**《文化市场与营销》（课程代码：04127）课程考试大纲**

高等教育自学考试是对自学者进行的以学历教育为主的国家考试，是个人自学、社会助学和国家考试相结合的高等教育形式。按照《高等教育自学考试课程考试大纲》的要求以及全国统考课程命题的有关规定，特制定本大纲。

**一、课程性质和考试目标**

1．课程性质

文化市场与营销是研究文化企业市场营销活动及其规律的学科。通过本课程的教学，使学生树立现代经营观念，明确营销在文化企业经营中的主导地位，掌握文化企业市场营销管理的知识体系框架，熟悉文化市场营销学的研究思路和研究方法，为今后在文化企业中工作奠定基础。

2．考试目标

通过自学和考试，使学生正确认识课程的性质、任务及其研究对象，全面了解课程的体系、结构；树立以满足文化消费者的需求为中心的文化市场营销观念，并以此观念为指导去研究和解决实际问题；掌握学科的基本概念、基本原理和基本方法；能够运用所学营销理论进行案例分析，解决实际问题，切实提高学生理论联系实际的能力。

**二、考试内容和考核要求**

本课程的考试内容以课程考试大纲为依据。其内容为：

第一章 “营销环境”需要掌握： 市场营销的宏观环境；市场营销的媒介环境；市场营销的竞争环境。
 第二章 “文化消费需求”需要掌握：需求是企业发展的动力；冲突是企业营销的实质；转化冲突实现需求。

第三章“文化创意设计”需要掌握：文化创意设计的特点；创意设计与文化产品；创意设计与文化市场。

第四章“文化市场定位”需要掌握：传统时代的文化市场定位类别；视觉时代定位的内涵；视觉时代定位的策略；视觉时代定位的陷阱。

第五章“ 市场营销伦理”需要掌握：社会责任与营销伦理；市场营销中的伦理问题；市场营销伦理决策。
 第六章“水平营销”需要掌握：市场层面的水平营销；产品层面的水平营销；组合营销层面的水平营销。

第七章“免费营销”需要掌握：免费营销的类型和市场；免费营销的实施诱因。

第八章“故事营销”需要掌握：故事及故事营销的内涵；象征性故事的架构策略；故事营销的效果与评估。

第九章“场景营销”需要掌握：理解场景的三种角度；场景的类型与特征；场景营销的流程与策略；场景营销存在的问题。

第十章 “社群营销”需要掌握：社群的特征与类型；社群经营策略；社群营销策略。

第十一章“电影营销”需要掌握：电影、电影产业与电影市场；电影市场营销的流程；数字技术背景下的电影营销。
 第十二章 “演艺营销”需要掌握：演艺市场的特征与分类；演艺市场营销的流程；演艺市场的营销战略；演艺市场的营销策略。
 第十三章 “手作营销”需要掌握：传统民间工艺品市场的供需矛盾；基于供给侧改革的市场营销策略； 基于需求侧管理的市场营销策略。
 第十四章“网游营销”需要掌握：从游戏到虚拟游戏的发展；网游的市场营销；网游营销的流弊与创新。
 第十五章“ 地方营销”需要掌握：地方营销的内涵；地方营销的对象；地方营销的策略。

**三、考试范围和考试说明**

坚持质量标准，注重能力考查，使考试合格者能达到一般普通高等学校同专业同课程的结业水平，并体现自学考试以培养应用型人才为主要目标的特点。

1.考试依据和范围

（1）以全国高等教育自学考试指导委员会颁发的本课程自学考试大纲为考试依据。

（2）全国高等教育自学考试指导委员会指定的统编教材《文化市场与营销》(李康化 著，中国人民大学出版社，2018年版)为考试必读教材。

（3）命题内容覆盖各章。

2.本课程考核的知识与能力的关系

 《文化市场与营销》课程考试，应考核应考者的基本理论、基本知识和基本技能，以及联系实际、运用所学的理论分析问题和解决问题的能力，确保考试合格者达到全日制普通高等学校本专业相同课程的结业水平。

考试工作应引导社会助学者全面系统地进行辅导，引导应考者认真、全面地学习指定教材，系统掌握本学科知识，培养和提高运用知识和技能、分析和解决问题的能力。

3.重点与覆盖的关系

试题覆盖到各章，重点章节的内容占试卷内容比例为50-60%。

**四、考试形式和试卷结构**

1.考试形式为闭卷笔试，答卷时间为150分钟，采用百分制，60分为及格线。

2.考试的题型有：单项选择题、名词解释题、简答题、论述题。

3.本课程在试题中不同难度要求的分数比例为：容易20%，较易35，较难35，难10%。

4.本课程在试题中对不同能力层次要求的分数比例为：识记占20%，领会占30%；简单应用占30%；综合应用占20%。

5.本门课程有无特殊要求（包括考生可携带的工具）：无。

**五、《文化市场与营销》课程题型举例**

**1.单项选择题**（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，请将其代码填在题后的括号内。错选、多选或未选均无分）

1.从市场营销的角度讲,市场是一个多因素的集合,它反映了人口、购买力和 的总和。( )

　　A.购买动机 B.竞争者

　　C.需求量 D.可支配收入

**2.名词解释**

1.文化市场营销调研

**3. 简答题**

1.简述文化消费的发展趋势。

**4.论述题**

1.论述市场营销微不雅环境对市场营销的影响。