


中国十大品牌教育集团 中国十佳网络教育机构



- 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；
- 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；
- 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；
- 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；
- 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）；

**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！](#)

**真题串讲班：**教育部考试中心已经启动了自考的国家题库建设，熟练掌握自考历年真题成为顺利通过考试的保障之一。自考 365 网校与权威自考辅导专家合作，推出真题串讲班网上辅导课程。通过对课程的整体情况分析及近 3 次考试的真题讲解，全面梳理考试中经常出现的知识点，并对重点难点问题配合典型例题扩展讲解。串讲班课程在考前一个月左右开通。[立即报名！](#)

**习题班：**自考 365 网校与北大燕园合作推出，每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！](#)

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

## 浙江省 2009 年 1 月高等教育自学考试 房地产营销学试题 课程代码：06570

### 一、填空题（本大题共 8 小题，每空 1 分，共 15 分）

请在每小题的空格中填上正确答案。错填、不填均无分。

1. 房地产产品实体功能创新应包括经济功能、\_\_\_\_\_和\_\_\_\_\_三方面。
2. 随机抽样法可分为简单随机抽样法、\_\_\_\_\_和\_\_\_\_\_。
3. 市场营销方式大致经历了大批量营销、\_\_\_\_\_和\_\_\_\_\_三种模式。
4. 对房价调整最明显的因素有\_\_\_\_\_和\_\_\_\_\_两个方面。
5. 销售推广的特点是非连续性、\_\_\_\_\_和\_\_\_\_\_。
6. 房地产中间商的基本功能是\_\_\_\_\_，提高商品流通效率。
7. 房地产品牌的运营流程主要从品牌的设计、\_\_\_\_\_和\_\_\_\_\_三方面入手。
8. 物业管理是物业售后服务的\_\_\_\_\_，是房地产营销在\_\_\_\_\_的延伸。

### 二、单项选择题（本大题共 10 小题，每小题 2 分，共 20 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. 房地产开发企业出售商品房属于哪一级房地产市场行为？（      ）

- A. 房地产一级市场  
B. 房地产二级市场  
C. 房地产三级市场  
D. 房地产四级市场
2. 当一家公司将所有提供相同产品与服务的公司都看做其竞争对手时的竞争被称为 ( )  
A. 品牌竞争  
B. 行业竞争  
C. 形式竞争  
D. 一般竞争
3. 房地产开发企业专门针对高校的学生开发学生公寓或大学城属于下列哪种目标市场模式? ( )  
A. 单一密集型  
B. 产品专业化型  
C. 市场专业化型  
D. 选择专业化型
4. 一个企业内部生产经营的各个产品系列中包括的不同规格的产品品目的数目被称为 ( )  
A. 产品的深度  
B. 产品的广度  
C. 产品的长度  
D. 产品的关联度
5. 房地产企业根据中间商的地位和作用而给予的折扣是 ( )  
A. 推广折扣  
B. 现金折扣  
C. 功能折扣  
D. 数量折扣
6. 下列哪种属于在营销渠道管理中应重点防范的恶性冲突? ( )  
A. 直接冲突  
B. 水平冲突  
C. 间接冲突  
D. 垂直冲突
7. 下列哪种促销方式是双向交流、且易建立个人友谊的? ( )  
A. 广告  
B. 人员推销  
C. 公共关系  
D. 销售促进
8. 公园属于下列哪种物业? ( )  
A. 居住物业  
B. 工业物业  
C. 商业物业  
D. 其他物业
9. 潜在消费者对某一品牌的优先考虑程度被称为 ( )  
A. 忠诚度  
B. 知名度  
C. 推崇度  
D. 满意度
10. 下列哪种预算方法颠倒了促销与销售额的因果关系? ( )  
A. 量入为出法  
B. 销售额比例法  
C. 竞争对等法  
D. 促销目标法

### 三、多项选择题 (本大题共 5 小题, 每小题 2 分, 共 10 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, 请将其代码填写在题后的括号内。错选、多选、少选或未选均无分。

1. 房地产商品的物理特征有 ( )

- A.位置的固定性  
C.异质性  
E.有限性
- 2.影响房地产营销渠道选择的因素有 ( )  
A.产品因素  
C.竞争因素  
E.企业因素
- 3.下列哪些属于物业管理特色服务? ( )  
A.代购车船票  
C.家庭护理  
E.庭院绿化
- 4.访问法主要有 ( )  
A.问卷调查法  
C.座谈会法  
E.痕迹测量法
- 5.下列哪些属于需求导向定价法? ( )  
A.认知价值定价法  
C.成本加成定价法  
E.需求差异定价法
- B.长期使用性  
D.风险性
- B.市场因素  
D.环境因素
- B.消防安全  
D.带订报纸杂志
- B.行为纪录法  
D.电话调查
- B.随行就市定价法  
D.声望定价法

#### 四、名词解释(本大题共 4 小题,每小题 3 分,共 12 分)

- 1.市场潜力
- 2.随行就市定价法
- 3.促销
- 4.物业管理

#### 五、简答题(本大题共 4 小题,每小题 6 分,共 24 分)

- 1.4Ps 组合营销策略的基本要点是什么?
- 2.差异性目标市场营销战略的优点有哪些?
- 3.房地产营销中间商有何功能?
- 4.何谓房地产营销策划全程性?

#### 六、论述题(本大题共 2 小题,第 1 小题 9 分,第 2 小题 10 分,共 19 分)

- 1.试述新产品开发的意义。

2.试述房地产品牌运营的流程。

