

- C.技术性能 D.外交服务
- 5.会展企业要改变“重招展，轻招商”的问题，就要重视对_____的调研与营销工作。()
- A.专业观众 B.赞助企业
C.参展企业 D.广告公司
- 6.会展营销实地调查中，对刚回收的问卷应进行()
- A.废弃 B.多重核查
C.订正 D.分析使用
- 7.介绍新发明、了解新产品等属于参展商的_____目标。()
- A.非销售类 B.销售类
C.基本 D.贸易
- 8.不同地区的企业对会展项目的需求有所不同，因而会展市场细分市场时需要考虑_____这一因素。()
- A.参展企业类型 B.参展目标
C.人口统计特征 D.地理变量
- 9.会展企业在市场营销中应根据目标制定合理的_____，一般包括产品策略、价格策略、促销策略等。()
- A.竞争组合策略 B.盈利组合策略
C.营销组合策略 D.增长组合策略
- 10.会展经营的机会、威胁、优劣势的确定、评价，属于会展营销管理的工作任务中的()
- A.计划方面 B.组织方面
C.调研方面 D.执行方面
- 11.以展览会为出发点的定位可称为展会目标市场的()
- A.逆向定位 B.声誉定位
C.经营方向定位 D.顺向定位
- 12.会展业整体营销中最基本的模式是_____，是一种积极的行业自救行为，有助于促进联合并把蛋糕做大。()
- A.全球整体性营销策略 B.同业整体性营销策略
C.竞争营销策略 D.品牌促销策略
- 13.人们对展览中心场馆或组织的看法、评价，是展览中心_____的具体表现。()
- A.经验 B.形象
C.服务 D.营销
- 14.重视和培育忠诚客户对展览中心有着重要意义，比如：可以()
- A.发挥自身优势 B.做大规模
C.整合各项资源 D.减少营销成本
- 15.配合声势浩大的打假行动召开的足球沈阳峰会在球迷中引起了巨大的反响，这次会议主题属于()
- A.以新技术出现为主题 B.以社会发展问题为主题

- C.以社会争议问题为主题
D.以行业共同问题为主题
- 16.会议工作人员的工资属于会议的()
A.固定支出
B.常见支出
C.劳务支出
D.可变支出
- 17.征询客户的特殊要求是会议中心_____时需做好的一项工作。()
A.文字制作
B.展览介绍
C.宣传介绍
D.人员推销
- 18.与所在地的旅游市场营销组织合作,是会议中心_____的一种做法。()
A.鼓励竞争
B.支持发展
C.拓展销售渠道
D.兑换承诺
- 19.人们通过参加节事活动进行文化交流和经贸往来,充分体现了节事是不同地域、城市之间的一个()
A.有效沟通平台
B.宣传途径
C.载体
D.信息方式
- 20.主办方以内部报刊的形式在现场发布有关节事的最新消息,属于节事营销形式中的()
A.巡回推介
B.广告推介
C.人员推介
D.新闻推介

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.会展产品的系列构成要素主要有以下方面()
A.显性服务
B.隐性服务
C.辅助物品
D.公共宣传
E.支持性设备
- 22.会展营销调研一般需要收集以下信息()
A.外部环境信息
B.竞争者信息
C.培训信息
D.参展企业信息
E.企业内部信息
- 23.展览中心在运行过程中的主要成本有()
A.场地租金
B.员工工资
C.水电费
D.维修费
E.设施购置费
- 24.展览中心的场馆设置的“一站式”服务,常常汇集以下机构()

- A.商务
C.工程
E.娱乐
- B.海关
D.货物运输

- 25.节事活动在宣传城市方面所具有的作用有()
- A.提升专业化程度
C.促进技术发展
E.提升城市形象
- B.促进经济进步
D.宣扬地域文化

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.在市场经济条件下, 会展产品的经济性是第一性的。()
- 27.科学技术的进步促使会展业向多元化发展, “网上会展” 独具优势。()
- 28.会展营销情报系统的信息数据全部来自于会展企业的外部环境。()
- 29.目前各会议中心均在旺季推出优惠价格项目, 以期招徕业务。()
- 30.会展营销目标能让会展企业服务人员了解会展企业的服务总方向。()
- 31.所有的展会相关活动都能对展会起促进作用。()
- 32.面积庞大的展览中心一般有较大影响力, 更容易吸引影响力强的展览会。()
- 33.通常租用会场和设备的成本是相对比较低的。()
- 34.会议中心的广告需有明显的针对性, 其效果主要取决于信息能否有效到达相关的受众。()
- 35.选派人员在同类节事现场推荐自己的展会, 能最大限度地借用别人的客户资源。()

四、名词解释(本大题共 5 小题, 每小题 3 分, 共 15 分)

- 36.会展市场
- 37.会展营销微观环境
- 38.会展营销分析系统
- 39.异业整体性营销策略
- 40.会议可变支出

五、简答题(本大题共 5 小题, 每小题 5 分, 共 25 分)

- 41.简述会议中心进行公关活动的主要形式。
- 42.简述设计会展营销调查问卷的基本原则。
- 43.简述展览会电话促销策略的实施步骤。
- 44.简述会展营销计划的主要内容。
- 45.简述展览中心营销的主要手段。

六、论述题(本大题 10 分)

46.试述如何依据市场定位的具体步骤对会展活动进行有效定位。

