

《商品学与营销策划》考试大纲

考试要求

“商品学”部分应主要掌握商品、商品学、商品分类与编码、商品标准与标准化等基本概念，把握商品质量的构成、影响因素、检验方法、及商品流通过程中维护商品质量的方法。

“营销策划”部分应主要掌握品牌与品牌营销、品牌管理、营销学与策划学基本原理与概念、策划思维与主题、营销整体策划、营销过程策划、营销策划的实施与控制等。

考试内容

1、商品学

（一）商品学概述

- 1、商品及其本质
- 2、商品学的研究对象及任务
- 3、商品学的发展及简史

（二）商品分类与编码

- 1、商品品种与品种划分标准
- 2、商品分类的概念与方法
- 3、商品编码和商品目录

（三）商品质量与商品标准

- 1、商品质量的概念
- 2、影响商品质量的因素
- 3、商品质量管理
- 4、商品质量认证
- 5、商品标准与商品标准化

（四）商品检验

- 1、商品检验概述

2、商品的抽样与抽样检验

3、商品检验的方法

4、商品的品级

（五）商品包装与运输

1、商品包装概述

2、商品包装材料与包装技法

3、销售包装装潢

4、商品包装标志与商标

5、商品运输

（六）纺织品

1、纺织纤维

2、织物的形成

3、织物品种

（七）茶叶

1、茶叶的主要成分及特性

2、茶叶的分类、主要品种及特点

3、茶叶质量的感官审评与鉴别

（八）酒类

1、酒的分类与酿造

2、白酒

3、啤酒

4、黄酒

5、葡萄酒和果酒

（九）电子电器产品

1、视听设备

2、电冰箱、空调与微波炉

3、现代办公室自动化设备

4、通讯产品

（十）钢材

1、钢的冶炼和分类

2、钢材的主要性能

3、建筑钢材的技术标准及选用

二、营销策划

（一）策划与营销策划

1、策划

2、营销策划研究体系

（二） 营销策划的思维与主题

1、营销策划的思维原理

2、营销策划主题

（三）市场营销整体策划

1、市场营销整体策划的内容与程序

2、市场营销策划的准备工作

3、市场营销战略策划

4、市场营销形象策划

（四）市场机会的分析与利用

1、市场机会及类型分析

2、市场机会的把握与利用

（五）战术性营销策划

1、新产品上市与品牌策划

2、价格策划

3、渠道策划

4、促销策划

(六) 营销策划方案写作

1、营销策划书构成要素

2、营销策划方案的撰写

(七) 营销策划管理

1、营销策划效果评价

2、营销策划的控制与管理

试卷结构

试卷总分：100 分

考试时间：120 分钟

试卷内容及比例：商品学 50%；营销策划 50%。

试卷题型分值分布：名词解释 15%；简答题 20%；选择题 30%；论述题 20%；案例题 15%

考试方式：闭卷