

- A.组织者
B.营销人员
C.客户
D.设计者
- 3.休闲消费的出现对会展营销有较大影响,这体现了会展营销宏观环境中的_____因素的作用。
A.政治法律环境
B.经济环境
C.科学技术环境
D.社会文化环境
- 4.广告公司一般属于会展营销环节的
A.供应商
B.营销中间商
C.来往企业
D.实体分配公司
- 5.营销信息系统最终为营销_____服务。
A.决策
B.利益
C.分析
D.心理
- 6.会展营销调研的客户需求调研可对_____进行重点调研。
A.一般客户
B.独特客户
C.忠诚客户
D.未来客户
- 7.会展企业可以选择一个或几个地理区域开展业务,但要注重不同地区在需求和偏好方面的
A.目的
B.发展
C.差异
D.评价
- 8.参展商需要位移至目的国或地区才能实现消费,因此会展市场中的_____亦具有重要的作用。
A.企业定位
B.地区定位
C.产品定位
D.服务定位
- 9.会展营销管理的任何调整不仅涉及会展企业内部的行为,还要求_____的配合。
A.执行层面
B.外部环境
C.计划阶段
D.营销形势
- 10.编制营销预算包括_____和预算分配两项工作。
A.预算编制
B.预算基础
C.预算总额
D.预算规模
- 11.广交会可以凭借办展历史、规模、效益、中外影响等诸多方面的第一使用位序定位,这属于以_____为基础的定位策略。
A.展览会
B.组织者
C.主办单位
D.经营者
- 12.获得 UFI 的认证展会便于实施展会的_____策略。
A.目标促销
B.人员促销
C.电话促销
D.品牌促销
- 13.汉城会展中心 COEX 是被重点推荐的旅游目的地,这体现了展览中心营销要

- A.参与城市促销
B.开展网络营销
C.实施品牌战略
D.与旅游企业或管理部门合作
- 14.造成我国目前展会过多过滥的主要原因是
A.缺少行业约束机制
B.市场规模大
C.信息交流不够
D.展览中心过多
- 15.美国福特汽车销售商会议运用了不同手段进行产品介绍，引起公众和媒体的高度关注。此次的会议主题属于
A.社会上存有的争议问题
B.新产品、新技术的出现
C.社会热点
D.行业内共同关心的问题
- 16.会展项目必须找到_____，才能实现会展企业期望的收益。
A.目标客户
B.合作方
C.大型企业
D.品牌企业
- 17.除了正常会议设备外，还配置了多种娱乐设施的属于_____会议中心。
A.多重式
B.特殊式
C.基本式
D.度假式
- 18.大多数会议策划人都从_____来获得对会议场所的第一印象。
A.空间
B.外观
C.服务
D.员工
- 19.展览中心的_____是考量展览中心市场竞争环境时首先要了解的问题。
A.整体分布状况
B.建设目标
C.场地使用状况
D.气候条件
- 20.具有鲜明特色的高新技术_____促成了深圳“中国国际高新技术成果交易会”的火爆。
A.媒介
B.产业
C.特征
D.结构

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.会展产品的共有特性主要包括
A.受时间限制
B.单向交流
C.交易需求
D.受空间限制
E.聚集性活动
- 22.会展企业的竞争者类型有
A.理性竞争者
B.意愿竞争者
C.一般竞争者
D.产品形式竞争者
E.品牌竞争者

23.不同产品对展览会的特殊需求主要体现在

- A.场馆要求的差别
- B.交通运输的差别
- C.实力状态的差别
- D.发展水平的差别
- E.展会广告宣传的差别

24.经营国际会展业务的会展企业必须了解、遵循会展业的

- A.国际法规
- B.国际惯例
- C.准则
- D.有关国家的法律制度
- E.伦理道德

25.会议中心的类型大致可分为

- A.度假式会议中心
- B.附属式会议中心
- C.无住宿式会议中心
- D.健身式会议中心
- E.完全会议中心

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.会展的聚集性表现在人员的“集中”与信息“集中”。
- 27.会展营销微观环境中的所有因素都离不开并受制于会展营销宏观环境。
- 28.会展营销调查问卷应避免使用引导或暗示性的词句，这是遵循问卷设计的逻辑性原则。
- 29.会展市场定位在选择相对竞争优势时，如果定位过高，会使会展项目与其他类似项目没有区别，失去特色。
- 30.会展营销控制一般不需要成本，所以，可以对其全部市场推广进行评价并控制。
- 31.为了区别于同类展览会，可以考虑用参展企业最突出的优势为展会定位。
- 32.展览中心需要提供举办展览所必备的设施，如展厅、水电照明系统等，这属于展览中心的核心产品。
- 33.会议主题是会议目标的正确表达，也是会议营销的最主要卖点。
- 34.会议中心可以借助行业协会的影响力和庞大的资源网络来更好地宣传自己。
- 35.会展市场是一个受各种经济因素、社会因素和政治因素制约的市场。

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 3 分，共 15 分)

- 36.会展营销调研系统
- 37.会展目标市场

38.会展营销管理

39.展览会活动促销策略

40.展览中心产品

五、简答题(本大题共 5 小题, 每小题 5 分, 共 25 分)

41.简述会展调查问卷一般应包含的基本部分及相关要求。

42.简述会展营销计划的基本流程。

43.简述全球整体性营销策略的主要方法。

44.简述会议成本的构成。

45.简述会议中心营业推广的具体方法。

六、论述题(本大题 10 分)

46.结合实际谈谈节事营销可采取哪些方式?



自考365
www.zikao365.com