山东工商学院—威海职业学院

市场营销专业2024年专本贯通培养转段考试

——《品牌管理》考试大纲

一、考试基本要求

紧密参照课本，要求学生能够熟练掌握课本中相关的核心概念；从理论层面对品牌策划与推广的原理有基本的认识；能够理解品牌策划与推广的方法、工具、原则等；掌握品牌认知、品牌定位、品牌形象、产品规划、品牌推广的基本理论体系及具体方法应用等。

二、考试方法与题型分布

（一）考试方法

闭卷考试

（二）题型分布

试题共50分。其中，选择题5个，计10分；名词解释5个，计10分；简答题3道，计15分；综合题2道，计15分。

三、考试大纲

（一）品牌认知

1.考试内容：品牌的定义、本质及作用；品牌构建需要考虑的问题；不同企业开展品牌策划与管理工作。

2.考试要求：掌握品牌的概念；能够从品牌起源和大脑分工两个角度理清品牌的本质；理解用户、企业、国家视角下的品牌本质；了解品牌构建需要考虑的问题；掌握不同企业如何开展品牌策划与管理工作。

（二）品牌定位

1.考试内容：品牌现状分析；品牌定位的定义、工具；品牌人格化的定义、适用的行业及工具；品牌命名的技巧；品牌广告语创作的技巧；品牌故事的定义、主要形式及写作技巧。

2.考试要求：掌握品牌现状分析的内容；掌握品牌定位的定义、工具；掌握品牌人格化的定义、适用的行业及工具；掌握品牌命名的技巧；掌握品牌广告语创作的技巧；掌握品牌故事的定义、主要形式及写作技巧。

（三）品牌形象

1.考试内容：品牌Logo设计的主要形式；品牌Logo图形设计应注意事项；品牌Logo图形字体设计及色彩设计的方法和技巧；品牌IP的定义、构建方法；品牌广告片的种类；产品广告片、品牌形象广告片与短视频平台广告片设计的区别；广告片脚本设计的技巧；品牌线上、线下终端形象设计的基本思路；品牌感官设计的途径。

2.考试要求：了解品牌Logo设计的主要形式；掌握品牌Logo图形设计、字体设计及色彩设计的方法和技巧；掌握品牌IP构建的方法；了解品牌广告片的种类；理解产品广告片、品牌形象广告片与短视频平台广告片设计的区别；掌握广告片脚本设计的技巧；掌握品牌线上、线下终端形象设计的基本思路；掌握品牌感官设计的途径。

（四）产品规划

1.考试内容：产品架构模式制定；产品开发流程；产品定位及方法、产品定价的方法；产品广告语创作的原理和方法；产品竞争优势与产品卖点提炼的方法；产品形象设计的方法。

2.考试要求：了解产品架构模式，掌握产品开发流程；掌握产品开发策划的方法；掌握产品形象设计的方法。

（五）品牌推广

1.考试内容：品牌推广的作用；品牌知名度、美誉度及忠诚度的定义；营销渠道的定义、职能、价值、设计原则；安索夫模型与渠道策略；整合营销传播的定义、步骤；整合营销活动策划方案的内容；品牌危机公关的定义及原则。

2.考试要求：了解品牌推广的作用；掌握渠道设计的原则；掌握整合营销传播的方法；掌握品牌危机公关的原则。