

- |  |   |
|--|---|
| <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>>](#)

绝密 ★ 考试结束前

**浙江省 2013 年 10 月高等教育自学考试****会展概论试题****课程代码：03875**

本试卷分 A、B 卷，使用 2004 年版本教材的考生请做 A 卷，并将答题纸上卷别“A”涂黑；使用 2010 年版本教材的考生请做 B 卷，并将答题纸上卷别“B”涂黑。不涂或全涂，均以 B 卷记分。请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。

**A 卷****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 20 小题，每小题 1 分，共 20 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。

1.1986 年中国参加了“巴塞尔样品博览会”是中国展览业重大变革的开端，其原因是

- A.政府主导
- B.经济成就宣传为主
- C.摊位式展览形式
- D.政治宣传为主

2.会展业运行体系中的核心要素是

- A.会展企业
- B.会展项目
- C.会展场馆
- D.会展组织

3.为保证展会的质量，会展的主办方可以通过各种方法和措施来实现。其中主要的措施有

- A.控制参展商的质量
- B.注重培训参展人员
- C.谨慎做出参展决定
- D.精心策划展台设计

4.在不同的生命周期，会展产品表现出不同的特点，对企业的经营策略提出不同的要求。在投入期，宜采取

- A.差异性策略
- B.无差异性策略
- C.集中性策略
- D.开发性策略

5.与客户及时取得信息反馈并保持沟通，做好评估，修正实际运作中的不足以提高运作效率，这是\_\_\_\_\_阶段的重心。

- A.展前工作
- B.展中工作
- C.展后工作
- D.策划工作

6.会展企业产品的生产所需要全部活动都是基于地理位置而集中在一起，则会展企业的组织结构最好设置为

- A.职能式组织结构
- B.事业部制组织结构
- C.区域性组织结构
- D.扁平化组织结构

7.两个展馆之间距离定在 38 米，正好是集装箱卡车掉头的最小宽度，这种设计体现了

- A.以人为本
- B.智能化水平
- C.布局经济实用
- D.前瞻性考虑

8.会展场馆内部完善的功能设计体现为

- A.一馆多用的设计
- B.多层展厅设计
- C.景观绿地设计
- D.无柱大厅的设计

9.以塑料产业为依托的塑料博览会，属于\_\_\_\_\_会展项目。

- A.产品交易型
- B.综合博览型
- C.科技展示型
- D.会议洽谈型

10.品牌展会核心要素之一就是

- A.品牌意识  
B.品牌观念  
C.品牌质量  
D.品牌战略
- 11.会展企业人力资源管理中的招募阶段要遵循以下原则  
A.量才适用  
B.目标化  
C.反馈性  
D.全过程
- 12.具有团队精神的、积极向上、让人深感温暖的企业文化能激起员工的工作激情，形成巨大的合力，这需要  
A.影响机制  
B.激励机制  
C.流动机制  
D.招募机制
- 13.会展电子商务运行模式中的会展企业对参展商的交易称为  
A.B2B  
B.B2E  
C.B2C  
D.B2G
- 14.网上展会与传统展会的主要区别之一就是  
A.不用签合同  
B.没有实实在在的场地  
C.没有费用的支出  
D.不用交流
- 15.中国国际会展网网站属于  
A.会展综合信息网  
B.会展中心网站  
C.大型会展网站  
D.会展企业网站
- 16.会展客户关系管理真正体现了  
A.以企业为中心管理理念  
B.为客户为中心管理理念  
C.以技术为中心管理理念  
D.以文化为中心管理理念
- 17.客户定制和客户关怀是会展客户关系管理\_\_\_\_\_功能的具体表现。  
A.降低客户成本  
B.减少销售成本  
C.加强客户服务  
D.创造客户价值
- 18.会展物流的主体是  
A.会展组织者  
B.参展商  
C.观众  
D.会展场馆
- 19.会展与旅游之间是  
A.静止的关系  
B.从属的关系  
C.互动发展的关系  
D.不明确的关系
- 20.会展物流的活动是以\_\_\_\_\_为中心进行。  
A.展销的辅助设备  
B.展销的物品

C.展销会

D.参展商

**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。

21. 一次会议的利益主体主要包括

A. 主办者

B. 承办者

C. 与会者

D. 宾馆

E. 演讲者

22. 会展商务旅游的主要特点有

A. 规模大

B. 规模小

C. 效益好

D. 计划性强

E. 随意性强

23. 网上展览会与传统展览会相比的主要区别在

A. 组展手段

B. 展出场所

C. 展出期限

D. 交流方式

E. 展出手段

24. 总的说来, 会展人力资源应具备以下几个方面的能力

A. 知识能力

B. 组织能力

C. 管理能力

D. 创新能力

E. 沟通能力

25. 确定会展项目范围一般包括以下内容

A. 参展商规模的确定

B. 观展商范围的确定

C. 会展企业服务范围的确定

D. 会展项目成本的确定

E. 展会交易额的确

**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, 在答题纸相应位置正确的涂“A”, 错误的涂“B”。

26. 集市是松散的展览形式, 规模一般较小, 具有浓厚的工业社会特征, 处于展览的初级阶段。

27. 会展企业在选择目标市场营销策略时, 第一步要做的是进行市场细分。

28. 当会展企业的项目增多, 经营范围多元化的情况下, 往往职能式组织结构会随之出现。

29. 虽然慕尼黑展览中心的设施一应俱全, 但外观像一排排的厂房, 展馆内也没有大理石的墙和花岗岩的地, 缺乏气派, 非现代会展场馆的特征。

- 30.会展场馆不仅是为会展活动提供空间的场所，而且应该成为城市的经济活动空间，因此在设计会展场馆时，要力争实现会展场馆的一馆多用。
- 31.一般而言，一个会展项目可以分解为几个不同的子项目，分别为观展项目设计、招展项目设计和服务项目设计。
- 32.会展项目的服务是以参展商和服务提供商为主的客户群，因而会展业的从业人员的工作都要围绕这两个客户群的需求展开，最终实现客户满意的目的。
- 33.会展的特性决定了对会展人才的要求。招募工作就是让优秀的人员安排在最重要的岗位上。
- 34.网上展会的信息发布范围遍布世界各个角落，属于非定向发布。
- 35.客户关系管理不仅是应用软件系统，更是一种经营管理理念和管理机制，光有软件没有理念和机制，这项工作就做不好。

## 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。

### 四、名词解释（本大题共 5 小题，每小题 4 分，共 20 分）

- 36.会展电子商务
- 37.会展项目管理
- 38.会展企业的组织结构
- 39.参展商
- 40.会展经济

### 五、简答题（本大题共 5 小题，每小题 4 分，共 20 分）

- 41.会展中心外部交通条件主要考虑哪些因素？
- 42.为什么组织能力是会展从业者应具备的核心能力之一？
- 43.会展项目品牌化发展的三个步骤的主要内容是什么？
- 44.简述狭义会展和广义会展概念。
- 45.参展商参展筹备包括哪些工作？

### 六、案例题（本大题 10 分）

46. 中国塑料城是一家集塑料原料、塑料制品、塑料机械的加工、交易及信息交流、展览展销、技术开发于一体的高层次、多功能、广辐射的全国性现代化塑料专业市场，经过 10 多年的发展，目前已成为中国塑料交易市场最具影响力品牌，中国商品交易五星级市场，进入“中国商品专业市场竞争力 50 强”，被商务部列为第一批全国重点联系市场，成为了名副其实的塑料王国”。到 2007 年，中国塑料城经营企业达 1438 家，市场交易额 705 亿元，交易量 546

万吨，上缴税费 2.5 亿元。

为提高中国塑料城知名度、扩大影响、促进交易，余姚市从 1999 年开始，每年举办一次大型塑料博览会，已连续成功举办了 9 届中国塑料博览会。据不完全统计，九届博览会参会客商超过 100 万人次，成交总额近 200 亿元。一是塑博会日益多元化。在原来单纯的塑料原料、塑料制品交易展销的基础上，塑博会已朝着贸易展览、招商引资洽谈等方面发展，使得塑博会内涵更加丰富、活动更加精彩。二是塑博会日益高端化。为更加突出塑料博览会的主题，从第七届中国塑料博览会开始，余姚市在塑博会期间还举办了中国塑料产业发展(国际)论坛，主要有高新成果推介、产业发展论坛、前沿信息发布、中国塑料价格指数发布等诸多内容，努力将塑料产业发展(国际)论坛打造成为专业领域的“博鳌论坛”。三是塑博会日益国际化。随着塑博会影响力的不断扩大，外商参会热情的日益提高，许多外商纷纷主动联系要求参加展会。如第九届塑博会时，瑞典、挪威、丹麦等国家的 12 人北欧考察团和日本高六商事、俄罗斯、银亿、欧尚等组成了六个团组，联合参加塑料博览会。欧盟的 REACHLAW 有限公司和赫尔辛基 REACH 法规中心作为特邀代表在塑料产业“安全与责任”论坛上发言。

问题：请根据品牌会展项目的要素来分析中国塑料博览会的品牌建设状况。

## B 卷

### 选择题部分

#### 注意事项：

- 1.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。
- 2.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 20 小题，每小题 1 分，共 20 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. 新中国展览业发展的开端事件是参加了

- A. 万国工业大展览会  
B. 巴塞尔样品博览会  
C. 莱比锡春季博览会  
D. 法国工业产品大众展

2. 会展业具有强大的产业带动效应，根据国际展览联合会测算，国际会展业的产业关联系数达到

- A. 1 : 10  
B. 1 : 12  
C. 1 : 9  
D. 1 : 13

3. 会展企业根据资源条件和外部环境，选择两个或两个以上的细分市场作为目标市场，然后推出不同的会展产品和营销组合，体现的目标市场策略类型是

- A. 无差异策略  
B. 差异策略  
C. 集中策略  
D. 针对策略

4. 做好参展商登记注册、展位分配、保证展台区域和参展人员环境、协调场内外交通属于现场管理中的

- A. 项目管理  
B. 人力资源管理  
C. 组织管理  
D. 硬件设施管理

5. 会展企业组织在发展过程中要随着环境的变化对组织进行调整，这遵循了

- A. 目标导向原则  
B. 分工协作原则  
C. 有效制约原则  
D. 动态适应原则

6. 由于信息技术发展，知识在企业各管理层级之间的鸿沟缩小，企业组织等级结构受管理幅度影响越来越小，诞生了一种新的管理组织，为

- A. 职能式组织结构  
B. 事业部制组织结构  
C. 区域性组织结构  
D. 扁平化组织结构

7. 某企业是会展行业的龙头企业，同时在北京、上海、广州三大城市的汽车、房产、建材三大产业中经营了多个展会，公司企业人数达到 280 多人，为了达到最高的人力资源效率，在设计组织结构时可以考虑以下哪种？

- A. 职能式组织结构  
B. 事业部制组织结构  
C. 区域型组织结构  
D. 扁平化组织结构

8. 两个展馆之间距离定在 38 米，正好是集装箱卡车掉头的最小宽度，这种设计体现了

- A. 以人为本  
B. 智能化水平  
C. 布局经济实用  
D. 前瞻性考虑

9. 在一个城市内，会展场馆的场址选择不受哪个因素的影响

- A. 交通条件  
B. 气候条件  
C. 周边配套条件  
D. 政府规划

10. 以机械模具产业为依托的机械模具产业博览会，属于\_\_\_\_\_会展项目。

- A.产品交易型  
B.综合博览型  
C.科技展示型  
D.会议洽谈型
- 11.\_\_\_\_\_的本质是通过鼓励企业员工追求个人利益的行为,从而使企业获得效益。  
A.影响机制  
B.激励机制  
C.流动机制  
D.招募机制
- 12.以下工作中,不属于会展运作人才的描述是  
A.会展人力资源旋涡型结构的核心  
B.人才的通用性较大  
C.人力资源结构中需求最迫切的部分  
D.会展人力资源结构中专业性最强的部分
- 13.会展电子商务运行模式中的 B2E 是指  
A.会展企业对参展客户  
B.会展企业对交易商  
C.会展企业对会展企业  
D.会展企业对政府
- 14.以下关于展会特征的描述中,不属于网络展会特点的是  
A.依赖数据信息、电子文件等完成组展  
B.展出时间较长  
C.展览范围广泛  
D.提供面对面的交流机会
- 15.会展客户关系管理的英文简称是  
A.CAM  
B.CRM  
C.RAM  
D.RIM
- 16.在会展价值链中处于核心地位的是  
A.会展企业  
B.参展商  
C.会展场馆  
D.主办者
- 17.与一般商品物流相比,会展活动的物流体系的一个显著特征是  
A.过程复杂性  
B.更大的利润空间  
C.专业化程度较高  
D.信息化要求较强
- 18.会展物流管理的目标是为了实现会展物品在流动过程中的效益,即  
A.资源效应  
B.资金效应  
C.空间效应  
D.过程效应
- 19.以下表述中,不属于会展商务旅游特征的是  
A.规模庞大  
B.效益良好

C.计划性强 D.季节性强

20.以下关于会展与旅游关系的描述错误的是

A.互动发展 B.积聚发展  
C.平行发展 D.相辅相成

## 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。

21.我国的展会主办者主要包括

A.政府部门 B.行业协会  
C.公司企业 D.商会  
E.个人

22.目标市场选择时需要重点考虑的因素有

A.会展企业实力 B.会展产品特点  
C.市场需求特征 D.产品生命周期  
E.市场竞争状况

23.以下关于会展场馆设计的描述中, 体现生态化原则的有

A.里斯本世博会路边造型独特的路灯、会场边河流上竖琴式的单臂斜拉索桥梁  
B.布展用品的选用上做到易回收的材料优先  
C.注重节能降耗和三废处理  
D.汉诺威世博会芬兰馆移栽一片故乡的桦树林  
E.使用节能降耗的空调制冷剂

24.以下描述中, 属于会展项目发展的误区有

A.单一追求合同金额 B.盲目攀比展会面积  
C.一味强调人数流量 D.过分担心客源流失  
E.大力重视观众邀请

25.总的说来, 会展人力资源应具备以下几个方面的能力

A.知识能力 B.组织能力  
C.管理能力 D.创新能力  
E.沟通能力

## 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、判断改错题（本大题共 10 小题，每小题 2 分，共 20 分）

判断下列各题，正确的在答题纸上打“√”，错的打“×”。只判断不改正只得 1 分。

26. 根据国际大会和会议协会 (ICCA) 的规定，国际会议的标准是至少 30% 的外国与会者，与会人员总数不得少于 100 名。
27. 产业联动功能是会展经济的基本功能。
28. 在我国大多数举办成功的国际性展览，其主办者都是中国的行业协会，而非行业协会主办的同类展览一般都不如行业协会主办的展览有规模和影响力。
29. 差异策略选择目标市场主要适宜于那些供不应求或者竞争程度较低的会展市场。
30. 职能式组织结构常常出现多头指导而使执行部门无所适从。
31. 人力资源管理是会展企业现场管理重要的内容之一。
32. 北京新国际博览中心的网站属于会展企业网站。
33. 确定细分会展客户群的标准，包括参展商的个性化资料、消费的量与频率、参展方式、地理区位、客户的关系网等工作属于客户价值评估功能的主要工作。
34. 运输过程是物流过程作为“第三方利润源”的主要实现途径，运输成本的控制对降低整个物流系统的成本有着至关重要的作用。
35. 节庆事件旅游不属于商务旅游的范畴。

### 四、名词解释（本大题共 5 小题，每小题 4 分，共 20 分）

36. 会展
37. 职能式组织结构
38. 学习型组织
39. 会展电子商务
40. 会展商务旅游

### 五、简答题（本大题共 5 小题，每小题 4 分，共 20 分）

41. 为什么参展是企业的一种营销活动？
42. 会展营销渠道选择的影响因素有哪些？
43. 品牌会展项目需要具备哪些要素？
44. 会展人力资源管理机制包括哪些方面？
45. 会展物流系统的构建要素有哪些？

### 六、案例题（本大题 10 分）

#### 46. 会展公司的战略选择

A 会展公司的主要项目是汽车展，每年一次为期五天的汽车展成为公司经营的中心，公司不断致力于该展会的拓展，希望一年比一年规模大，近两年来该展会越做越大，由一期改为两期，五天变成十天；公司努力让参展商更满意，更多专业买家的介入，公司经营目标是打造全国一流的汽车展。

B 会展公司经营方针是市场需要什么，就开发什么样的会展项目。竞争对手开得红火的展会，B 公司就办。由于 B 公司同时经营会展场馆，因而其举办相同的展会就可以节省用于租赁场馆的费用，其展位价格就能比同类展会要低，具有一定的竞争力。

C 会展公司在市场中拼搏多年，已拥有多个规模较大的会展项目，具有一定的行业优势和参展商资源，但是每个项目市场也都面临着新进入者和竞争者。

请你根据会展企业经营战略的特点来分析 A、B、C 三家公司的经营状况。



自考365  
www.zikao365.com