

辽宁2010年自考市场营销学（一）100Test网自考 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/648/2021_2022__E8_BE_BD_E5_AE_812010_c67_648005.htm

课程编号：05001 使用教材：饭店市场营销管理、胡宇橙 王文君编 中国旅游出版社 2005年4月 本大纲供饭店管理专业市场营销学（一）课程使用。

第一章 饭店市场营销导论 第一节 饭店市场营销概念 一、掌握市场营销的概念（B）。二、掌握饭店市场营销的概念及要点（C）。第二节 饭店市场营销管理 一、重点掌握饭店市场营销管理的实质与任务（D）。二、了解饭店市场营销管理的功能（B）。三、重点掌握饭店市场营销管理过程（C）。第三节 饭店市场营销管理观念的演进 掌握五种饭店市场营销管理观念（B）。第四节 饭店市场营销面临的挑战与发展趋势 掌握饭店市场营销面临的挑战与发展趋势（B）。第二章 饭店市场营销的服务性特征 第一节 饭店产品的服务性本质 一、了解饭店产品的服务性本质（A）。第二节 饭店市场营销特征 一、了解饭店产品服务产品和有形产品（A）。二、掌握饭店服务产品的特征（C）。三、重点掌握饭店服务营销及其特征（C）。第三节 饭店市场营销对策 重点掌握饭店市场营销战略（D）。第三章 饭店市场营销环境分析 第一节 饭店市场营销环境 一、了解饭店市场营销环境的概念（A）。二、掌握饭店市场营销环境的特点（C）。第二节 饭店的微观营销环境因素 掌握饭店微观营销环境及其对饭店营销的影响（C）。第三节 饭店的宏观营销环境因素 掌握饭店宏观营销环境及其对饭店营销的影响（C）。第四节 饭店市场营销环境分析方法 一、重点掌握饭店市场营销环境分析方法

(D)。二、重点掌握饭店市场营销市场机会分析(D)。

第四章 饭店营销信息系统与信息开发 第一节 饭店市场营销信息系统 一、了解饭店市场营销信息(A)。二、掌握饭店市场营销信息系统(C)。第二节 饭店市场营销信息的开发 一、了解内部资料(C)。二、了解营销情报(C)。三、重点掌握饭店市场营销调研(D)。四、了解资料分析(A)。五、了解信息传递(B)。第三节 饭店市场预测 一、重点掌握市场预测的内容与步骤(D) 二、掌握市场预测的方法(C)。

第五章 饭店顾客消费行为分析 第一节 市场与消费者市场 一、了解市场(A)。二、掌握消费者市场(B)。第二节 饭店顾客消费行为 一、掌握饭店顾客消费行为模式(B)。二、掌握影响饭店顾客消费行为的因素(C)。三、重点掌握饭店顾客的购买决策过程(D)。第三节 饭店主要顾客市场分析 一、掌握商务市场(B)。二、了解旅游市场(A)。三、了解会议市场(A)。

第六章 饭店市场细分、目标市场的选择和定位 第一节 饭店市场细分 一、了解饭店市场细分的概念(B)。二、掌握饭店市场细分的作用(C)。三、重点掌握饭店市场细分的标准(C)。四、重点掌握饭店市场细分的原则、程序与方法(D)。第二节 饭店目标市场的选择 一、掌握饭店细分市场的评估(C)。二、重点掌握饭店目标市场的选择与策略(D)。第三节 饭店市场定位 一、了解市场定位的含义与作用(A)。二、掌握饭店市场定位的要素(B)。三、掌握饭店市场定位的原则(B)。四、掌握饭店市场定位的类型(B)。五、了解CI与饭店市场定位(C)。

第七章 饭店产品策略 第一节 饭店产品概述 一、了解饭店产品的概念(A)。二、掌握饭店产品的层次(B)

)。三、掌握饭店产品的特征(B)。四、掌握饭店产品组合(C)。第二节 饭店新产品开发 一、掌握饭店新产品的含义与意义(B)。二、重点掌握饭店新产品的开发过程(D)。第三节 饭店产品生命周期 一、掌握产品生命周期理论概述(C)。二、重点掌握饭店产品生命周期不同阶段的营销策略(C)。第八章 饭店价格策略 第一节 影响饭店定价的因素 掌握影响饭店定价的因素(B)。第二节 饭店有效定价的基本程序 掌握饭店有效定价的基本程序(A)。第三节 饭店定价方法 一、重点掌握成本导向定价法(D)。二、掌握竞争导向定价法(C)。三、掌握顾客导向定价法(C)。第四节 饭店价格策略 一、重点掌握饭店新产品定价的步骤与策略(D)。二、重点掌握心理定价策略(C)。三、重点掌握折扣定价策略(C)。四、重点掌握竞争定价策略(C)。第五节 饭店价格调整 一、掌握降价策略(B)。二、掌握提价策略(B)。三、了解顾客和竞争者对价格变动的反应(A)。四、了解饭店对策(A)。第九章 饭店销售渠道策略 第一节 饭店销售渠道概述 一、了解饭店销售渠道的概念(A)。二、了解饭店销售渠道的作用(B)。三、掌握饭店销售渠道的功能(C)。四、掌握饭店销售渠道的类型(B)。第二节 饭店销售渠道中介机构 了解饭店销售渠道中介机构(A)。第三节 饭店销售渠道管理 一、掌握营销销售渠道选择的因素(B)。二、掌握选择销售渠道模式的原则(B)。三、重点掌握评估选择销售渠道方案(C)。四、重点掌握管理控制销售渠道(D)。第十章 饭店促销策略 第一节 饭店促销与促销组合 一、了解饭店促销的含义(A)。二、掌握饭店的有效沟通(B)。三、重点掌握饭店促销组合(C)。

第二节 饭店广告策略 一、了解广告的概念与作用 (A)。二、重点掌握饭店广告决策 (D)。 第三节 饭店人员销售策略 一、了解饭店人员销售的作用 (A)。二、掌握饭店人员销售的类型 (B)。三、掌握饭店人员销售的任务及其销售过程 (B)。四、重点掌握人员销售的技巧 (D)。五、掌握推销人员管理 (B)。 第四节 饭店销售促进策略 一、了解饭店销售促进的类型 (B)。二、了解饭店销售促进的特点 (A)。三、重点掌握饭店销售促进的实施与评估 (D)。 第五节 饭店公共关系策略 一、了解饭店公共关系 (A)。二、了解饭店公共关系的营销职能 (A)。三、掌握饭店公共关系的主要工具 (B)。四、掌握饭店公共关系的基本原则 (B)。五、重点掌握饭店公共关系的主要决策 (D)。 第六节 饭店日常推销管理 一、了解电话推销 (A)。二、掌握饭店内部推销 (B)。三、掌握饭店餐饮推销 (B)。四、了解宴会/会议推销 (A)。 第十一章 饭店营销计划、执行与控制 第一节 饭店营销组织 一、了解饭店市场营销组织概述 (A)。二、掌握饭店市场营销组织结构 (B)。三、重点饭店营销部门主要岗位的职责说明 (C)。 第二节 饭店营销计划的制定 一、掌握饭店营销战略的制定 (B)。二、掌握饭店营销策略的制定 (C)。 第三节 饭店市场营销计划的执行和控制 一、了解市场营销计划的执行 (A)。二、重点掌握市场营销计划的控制 (D)。 市场营销学 (一) 课程自学考试样题 举例 一、单项选择题 (每题1分, 共10分) 1、“酒香不怕巷子深”集中体现的营销观念是 ()。 A、生产观念 B、产品观念 C、推销观念 D、市场营销观念 二、多项选择题 (每题2分, 共20分) 1、属于饭店基础产品的是 ()。 A、饭店的

位置 B、饭店建筑 C、饭店设备 D、饭店装潢 E、服务项目

三、填空题（每题1分，共10分）1、饭店市场营销管理的本质是_____。

四、名词解释（每题3分，共15分）1、饭店市场营销

五、简答题（每题5分，共25分）1、简述饭店市场营销的发展趋势。

六、论述题（每题10分，共20分）1、试述饭店新产品开发过程。

说明：程度要求：了解、掌握和重点掌握在大纲中所占比例为3：4：3 预计难度要求：A为较易、B为中等难度、C为较难、D为难度很大，在大纲中所占比例2：3：3：2 在命题中，程度要求和预计难度要求的所占比例同大纲要求基本一致。 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