

2007年4月自考《市场调查与预测》统考大纲 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/254/2021_2022_2007_E5_B9_B44_E6_9C_c67_254032.htm

全国高等教育自学考试市场营销专业(专科)“市场调查与预测”课题统一命题大纲 高等教育自学考试是应考者获得高等教育学历的国家考试，命题是确保考试质量的核心工作。为做好市场营销专业(专科)“市场调查与预测”课程全国统一命题工作，特制定本命题大纲。

一、课程性质和考试目标 1.课程性质 “市场调查与预测”课程是全国高等教育自学考试经济管理类专业开设的一门专业必考课，是为了培养和检验自学应考者的市场经营管理的基本理论与方法的知识应用能力而设置的一门专业基础课程。“市场调查与预测”是随市场经济的发展而产生与发展起来的一门综合性、应用性的新学科，它属于现代管理学范畴。“市场调查与预测”以马克思主义的立场和方法为指导，主要研究我国社会主义市场经济体制下，企业经济管理活动中主观能力与客观实践这个矛盾对立统一体中，人的主观能力如何正确认识、驾驭和控制企业经济活动向着预期目标变化与发展，提高减少风险与趋利避害能力的规律性和方法。课程内容具有综合性、战略性、实用性的特点。 2.考试目标 通过本课程的学习考试，要求考生：(1)认识现代管理的基本规律性，即管理的重心在决策，决策的科学化在于信息，市场调查与预测是决策科学化的前提。(2)全面系统地掌握市场调查与预测以及理解经营决策所涉及的基本理论、基本知识与基本方法。这就要求考生必须全面系统地学习教材，并有目的地深入学习一些重点章节。(3)重视理论联系实际，培养

和提高正确开展市场研究分析和解决企业经营管理问题的能力，以便能够比较好地适应现代企业经营管理工作的需要。

二、考试内容(各章节的重点内容) 本课程的考试内容与考核目标以课程考试大纲为标准。本课程内容共计十二章，其中重点是第一章、第二章前三节、第四章、第五章、第六章(除第二、五节)、第七章前三节、第八章；次重点是第六章第二节与第五节、第七章后四节、第九章；其余为一般内容。第一章为本课程导论，重点在市场信息、市场调查、市场预测、经营决策的基本概念、特点、作用及相互关系。第二章至第五章介绍了市场调查的知识，是本课程的重要内容。除了第二章第四节和第三章可作一般了解之外，其余内容都应重点掌握。第六章至第九章介绍市场预测知识，也是本课程的重要内容。第六章除第二节与第五节相对次要外，其余各节的内容都要求重点掌握。第七章的重点是第一节质的分析的客观必要性、第二节中的集合经营与管理人员意见法、第三节中的专家小组法，其余为次重点。第八章的重点是第一节时间序列分析法的特点与时间序列的变动类型、第三节中的算术移动平均法、第四节中的一次指数平滑法、第五节中的直线趋势延伸法、第六节季节指数预测模型。第九章的重点是第一节、第二节的全部内容。第十章至第十二章介绍经营决策知识。第十章所介绍的经营决策的地位、作用、结构、种类、步骤、原则等基础知识都是本章要求重点掌握的内容。第十一章的重点是第一节，其余各节主要要求识记各种决策方法的基本概念、特征、决策准则并领会其基本思路。第十二章重点是掌握本课程考试大纲要求识记、领会相关内容。

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访

