

湖南省高等教育自学考试 课程考试大纲

运输市场营销学

(课程代码：07295)

湖南省教育考试院组编
2022年6月

高等教育自学考试课程考试大纲

课程名称：运输市场营销学

课程代码：07295

第一部分 课程性质与目标

一、课程性质与特点

运输市场营销学是高等教育自学考试交通运输专业的专业核心课程。本课程旨在用市场营销学的理论和方法、围绕铁路运输发展现状，紧密结合铁路运输市场及运输产品特点，研究铁路系统如何更好地开展市场营销活动，其研究对象是以满足交通运输企业消费者需求为中心的企业市场营销活动过程及其规律性，课程内容具有综合性、实践性、应用性的特点。学习中重在了解相关的基本概念、基本原理和基本知识。

二、课程目标与基本要求

通过本课程的学习，要求考生系统、全面地了解 and 掌握高速铁路运输市场分析、高速铁路运输市场调查与预测、高速铁路运输市场细分及目标市场选择、高速铁路运输产品策略、高速铁路运输价格策略、高速铁路运输分销渠道策略、高速铁路运输市场促销策略、高速铁路运输市场营销管理。为考生将来从事铁路运输市场营销工作奠定扎实基础。

三、与本专业其他课程的关系

本课程是交通运输专业的专业核心课程，为系统学习后续专业课程打下经济管理方面的基础。

第二部分 考核内容与考核目标

第一章 高速铁路运输市场营销概述

一、学习目的与要求

通过本章的学习，了解什么是市场；掌握市场营销相关概念和方法，熟悉高速铁路运输市场营销各个方面。

二、考核知识点与考核目标

（一）什么是市场（一般）

识记：市场的概念

理解：1.市场的构成要素
2.市场的类型

（二）认识市场营销（次重点）

识记：市场营销的概念

理解：1.市场营销观念

- 2. 市场营销的原则
- 应用：1. 市场营销的具体方法
2. 学习市场营销的意义
- (三) 走近高速铁路运输市场营销（重点）
 - 识记：1. 运输市场的概念、特征
2. 运输市场的构成、类型
 - 理解：运输市场营销的含义
 - 应用：铁路运输市场营销的特点

第二章 高速铁路运输市场分析

一、学习目的与要求

通过本章的学习，了解运输市场现状分析，掌握高速铁路运输市场营销环境分析，熟悉高速铁路运输市场消费者行为分析。

二、考核知识点与考核目标

- (一) 运输市场现状分析（次重点）
 - 识记：我国运输市场发展现状
 - 理解：铁路在我国运输市场中的地位和优势
- (二) 高速铁路运输市场营销环境分析（重点）
 - 识记：市场营销环境的定义与特征
 - 理解：市场营销环境对企业营销的影响
 - 应用：1. 铁路运输市场营销微观环境分析
2. 铁路运输市场营销宏观环境分析
- (三) 高速铁路运输市场消费者行为分析（一般）
 - 识记：运输市场消费者需求分析
 - 理解：1. 运输市场消费者购买动机分析
2. 运输市场消费者购买行为分析

第三章 高速铁路运输市场调查与预测

一、学习目的与要求

通过本章的学习，了解高速铁路运输市场调查，掌握和熟悉高速铁路运输市场预测。

二、考核知识点与考核目标

- (一) 高速铁路运输市场调查（重点）
 - 识记：市场调查的概念、作用、类型
 - 理解：市场调查的内容、过程
 - 应用：高速铁路运输市场调查的概念、原则、类型、方法、内容
- (二) 高速铁路运输市场预测（次重点）
 - 识记：市场预测的概念、特征、方法

理解：运输市场预测的分类、原则、步骤

应用：高速铁路运输市场预测的影响因素

第四章 高速铁路运输市场细分及目标市场选择

一、学习目的与要求

通过本章的学习，了解高速铁路运输市场细分，掌握高速铁路运输企业目标市场选择，熟悉高速铁路客运产品的市场定位。

二、考核知识点与考核目标

- (一) 高速铁路运输市场细分（次重点）
 - 识记：市场细分的概念、作用
 - 理解：市场细分的标准、程序
 - 应用：高速铁路客运市场细分的标准
- (二) 高速铁路运输企业目标市场选择（重点）
 - 识记：目标市场的概念
 - 理解：1.目标市场选择策略
2.目标市场营销策略
3. 目标市场选择的影响因素
 - 应用：1.铁路客运目标市场
2 高速铁路客运目标市场
- (三) 高速铁路客运产品的市场定位（一般）
 - 识记：市场定位的概念、原则
 - 理解：1.市场定位的影响因素、策略
2.铁路客运产品的市场定位

第五章 高速铁路运输产品策略

一、学习目的与要求

通过本章的学习，了解高速铁路运输产品策略概述，掌握高速铁路运输产品生命周期、高速铁路运输新产品开发策略，熟悉高速铁路运输产品品牌策略。

二、考核知识点与考核目标

- (一) 高速铁路运输产品策略概述（一般）
 - 识记：1.产品的概念、分类
2.产品质量的概念、特征
3 运输产品的概念及优点
 - 理解：1.铁路客运产品
2.高速铁路客运产品
3.高速铁路客运产品的延伸服务
- (二) 高速铁路运输产品生命周期（次重点）

- 识记：产品生命周期的概念
理解：产品生命周期各阶段的营销策略
应用：高速铁路运输产品生命周期
- (三) 高速铁路运输新产品开发策略（一般）
识记：新产品的概念及类型
理解：1.开发新产品的要求、方式
2.新产品开发的基本程序
3.高速铁路运输新产品开发
- (四) 高速铁路运输产品品牌策略（重点）
识记：品牌的概念、作用、特征
理解：品牌的设计
应用：1.品牌在铁路运输产品中的运用
2.中国高速铁路品牌

第六章 高速铁路运输价格策略

一、学习目的与要求

通过本章的学习，了解铁路运输产品价格构成及影响因素，掌握和熟悉高速铁路运输企业定价策略。

二、考核知识点与考核目标

- (一) 铁路运输产品价格构成及影响因素（重点）
识记：铁路运输产品价格的概念
理解：运价的结构
应用：1.铁路客运产品价格构成及特点
2.影响铁路运输企业定价的因素
- (二) 高速铁路运输企业定价策略（次重点）
识记：产品定价策略
理解：1.价格调整策略
2.折扣定价策略
3.差别定价策略

第七章 高速铁路运输分销渠道策略

一、学习目的与要求

通过本章的学习，了解分销渠道概述，掌握高速铁路运输企业分销渠道的选择与分销渠道策略，熟悉高速铁路运输企业分销渠道管理。

二、考核知识点与考核目标

- (一) 分销渠道概述（一般）
识记：分销渠道的概念、职能、类型

- 理解：1.中间商
2.分销渠道的设计
- (二) 高速铁路运输企业分销渠道的选择与分销渠道策略（重点）
- 识记：1.铁路运输产品分销渠道的概念
2.运输产品分销渠道的特点
- 理解：1.影响运输企业分销渠道类型选择的因素
2.铁路客运分销渠道策略
- 应用：运输产品代理
- (三) 高速铁路运输企业分销渠道管理（一般）
- 识记：分销渠道管理概述
- 理解：高速铁路运输企业分销渠道管理

第八章 高速铁路运输市场促销策略

一、学习目的与要求

通过本章的学习，了解和熟悉高速铁路运输企业促销策略概述、高速铁路运输企业人员推销策略、高速铁路运输企业广告策略、高速铁路运输企业公共关系策略，掌握高速铁路运输企业客户关系管理。

二、考核知识点与考核目标

- (一) 高速铁路运输企业促销策略概述（重点）
- 识记：促销的概念、作用
- 理解：1.促销的类型及相应特点
2.促销的方式
- 应用：影响企业促销组合的因素
- (二) 高速铁路运输企业人员推销策略（次重点）
- 识记：人员推销的概念、特点
- 理解：1.人员推销的步骤
2. 人员推销的技巧
- 应用：1.高速铁路运输企业人员推销的任务
2.高速铁路运输企业推销人员队伍建设和选择
- (三) 高速铁路运输企业广告策略（一般）
- 识记：广告的概念、类型、作用
- 理解：1.广告的主要形式
2.广告的策划
3.高速铁路运输企业选择广告媒体的特殊性
- (四) 高速铁路运输企业公共关系策略（次重点）
- 识记：公共关系的概念、策略
- 理解：公共关系策略的任务
- 应用：高速铁路运输企业公共关系策略及形象策划

(五) 高速铁路运输企业客户关系管理 (次重点)

识记: 客户关系管理的概念、内容、原则

应用: 高速铁路运输企业客户关系管理

第九章 高速铁路运输市场营销管理

一、学习目的与要求

通过本章的学习, 了解和熟悉高速铁路运输企业战略规划, 掌握高速铁路运输市场营销计划与组织。

二、考核知识点与考核目标

(一) 高速铁路运输企业战略规划 (重点)

识记: 战略规划的概念、特点、内容

理解: 战略规划的主要步骤

应用: 高速铁路运输企业战略规划的概况

(二) 高速铁路运输市场营销计划与组织 (次重点)

识记: 营销计划的概念、类型、内容

理解: 1. 营销计划编制的步骤

2. 营销组织的定义

应用: 铁路运输企业市场营销组织设立

第三部分 有关说明与实施要求

一、考核的能力层次表述

本大纲在考核目标中, 按照“识记”、“理解”、“应用”三个能力层次规定其应达到的能力层次要求。各能力层次为递进等级关系, 后者必须建立在前者的基础上, 其含义是:

识记: 能知道有关的名词、概念、知识的含义, 并能正确认识和表述, 是低层次的要求。

理解: 在识记的基础上, 能全面把握基本概念、基本原理、基本方法, 能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系, 是较高层次的要求。

应用: 在理解的基础上, 能运用基本概念、基本原理、基本方法联系学过的多个知识点分析和解决有关的理论问题和实际问题, 是最高层次的要求。

二、教材

1. 指定教材

《高速铁路运输市场营销》, 万金辉, 北京交通大学出版社, 2019 年版

三、自学方法指导

1. 在开始阅读指定教材某一章之前, 先翻阅大纲中有关这一章的考核知识点

及对知识点的能力层次要求和考核目标，以便在阅读教材时做到心中有数，有的放矢。

2. 阅读教材时，要逐段细读，逐句推敲，集中精力，吃透每一个知识点，对基本概念必须深刻理解，对基本理论必须彻底弄清，对基本方法必须牢固掌握。

3. 在自学过程中，既要思考问题，也要做好阅读笔记，把教材中的基本概念、原理、方法等加以整理，这可从中加深对问题的认知、理解和记忆，以利于突出重点，并涵盖整个内容，可以不断提高自学能力。

4. 完成书后作业和适当的辅导练习是理解、消化和巩固所学知识，培养分析问题、解决问题及提高能力的重要环节，在做练习之前，应认真阅读教材，按考核目标所要求的不同层次，掌握教材内容，在练习过程中对所学知识进行合理的回顾与发挥，注重理论联系实际和具体问题具体分析，解题时应注意培养逻辑性，针对问题围绕相关知识点进行层次（步骤）分明的论述或推导，明确各层次（步骤）间的逻辑关系。

四、对社会助学的要求

1. 应熟知考试大纲对课程提出的总要求和各章的知识点。
2. 应掌握各知识点要求达到的能力层次，并深刻理解对各知识点的考核目标。
3. 辅导时，应以考试大纲为依据，指定的教材为基础，不要随意增删内容，以免与大纲脱节。
4. 辅导时，应对学习方法进行指导，宜提倡“认真阅读教材，刻苦钻研教材，主动争取帮助，依靠自己学通”的方法。
5. 辅导时，要注意突出重点，对考生提出的问题，不要有问即答，要积极启发引导。
6. 注意对考生能力的培养，特别是自学能力的培养，要引导考生逐步学会独立学习，在自学过程中善于提出问题，分析问题，做出判断，解决问题。
7. 要使考生了解试题的难易与能力层次高低两者不完全是一回事，在各个能力层次中会存在着不同难度的试题。
8. 助学学时：本课程共 5 学分，建议总课时 90 学时，其中助学课时分配如下：

章次	章节名称	学时
第一章	高速铁路运输市场营销概述	4
第二章	高速铁路运输市场分析	10
第三章	高速铁路运输市场调查与预测	10
第四章	高速铁路运输市场细分及目标市场选择	12
第五章	高速铁路运输产品策略	12
第六章	高速铁路运输价格策略	12
第七章	高速铁路运输分销渠道策略	10

第八章	高速铁路运输市场促销策略	10
第九章	高速铁路运输市场营销管理	10
合 计		90

五、关于命题考试的若干规定

1. 本大纲各章所提到的内容和考核目标都是考试内容。试题覆盖到章，适当突出重点。
2. 试卷中对不同能力层次的试题比例大致是：“识记”为（30）%、“理解”为（40）%、“应用”为（30）%。
3. 试题难易程度应合理：容易、中等、难比例为3：4：3。
4. 每份试卷中，各类考核点所占比例约为：重点占60%，次重点占30%，一般占10%。
5. 试题类型一般分为：单项选择题、多项选择题、名词解释题、简答题、论述题。
6. 考试采用闭卷笔试，考试时间150分钟，采用百分制评分，60分合格。

六、题型示例（样题）

一、单项选择题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

在每小题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的，请将其选出并将“答题卡”上的相应字母涂黑。错涂、多涂或未涂均无分。

1. 市场首先要有卖方和买方，即市场的
 - A. 主题
 - B. 主体
 - C. 主人
 - D. 主角

二、多项选择题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

在每小题列出的五个备选项中至少有两个是符合题目要求的，请将其选出并将“答题卡”上的相应字母涂黑。错涂、多涂、少涂或未涂均无分。

1. 消费者市场具有以下特征
 - A. 广泛性
 - B. 伸缩性
 - C. 可诱导性
 - D. 层次性
 - E. 周期性

三、名词解释题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 市场调查

四、简答题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 市场营销的观念有哪些？

五、论述题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 论述高速铁路运输市场营销宏观环境分析。