

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！](#)

自考精品班 全力打造专属于学员个人的辅导计划，学员自入学当天便开始享受专属于自己的个性化辅导课程，专职教学辅导老师及班主任全程跟踪学员的学习情况，随时调整辅导方案，以保证学习计划的有效进行。帮助学员克服可能出现的学习上的怠倦、不良情绪的影响等情况。坚定考试必胜信念，并以最适合自己的方式，在短时间内掌握考试内容，全面提升学员的考试通过率。我们承诺，当期考试不通过，下期学费减半！[立即报名！](#)

浙江省 2009 年 10 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. 市场营销观念的演变经历了生产观念和产品观念、_____观念和_____观念等几个阶段。
2. 德尔菲的突出特点是_____和_____。
3. 在评估细分市场时一般可以从细分市场的规模和增长潜力、_____以及_____三方面来考察。
4. 房地产营销全过程的两大主体是_____和_____。
5. 价格策略的种类可分为_____和_____两部分。
6. 房地产营销渠道冲突的类型有_____和_____两种。
7. 房地产品牌要求凸显的是_____而不是_____。
8. 物业市场的管理主体是_____。

- A.可衡量性
C.稳定性
E.差异性
- 3.品牌在房地产营销中的作用：（ ）
A.广告促销的有力武器
C.有助于新产品的销售
E.有助于提高市场占有率
- 4.房地产新产品开发的原则是（ ）
A.适销原则
C.特色原则
E.可行原则
- 5.公共关系的明显作用是（ ）
A.提高产品质量
C.增进沟通
E.提高企业声誉
- B.可盈利性
D.风险性
- B.有助于提高产品质量
D.有助于扩大企业规模
- B.效益原则
D.客观原则
- B.传递信息
D.刺激顾客购买产品

四、名词解释（本大题共 4 小题，每小题 3 分，共 12 分）

- 1.策划
- 2.市场细分
- 3.房地产产品定位
- 4.房地产品牌战略

五、简答题（本大题共 4 小题，每小题 6 分，共 24 分）

- 1.何谓文化背景？文化环境主要涉及哪几个方面？
- 2.成本导向定价法有何优缺点？
- 3.报纸、杂志用作房地产广告有哪些优点？
- 4.物业管理服务范围可以划分为哪些领域？其专项服务包括哪些内容？

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.试述房地产营销直接渠道的优缺点。
- 2.试述产品成熟阶段企业的对策。