

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** 以考试大纲为主导，对各章节知识点进行全面梳理讲解，突出考试重点、难点与考点，教授答题思路与方法，通过对课程的整体情况分析近 2 次考试的真题讲解，帮助考生更准确地把握考试方向，做好考前最后冲刺，为考生顺利通过考试铺平道路。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 2010 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. 房地产产品组合包括产品的深度、\_\_\_\_\_和\_\_\_\_\_三方面。
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. 根据房地产商品自身特征，房地产商品的价格也具有\_\_\_\_\_和\_\_\_\_\_两个特征。
5. 销售推广的特点是非连续性、\_\_\_\_\_和\_\_\_\_\_。
6. 营销渠道合作管理具体包括\_\_\_\_\_和\_\_\_\_\_两方面内容。
7. 私有品牌是指采用\_\_\_\_\_指定的名称作为品牌。
8. 物业管理的业务范围可以划分为基本业务、\_\_\_\_\_、\_\_\_\_\_和多种经营业务四大领域。

## 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. 下列哪种属于直接渠道?( )  
A. 一级渠道  
B. 二级渠道  
C. 三级渠道  
D. 零级渠道
2. 下列哪种目标市场模式属于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?( )  
A. 产品专业化型  
B. 单一密集型  
C. 市场专业化型  
D. 选择专业化型
3. 下列哪种不属于新产品定价策略?( )  
A. 招徕定价  
B. 满意定价  
C. 撇脂定价  
D. 渗透定价
4. 当目标市场容量大, 消费者对价格很敏感, 潜在竞争很激烈时应采取的策略是( )  
A. 快速夺取  
B. 缓慢夺取  
C. 缓慢渗透  
D. 快速渗透
5. 房地产调研中的问卷调查法属于下列哪种方法?( )  
A. 观察法  
B. 访问法  
C. 客户意见法  
D. 实验法
6. 企业借助宣传性资料来联系和影响目标市场的促销手段是属于下列哪种?( )  
A. 广告宣传  
B. 人员促销  
C. 销售推广  
D. 公共关系
7. 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
8. 市场对某品牌的房地产产品的持续认同被称为( )  
A. 知名度  
B. 忠诚度  
C. 满意度  
D. 推崇度
9. 20 世纪 50 年代到 70 年代, 西方国家企业奉行的是哪种观念?( )  
A. 生产观念  
B. 产品观念  
C. 推销观念  
D. 营销观念
10. 下列哪个是人员推销的最主要特点?( )  
A. 见效迅速  
B. 可信度高  
C. 渗透性强  
D. 针对性强

## 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. 土地的人文特征有( )  
A. 土地不可灭失性  
B. 土地用途多样性  
C. 土地使用方法的可变性  
D. 社会经济位置的可变性  
E. 土地差异性
2. 房地产市场营销渠道冲突产生的原因有( )  
A. 目标不一致  
B. 权利义务不明确

- C. 控制失灵  
D. 沟通失败
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  
D. 代订报纸杂志
4. 文化环境包含的范围主要涉及下列哪几方面?( )  
A. 价值观念  
C. 家庭规模和结构  
D. 教育程度和职业
5. 下列哪些属于心理定价策略?( )  
A. 招徕定价  
C. 整数定价  
D. 尾数定价
- E. 主观差异  
B. 消防安全  
E. 庭院绿化  
B. 历史沉淀  
E. 城市化进程量法  
B. 声望定价  
E. 满意定价

#### 四、名词解释(本大题共 4 小题, 每小题 3 分, 共 12 分)

1. 连锁比例测算法
2. 撇脂定价策略
3. 销售推广策略
4. 物业前期管理

#### 五、简答题(本大题共 4 小题, 每小题 6 分, 共 24 分)

1. 市场细分的作用有哪些?
2. 房地产营销间接渠道有何优缺点?
3. 房地产营销策划特征有哪些?
4. 房地产的经济和社会特征是什么?

#### 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. 试述产品成长期的特点及对策。
2. 试述房地产品牌运营误区的主要表现。