

市场营销考点（个人整理，仅供参考）

题型：

单选 15*2' =30'

多选 5*3' =15'

判断 10*2' =20'

简答 2*10' =20'

案例 1*15' =15'

（老师上课画的考点）

1. 营销的定义：P7
2. 了解市场和消费者需求（什么是需求，欲望）：P7
3. 交换和市场的概念：P9
4. 营销管理的概念：P10
5. 营销管理理念：P11
6. 营销过程的扩大模型：P31（图）
7. 战略计划的阶段和步骤：P43（图）
8. 相对市场份额：P47（图）
9. 通过产品-市场拓展方格识别市场机会：P49（图）
10. 影响消费者行为的因素：P142
11. 消费者市场细分的标准
12. 购买决策过程的五阶段模型：P159(图)
13. 直销的定义：P518
14. 直销的形式：P522（会判别什么是直销什么不是）
15. 基本竞争战略：P562
16. 恩格尔系数，基尼系数。
17. 产品生命周期：P294（图）
成长期的特点及生产策略 P298
影响定价的因素：内部：成本，产品的差异性，企业本身定价目标，团队销售等；
外部：竞争，消费者的需求，政府的影响，市场需求情况等
18. 基于竞争的定价法：P321

一、简答

- 1.产品生命周期：P294（图）
 - 2.成长期的特点及生产策略 P298
 - 3.影响定价的因素：内部：成本，产品的差异性，企业本身定价目标，团队销售等；
外部：竞争，消费者的需求，政府的影响，市场需求情况等
- 基于竞争的定价法：P321

二、案例

三、案例题答题思路：

- 1.描述案例怎样获得成功？
- 2.案例中获得成功涉及到的营销理论或策略。
- 3.我的感想。

四. 多选

- 1.竞争导向的定价方法——随行就市定价法，竞争价格定价法，投标定价法
- 2.消费者购买决策的过程——认识问题，搜寻信息，……，购买行为(P159 图 5.6)
- 3.根据竞争战略理论，企业基本竞争战略包括——总成本领先战略，差异化战略，竞争聚焦战略。(如何构造竞争优势)
- 4.消费者市场细分的标准——地理因素，人口因素，心理因素，行为元素。(P204)
- 5.非人员销售的直销有哪些形式——电视购物，电话购物，上门推销，自动售货机，邮寄。(一对一的形式) (P522)

五. 单选

- 1.市场营销的观念包括——生产观念，产品观念，营销观念，推销观念，到社会营销观念。(P11)
- 2.现代营销观念的核心思想——以顾客为中心。
- 3.社会营销观念——企业不仅要关心本身，还要关注社会责任。(例如：环保行为，原材料的浪费行为，利用可再生资源)
- 4.实物分析的优势劣势和机会？什么算是优势，机会？
- 5.恩格尔系数，基尼系数。
- 6.企业所处的宏观环境——政治环境、经济环境。PEST (外来引起的变化)
宏观：PEST 微观：SWDT ——STP (4P)
- 7.四个战略——市场渗透，市场开发，产品开发，产品多元化。
- 8.“农夫山泉的婴儿水也适用于孕妇”，给产品增加新的消费者，开发新市场——产品战略。
产品的宽度、长度、深度
(婴儿矿泉水属于一条线的长度；平行的两个产品体系属于两条线的宽度)
- 9.什么叫明星类产品，现金牛产品，问题产品，瘦狗产品？(P47)
- 10.顾客满意指什么？——顾客达到预期，感知大于期望。(满意度、忠诚度)
感知与期望的区别？
- 11.关于产品生命周期。
- 12.无差异化战略的优点是什么？①成本降低 ……
- 13.收入模型，收入分析？
- 14.制定增长和精简战略 (了解下，在 chapter 2)。
- 15.设计顾客导向的营销战略(chapter 1)，不知道和前面 4 个战略是否一致。
- 16.P9 图 1.2
P31 图 1.5

六. 判断

- 1.什么是市场？——①商品交易的场所 ②利用人口+购买力+欲望。
需要、需求、欲望，三者的区别。(P7)
需求是有购买能力支持的欲望。
需求来自于研究消费者的欲望。
欲望是什么？
顾客和市场的 5 个核心概念(chapter 1) ①需求是有购买能力支持的欲望。……
- 2.商标是企业的无形资产。✔
- 3.定价方法

- 4.消费品中的选购品和特殊品最利于采用什么分销方法？——一定不是密集分销/立即分销？
- 5.发展新顾客的成本高于维持老顾客。
- 6.节假日商场打折销售属于什么销售方法？——不是竞争
- 7.售后服务属于产品概念中的延伸产品。——不是核心产品。
- 8.促销实质是一种信息沟通。
- 9.(信息)渠道层次越多，越难管控。