

初级经济基础辅导：市场营销的基本概念经济师考试 PDF 转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/538/2021_2022__E5_88_9D_E7_BA_A7_E7_BB_8F_E6_c49_538879.htm

1. 了解市场营销学的性质，知道市场营销学作为一门综合性应用科学，其研究对象是以满足顾客需求为中心的企业市场营销活动及其规律。市场营销是20世纪初发展起来的一门建立在经济科学、行为科学和现代管理理论基础上的应用科学。市场营销学具有综合性和边缘性的特点，它不仅是一门微观管理学科，更是指导企业经营活动的艺术。它的研究对象是以满足顾客需求为中心的企业市场营销活动及其规律。

2. 掌握市场营销的基本概念：需要、欲望、需求、产品、交换、交易、顾客认知价值、顾客满意和市场；熟悉马斯洛的需求层次理论，理解顾客需求在市场营销活动中的重要性，能够区分几个近似的概念，如：需要、欲望和需求，交易和交换等；

(1) 需要、欲望和需求 需要。需要是指人们在想要达成某一目的时感觉到某种匮乏的状态。根据马斯洛的需要层次理论，人类的各种需要按由低到高的顺序可以分为五个层次：生理需要，安全需要，社会需要，尊重需要以及自我实现需要。

欲望。当人们有了特定的要求并期望获得满足的时候，需要就变成欲望。欲望是指人们为满足某一特定需要所采取的形式。通常以能够满足需要的实物对人们的欲望进行描述。

需求。人们的欲望总是无止境的，而能用来实现欲望的资源却是有限的。当这种有限的资源能够换来可以实现欲望的产品的时候，欲望便成了需求。需求是指有购买能力支持的欲望，它必须是既有购买欲望又有购买能力的有效需求。需求的产生

经历了这样一个过程：人们基本的要求构成需要，需要在被期望获得满足是变成欲望，而欲望在有购买力支撑的时候，需求便形成了。（2）产品。需要、欲望和需求是顾客的愿望，而产品是销售一方的企业向市场提供的任何可以满足顾客上述愿望的东西，包括实物产品、服务、信息、场所、人员、组织、事件、体验等等。（3）顾客认知价值与满意程度顾客认知价值是产品或者服务给顾客带来的全部利益与他为此所需要付出的全部成本之差，或者说是所得与所付之差。这里的利益是指顾客感知到的利益。顾客认知价值=顾客总利益-顾客总成本/顾客满意程度。顾客满意程度取决于顾客对某项产品所感知到的效用或利益与其期望值相比较的结果。注意影响顾客期望的几个方面。（4）交换和交易交换是市场营销的核心概念，交换是以某物作为回报和他人换取所需要的产品的行为。交易：当交换的各方经过协商达成协议，一次交易就发生了。交易是成功的交换的度量单位和基本单位。（5）市场市场营销学的市场是指某种产品的现实购买者和潜在购买者需求的总和。随着经济的发展，市场不再仅指具体的交换场所，而是泛指买卖双方实现商品让渡的交换关系，其包括两个相互联系、相互制约的方面：供给和需求。

3.知道构成有效市场规模和容量的三个因素。有效市场的规模和容量取决于三个因素：（1）需要该产品的人数（2）每个人对该产品的需求数量（3）每个人的购买意愿和购买能力有效需求：对产品有购买意愿且有购买能力的人们的需求。

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com