

- 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。