

全国 2015 年 4 月高等教育自学考试
文化市场与营销试题

课程代码:04127

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:

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 25 小题,每小题 1 分,共 25 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。未涂、错涂或多涂均无分。

- 1、恩格尔系数表明,在一定的条件下,当家庭个人收入增加时,收入中用于食物开支部分的增长速度与用于文化教育、精神享受等方面的开支增长速度的关系是
A、两者差别不大
B、两者相同
C、前者大于后者
D、前者小于后者
- 2、文化企业的不同客户市场购买文化产品和服务的目的各不相同。其中,中间商市场的主要目的是
A、满足家庭需要
B、赚取转售利润
C、提供公共服务
D、满足个人需要
- 3、防止信息丢失最容易和最基本的方法是
A、有效管理
B、安全存储
C、信息加密
D、制作备份
- 4、马斯洛需要层次中最高层次的是
A、安全需要
B、自我的需要
C、自我实现的需要
D、归属感的需要
- 5、市场营销战略的一个重要组成部分是
A、产品、价格、销售、渠道的组合
B、产品、价格、促销、推广的组合
C、品牌、价格、促销、渠道的组合
D、产品、价格、渠道、促销的组合

- 6、提出 4Cs 市场营销组合的学者是
- A、尼尔·鲍顿
B、罗伯特·劳特蓬
C、菲利普·科特勒
D、杰罗姆·麦卡锡
- 7、文化产品的价值组成包括实践价值和
- A、物质价值
B、精神价值
C、应用价值
D、消费价值
- 8、文化市场是以商品交换的形式提供精神产品的场所，它也向人们提供
- A、艺术作品
B、文化娱乐服务
C、有创意的文化产品
D、歌舞表演
- 9、品牌包含两部分内容，即品牌名称和
- A、品牌符号
B、品牌图案
C、品牌标志
D、品牌颜色
- 10、产品适应策略是对一种现有文化产品进行适当变动，以适应国际市场不同需求的策略。这一策略的核心是对原有产品进行
- A、重新设计
B、部分更改
C、重新包装
D、功能更改
- 11、文化市场按其产业性质，可以划分为文化产品市场、文化要素市场和
- A、文化技术市场
B、文化资本市场
C、文化专利市场
D、文化服务市场
- 12、在以下调查问卷的提问中，最符合问题设计要求的是
- A、您是否经常出国旅游？
B、您上一年度出国旅游的花费是多少？
C、您今年出国旅游几次？
D、您对出国旅游的感觉如何？
- 13、目标市场定位中的“位”，指的是
- A、产品在消费者感觉中所处的地位
B、产品在市场同类产品中所处的地位
C、目标市场在企业营销战略中的地位
D、目标市场在市场竞争环境中的地位
- 14、文化消费将占据越来越重要地位的原因是
- A、这个国家已进入消费型社会
B、这个国家已进入享乐型社会
C、这个国家的文化消费有结构性缺口
D、这个国家已进入服务性社会
- 15、某一知识产权文化产品，投资总额为 5000 万元，预期收益率为 20%，预期销量为 1000 万件，根据投资回报率定价法，那么该产品的单位价格应为
- A、1 元/件
B、5 元/件
C、6 元/件
D、10 元/件
- 16、客户关系管理的目的在于通过不断改善与客户的关系，实现文化企业的良性运营，最终达到双方的和谐共生，所以客户关系管理的优先的选择应该是
- A、开发潜在客户
B、维持现有客户
C、培育重点客户
D、寻找价值客户
- 17、文化市场营销控制是文化企业市场营销管理过程的重要组成部分，即通过对营销计划执行情况的监督和检查，发现实施过程中的缺点和错误，提出对策建议，以保证实现企业的
- A、营销项目目标
B、营销控制目标
C、营销战略目标
D、营销策略目标

- 18、在国际市场营销中，针对一些特别容易受到政治因素影响的文化产品，东道国会根据产品的性质和用途及其与本国利益相符合的程度而采取不同的政治性保护，这就是文化产品的
- A、政治稳定性 B、政治敏感性 C、政治特殊性 D、国家利益性
- 19、文化市场营销的独有特性表现在它具有
- A、公益性 B、社会效益
C、经济效益 D、实际效益
- 20、文化市场竞争的基本类型包括同一类产品之间的竞争、不同种类的文化产品之间的竞争以及
- A、同一地区相同类产品间的竞争 B、不同地区同一类产品间的竞争
C、同一地区不同类产品间的竞争 D、文化产品和其他休闲产品间的竞争
- 21、某电视台为了在竞争中打响品牌，扩大收视率，策划开发新的节目。他们采取的方式可以是自主创新一个新的节目，或引进一个节目，也可以
- A、购买一个节目的专利
B、聘请业界专业人员共同联合开发新节目
C、包装一个其他台现成的节目
D、引进与研制相结合开发一个新节目
- 22、创意是新产品开发的第一步，产生创意的方法主要有产品属性列举法、强行关系法、结构分析法、征集意见法和
- A、小组座谈会 B、数据统计法
C、心理测试法 D、头脑风暴法
- 23、无店铺营销包括人员直销、自动售货和
- A、直复营销 B、整合营销 C、公关营销 D、渠道营销
- 24、人员推销的组织形式主要有四种类型，即顾客型、产品型、综合型和
- A、区域型 B、公司型 C、城乡型 D、团队型
- 25、品牌资产是一种超过产品或服务本身利益以外的价值，这种价值的体现就是为消费者和企业提供的
- A、附加利益 B、超额利润 C、营销绩效 D、差异优势

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。未涂、错涂或多涂均无分。

- 26、一个有效的文化市场营销信息系统，一般包括四个子系统，即
- A、内部报告系统 B、外部反馈系统 C、营销情报系统
D、营销调研系统 E、营销分析系统
- 27、与 4Ps 相比较，4Cs 是
- A、以企业为理论服务对象的 B、从客户角度出发的
C、从企业角度出发的 D、代表消费者的观点
E、代表销售者的观点

五、论述题（本大题共 1 小题，共 12 分）

39、什么是文化品牌扩展？试论述文化品牌扩展战略的内容和作用。

六、案例分析题（本大题共 1 小题，共 13 分）

40、案例：

2013 年暑期，央视的一台节目一经推出，迅速火爆荧屏。这档节目形式十分简单。一群中学生，几个主考官，还有四个用来听写词语的普通田字格，这就是《中国汉字听写大会》呈现给观众的全部。在业内人士看来，这档节目缺少了目前高收视率综艺节目的基本元素：没有炫丽的舞台效果、没有明星加盟、非强势播出平台、节目中的中学生选手没有话题可以炒作、播出时间上更是正面遭遇《中国好声音》，但这档平淡简朴的节目自 8 月 2 日开播以来便迅速蹿红，网络热度排名第一，收视率屡创新高。仅仅一个月 4 期节目后，《中国汉字听写大会》在央视完成两级跳，迁往 CCTV1 星期五晚间黄金档。值得注意的是这档节目的制作成本不足《中国好声音》的 10%，收视率却直逼同期播出的“冠军”《中国好声音》，这也是有史以来第一个能与音乐选秀类节目争夺收视的文化类电视节目。

与众多“洋版权”节目不同，《中国汉字听写大会》是一档本土原创的电视节目。想法起源于 2007 年之前，设计完成于 2009 年，在国家版权局的登记完成于 2011 年初，之后就是等待和推广，直到 2013 年暑期节目推出。节目播出后，许多观众“想起了扔给童年的小学语文课”，不少人更是“默默地把手机输入法改成了手写”。这档节目在成就一个人的梦想的同时也无声地改变着一群人的生活方式，这是真正的“中国好节目”。

要求：

- (1) 结合案例，分析当前中国文化市场营销环境的现状。
- (2) 这档节目的策划是如何运用目标市场定位原理的？
- (3) 这档节目的播出反映了文化市场应该具备哪些功能？