

浙江省 2020 年 10 月高等教育自学考试

品牌管理(二) 试题

课程代码:12007

1. 请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。

2. 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。

选择题部分

注意事项:

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。在每小题列出的备选项中只有一项是最符合题目要求的,请将其选出。

1. 在原产品线基础上扩展出低档产品生产线,这是一种品牌的

- A. 水平延伸
- B. 垂直延伸
- C. 升级延伸
- D. 压力性延伸

2. 品牌危机的首要特征是

- A. 突发性
- B. 蔓延性
- C. 被动性
- D. 危害性

3. 一般情况下,商标从申请注册到发证约需要

- A. 3 个月
- B. 6 个月
- C. 1 年
- D. 2 年

4. 下列属于产品品牌的是

- A. 中粮
- B. 联想
- C. 宝洁
- D. 梅赛德斯奔驰

5. 以消费者熟知的品牌为参照体,反衬出本企业品牌的特殊地位与形象的定位方法是

- A. 跟随定位法
- B. 比附定位法
- C. 扩散定位法
- D. 反向定位法

6. 企业为了获得品牌宣传效果而向体育比赛提供资金、产品等形式支持,这种品牌营销推广方法是

- A. 赞助
- B. 公共关系与宣传
- C. 销售促进
- D. 人员推销

7. 主要任务是提升消费者对品牌的忠诚度,这是在品牌生命周期中的

- A. 品牌导入期阶段
- B. 品牌成长期阶段
- C. 品牌成熟期阶段
- D. 品牌维护期阶段

8. “李宁牌运动服”的品牌名称是一种

- A. 商标式名称
- B. 人物式名称
- C. 数字式名称
- D. 地名式名称

9. 世界历史上最早有文字记载的品牌诞生于

- A. 中国
- B. 法国
- C. 意大利
- D. 埃及

10. 尽量减弱新闻媒体的消极作用,发挥新闻媒体的积极作用,增加沟通。这是_____类突发性品牌危机管理的主要任务。

- A. 形象
- B. 质量
- C. 技术
- D. 服务

二、判断题:本大题共 5 小题,每小题 2 分,共 10 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. 不同品牌的同类产品会获得相同消费者的青睐。
- 12. 一般标志的文字、图形用来直接说明商品的一个内容或一个方面,不表示商品的内在质量。
- 13. 大量假冒产品的存在从另一个侧面证明品牌巨大经济价值的存在。
- 14. 品牌的成长离不开推广传播,品牌往往伴随“品牌播出率”的提高而逐渐发展成熟。
- 15. 就品牌战略实施所能获得的投资回报率而言,低端品牌的投资回报率要优于高端品牌。

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、填空题:本大题共 5 小题,每空 1 分,共 10 分。

- 16. 品牌延伸策略有:产品线延伸策略,多品牌延伸策略,_____,_____等。
- 17. 实现品牌退出可以经由品牌换代、_____和_____这三种途径。
- 18. 品牌整合理念的内容是:以消费者为中心、市场竞争导向、_____、_____。
- 19. 品牌命名的最基本原则是四易原则,即易读、易懂、_____和_____。
- 20. 根据品牌联想所造成的品牌感觉,可以将品牌联想的内容分为三类:品牌特性、_____,_____。

四、名词解释题：本大题共 5 小题，每小题 4 分，共 20 分。

21. 商标
22. 品牌再造
23. 品牌传播
24. 许可授权
25. 品牌追踪

五、简答题：本大题共 5 小题，每小题 6 分，共 30 分。

26. 品牌延伸的条件是什么？
27. 简述品牌定位的原则。
28. 集聚品牌传播战略的优势是什么？
29. 简述品牌对消费者的重要作用。
30. 广告的作用是什么？

六、论述题：本大题 10 分。

31. 为何品牌需要进行再定位？品牌再定位如何实施？