

- |  |   |
|--|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> 上市公司 实力雄厚 品牌保证         | <input checked="" type="checkbox"/> 权威师资阵容 强大教学团队         |
| <input checked="" type="checkbox"/> 历次学员极高考通过率 辅导效果有保证     | <input checked="" type="checkbox"/> 辅导紧跟命题 考点一网打尽         |
| <input checked="" type="checkbox"/> 辅导名师亲自编写习题与模拟试题 直击考试精髓 | <input checked="" type="checkbox"/> 专家 24 小时在线答疑 疑难问题迎刃而解 |
| <input checked="" type="checkbox"/> 资讯、辅导、资料、答疑 全程一站式服务    | <input checked="" type="checkbox"/> 随报随学 反复听课 足不出户尽享优质服务  |

开设班次：（请点击相应班次查看班次介绍）

基础班	串讲班	精品班	套餐班	实验班	习题班	高等数学预备班	英语零起点班
-----	-----	-----	-----	-----	-----	---------	--------

网校推荐课程：

思想道德修养与法律基础	马克思主义基本原理概论	大学语文	中国近现代史纲要
经济法概论（财经类）	英语（一）	英语（二）	线性代数（经管类）
高等数学（工专）	高等数学（一）	线性代数	政治经济学（财经类）
概率论与数理统计（经管类）	计算机应用基础	毛泽东思想、邓小平理论和“三个代表”重要思想概论	

[更多辅导专业及课程>>](#)

[课程试听>>](#)

[我要报名>>](#)

## 浙江省 2010 年 7 月高等教育自学考试 会展营销试题 课程代码：03872

### 一、单项选择题(本大题共 20 小题，每小题 1 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。

- 会展整体产品中的核心产品层次是指( )  
A.交易展示活动的平台                      B.交易展示活动的场所  
C.会展产品的品牌                              D.会展产品的规模
- 会展产品的构成要素有四个方面，其中支持性设备是指( )  
A.展品    B.展示材料  
C.场馆    D.电脑
- 会展市场就是客源市场，包括( )  
A.组展商    B.参展商  
C.搭建商    D.运输商
- 会展微观环境直接影响和制约企业的营销能力，其中包括( )  
A.消费者收入与支出                          B.经济体制

- C.竞争对手 D.法律
- 5.在会展营销信息系统中,将外部环境发展趋势及最新信息传递给会展企业营销部门,为其进行营销决策提供重要参考,这是哪个系统的主要任务?( )
- A.内部报告系统 B.营销情报系统  
C.营销调研系统 D.营销分析系统
- 6.会展活动的调查问卷的问题设计通俗易懂,让被调查者能答愿答,这体现了( )
- A.逻辑性原则 B.简单性原则  
C.中立性原则 D.准确性原则
- 7.会展营销信息系统是由人、机器设备和什么构成的系统?( )
- A.调研 B.决策  
C.程序 D.管理
- 8.会展市场细分是按照什么进行分类的?( )
- A.客户需求的不同 B.展示展品的不同  
C.会展企业规模的不同 D.展会规模的不同
- 9.会展企业为会展产品进行设计从而使其在目标市场中占有一个独特位置的行为称为( )
- A.细分市场 B.寻找目标市场  
C.市场定位 D.市场营销
- 10.选择合适的营销人员并对营销人员进行培训属于会展营销管理的哪方面的任务?( )
- A.计划工作 B.组织和执行工作  
C.控制工作 D.分析工作
- 11.会展营销活动的第一个步骤就是( )
- A.目标市场确定 B.市场营销计划制定  
C.细分市场 D.会展营销调研
- 12.会展营销控制的对象主要是( )
- A.天气变化 B.计划变化  
C.展位的销售 D.会展场馆
- 13.展览会目标市场的定位以参展产品为出发点,我们称其为( )
- A.逆向定位 B.顺向定位  
C.横向定位 D.纵向定位
- 14.展览会电话营销的进行需要管理软件系统的支持,主要的软件是( )
- A.CRM B.CMR  
C.RMC D.MCR
- 15.会展核心企业将其他行业的力量调动起来,借助他们的力量推动自身营销工作。这种营销策略称为( )

- A. 同业整体性营销策略  
B. 异业整体性营销策略  
C. 政企整体性营销策略  
D. 全球整体性营销策略
16. 展览中心的场地租金是其( )  
A. 成本  
B. 收入  
C. 利润  
D. 支出
17. 展览中心卓有成效的推广方式是( )  
A. 大众广告  
B. 广发宣传册  
C. 展览业的专业杂志  
D. 广播宣传
18. 在几乎所有关于韩国汉城的旅游指南上, 汉城会展中心 COEX 都是被重点推介的旅游目的地, 这是展览中心的一种什么手段? ( )  
A. 管理  
B. 营销  
C. 定位  
D. 定价
19. 中国足协举办的足球沈阳峰会就中国足球界存在的黑哨、假球现象提出相应的举措, 在球迷中引起了巨大的反响。这次会议主题属于( )  
A. 社会发展问题  
B. 行业内共同关心的问题  
C. 社会上存在争议的问题  
D. 新技术的出现
20. 会议的申办费用是会议成本中的( )  
A. 可变支出  
B. 固定支出  
C. 开发成本  
D. 可回收成本

## 二、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。

21. 会展营销调研的主要内容包括( )  
A. 竞争状况调研  
B. 参展商需求调研  
C. 专业观众需求调研  
D. 会展市场环境调研  
E. 网络调研
22. 会展营销管理的基本任务包括( )  
A. 分析  
B. 指挥  
C. 计划  
D. 组织  
E. 控制
23. 展览会目标市场以参展商品为出发点的定位是为了吸引( )  
A. 组展商  
B. 参展商

- C.采购商  
D.专业观众  
E.搭建商
- 24.影响展览中心服务市场的能力的各种外部力量, 主要包括( )  
A.经济环境  
B.地理位置  
C.运输成本  
D.周边城市的展览中心  
E.气候条件
- 25.会议的举办方在选择会议中心时会考虑的因素有( )  
A.地理位置  
B.会议设备  
C.服务人员  
D.会议中心的办会经验  
E.会议中心的声誉

### 三、判断题(本大题共 10 小题, 每小题 2 分, 共 20 分)

判断下列各题, 正确的在题后括号内打“√”, 错的打“×”。

- 26.会展产品的主要特性体现在不受时间和空间的限制, 是一种聚集性的活动。( )
- 27.作为经济贸易平台的会展业受到所处区域的经济水平制约。( )
- 28.在会展营销调研中通过观察法所获得的是二手资料。( )
- 29.节事是一种很好的营销载体, 所以营销手段对其意义不大。( )
- 30.会展企业的一切活动都是围绕目标市场进行的。( )
- 31.会展市场定位的核心是突出会展企业或项目的竞争优势。( )
- 32.会展营销管理所涉及的对象是会展企业内部的, 是对会展企业内部员工的管理。( )
- 33.对展览会的组织者来说, 展览会的目标市场定位就是为特定的展览会在潜在客户的大脑中确定一个合适的位置, 这是逆向定位的方式。( )
- 34.可以提供住宿、会议室、会议设备和餐饮场所的会议中心是度假式会议中心。( )
- 35.人员推销对于会议而言, 重点是培育长期客户, 而不应该着眼于即时的促销。( )

### 四、名词解释(本大题共 5 小题, 每小题 3 分, 共 15 分)

- 36.会展营销  
37.会展营销宏观环境  
38.会展营销分析系统  
39.展览会邮寄分销策略  
40.会展营销管理

### 五、简答题(本大题共 5 小题, 每小题 5 分, 共 25 分)

41. 简述会展实地调查的基本程序。
42. 会展企业在评估会展细分市场时要考虑哪些因素？
43. 简述展览会电话促销的实施步骤。
44. 展览中心营销有哪些主要的手段？
45. 会议中心营销的主要方法有哪些？

#### 六、论述题(本大题 10 分)

46. 论述会展营销计划的基本流程，并画出营销计划的流程图。



自考365  
www.zikao365.com