

《汽车营销学》考试大纲

I 考试性质

普通高等学校本科插班生招生考试是由专科毕业生参加的选拔性考试。高等学校根据考生的成绩，按已确定的招生计划，德、智、体全面衡量，择优录取。因此，本科插班生考试应有较高的信度、效度、必要的区分度和适当的难度。

II 考试内容和要求

第一章：概论

要求：掌握市场的概念，熟记汽车营销的定义；掌握现代市场营销观念发展经历的几个阶段。

第二章：汽车营销环境

要求：了解市场营销微观环境与宏观环境基本概念和构成；影响市场营销环境的主要因素，汽车企业适应营销环境变化的策略；能正确认识营销环境带给企业机会与威胁的意义。

第三章：企业战略规划与营销管理

要求：掌握汽车市场细分、目标市场选择与目标市场定位的概念及内容；掌握汽车市场竞争战略中的成本领先战略、差异化战略以及集中战略，并能针对企业在中国市场中所处的地位制定相应的营销策略；能对市场进行研究，并能为企业今后的发展制定规划。

第四章：汽车用户购买行为

要求：了解汽车用户的分类与消费的特点，汽车私人购买者和集团购买者的购买行为；正确认识到分析消费者购买行为的重要性，并能应用消费者购买特点对市场合理分析。

第五章：汽车市场营销调研与市场预测

要求：掌握汽车市场营销调研的类型、以及市场调研的方法；着重了解定性分析与定量分析的方法，市场营销信息的重要性；掌握市场预测的方法。

第六章 目标市场营销与竞争策略

要求：了解汽车市场运行分析的基本方法；我国汽车市场运行的特征。

第七章 汽车产品策略

要求：掌握汽车产品的概念，熟记市场产品组合的构成要素；掌握形式产品策略；品牌市场细分的方法，掌握汽车品牌定位与策略；掌握产品生命周期理论与营销策略。

第八章：汽车定价策略

要求：了解汽车产品价格构成的主要因素，掌握汽车定价的目标与程序，汽车定价的基本方法；应用汽车定价策略进行市场决策。

第九章：汽车分销与物流策略

要求：了解汽车分销策略的类型；掌握汽车分销渠道的设计与管理的重要性；掌握分销渠道策略，熟悉汽车分销渠道的类型与管理方法。

第十章 汽车促销策略

要求：了解促销组合的类型，掌握汽车广告策略、销售促进策略、人员推销策略以及营业推广策略的特点及要求，公共关系对汽车营销的意义；能应用汽车促销策略进行市场营销策划。

第十一章 汽车服务策略

要求：了解汽车服务营销的基本内容，汽车售后服务及延伸服务营销的概念及内容；掌握客户满意分析与测评方法。

第十二章：汽车营销信息化策略

要求：了解汽车营销信息化系统的概念；了解汽车网络营销和汽车电子商务；汽车营销的客户关系管理。

III 考试形式及试卷结构

- 1、考试形式为闭卷、笔试。考试时间为 120 分钟，试卷满分为 100 分。
- 2、试卷难易比例：易、中、难分别为 40%、40%和 20%。
- 3、试卷题型：
单项选择题；判断题；名词解释；简答题；分析题

IV 参考书目

教材：

- 1、《汽车营销学》，2017 年 07 月第二版，张国方主编，人民交通出版社

V 题型示例(只列举各种题型供参考)

一、单项选择题

在产品生命周期的各个阶段中，企业获利的黄金时期是（ ）。

- A、导入期 B、成长期 C、成熟期 D、衰退期

二、判断题

在制定价格时，并不仅仅限于经济学原理的应用，还要考虑顾客的心理因素。（ ）

三、名词解释

市场细分

四、简答题

营销调研的方法有哪些？

五、分析题

案例、“百事”与“可口”一进一退说明了什么？

八十年代，由于印度国内软饮料公司反跨国公司议员的极力反对，可口可乐公司被迫从印度市场撤离。与此同时，百事可乐就开始琢磨如何打入印度市场，百事可乐明白：要想占领印度市场就必须消除当地政治力量的对抗情绪。百事可乐公司认为要解决这个问题就必须向印度政府提出一项是该政府难以拒绝的援助。百事可乐表示要帮助印度出口一定数量的农产品以弥补印度进口浓缩软饮料的开销；百事可乐公司还提出了帮助印度发展农村经济转让食品加工、包装和水处理技术，从而赢得了印度政府的支持，迅速占领了印度软饮料市场。

[分析]百事可乐成功的关键因素是什么？反映了什么营销观念？