

2006年《经济基础知识》考试大纲(十八) PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/83/2021_2022_2006_E5_B9_B4_E3_80_8A_c49_83614.htm

十八、市场营销概述 考试目的 通过本章的考试，让考生对市场营销管理有一个初步的认识，了解市场营销学的性质和研究对象，掌握市场营销学的主要内容，掌握市场营销学的基本概念，熟悉企业营销管理思想及其发展沿革。 考试内容（一）市场营销的基本概念 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。掌握市场营销的基本概念；熟悉马斯洛的需求层次理论，了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，交换和交易等；了解决定有效市场规模和容量的三个要素。（二）企业经营观念的发展 了解企业经营观念的概念及影响因素；掌握生产观念、产品观念、推销观念、营销观念、社会营销观念和关系营销观念的主要内容，熟悉各种观念兴起的原因及适用的条件，了解传统的以产定销型的经营观念与以营销观念为代表的以销定产型的经营观念之间的区别。 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