

**中国十大品牌教育集团 中国十佳网络教育机构**

	<ul style="list-style-type: none"><li>□ 自考名师全程视频授课，图像、声音、文字同步传输，享受身临其境的教学效果；</li><li>□ 权威专家在线答疑，提交到答疑板的问题在 24 小时内即可得到满意答复；</li><li>□ 课件自报名之日起可反复观看不限时间、地点、次数，直到当期考试结束后一周关闭；</li><li>□ 付费学员赠送 1G 超大容量电子信箱；及时、全面、权威的自考资讯全天 24 小时滚动更新；</li><li>□ 一次性付费满 300 元，即可享受九折优惠；累计实际交费金额 500 元或支付 80 元会员费，可成为银卡会员，购课享受八折优惠；累计实际交费金额 1000 元或支付 200 元会员费，可成为金卡会员，购课享受七折优惠（以上须在同一学员代码下）；</li></ul>
--	---

**英语/高等数学预备班：**英语从英文字母发音、国际音标、基本语法、常用词汇、阅读、写作等角度开展教学；数学针对有仅有高中入学水平的数学基础的同学开设。通过知识点精讲、经典例题详解、在线模拟测验，有针对性而快速的提高考生数学水平。[立即报名！](#)

**基础学习班：**依据全新考试教材和大纲，由辅导老师对教材及考试中所涉及的知识进行全面、系统讲解，使考生从整体上把握该学科的体系，准确把握考试的重点、难点、考点所在，为顺利通过考试做好知识上、技巧上的准备。[立即报名！](#)

**冲刺串讲班：**结合历年试题特点及命题趋势，规划考试重点内容，讲解答题思路，传授胜战技巧，为考生指出题眼，提供押题参考。配合高质量全真模拟试题，让学员体验实战，准确地把握考试方向、将已掌握的应试知识融会贯通，并做到举一反三。[立即报名！](#)

**习题班：**自考 365 网校与北大燕园合作推出，共计 390 门课程，均涵盖该课程全部考点、难点，在线测试系统按照考试难度要求自动组卷、全程在线测试、提交后自动判定成绩。我们相信经过反复练习定能使您迅速提升应试能力，使您考试梦想成真！[立即报名！](#)

**论文答辩与毕业申请指导班：**来自主考院校的指导老师全程视频授课，系统阐述申报自考论文的时间、论文的选题、论文的格式及内容、与导师的沟通技巧等，并提供论文范例供学员参考。[立即报名！](#)

**自考实验班：**针对高难科目开设，签协议，不及格退还学费。全国限量招生，报名咨询 010-82335555 [立即报名！](#)

**浙江省 2008 年 1 月高等教育自学考试  
服装市场与营销试题  
课程代码：00683**

**一、单项选择题(本大题共 20 小题，每小题 2 分，共 40 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，请将其代码填写在题后的括号内。错选、多选或未选均无分。

1. 在现有市场上，改进产品包装成份，以满足市场需要，扩大销售，这是（ ）

- A. 产品观念
- B. 推销观念
- C. 社会市场营销观念
- D. 市场营销观念

2. 市场营销观念与推销观念的根本区别在于（ ）

- A. 经营活动的起点不同
- B. 市场营销组合不同
- C. 满足消费者需求的方式不同
- D. 对市场的理解不同

3. 生产者市场和消费者市场的相同点在于（ ）

- A. 购买产品的目的相同
- B. 购买产品的行为相同
- C. 都需要制定购买决策
- D. 评价产品的角度相同

4. 对于经营资源有限的中小企业而言，要打入新市场适宜用（ ）

- A. 差异性市场营销
- B. 集中市场营销
- C. 整合市场营销
- D. 无差异市场营销



- A.产品开发 B.市场渗透  
C.市场开发 D.产品竞争
- 17.当家庭收入达到一定水平时，随着收入增长，恩格尔系数将（ ）  
A.上下波动 B.增大  
C.不变 D.下降
- 18.下列情况下的\_\_\_\_\_类产品宜采用最短的分销渠道。（ ）  
A. 单价低、体积小的日常用品 B. 处在成熟期的产品  
C. 技术性强、价格昂贵的产品 D. 生产集中、消费分散的产品
- 19.\_\_\_\_\_是被企业选定做为市场营销对象的细分市场。（ ）  
A. 市场细分 B. 目标市场  
C. 细分市场 D. 终端市场
- 20.当产品处于其生命周期的试销期时，促销策略的重点是（ ）  
A. 认识了解商品，提高知名度 B. 促成信任、购买  
C. 简便信任与偏爱 D. 满足需求的多样性

## 二、判断题(本大题共 10 小题，每小题 1 分，共 10 分)

判断下列各题，正确的在题后括号内打“√”，错的打“×”。

- 1.主张把企业利益、消费者需求和社会福利三者统一起来的是现代市场营销观念。（ ）
- 2.核心产品是产品整体概念中最基本、最主要的部分。（ ）
- 3.服装产品商标也就是品牌。（ ）
- 4.消费者在购买日用消费品时最大的要求是便利，且购买时不加挑选，但是不愿接受替代品。（ ）
- 5.产品概念和产品构思是新产品开发研制过程的两个阶段，他们是有区别的。（ ）
- 6.搞好产品包装，并不能增加产品价值，只是吸引顾客购买。（ ）
- 7.消费者购买决策过程始于搜集信息。（ ）
- 8.在现代市场上，企业要得到新产品，应单独完成新产品的构思到生产的全过程。（ ）
- 9.产品概念是从消费者角度考虑的。（ ）
- 10.市场营销主要发生在流通领域。（ ）

## 三、名词解释(本大题共 2 小题，每小题 4 分，共 8 分)

- 1.流行周期  
2.营销渠道

## 四、简答题(本大题共 4 小题，每小题 8 分，共 32 分)

- 1.简述马斯洛需求层次理论的内容。  
2.简述促销的作用。  
3.人员推销的特点。  
4.影响目标市场选择的因素有哪些?

五、论述题（本大题 10 分）

企业在进行经济环境分析时，主要考虑哪些经济因素？

