

2020 年广东技术师范大学天河学院专插本考试大纲

《市场营销》公共关系学

一、考试要求

《公共关系》大纲是为市场营销专业本科插班生专门编写，作为考试命题的依据。是工商管理类专业必修的专业课，它是研究组织与公众之间相互传播沟通的行为、规律和方法的一门学科。该课程的核心内容，就是在目前市场环境下，以现代公关观念为先导，强调在充分进行公关环境分析的基础上，组织如何开展各种公关活动，处理好组织与公众的关系，塑造良好的组织形象。《公共关系》课程考试旨在考查公共关系的基本知识，注重考查学生对于公共关系知识的理解和掌握、公共关系原理的运用能力，以及综合运用公共关系方法分析与解决实际问题的能力。

TM

二、教材及主要参考书目

教材：《公共关系学》乜瑛主编，浙江大学出版社，2017 年 1 月第 1 版，2019 年 1 月第 2 次印刷 ISBN978-7-308-16438-2

参考书：

1. 《公共关系学（第 3 版）》张克非主编，高等教育出版 2014-04-01
2. 《公共关系学原理（第二版）》蒋楠编科学出版社，2016-06-0

三、考试内容

第一章公共关系导论

- 1、掌握公共关系的概念和特征；（重点）
- 2、熟悉公共关系的原则和构成要素；（次重点）
- 3、正确理解公共关系的职能；（一般）
- 4、正确认识公共关系的内涵。（一般）

第二章公共关系组织机构及从业人员

- 1、掌握组织公共关系部的职能与类型；（重点）
- 2、熟悉公共关系公司的概念与经营范围；（次重点）
- 3、了解公共关系社团的概念与特点；（一般）
- 4、了解公共关系从业人员的知识与能力结构。（一般）

第三章公共关系的对象

- 1、掌握公众的定义与分类；（重点）
- 2、掌握公众心理的概念，正确理解公众心理对公众行为的影响；（重点）

3、掌握组织与员工关系、顾客关系、媒体关系的处理。（次重点）

第四章公共关系传播

- 1、掌握公共关系传播的概念；（重点）
- 2、熟知公共关系传播的媒介及其特点（次重点）
- 3、了解网络新媒介的类型；（一般）
- 4、正确理解公共关系传播的原则。（次重点）

第五章公共关系广告

- 1、掌握公共关系广告的概念；（重点）
- 2、正确认识公共关系广告与商业广告的区别；（次重点）
- 3、掌握公共关系广告的分类（重点）
- 4、了解公共关系广告的设计制作及预算的制定。（一般）

第六章公共关系的四步工作程序（一）

- 1、掌握公共关系活动调查的概念和内容；（重点）
- 2、熟悉公共关系活动调查的基本方法；（次重点）
- 3、了解撰写公共关系活动调查报告的步骤；（一般）
- 4、掌握公共关系活动策划的概念及原则；（重点）
- 5、熟知公共关系的活动模式与策划技巧。（次重点）

第七章公共关系的四步工作程序（二）

- 1、掌握公共关系活动实施的概念与特点；（重点）
- 2、熟悉公共关系活动实施的原则与管理；（次重点）
- 3、正确认识影响公共关系活动实施的因素；（次重点）
- 4、掌握公共关系评估的概念与意义；（重点）
- 5、了解公共关系评估的内容与方法。（一般）

第八章公共关系礼仪

- 1、掌握礼仪及公关礼仪的概念及原则；（重点）
- 2、熟练掌握握手、名片、手机礼仪；（次重点）
- 3、正确理解和掌握公关宴请礼仪及公关交往技巧；（一般）
- 4、理解并掌握公关人员的仪容、仪表、仪态礼仪。（次重点）

第九章公共关系沟通技巧

- 1、熟悉公关语言的四大技法；（重点）
- 2、正确理解公关人际交往的艺术；（次重点）
- 3、熟悉倾听的概念与作用；（重点）
- 4、了解非语言沟通的含义及类型。（一般）

第十章塑造组织形象

- 1、掌握组织形象的概念及意义；（重点）
- 2、熟练掌握经济类组织形象的构成要素；（次重点）
- 3、正确理解组织形象的定位及方法；（一般）
- 4、掌握组织 CIS 战略的内容及应用。（次重点）

第十一章公共关系专题活动

- 1、理解新闻发布会、展览会、赞助活动、庆典活动、开放参观活动的概念及特点；（一般）
- 2、熟悉各种公关专题活动的筹备程序和运作流程；（次重点）
- 3、正确理解危机公关的概念、类型及特点；（一般）
- 4、正确认识危机防范的五大意识；（一般）
- 5、熟练掌握危机处理的程序和原则。（重点）

第十二章公共关系发展历程和展望

- 1、了解公共关系的产生原因；（一般）
- 2、熟悉公共关系的发展阶段；（次重点）
- 3、知晓我国公关事业的发展历程和前景。（一般）

四、考试方式与试题类型

- 1、考试方式：闭卷，时间为 120 分钟
- 2、试题类型：单选题、判断题、简答题、论述题、案例分析题
- 3、试卷安排：
 - （1）本大纲各章所提到的内容和考核目标都是考试内容。试题覆盖到章，适当突出重点。
 - （2）试题难易程度应合理：易、较易、较难、难比例为 2：3：3：2。每份试卷中，各类考核点所占比例约为：重点占 55%，次重点占 30%，一般占 15%。

2020 年广东技术师范大学天河学院专插本考试大纲

《市场营销》市场营销学

一、考试要求

本大纲为市场营销专业本科插班生专门编写，作为考试命题的依据。该课程是工商管理类专业的核心专业课，有助于市场营销课程体系的学习，有利于培养学生分析和解决市场营销实际问题的能力。

本课程是理论和实践紧密结合的应用性学科，它具有知识面广、实践性强、策略性强的特点。通过本课程的学习，不仅要求学生掌握有关市场营销学的内容和方法的基本理论和基本知识，还应具有运用市场营销理论分析市场、解决企业经营管理中市场营销问题的能力。

二、教材及主要参考书目

教材：《市场营销学》郭国庆主编，中国人民大学出版社，第3版（2011年6月，2018年7月印刷均可）

参考书：

1. 《市场营销概论（第3版）》郭国庆主编，高等教育出版社，2018年4月
2. 《市场营销》王永庆主编，中国人民大学出版社，2019年6月

三、考试内容

第1章 导论

了解市场营销学的产生与发展（一般）

掌握市场营销的内涵（重点）

理解市场营销职能在企业中的地位（次重点）

第2章 战略计划与市场营销管理

掌握企业评价战略业务单位的主要方法（重点）

了解企业发展新业务的主要途径（一般）

熟悉市场营销管理的主要步骤（次重点）

第3章 市场营销环境分析

了解市场营销环境（次重点）

掌握环境威胁和市场营销机会对企业市场营销的影响（次重点）

熟悉市场营销微观环境与宏观环境的构成（重点）

第4章 市场营销调研与市场需求预测

掌握市场营销调研的主要步骤（重点）

熟悉估计当前市场需求的主要方法（一般）

了解市场需求预测的主要方法（一般）

第 5 章 市场购买行为分析

了解影响消费者购买行为的因素（次重点）

掌握市场购买行为的主要类型（次重点）

熟练消费者和产业购买者购买决策过程的主要步骤（重点）

第 6 章 目标市场战略

掌握市场细分的主要方法（重点）

了解选择目标市场的主要方法及其特点（重点）

熟悉进行市场定位的主要方法（重点）

第 7 章 市场竞争战略

掌握识别竞争者的主要方法（重点）

熟悉市场主导者、挑战者等的主要竞争战略（次重点）

第 8 章 新产品开发战略

了解新产品开发的必要性（次重点）

掌握新产品开发的全过程（重点）

熟悉新产品的采用和扩散的关系（一般）

第 9 章 国际营销战略

了解国际市场营销环境的新发展（一般）

掌握企业选择国际目标市场的主要方法（重点）

熟悉企业进入国际市场的主要方式（次重点）

第 10 章 产品与服务策略

了解产品组合的主要策略（重点）

掌握产品生命周期各阶段的营销策略（重点）

熟悉服务质量管理的主要方法（次重点）

第 11 章 品牌策略

了解品牌资产的含义（次重点）

熟练品牌资产的构成（重点）

掌握品牌知名度的测量方法（一般）

第 12 章 定价策略

了解定价目标、成本、需求和竞争对企业定价的影响（次重点）

掌握企业定价的主要方法（重点）

熟悉企业定价的主要内容（次重点）

第 13 章 分销策略

了解分销渠道的设计（重点）

熟悉分销渠道的管理（重点）

TM

启航专插本
www.qihangzcb.com

掌握处理中间商关系的主要方法（一般）

第 14 章促销策略

了解促销组合的构成及影响因素（重点）

掌握广告策略的制定过程（一般）

熟悉推销策略的制定与销售管理（一般）

第 15 章市场营销计划、组织、执行与控制市场营销计划的主要内容（重点）

市场营销预算制定的主要方法（一般）

市场营销组织与控制的主要类型（一般）

四、考试方式与试题类型

1、考试方式：闭卷，时间为 120 分钟

TM

2、试题类型：单选题、多选题、判断题、简答题、案例分析题

3、试卷安排：

(1) 本大纲各章所提到的内容和考核目标都是考试内容。试题覆盖到章，适当突出重点。

(2) 试题难易程度应合理：易、较易、较难、难比例为 2：3：3：2。

(3) 每份试卷中，各类考核点所占比例约为：重点占 55%，次重点占 30%，一般占 15%。

启航专插本
www.qihangzcb.com