

- | | |
|--|---|
| <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	实验班	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）	护理学导论	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 2014 年 4 月高等教育自学考试 农产品营销理论与实务试题

课程代码：11947

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 10 小题，每小题 2 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。

- 农产品市场细分的依据主要有地理因素、人口因素、心理因素和购买行为因素，其中，收入因素属于

- A.地理因素
C.心理因素
- 2.把产品定在与竞争者相似的位置上,与竞争者争夺同一细分市场,是
A.“针锋相对式”策略
C.“另辟蹊径式”策略
- 3.从销售渠道上划分,直销是
A.零层销售渠道
C.经中间商再零售
- 4.农产品产加销一体化销售的难点是
A.准确把握市场信息
C.产品品种的选择
- 5.商品期货是
A.金融工具
C.金融工具与实物商品粮
- 6.分销渠道的类型有
A.直接渠道和间接渠道
C.宽渠道和窄渠道
- 7.农产品营销环境的特点不包括
A.客观性
C.专业性
- 8.农产品间接销售操作应当注意的问题是
A.规范化与合作化
C.分散化与专业化
- 9.农产品配送工艺流程不包括
A.进货
C.分拣
- 10.农产品运输方式有
A.公路
C.航空
- B.人口因素
D.购买行为因素
- B.“填空补缺式”策略
D.差异性营销策略
- B.经过批发再零售
D.由代理商零售
- B.农工商各方面利益分配
D.资源的综合利用
- B.实物商品
D.以上三种说法都不对
- B.长渠道和短渠道
D.以上三种说法都对
- B.动态性
D.复杂性
- B.间接化与复杂化
D.一体化
- B.存货
D.销售
- B.铁路
D.以上三种说法都对

二、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”。

- 11.农产品营销环境影响和制约农产品经营企业经营策略的制定和实施。
12.现代营销观念以消费者需求为中心和出发点。

- 13.理想的目标市场要有足够的规模和需求。
- 14.社会文化对消费心理有影响。
- 15.社会亚文化对消费心理不起主流作用。
- 16.家庭主妇对农产品的消费起一般作用。
- 17.农产品网络营销可增加交易机会降低交易成本。
- 18.农产品市场细分是农产品目标市场选择的基础和前提。
- 19.市场经济体制的确立是实现农工贸一体化营销的外部条件。
- 20.观光采摘直销形式是观光旅游农业的产物。

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 2 分，共 10 分)

- 21.农产品营销
- 22.农产品营销环境
- 23.消费者需要
- 24.农产品市场细分
- 25.农产品目标市场

四、简答题(本大题共 8 小题，每小题 5 分，共 40 分)

- 26.农产品营销的内涵包括什么?
- 27.农产品市场细分有什么作用?
- 28.农产品营销的基本职能有哪些?
- 29.农产品间接销售优势和缺陷有哪些?
- 30.农产品营销网站的三种基本形式是什么?
- 31.农产品物流配送的工艺流程如何设计?
- 32.农产品国际市场营销的特点有哪些?
- 33.消费行为受哪些因素的影响?

五、案例分析题(本大题共 2 小题，每小题 5 分，共 10 分)

34.目前市场上的食用油竞争激烈，如各种色拉油广告竞争表现了营销部门的意愿。如众所周知的金龙鱼一代广告“1：1”人们并不认同，第二代调和油将“1：1：1”的营养进行解说，但人们仍然不理解，并对所说的三种配方及其效果产生怀疑。原本想利用人们对于健康需求的心理，进行竞争宣传，但结果并不理想。脑白金广告“今年过节不收礼，收礼就收脑白金”虽然人们认为很俗，但却简单明了，给人留下深刻印象。宣传效果比较理想。

讨论问题：在案例中所依据的消费心理需求有哪些？对人的消费动机将产生怎样的心理影响？

35.寿光蔬菜批发电子拍卖的经营策略

中国农产品在流通市场上要经过多个环节。依次为生产者——产地批发市场——销地批发市场——农贸市场（超市）——消费者。在这个基本产业链中，还有很多中间商，大大增加了流通成本，造成农民卖不了好价钱，消费者又感觉价格偏贵。有专家将这种现象称之为“中间笑，两头叫”。中国最大的蔬菜批发市场，山东寿光蔬菜批发市场是中国蔬菜生产与供应的晴雨表。全国 20 多个省市区的蔬菜在这里中转、集散。高峰时，这里每天的蔬菜交易量逾 500 万公斤。如今寿光蔬菜批发市场采用了电子拍卖的方式，参加竞拍的江苏客商张杰，以每箱 169.4 元的价格竞得红辣椒 100 箱。他说：“过去采购蔬菜，经常会受到中间商的盘剥，消费者买的菜价格高，菜农收益也受影响。我对今天竞拍的价格非常满意，这比前几天便宜了不少。”

过去农民辛辛苦苦种出来的菜，常常卖不上好价钱，钱都让菜贩子捣去了。现在，通过蔬菜基地组织统一收购，种的菜明显价格高了。”王继成种了 3 亩大棚蔬菜，其中有一亩辣椒、一亩西红柿和一亩黄瓜。前一阵，他的辣椒只卖到每公斤 2.8 元，这次通过拍卖，每公斤多卖了 0.6 元钱，按亩产 3000 公斤算，这样每亩菜就能多收入近 2000 元。

试分析以下问题：

- (1) 分析电子拍卖形式的策略选择的理由和实际价值。
- (2) 这种策略是否可以代表农产品未来的营销方向。
- (3) 何种情况下选择这种形式最好？