

- | | |
|--|---|
| <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 房地产文化试题 课程代码: 10264

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。

- 居住文化较深的层面是()

A.物质要素	B.行为要素
C.心理要素	D.生理要素
- 海派文化是吴越文化和_____的结晶。()

A.良渚文化	B.传统文化
C.地域特点	D.西方文化
- 新文化地产主张要以_____引导房地产项目开发。()

A.文化成分	B.房产市场
C.土地增值	D.建筑设计
- 房地产市场的不断细分会给()

A.买卖双方带来双赢的效果	B.损害买方的利益
C.损害卖方的利益	D.买卖双方带来两败俱伤的结果
- 新文化地产住宅建筑设计理念是尊重地域的()

A.民性	B.世俗
------	------

- C.水土
D.人民
- 6.在建筑手法和语言选择上,有很多值得注意的地方包括层高、线条和()
A.材料
B.色彩
C.光照
D.装修
- 7.中国古老居住文化中,和谐关系的根本是_____的关系。()
A.人与环境
B.住宅与环境
C.住宅与文化
D.人与人
- 8.从发达国家和地区的新城建设经验看,政府是超大型房地产项目的组织者,具体形式有两种,一是由国有企业出面,二是由_____出面。()
A.私人财团
B.政府具体职能部门
C.国有企业
D.跨国企业
- 9.正是消费者价值选择的时代演进推动了经济活动从_____到服务经济,再到体验经济的发展道路。()
A.产品经济
B.消费经济
C.商品经济
D.传统经济
- 10.地域特色包括两个方面,一是异域文化,一是()
A.本地文化
B.本地建筑
C.异域建筑
- 11.广告传播本质上是()
A.客户的个人体验
B.与目标受众沟通的过程
C.开发商之间的竞争
D.市场需求
- 12.智能、时尚和_____是现代商品住宅的发展趋势。()
A.环保
B.别致
C.大气
D.高档
- 13.技术类房地产创新涉及的技术按_____和技术学科性质进行分类。()
A.技术专利
B.技术历程
C.技术用途
D.技术水平
- 14.非技术类房地产创新主要类型有产品设计创新、管理创新和()
A.市场创新
B.领导创新
C.楼书创新
D.营销创新
- 15.品牌的实质是承诺、契约和_____,与消费者建立长远的关系。()
A.利润
B.保证
C.效率
D.成功
- 16.企业赖以生存和发展的关键要素是()
A.企业核心竞争力
B.政府支持

- C.资金实力 D.市场适应性
- 17.房地产整合营销工作应当具备服务性、战略性、专业性和()
- A.全面性 B.合法性
C.经济性 D.协调性
- 18.房地产整合营销的基本原则包括智能互补、利益共享和()
- A.全面推进 B.风险共担
C.经济有效 D.服务优先
- 19.房地产整合营销的核心是()
- A.文化创新 B.营销整合
C.建筑设计 D.服务优化
- 20.房地产企业联盟大体可以分为策略联盟型、民企财团型、应对新政型和()
- A.创新联盟型 B.合力主攻型
C.设计联盟型 D.控制组合型

二、名词解释(本大题共 5 小题, 每小题 4 分, 共 20 分)

- 21.春蚕食桑模式
22.技术类房地产创新
23.品牌战略
24.商品的后验性
25.诚信体系

三、简答题(本大题共 5 小题, 每小题 6 分, 共 30 分)

- 26.上海现代居住文化重视人与自然的的关系, 追求“人与自然的和谐”主要表现在哪些方面?
27.从开发商的角度来看, 从事大型项目开发有什么好处?
28.在案名(或者楼盘名)的选择上, 应当注意什么?
29.简答品牌战略目标的内容。
30.简答房地产整合营销的意义。

四、论述题(本大题共 2 小题, 每小题 15 分, 共 30 分)

- 31.论述房地产创新作为一种独特领域创新的独特性。
32.论述如何构建房地产业的诚信体系。