

- | | |
|--|---|
| <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"/> 历次学员极高考试通过率 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>>](#)

绝密 ★ 考试结束前

浙江省 2013 年 1 月高等教育自学考试

市场营销与策划试题

课程代码: 07963

请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。

选择题部分

注意事项:

- 答题前,考生务必将自己的考试课程名称、姓名、准考证号用黑色字迹的签字笔或钢笔填写在答题纸规定的位置上。
- 每小题选出答案后,用 2B 铅笔把答题纸上对应题目的答案标号涂黑。如需改动,用橡皮擦干净后,再选涂其他答案标号。不能答在试题卷上。

一、单项选择题(本大题共 15 小题,每小题 2 分,共 30 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,请将其选出并将“答题纸”的相应代码涂黑。错涂、多涂或未涂均无分。

1.对企业营销活动影响最直接的环境因素是

- C.契约式垂直渠道网络 D.水平式垂直渠道网络
- 12.在零售业态策划中，规模与销售量相对较大、低成本、低毛利的自助服务式经营机构，其零售业态应为
- A.超级市场 B.专卖店
C.购物中心 D.百货商店
- 13.在零售企业商圈分析中，顾客最少、密度最小的区域是
- A.核心商圈 B.次级商圈
C.边缘商圈 D.居民区
- 14.在企业形象策划的内容中，作为企业灵魂与 CIS 的核心和原动力的要素是
- A.CI B.BI
C.VI D.MI
- 15.在企业形象策划的内容中，员工教育、业务培训、市场调查、公关活动策划属于
- A.CIS 识别策划 B.视觉识别（VI）策划
C.行为识别（BI）策划 D.理念识别（MI）策划

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，请将其选出并将“答题纸”的相应代码涂黑。错涂、多涂、少涂或未涂均无分。

- 16.经营环境分析包括的因素有
- A.顾客分析 B.经济因素
C.人口因素 D.供应商分析
E.人力市场分析
- 17.针对产品服务的易消失性，服务市场营销策划应考虑以下方面
- A.提供有形证据 B.实行预约服务
C.在高峰期提供补充服务 D.培养市场需求
E.建立服务质量保障体系
- 18.撇脂定价策略策划应注意的问题包括
- A.由于定价过高，可能导致缺乏渠道成员
B.定价过低，收回成本的速度也会很慢
C.由于定价过高，可能得不到消费者认可
D.低价容易使消费者怀疑商品的质量保证
E.由于定价过高，加速市场竞争白热化
- 19.专卖店必须具备的特征包括
- A.地点的便利性 B.专而全

- C.出售食品和日用品
D.新颖独特
E.突出特色
- 20.在企业形象策划中，企业外部行为识别包括
- A.市场调查
B.业务培训
C.产品开发
D.促销活动
E.公益文化活动

非选择题部分

注意事项：

用黑色字迹的签字笔或钢笔将答案写在答题纸上，不能答在试题卷上。

三、名词解释(本大题共 5 小题，每小题 3 分，共 15 分)

21. 市场营销策划
22. 价格策划
23. 物流
24. 营业推广促销策划
25. 购物中心

四、简答题(本大题共 4 小题，每小题 5 分，共 20 分)

- 26.SWOT 分析法的意义具体有哪几方面?
27.简述营销创意产生的过程。
28. 购物中心的基本特征有哪些?
29.简述营业推广的步骤。

五、论述题(本大题 10 分)

- 30.分销渠道网络主要模式有哪几种?

六、案例分析题(本大题 15 分)

31.

中国建设银行——VI 设计

以古铜钱为基础的内方外圆的图形，有着明确的银行属性，着重体现建设银行的“方圆”特性。方，代表着严格、规范、认真；圆，象征着饱满、亲和、融通。图形右上角的变化，形成重叠立体的效果，代表着“中国”与“建筑”英文缩写，即两个 C 字母的重叠，寓意积累，象征建设银行在资金的积累过程中发展壮大，为中国建设提供服务。图形突破了封闭的圆形，象征古老文化与现代经营观念的融会贯通，寓意中国建设银行在全新的现代经济建设中，

根植中国，面向世界。标准色为海蓝色，象征理性、包容、祥和、稳定，寓意中国建设银行像大海一样吸收容纳各方人才和资金。

根据以上资料，结合课程知识，回答以下问题：

- (1) 企业形象策划（CIS）的内容包括哪些？
- (2) 视觉识别系统的基本要素有哪些？
- (3) 请陈述中国建设银行——VI 设计的成功之处。