

2020 年广东工业大学华立学院本科插班生招生考试

《工商管理》市场营销

第一部分课程性质与目标

一、课程的性质和目的

《市场营销》是为培养适应粤港澳大湾区经济发展需要的、应用型的专业人才服务的。它主要研究市场营销活动及其规律性，是一门建立在经济学、行为科学、现代管理理论基础之上的应用科学，具有综合性、边缘性的特点。课程的核心内容，就是在买方市场条件下，卖方如何从顾客的需要出发，制订企业发展战略，组织企业市场营销活动，从而在满足顾客需求的前提下，使企业在激烈竞争的市场环境中获得生存和发展。通过这门课程考试，考察学生对市场营销学基本知识和理论的掌握和应用能力。

二、课程的基本要求

1. 全面了解课程的体系、结构，对市场营销有一个整体的认识。
2. 树立以顾客需要为中心的营销观念，并以此观念为指导去研究和解决营销的理论和实际问题。
3. 掌握学科的基本概念、基本原理和基本方法，包括国内外营销理论与发展的最新发展。
4. 紧密联系实际，通过分析案例，解决实际问题，把学科理论的学习融入对经济活动实践的研究和认识之中，切实提高分析问题、解决问题的能力。
5. 系统、全面、准确地阐述现代营销学的基本原理和实务，在原理的阐述和案例的列举中要多联系中国实际，使之既忠实于学科原貌，又通俗易懂，不脱离中国实际。
6. 增加案例教学的比重，文字教材、音像教材中都要突出典型案例的剖析。同时安排必要的作业和调研，给学生接触实际、动手分析的机会。

三、本课程与其他课程的联系与分工

《市场营销》是以经济学、管理学等为基础建立的一门独立学科，它是营销专业的专业基础课，以它为基础派生的专业课有市场调查与预测、广告概论、贸易实务、消费心理学、公共关系学、服务营销等。

第二部分考核知识点

第 1 章关于市场营销

掌握市场的含义、类型；营销的含义及有关概念；了解营销管理的含义，掌握营销管理哲学的演进，顾客让渡（感知）价值、顾客满意；价值链的概念及应用特点。理解营销道德

第 2 章分析营销环境，寻找市场机会

了解营销环境的含义及特点；掌握微观营销环境；宏观营销环境对营销活动的影响特点。

第 3 章消费者市场及购买行为分析

了解消费者市场与消费者行为模式；影响消费者购买的主要因素；熟悉消费者购买决策过程；消费者

购买类型；消费者购买决策过程的主要步骤。

第 4 章组织市场及购买行为分析

了解组织市场的类型和特点；熟悉生产者市场和购买行为分析；中间商市场和购买行为分析；

第 5 章信息是企业营销的基础

理解企业营销决策需要哪些数据信息；了解建立企业营销信息系统

第 6 章通过营销调研实现对信息的利用

了解市场营销信息系统的主要特点，熟悉市场营销调研的内容和方法。

第 7 章制定营销战略

了解市场细分的含义、作用、标准、原则；掌握目标市场营销的含义，目标市场营销策略；市场定位的含义、步骤、方法。

第 8 章营销策略组合

理解营销手段与营销策略组合和营销策略组合方案要适应特定的顾客、公司和竞争对手；熟悉营销策略组合方案要适应产品生命周期的不同阶段

第 9 章产品、服务与品牌构建

了解产品整体概念与产品组合；理解服务与服务营销熟悉品牌的构建；建立强势品牌

第 10 章新产品开发

了解新产品开发策略；理解新产品开发过程；熟悉新产品开发管理

第 11 章定价策略——事关企业的收入与利润理解影响产品定价的其他因素

熟悉基本定价方法和价格组合与定价技巧；理解新产品定价与适时调整价格和制定价格策略的程序

第 12 章分销渠道选择——竞争新热点

了解分销渠道的作用与构成和中间商的类型；理解连锁商店与特许经营和分销渠道选择；熟悉渠道管理——协调冲突与实施控制

第 13 章沟通整合——促成销售

了解沟通的本质与作用；熟悉营销沟通组合和制定沟通组合策略；理解企业广告运作要点和人员推销——效果，管理难

第 14 章企业营销组织与计划

了解企业营销组织和营销部门内的组织分工形式；理解营销计划的制定过程与内容和营销计划的贯彻

实施：

第 15 章 市场营销绩效的测量与监控

理解营销绩效评估和营销控制类型与方法；了解营销审计

第 16 章 在线营销——市场的新宠

理解在线营销的产生和在线营销概述；熟悉在线营销组合策略和在线营销的形式

参考书：市场营销学（第五版）

编者：吕一林陶晓波；出版社：中国人民大学出版社版次：2014 年 11 第 5 版；ISBN：9787300201429



启航专插本
www.qihangzcb.com

2020 年广东工业大学华立学院本科插班生招生考试

《工商管理》组织行为学

一、考试题型

- 1、单项选择题（共 15 小题，每小题 1 分，共 15 分）
- 2、判断题（共 10 小题，每小题 1 分，共 10 分）
- 3、名词解释（共 5 小题，每小题 3 分，共 15 分）
- 4、简答题（共 5 小题，每小题 6 分，共 30 分）
- 5、案例分析（共 30 分）

二、基本内容

第一章组织行为学概述

1. 了解组织行为学的发展背景
2. 掌握组织行为学的概念
2. 掌握组织行为学的研究方法与模型
3. 掌握心理资本的概念和了解其五个维度

第二章知觉、归因理论与个人决策

1. 掌握知觉的概念，了解知觉的特点和影响因素
2. 掌握社会知觉、首因效应、晕轮效应的概念，理解社会知觉的常见偏见：首因效应、晕轮效应、近因效应、定型效应、投射
3. 掌握归因的基本理论
4. 了解人际洞察力所涉及的三个过程
5. 掌握有限理性判断的三种常见启发式
7. 掌握个人决策概念，了解五种个人决策风格

第三章个性与心理测试

1. 掌握个性概念和个性理论，掌握四种气质类型
2. 掌握个性与职业匹配的理论
3. 理解解能力与职业的匹配理论，掌握管理胜任力概念及其结构图
4. 了解心理测验在管理中的应用

第四章价值观与态度

1. 掌握价值观的概念，罗克奇的工具与目的价值观和霍夫斯泰德的民族文化价值观维度
2. 掌握态度概念及态度改变理论

3. 掌握工作满意度概念，了解影响工作满意度的因素
4. 掌握组织承诺概念及影响组织承诺的主要因素

第五章激励理论及其应用

1. 掌握内容型激励理论中的马斯洛需求层次论、赫兹伯格的双因素理论及其应用
2. 掌握过程型激励理论中弗鲁姆的期望理论、心理契约概念、亚当斯的公平理论及其应用
3. 了解企业激励系统的构建

第六章群体心理与行为

1. 掌握群体、正式群体、非正式群体概念
2. 了解正正式群体与非正式群体的区别，掌握非正式群体的特点和作用
3. 了解群体行为，掌握群体压力概念及其作用。
4. 了解团队的类型和有效团队的特征

第七章管理沟通

1. 掌握沟通的概念、沟通的渠道和类型
2. 了解群体沟通网络类型
3. 掌握群体决策的概念和方法
4. 掌握人际冲突概念和产生的原因
6. 了解组织有效沟通和改善沟通的策略和工具

第八章 权力与政治

1. 正确区分权力、职权与威信
2. 掌握权力的类型和基础
3. 掌握政治行为概念，了解引发政治行为的因素
4. 了解权术和联盟的方法

第九章 领导理论

1. 了解领导的与管理的区别，领导的六种影响力
2. 理解传统的特质理论和现代的领导特质理论观点
3. 掌握领导行为理论的管理方格理论
4. 掌握领导权变理论中的菲德勒权变理论

5. 了解领导理论的新发展

第十章 组织文化

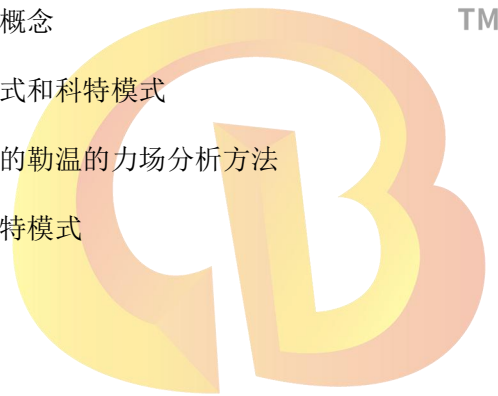
1. 掌握组织文化的概念
2. 掌握组织文化的影响因素
3. 掌握组织文化的作用
4. 掌握塑造完善的组织文化
5. 了解组织公民行为的概念和作用

十一章组织变革与发展

1. 掌握组织变革和组织发展的概念
2. 了解组织变革过程的勒温模式和科特模式
3. 掌握组织变革的力场分析中的勒温的力场分析方法
4. 掌握组织变革方式中的莱维特模式

十二章员工心理健康

1. 掌握心理健康的概念和标准
2. 掌握员工心理保健的方法
3. 了解员工援助计划（EAP）的内容和实施方式。
4. 掌握心理咨询的概念和特征



启航专插本
www.qihangzcb.com