

2006年《经济基础知识》考试大纲(二十) 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_83618.htm 二十、市场营销环境 考试目的 本章考察考生对市场营销环境的理解。通过本章的考试，让考生了解企业制定并实施营销策略的环境；掌握企业微观市场营销环境和宏观市场营销环境的构成要素，熟悉企业规定、实施营销策略的影响因素。 考试内容 （一）企业微观市场营销环境 了解企业微观营销环境的构成，熟悉企业的微观营销环境各构成要素的特点；掌握顾客的购买决策过程和企业在市场上面对的主要竞争对手类型；熟悉这微观环境因素对企业制定、实施营销策略所产生的影响。（二）企业宏观市场营销环境 了解企业宏观营销环境的构成，了解企业的宏观营销环境的主要内容；了解这些宏观环境因素对企业制定、实施营销策略所产生的影响；熟悉运用恩格尔定律分析消费结构对相关产品策略的影响。 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