

2023年4月高等教育自学考试全国统一命题考试

市场营销策划

(课程代码 00184)

注意事项:

1. 本试卷分为两部分,第一部分为选择题,第二部分为非选择题。
2. 应考者必须按试题顺序在答题卡(纸)指定位置上作答,答在试卷上无效。
3. 涂写部分、画图部分必须使用2B铅笔,书写部分必须使用黑色字迹签字笔。

第一部分 选择题

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项是最符合题目要求的,请将其选出。

1. 营销策划按照营销的目标可以划分为
 - A. 阶段策划与随机策划
 - B. 市场调研策划与营销战略策划
 - C. 促销策划与渠道策划
 - D. 营销战略策划与营销战术策划
2. 营销策划所依据的原则不包括
 - A. 人本原则
 - B. 科学原则
 - C. 整合原则
 - D. 效益原则
3. 以下关于推出营销策划书的一般步骤的描述正确的是
 - A. 事前协调→提案汇报→模拟演练→准备工具→时机选择
 - B. 模拟演练→时机选择→准备工具→事前协调→提案汇报
 - C. 事前协调→准备工具→模拟演练→提案汇报→时机选择
 - D. 模拟演练→事前协调→准备工具→时机选择→提案汇报
4. 利用一些与问题正面联系的信息来寻找问题途径的思维方法为
 - A. 侧向思维法
 - B. 逆向思维法
 - C. 群体思维法
 - D. 类比思维法
5. 市场调研策划作为给企业营销策划提供可靠依据的活动过程,其出发点是市场营销的
 - A. 营销战略
 - B. 营销策略
 - C. 方法与工具
 - D. 问题与需求
6. 实验法主要用于检验某些市场因素之间的因果关系,其中在专门的实验室内,利用专门的仪器、设备进行调研的方法是
 - A. 实验室实验法
 - B. 自然实验法
 - C. 新产品的区域试销
 - D. 模拟实验
7. 将整体市场按照消费者的特性划分为若干个具有相同性质的消费者组成的较小规模的市场的过程是
 - A. 市场选择
 - B. 目标市场
 - C. 市场细分
 - D. 市场定位
8. 目标市场的选择模式不包括
 - A. 密集单一市场
 - B. 产品专门化
 - C. 完全覆盖市场
 - D. 服务专门化
9. 企业导入CIS(企业识别系统)不仅需要选择不同的导入模式,还需要选择正确的导入时机。下列情况不属于拯救型导入时机的是
 - A. 出现突发情况,产生负面效应
 - B. 国际化发展需要更新企业形象
 - C. 经营理念落后,出现经营危机
 - D. 产品与其商标形象出现矛盾
10. 新产品是指在某个市场上首次出现或者是企业首次向某市场提供的能满足消费者某种需求的整体产品,其中新产品的类型不包括
 - A. 新问世产品
 - B. 成本减少的同性能产品
 - C. 现行产品线的产品
 - D. 市场重定位的产品
11. 品牌的传播模式是一个系统化的过程,自身包含健全而科学的反馈调节机制。以下属于品牌传播模式中的要素的是
 - A. 品牌资产
 - B. 品牌标志
 - C. 品牌联想
 - D. 品牌理念
12. 产品首次上市时,在竞争者研制出相似的产品前,把价格定得很高以攫取最大利润的定价策略是
 - A. 渗透定价
 - B. 撇脂定价
 - C. 习惯定价
 - D. 招徕定价
13. 一般而言,渠道的订货流、支付流以及信息流属于
 - A. 正向流程
 - B. 反向流程
 - C. 双向流程
 - D. 单向流程
14. 渠道能够覆盖的区域大小,即渠道的覆盖范围是指
 - A. 渠道宽度
 - B. 渠道长度
 - C. 渠道密度
 - D. 渠道数量

15. 促销按照不同的分类方式可以分为不同的类型，以下属于按照促销内容划分的是
- A. 渠道与厂商促销 B. 推式与拉式促销
C. 广告与人员推销 D. 公共关系与渠道促销
16. 广告对象又称为目标受众，既是广告信息的传播对象，也是广告信息的
- A. 传播者 B. 接收者
C. 传递者 D. 创造者
17. 广告策划中广告媒体的组合方式不包括
- A. 视觉媒体与听觉媒体的组合 B. 瞬间媒体与长效媒体的组合
C. 大众媒体与促销媒体的组合 D. 跟随媒体与分离媒体的组合
18. 以下属于企业开展公关活动的指南，同时也是衡量企业公关活动是否成功的关键依据的是
- A. 公关主题 B. 公关目标
C. 专家督导 D. 效果评估
19. 在互联网上开展的营销活动，可以完成从商品信息的发布到交易操作和售后服务的整个过程，这属于网络营销特点的
- A. 高效性 B. 整合性
C. 经济性 D. 互动性
20. 以下不属于网络营销按照目标和应用水平所划分出的类型的是
- A. 完全型网络营销 B. 品牌型网络营销
C. 全员型网络营销 D. 销售型网络营销

二、多项选择题：本大题共 5 小题，每小题 2 分，共 10 分。在每小题列出的备选项中至少有两项是符合题目要求的，请将其选出，错选、多选或少选均无分。

21. 营销策划的特点可以归纳为
- A. 前瞻性 B. 科学性 C. 目的性
D. 程序性 E. 创新性
22. 市场选择之后确定定位的方法包括
- A. 迎强定位 B. 重新定位 C. 为竞争对手再定位
D. 企业地位定位 E. 避强定位
23. 企业视觉识别系统的应用要素包括
- A. 办公用具 B. 企业标准字 C. 企业理念
D. 产品包装 E. 广告传播

24. 渠道中间机构的主要类型包括
- A. 零售商 B. 批发商 C. 物流组织
D. 金融机构 E. 消费者
25. 企业角度的网络营销功能包括
- A. 信息发布 B. 商情调查 C. 品牌价值扩展与延伸
D. 销售促进 E. 销售渠道开拓

第二部分 非选择题

三、判断分析题：本大题共 5 小题，每小题 5 分，共 25 分。判断下列各题的正误（正确的划上“√”，错误的划上“×”），并简述理由。

26. 营销策划是一种复杂的且富有创意的智慧行为，选择有效的策划实现途径，能够使企业的营销策划活动取得事半功倍的效果。
27. 营销策划书的结构包括九项内容，所有的策划书都应如此，一应俱全。
28. 对收集到的信息进行整理分析，得出相应的调研结果之后，还应该根据企业的决策人员的需要撰写营销策划方案。
29. 在市场调研的调查问卷设计与制作流程中，问卷的排版与印刷无足轻重，对调研效果的影响微乎其微。
30. 内部列表是指利用专业服务商的用户电子邮箱地址来开展电子邮件营销。

四、简答题：本大题共 5 小题，每小题 6 分，共 30 分。

31. 简述市场营销策划的作用。
32. 简述文案调查法的步骤。
33. 简述多重品牌策略的优势。
34. 简述采用渗透定价策略应具备的条件。
35. 简述对渠道方案进行评估与选择时需要考虑的因素。

五、案例分析题：本题 15 分。

36. 阅读以下案例，然后回答问题。

京东 C2M 反向定制

C2M (Customer to Manufacturer)，即用户直连制造，它是产业互联网时代新型的生产制造和商业形态。C2M 基于 IT 技术，以柔性化、定制化的生产线，将消费者的需求与供应商直连，实现按需生产。2020 年，京东在 C2M 方向的电脑数码产品共涉及品类超 30 个，孵化产品超 1300 个，整个 C2M 项目同比也增长了 115%。

“电竞带鱼屏”就是一个京东 C2M 反向定制模式的范本。带鱼屏是指长宽比例大约在 21:9 的液晶显示器，是目前游戏发烧友们争相购买的“神器”。在带鱼屏推出前，

京东通过大数据统计的用户搜索和点击习惯发现，用户对“电竞”“曲面”“高分辨率”等高端显示屏的关注度和需求量很高，但通过评论发现，很多消费者苦于价格过高，购买积极性不强。京东与上游资源方沟通，可否专门为用户开发“电竞带鱼屏”，得到的回复多是碍于一套液晶面板的开模成本就要 1500 万元，如果销量不足，难以分摊模具成本，也很难降价。在多方努力下，最终上游资源方被说服愿意尝试开发“带鱼屏”。“我们告诉对方，用户需求是什么，京东将承担多少责任，上游资源方对于这个产品的顾虑有哪些。说服上游资源方后，我们又找到很多合作伙伴，比如飞利浦、惠科、小米、创维等品牌，大家联合进入电竞带鱼屏市场。”京东零售电脑数码事业部供应链管理部负责人秦阿强谈到。京东一方面以包销定制的模式，促使更多品牌加入带鱼屏的生产，在规模化采购基础上采取合理的切割方式，协同上游面板厂商将液晶面板的成本降低了 40%，另一方面通过与上下游流程的高效协同，将新品上市周期缩短到 6 个月。通过整个链条的效率优化，京东参与定制的带鱼屏，不但为消费者带来了接近 50% 的价格优惠，同时也将面板厂、代工厂、品牌方各方的毛利率提升了 20%。2020 年上半年，带鱼屏的销售额突破了 2 亿元。

京东另一个代表性的 C2M 产品是洗衣凝珠，该产品市场认可度快速提升，利润呈现增长趋势。京东在 2020 年“618”期间的洗衣凝珠成交金额是上年同期的 143%。在其背后，基于 C2M 平台，京东辅助品牌商围绕定人、定量、定价、定款四个环节进行了洗衣凝珠的新品设计。通过分析，京东将目标人群锁定在职场白领女性用户身上。再根据人群特征，测算增长空间；然后结合仿真试投进行定价分析，发现 0.4-0.9 元/颗更容易被大众接受。从成本上考虑，需要将克重控制在配送费的首重范围内；定款方面分别设计了中高端款和低端款。在系统支持下，首批上市的 3 款 C2M 新品洗衣凝珠销量排名进入到了品类前 10，并在衣物清洁品类的销售占比由 3% 提升到了 8%，成为此品类下增速最快的细分品类。

- (1) 针对洗衣凝珠产品，京东采用了哪些细分标准来进行市场细分？
- (2) 京东在考虑是否针对电竞用户这一细分市场推出屏幕时，评价这个细分市场应该考虑哪些因素？
- (3) 结合以上案例，简述新产品开发的流程。