市场时，同样需要找到最佳机遇向未来顾主进行“自我营销”。

黑龙江大学外语部正是根据人才市场的这一需求，凭借多年开办应用英语专业的经验以及雄厚的应用英语师资力量，特开办了商务英语专业（独立本科段）。一方面为国家解决国际性商务人才缺乏尽一份微薄之力；另一方面，也为有志于在国际商务方面有更深要求的人士，提供了一个深造的机会。为此，我们经过课程的精心论证、挑选了有丰富教学和实践经验的教师，认真的选择了有针对性的教材来满足学员的要求

《市场营销学》（Marketing）一书是“市场营销”课程中所选用的教材。本课程介绍市场营销的基本理论和具体操作技能。主要包括：市场营销管理、市场营销计划、顾客与消费者行为、市场行销调查、市场营销组合与沟通和促销组合等，培养学生的分析思辨和策划能力。该教材由黑龙江大学应用英语研究所组编写，是黑龙江省大学外语教学研究会推荐教材。

根据本课程的要求，我们编写了本书的考试大纲，目的在于使学生在学习的过程中，能够思路清晰、重点突出、一目了然。知道哪些知识应该必须掌握；哪些知识应该理解；哪些知识应该作为一般性的了解；同时也有利于学习者学以致用，并能够帮助学员最大限度的发挥自己的潜能达到学习的目的，顺利的通过考试，用所学到的知识解决实际工作中的问题。能够达到这样一个目的，是我们开办商务英语（独立本科段）的办学目的，也是广大学员所衷心希望的。

目 录

编写前言

编写说明

一、课程性质和学习目的

- 1、本课程的性质
- 2、本课程设置的目的

- 3、总体课程教学要求
- 4、本课程与其它专业课程的关系
- 5、学时安排

二、自学考试大纲有关说明和实施要求

- 1、考纲与教材关系
- 2、考核目标
- 3、命题原则
- 4、学习要求
- 5、自学教材
- 6、自学方法
- 7、社会助学
- 8、网络支持
- 9、本课程训练内容及方法

三、课程内容和考核目标

四、样题及参考答案

编写前言

为了适应社会主义现代化建设事业对培养人才的需要，我国在 20 世纪 80 年代初建立了高等教育自学考试制度，经过近 20 年的发展，高等教育自学考试已成为我国高等教育基本制度之一。高等教育自学考试是个人自学，社会助学和国家考试相结合的一种新的高等教育形式，是我国高等教育体系的一个组成部分。实行高等教育自学考试制度，是落实宪法规定的“鼓励自学成材”的重要措施，是提高中华民族思想道德和科学文化素质的需要，也是造就和提拔人才的一种途径。应考者通过规定的考试课程并经思想品德鉴定达到毕业要求的，可以获得毕业证书，国家承认学历并按照规定享有与普通高等学校毕业生同等的有关待遇。

从 80 年代初期开始，各省、自治区、直辖市先后成立了高等教育自学考试委员会，开展了高等教育自学考试工作，为国家培养造就了大批专门人才。为科学、合理地制定高等教育自学考试标准，提高教育质量，全国高等教育自学考试指导委员会（以下简称全国考委）组织各方面专家对高等教育自学考试专业设置进行

了调整，统一了专业设置标准，全国考委陆续制定了几十个专业考试计划。再此基础上，各专业委员会按照专业考试计划的要求，从造就和选拔人才的需要出发，编写了相应专业的课程自学考试大纲，进一步规定了课程学习和考试的内容与范

围，有利于社会助学，使自学要求明确，考试标准规范化、具体化。

黑龙江大学考委根据国务院发布的《高等教育自学考试暂行条例》，参照教育部拟定的普通高等学校有关课程的教学大纲，结合自学考试的特点，组织制定了《市场营销原理》。

《市场营销原理》是该课程编写教材和自学辅导书的依据，也是个人自学，社会助学和国家考试（课程命题）的依据，希望各位应考者及授课教师应认真贯彻执行。

黑龙江大学外语教学研究部

二零零七年

编写说明

中国加入 WTO 意味着中国将进一步与世界各国的政治、经济、文化各个方面的交流与合作力度的加大。然而，中国经济的发展在许多领域里都面临着人才匮乏的局面，特别是能够适应国际竞争需要的国际管理人才，因此，培养并造就一批优秀的国际化人才，是我们在新一轮国际竞争中赢得主动的关键。

黑龙江大学外语部正是根据人才市场的这一需求，凭借多年开办应用英语专业的经验以及雄厚的应用英语师资力量，特开办了商务英语专业（独立本科段）。一方面为国家解决国际性商务人才缺乏尽一份微薄之力；另一方面，也为有志于在国际商务方面有更深要求的人士，提供了一个深造的机会。为此，我们经过课程的精心论证、挑选了有丰富教学和实践经验的教师，认真的选择了有针对性的教材来满足学员的要求。

根据《市场营销原理》的课程要求，我们编写了本书的考试大纲。本考试大纲依据高等自学考试商务英语（独立本科段）专业的考试计划的要求编写而成，注重考核学生运用基本市场营销原理解决实际问题的能力。

针对以上要求，本考试大纲进一步规定了课程学习和考试的内容与范围，有利于社会助学，使自学要求明确，考试标准规范化、具体化。本考试大纲的目的在于使学生在学的过程中，能够思路清晰、重点突出、一目了然。知道哪些知识应该必须掌握；哪些知识应该理解；哪些知识应该作为一般性的了解；同时也有利于学习者学以致用，并能够帮助学员最大限度的发挥自己的潜能达到学习的目的，顺利的通过考试，用所学到的知识解决实际工作中的问题。能够达到这样一个目的，是我们开办商务英语（独立本科段）的办学目的，也是广大学员所衷心希望的。

一、课程的性质和学习目的

1. 本课程的性质

市场营销学是高等自学考试商务英语专业独立本科段的必考的基础课程。本课程是专门培养和提高应用市场营销原理分析问题和解决问题的能力的一门学科，让学生为学习相关课程以及毕业后做好市场营销工作打下良好的基础。通过本课程的学习，应考者应达到普通高等学校商务英语专业基础阶段的水平。

2、本课程设置的目的

本课程设置的目的在于通过全面、系统地讲解市场营销原理的基本规律、基本原理和基本方法，使学生充分认识市场营销的专业性和复杂性，能将市场营销基本理论基础与实例有机结合，进行具体营销实例的策划和操作。

3、总体课程教学要求

市场营销原理是商务英语专业课，要求学生在通过本课程的学习，应掌握市场营销的基本概念和原理，并能灵活运用理论知识分析实际营销案例，熟悉市场营销的常规过程及相关营销技巧。

4、本课程与其它专业课的关系

市场营销原理是高等自学考试商务英语专业独立本科段的必考基础课程。本课程作为商务英语本科自考的核心课程之一，有着很重要的承上启下的作用。市场营

销是商务活动中至关重要的环节，了解足够的商品知识，懂得如何满足客户的心理要求，掌握相关的营销技巧才能在商务活动中立于不败之地。本课程与其他几门课程（如商务谈判，商务沟通等）的知识是相互交叉，渗透的，对于其他相关商务课程的学习和理解有着不可缺少的作用。

5、学时安排

市场营销原理为 8 学分的基础的课程，其授课进程为 10 周，每周4 学时。

二、有关说明和实施要求

1、考纲与教材的关系

本考试大纲本着科学性、指导性、可行性和可检查性的原则，所作的各项规定是商务英语专业基础阶段“市场营销原理”编写教材、个人自学、国家考试命题，社会助学和检查学习质量的依据。“市场营销原理”教材的总体要求和总体水平以及教材的选材、习题设计等方面与大纲中规定的课程性质、任务、内容、考核目标等方面的内容相一致。

2. 考核目标

为了使本课程的自学考试达到标准化、规范化的要求，本大纲在规定各章自学考试内容提要的基础上，对各章规定了考核目标，包括考核知识点和考核要求，明确考核目标、可使应考者进一步了解考试内容和要求，知道怎么学和怎么考，更有目的有计划地学习教材；可使社会助学单位知道应该如何组织教学，根据应考者的实际情况进行辅导，使之达到既定的要求；可使命题单位正确把握试题的广度、深度和难易程度。

考核知识点是指考核知识范围的广度，明确考生最低限度应该掌握的知识内容。考核要求是指需要应考者掌握知识的深度和应用知识的能力。本大纲中的考核要求按照“识记”、“领会”、“应用”三个应达到的能力层次来规定。三个能力层次是递进的等级关系，各个能力层次的含义如下：

识记：能认知有关的概念、原则、方法的含义，并能表述和判断其是与非。这是最低层次的要求。

领会：在识记的基础上，能全面把握有关的基本概念、基本原则、基本方法、并能表述其基本内容和基本道理，分析相关问题的区别和联系。这是较高层次的

要求。

应用：在领会的基础上，能运用基本概念、基本原则、基本方法等去分析有关的理论问题，处理某些实际问题，进行分析。这是最高层次的要求。

3、命题原则

(1) 本课程考试的命题，应根据本大纲所规定的考试内容提要和考试目标，确定考试范围和考核标准，不要扩大或缩小考试范围，也不要提高或降低考核标准。考试内容要覆盖到各个章节，并适当突出课程的重点内容，难易程度要适中。

(2) 试题要合理安排题目的考察能力层次结构。每份考卷中各种能力层次题目所占的分数比例一般为：识记占 20%，领会占 30%，应用占 50%。

(3) 试题要合理安排难度结构。试题难易程度可分为易、较易、较难、难四个等级。每份试卷中，不同难易程度试题的分数比例一般为：易占 20%；较易占 40%；较难 30%；难占 10%。

试验难度和能力层次不是一个概念，在各能力层次中都会有不同难度的问题，切勿将二者混淆。在每一个能力层次的题目中，都会难易程度不同的问题。

(4) 本课程试卷采用的题型一般有：名词术语解释、简答题、填空题、论述题等。题型举例另列。

4、学习要求

在每章的“学习目的和要求”中，对不同的问题的学习要求，选用几种不同含义的词汇加以表述，以体现学习应达到的深浅程度。对基本概念和基本原理问题，分别采用“了解”、“理解”和“深刻理解”等词汇来表述。

了解：是指要求应考者对本课程的基本知识和相关知识应有所知晓。

理解：是指要求应考者对课程的基本概念和基本原则，要在了解的基础上，知道“是什么”并从道理上懂得“为什么”。

深刻理解：是指要求应考者对本课程的重要概念和重要原理，要在一般理解的基础上，能融会贯通地分析其基本特征和全部内涵，论述其他概念、原理的相关性。

对基本方法和基本技能问题，分别采用“初步掌握”、“掌握”和“熟练掌握”等词汇来表述。

初步掌握：是指要求应考者对某些方法和技能，要一般地了解其基本做法，能够对照教材进行操练，以便在后续课程如学习，在工作实践中熟练运用。

掌握：是指要求应考者对基本方法和基本技能，不仅要知道“是什么”，“为什么”，而且要学会“怎么做”、“在什么情况下如何处理”，要能够独立操作。

熟练掌握：是指要求应考者要能综合运用所学的基本方法和基本技能，根据所给定的特殊条件，灵活自如地处理专业问题。

上述要求很难截然区分，这里只是做一概要的界定。

5、自学教材

(1) 指定教材

《市场营销学》佟敏强主编；吉林大学出版社 2004年8月1版

(2) 专业自学参考书

2001年 清华大学出版社出版的《市场营销学原理》一书。编著： 飞利浦·科特勒，加里·阿姆斯特朗

6. 自学方法

根据本课程的目的要求，应考者在学习中应该着重掌握以下几个环节：

(1) 认真阅读教材。阅读教材是基本的教学环节。只有把教材仔细消化了，其他学习环节才能搞好。如果不把教材真正弄懂弄通，就忙于阅读其他教学资料或做复习题，必然事倍功半。阅读教材前，应先看自学大纲中的学习目的和要求及内容提要，理解每一章节的要点，然后系统地读书。读书时，首先要掌握每一章的梗概，弄清每一章的重点内容；其次在全面理解每章内容的基础上，要把本章与以前各章内容联系起来加以思考。

(2) 作好读书笔记。写读书笔记是巩固所学知识的一个重要方法，这对于自学尤为重要。阅读教材是理解课程内容的基础，但看了书并不一定就能弄懂弄通，更不一定就能学得扎实。要切实掌握课程内容，必须将读书与思考结合起来，手脑并用，通过笔记用自己的英语表述出来，变成自己的东西。

写笔记的方法可以多种多样，如写内容提要、名词解释、问题解答、学习心得等等。

(3) 参阅有关资料。《市场营销学》一书中包含大量的概念、基本术语及专业知识等内容。应考者如觉得书上解释不够详细，还可适当查阅一些参考书，如

百科全书等。

(4) 认真完成作业。《市场营销学》每章都设有复习题， 应考者应在认真读书的基础上做好这一练习， 以便复习巩固所学知识。在完成作业过程中要注意三个问题：看清题意，按复习题中提出的要求进行；仔细做题，要认真细致地对待作业中的语言，努力做到用词恰当，语法正确；尽是用自己的语言来回答问题。书上的复习题是为应考者掌握各章的重点提供线索的，不是考试题。考试题中会有各种变化。

(5) 注意联系与对比，同时结合参考书。

7、社会助学

社会助学是高等教育自学考试的必要条件，要切实抓好。社会助学单位和辅导教师应注意以下几项要求：

(1) 要把握社会助学的正确导向。社会助学单位和辅导教师应根据自学考试大纲规定的考试内容和考核目标，认真研究指定教材，明确本课程的特点、学习范围和学习要求，对自学者进行切合需要的辅导，并从学习方法上给以指导。特别要注意引导他们全面系统地掌握课程内容，不搞猜题押题，防止把“助学”变成“助考”。

(2) 要正确处理专业知识和实际运用英语能力的关系。要自学者一方面要求了解和掌握关于市场营销及国际市场营销等方面的基础知识，另一方面则通过听讲、阅读、讨论、做作业等方式， 扩大词汇量，复习巩固综合英语课中所学到的知识和技能，进一步提高实际运用英语的能力。

(3) 要正确处理一般和重点的关系。课程内容有一般和重点之分，但两者是密切联系，不可分离的，不掌握全面就不可能深入重点，而且考试的内容要覆盖全部课程的。因此， 社会助学单位和辅导教师都应指导自学者全面系统地学习教材，掌握全部考试内容和考核知识点，在此基础上再对重点问题深入研究。要此导自学者把全面理解和重点深入探讨结合起来，切忌孤立地只抓重点。

(4) 要正确处理基础知识和应用能力的关系。社会助学单位和辅导教师既要重视基础理论知识，又要重视语言应用能力的培养；要在全面辅导的基础上，着重培养应考生分析问题和解决问题的能力，引导学员将简单应用综合应用联系起来，把学到的有关基础理论知识和技艺转化成应用的能力。

三、课程内容和考核目标

第一章 创造顾客价值和顾客满意度

一. 学习目的和要求

通过本章的学习，了解市场营销的定义,并能阐述定义描述中关键词的含义，阐述市场营销过程及顾客关系营销。

二. 学习要点

第一节 市场营销定义

了解：与市场营销相关的概念如产品、服务、交换、市场等。

掌握：市场营销的定义及相关概念的阐述。

第二节 市场营销管理

了解：需求管理及市场营销管理实践

第三节 市场营销理念

掌握：五种不同的市场营销理念

第四节 顾客关系营销

掌握：顾客价值、满意度、忠实度、建立顾客关系。

三、考核目标

1. 考核知识点

市场营销的定义、五种不同的市场营销理念、顾客价值、满意度、忠实度、建立顾客关系

2. 考核要求

识记：市场营销定义；

领会：五种不同的市场营销理念；

应用：如何在市场营销中建立好顾客关系

四. 推荐材料

《市场营销原理》（Principles of Marketing, Ninth Edition written by Philip Kotler）

第一章： 第一节 What is Marketing ?

第二节 Marketing Management

第二章 营销计划和营销过程

一、学习目的和要求

通过本章的学习，了解营销战略计划的重要性、为何营销需要有计划、如何制定计划，能够描述市场营销过程,市场细分，目标市场确定，和市场定位，能过理解 BCG matrix，并能从市场营销组合各方面因素出发理解市场营销计划地制定。

二、学习要点

第一节 战略计划

了解：公司的营销目的和目标的制定。

掌握：战略计划和公司总体任务书的概念

第二节 产业组合

了解：产业组合的确定，划分和 BCG matrix 的运用

第三节 战略计划和小型企业营销

了解：小型企业战略计划

第四节 营销过程

掌握：市场细分，目标市场确定，和市场定位基本理论

第五节 市场营销活动

掌握：市场营销计划地制定和具体实施

三、考核目标

1. 考核知识点

战略计划

产业组合

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。
。如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/505314243001012002>