2027年电子商务专升本专业课考试大纲

——《管理学》《市场营销学》

《管理学》考试大纲

一、总纲

《管理学》考试旨在考核学生对管理学基本职能、基本概念、基本原理和基本方法的掌握和运用能力，包括对管理的内涵、管理学主要理论和决策与计划、组织、领导、控制等基本管理职能知识的理解与掌握情况，以及利用管理学基本原理分析、解决实际管理问题的能力。

二、考试内容及要求

1.管理的基本概念

（1）掌握管理的基本定义、职能；

（2）掌握管理者的定义，扮演的角色以及应具备的技能；

（3）理解管理学的研究对象、特点和内容；

（4）了解管理道德和社会责任。

2.管理理论的演进历程

（1）掌握管理学产生发展的历史；

（2）理解管理活动、管理思想与管理理论之间的关系；

（3）掌握管理理论的演变历程，熟练掌握各个管理理论的代表人物、主要观点。

3.预测与决策

（1）掌握预测的基本定义、步骤；

（2）熟悉预测的种类和方法；

（3）理解决策的定义、原则与依据；

（4）熟悉按照不同标准对决策进行的分类，掌握决策的特征、决策步骤及常用的决策方法。

4.计划

（1）掌握计划的概念、构成要素、计划的分类标准；

（2）熟练计划的编制程序与编制方法；

（3）理解并掌握目标管理。

5.组织工作

（1）掌握组织的定义，组织设计的任务、原则及影响因素；

（2）掌握部门划分的基本原则、职权与权力、管理幅度与管理层级、集权和分权等；

（3）熟悉组织结构的各种类型；

（4）了解团队的定义及委员会的管理。

6.领导

（1）理解各种领导理论的基本内涵；

（2）掌握团队的基本定义、特征；

（3）掌握领导与管理的联系与区别；掌握领导的作用，理解权力与领导的关系；

（4）熟悉领导方式的基本类型，掌握领导艺术。

7.沟通

（1）掌握沟通的概念、过程、类型；

（2）理解有效沟通的一般障碍和有效沟通的实现、冲突产生的原因，进行有效沟通的一般准则和影响有效沟通的主要因素等。

8.激励

（1）掌握对人性的认识，了解内因与外因激励对人的影响；

（2）掌握激励的基本概念，理解相关激励理论。

9.控制工作

（1）掌握控制的基本概念、特点、类型和过程；

（2）了解控制工作的基本原理；

（3）理解控制的基本方法和技术，并熟练应用。

10.管理发展的新趋势

（1）了解21世纪管理面临的挑战和发展新趋势；

（2）能熟练运用管理相关理论，联系实际展开对新的发展趋势的思考。

三、试卷结构

考试形式为闭卷考试，考试题型包括单项选择题、多项选择题、名词解释题、简答题及案例分析题等，试卷总分 150 分。

四、参考书目

王光健、胡友宇、石媚山.管理学原理（第 2 版）.北京：中国人民大学出版社，2018.02

《市场营销学》考试大纲

一、总纲

《市场营销学》考试旨在考核学生对市场营销的基本概念、基本原理和基本方法的理解与掌握程度，以及利用营销理论与方法分析、解决实际问题的能力，包括掌握市场营销环境分析方法、熟悉消费者市场购买行为分析、会运用市场营销调研、会制定目标市场营销战略，以及营销策略，包括产品策略、价格策略、渠道策略和促销策略，了解市场营销的新发展，并且通过案例分析、方案策划等去发现、分析和解决问题的能力。

二、考试内容及要求

1.市场营销专业导论

（1）掌握市场营销的概念，熟悉市场营销组合；

（2）理解市场营销观念

（3）掌握数字营销。

2.市场营销环境

（1）理解微观环境；

（2）熟悉宏观环境；

（3）掌握营销环境分析方法。

3.市场营销调研

（1）熟悉市场营销调研概述；

（2）理解市场营销调研步骤；

（3）掌握市场营销调研方法；

（4）掌握市场营销预测。

4.消费者市场购买行为

（1）熟悉消费者市场概述；

（2）掌握消费者行为过程；

（3）掌握影响消费者购买行为的因素。

5.目标市场营销战略

（1）理解市场细分；

（2）掌握目标市场的选择；

（3）理解市场定位。

6.市场竞争战略

（1）熟悉竞争对手分析；

（2）掌握竞争战略。

7.产品策略

（1）掌握产品与产品组合；

（2）掌握产品生命周期策略；

（3）理解新产品开发策略；

（4）掌握品牌与包装策略。

8.价格策略

（1）理解定价目标；

（2）掌握定价方法；

（3）掌握定价策略。

9.分销策略

（1）理解分销渠道与中间商；

（2）掌握分销渠道策略；

（3）熟悉分销渠道的发展。

10.促销组合

（1）理解促销与促销组合；

（2）理解与掌握广告；

（3）理解与掌握人员推销；

（4）理解与掌握营业推广；

（5）熟悉公共关系。

11.市场营销计划、组织与控制

（1）理解市场营销计划和组织；

（2）掌握市场营销计划的执行和控制。

三、试卷结构

考试形式为闭卷考试，考试题型包括单项选择题、多项选择题、名词解释、简答题及案例分析题等，试卷总分 150 分。

四、参考书目

毕思勇.市场营销（第六版）.北京：高等教育出版社，2024.07