

成都银杏酒店管理学院

“专升本”选拔《管理综合》考试大纲

（备注：管理综合包括：市场营销学（30分）、管理学原理（40分）、经济学原理（30分）等三门课程，总100分。）

一、《市场营销学》部分

（一）考试要求

本课程是理论和实践紧密结合的应用性学科，要求考生熟练掌握市场营销学基本概念、基本理论和基本方法，具有综合运用市场营销学的原理和方法分析解决实际问题的能力。

本大纲对内容的要求由低到高，要求考生具备识记、领会、一般应用和综合运用能力。

- 1、理解有关概念、名词、知识的意思并能够正确认识和表达。
- 2、在识记的基础上，能全面把握基本概念、基本原则、基本原理；能掌握有关概念、有关方法；能识别基本概念、原理、制度的特征。
- 3、一般应用：能用所学的知识点分析和处理较简单的应用实例。
- 4、综合运用：能综合运用所学市场营销学的知识解决一些较复杂的应用实例。

（二）考试内容

1、市场营销与市场营销学

（1）理解市场及其相关概念、市场存在的条件、卖方市场与买方市场、市场的分类；市场营销的含义。

(2) 掌握市场营销学的产生与发展过程；市场营销的核心概念、营销的实质。

2、市场营销管理

(1) 理解市场营销管理哲学各阶段主要内容与特征；营销管理的含义及任务；顾客满意的含义。

(2) 掌握顾客让渡价值理论。

(3) 综合运用：能运用市场营销管理哲学及其演变过程和适用条件的理论分析实际案例。

3、规划企业战略与市场营销管理

(1) 理解企业战略、企业使命、划分战略经营单元（SUB）的条件；营销组合的内涵与特点。

(2) 掌握战略的特征和结构层次；BCG 矩阵、GE 矩阵；密集型成长战略，一体化成长战略和多元化成长战略。

(3) 一般应用：会利用 BCG 矩阵、GE 矩阵判断公司静态业务状况。

(4) 综合运用：会利用营销组合的理论分析实际案例；会判断和运用新业务发展战略；熟悉 SWOT 分析方法及其应用。

4、市场营销环境

(1) 理解营销环境的含义、特点；微观与宏观营销环境的具体构成。

(2) 掌握营销环境的各种变量对企业市场营销的影响。

(3) 一般应用：会利用威胁和机会分析矩阵分析具体企业的营

销机会和风险。

5、消费者市场和购买行为分析

(1) 理解消费者市场的特点；购买决策的参与者；购买决策过程。

(2) 掌握消费者购买行为模式，影响消费者购买行为的因素。

(3) 一般应用：会利用购买行为理论简单分析顾客的消费行为。

6、组织市场和购买行为分析

(1) 理解组织市场的分类和特点；生产者购买决策的参与者。

(2) 掌握生产者购买行为的主要类型；生产者的购买决策过程。

7、市场营销调研与预测

(1) 理解市场营销调研的含义、市场需求的含义及相关概念。

(2) 掌握营销调研的类型及其特征、营销调研的步骤和调研计划的制定、市场需求的层次与市场需求函数。

(3) 综合应用：会根据实际问题的需要拟定调研计划。

8、目标市场营销战略

(1) 理解市场细分；市场细分战略的演变过程、消费者市场细分的标准；市场定位。

(2) 掌握市场细分的作用及理论依据；有效市场细分的要求；三种目标市场战略的适用情况和优缺点；市场定位的方式。

(3) 简单运用：会利用市场细分工具分析和发现市场营销机会。

(4) 综合运用：**STP** 战略的制定及实施过程。

10、竞争性市场营销战略

(1) 理解各种不同竞争地位的竞争者。

(2) 掌握竞争者分析的主要内容；处于不同市场竞争地位的公司竞争战略的选择。

(3) 综合运用：综合运用竞争理论分析实际案例的营销战略选择与评价。

11、产品策略

(1) 理解产品整体概念；产品组合的含义及其测量尺度、产品项目、产品大类、产品生命周期的概念，品牌与商标；品牌资产与品牌保护。

(2) 掌握产品组合决策；产品生命周期各阶段的划分及特点；品牌与商标的区别与联系；品牌的属性，品牌决策的内容。

(3) 综合运用：能根据产品生命周期理论判断具体产品所处的阶段并提出营销对策，能根据品牌策略理论分析具体企业-产品品牌策略的选择。

12、定价策略

(1) 理解定价目标、成本导向、竞争导向、需求导向定价法。

(2) 掌握定价的影响因素；定价的基本策略。

13、分销策略

(1) 理解分销渠道、渠道结构。批发商和零售商的含义和主要类型。物流的含义。

(2) 掌握影响分销渠道选择的因素、分销渠道管理。

(3) 一般应用。分销渠道决策的方法；仓储和运输决策的方法。

14、促销策略

(1) 理解促销及促销组合的含义；推式与拉式策略。

(2) 掌握企业选择促销工具要考虑的主要因素、工业品与消费品促销工具的差异性、推式与拉式促销策略的区别；四大促销工具的主要特点、四大广告媒体的特点及广告媒体的选择；公共关系的活动方式。

(3) 综合运用：能综合利用营销组合策略、产品组合、促销组合策略和产品生命周期理论综合分析问题，提出解决方案的思路。

(三) 主要参考书

《市场营销学(第六版)》，郭国庆、陈凯，中国人民大学出版社。

ISBN: 9787300267173。

二、《管理学原理》部分

(一) 考试要求

本课程考试范围为管理学基础知识，要求考生全面系统地熟悉管理学的基本概念、理论和方法；掌握计划、组织、领导、控制等管理职能的基本内容和知识；考察学生发现问题、分析问题和解决问题的能力，以及灵活运用现代管理学理念和知识的能力。

(二) 考试内容

1、管理与管理者

(1) 理解管理的涵义、性质，掌握管理的作用和任务。

(2) 掌握管理者的职责、技能。

(3) 熟悉管理的过程及职能。

2、决策

(1) 理解并掌握决策的含义和步骤。

(2) 了解决策的类型及特点。

(3) 掌握决策的方法

3、计划

(1) 理解计划工作的实质和意义。

(2) 掌握计划工作的类型及特点。

(3) 了解计划方案的制定、执行。

4、组织

(1) 了解组织工作的基本内容和过程。

(2) 了解职务设计与人员配备。

(3) 掌握部门的划分与整合。

(4) 掌握组织中的职权关系。

(5) 掌握常见的组织结构形式。

5、领导

(1) 理解领导的本质与内容。

(2) 了解领导的权力基础。

(3) 掌握领导效能的决定因素及有关的领导理论。

(4) 掌握各种人性假设理论和激励理论的内容。

(5) 了解沟通的含义、过程、形式和特点。

6、控制

- (1) 理解控制的含义与作用。
- (2) 掌握管理控制的过程与要素。
- (3) 掌握管理控制的类型。
- (4) 了解管理控制的基本原则及其在实践中运用的针对性。

(三) 主要参考书

《管理学》，陈传明、徐向艺、赵丽芬，高等教育出版社。ISBN：978-7-04-045832-9。

三、《经济学原理》部分

(一) 考试要求

了解微观经济学的基本概念、基本原理以及研究方法，并且能够应用这些基本原理和基本方法分析有关问题。掌握需求和供给的含义，均衡价格的形成，弹性理论；消费者实现效用最大化的原则；厂商在短期生产的合理投入区间，厂商在长期的最优生产要素组合；短期成本的分类；完全竞争厂商的短期均衡和长期均衡。

(二) 考试内容

1、供求及均衡价格理论

(1) 掌握需求、供给的含义、需求规律、供给规律、影响需求因素、影响供给因素。

(2) 掌握均衡价格的含义、均衡价格及其均衡数量的计算。

(3) 理解需求价格弹性的含义，掌握需求价格弹性的计算，了解需求价格弹性大小的含义。

(4) 理解需求价格弹性与总收益的关系。

2、效用及无差异曲线

(1) 掌握效用、边际效用、边际效用递减规律的含义。

(2) 理解无差异曲线、预算线的含义与特征。

(3) 了解消费者效用最大化的原则。

3、生产理论

(1) 掌握生产要素的内涵，以及边际收益递减规律。

(2) 理解短期生产的三个阶段的划分。

(3) 理解短期生产与长期生产的划分方法。

(4) 掌握等产量线、等成本线的含义和特征。

(5) 了解最优的生产要素组合。

4、成本理论及成本曲线

(1) 了解短期成本分类与概念。

(2) 掌握短期总成本、短期平均成本、固定成本、变动成本的含义与计算。

5、市场理论

(1) 掌握完全竞争市场的含义及特点，利润最大化的基本原则。

(2) 了解完全竞争厂商的需求曲线、收益曲线。

(3) 了解完全竞争厂商的短期均衡和长期均衡。

(4) 了解不完全竞争市场的分类。

(三) 主要参考书

《西方经济学（第二版）（上）》，颜鹏飞、刘凤良、吴汉洪，高

等教育出版社/人民出版社。ISBN: 978-7-04-052553-3 (上)。

四、考试方式与试卷结构

(一) 考试方式: 闭卷

(二) 考试分数

总分为 100 分, 其中:《市场营销》部分占 30%、《管理学》部分占 40%、《经济学》部分占 30%。

(三) 考试时间: 120 分钟

(四) 试题难易比例

- 1、《市场营销》部分: 中等难度试题占 70%, 较难试题占 30%。
- 2、《管理学》部分: 中等难度试题占 70%, 较难试题占 30%。
- 3、《经济学》部分: 中等难度试题占 70%, 较难试题占 30%。

(五) 试卷内容比例

- 1、《市场营销》部分: 考试内容前六个部分占 40%, 后七个部分占 60%。
- 2、《管理学》部分: 考试内容前两个部分占 15%, 后四个部分占 85%。
- 3、《经济学》部分: 考试内容微观经济学部分占 100%。

(六) 试题题型

- 1、《市场营销》部分: 选择题、判断题、简述题、案例综合分析题。
- 2、《管理学》部分: 选择题、判断题、简述题、综合分析计算题。
- 3、《经济学》部分: 选择题、简述题、分析题、计算题。