

绝密 ★ 启用前

2021 年 4 月高等教育自学考试全国统一命题考试  
**市场营销(三)**  
(课程代码 00890)

注意事项:

1. 本试卷分为两部分,第一部分为选择题,第二部分为非选择题。
2. 应考者必须按试题顺序在答题卡(纸)指定位置上作答,答在试卷上无效。
3. 涂写部分、画图部分必须使用 2B 铅笔,书写部分必须使用黑色字迹签字笔。

### 第一部分 选择题

一、单项选择题:本大题共 20 小题,每小题 1 分,共 20 分。在每小题列出的备选项中只有一项是最符合题目要求的,请将其选出。

1. 国家间的政治、经济、文化和军事等关系属于企业所处宏观环境中的  
A. 经济环境                          B. 社会文化环境  
C. 人口环境                          D. 政治法律环境
2. 购买决策过程为  
A. 信息搜寻→识别需求→方案评估→购买决策→购后评价  
B. 信息搜寻→方案评估→识别需求→购买决策→购后评价  
C. 识别需求→信息搜寻→方案评估→购买决策→购后评价  
D. 识别需求→购买决策→信息搜寻→方案评估→购后评价
3. 皮鞋制造商之所以购买皮革,是因为消费者要到鞋店去买皮鞋的缘故。这体现了组织市场的特点是  
A. 派生需求                          B. 多人决策                          C. 过程复杂                          D. 提供服务
4. 耗材店往往会将打印机的价格定的较低,而硒鼓或者墨盒的价格定的较高,采用的策略是  
A. 招徕定价策略                      B. 连带品定价策略  
C. 捆绑式销售策略                    D. 选择产品定价策略
5. 可以在短时期内调查较多的对象,成本较低,并能以统一的格式进行访问的调查方法是  
A. 面谈调查                          B. 邮寄调查                          C. 留置调查                          D. 电话调查

6. 已经建立了比较稳定的分销渠道,单位促销费用下降,这一特点出现在  
A. 成长期                              B. 成熟期                              C. 导入期                              D. 衰退期
7. 由两个或两个以上相互独立的渠道企业组成的分销渠道系统是  
A. 垂直分销渠道系统                 B. 水平分销渠道系统  
C. 多渠道分销系统                    D. 渠道组织
8. 婴童产品的广告媒介宜选择  
A. 报纸                                  B. 网络                                  C. 广播                                  D. 杂志
9. 组织购买行为中,最简单的采购是  
A. 修正重购                            B. 全新采购                            C. 新任务购买                        D. 直接重购
10. 最常见的市场营销机构的组织形式是  
A. 职能型营销组织                    B. 地区型营销组织  
C. 产品管理型营销组织              D. 市场管理型营销组织
11. 下列不属于集中性目标市场营销战略的主要优点的是  
A. 能准确了解顾客的需求            B. 可以节约营销费用  
C. 可提高市场占有率                   D. 经营风险分散
12. 企业通过面谈调查获取信息资料的主要缺点是  
A. 调查成本高                        B. 不易得到合作  
C. 调查范围有限                      D. 回收率低
13. 生产经营快消品的企业,一般应选择的主要营销传播手段是  
A. 广告宣传                            B. 销售促进                            C. 公共关系                            D. 人员推销
14. 以下商品不宜采用相对较短的分销渠道的是  
A. 易腐烂的产品                      B. 体积较大的产品  
C. 地产地销的产品                    D. 大众化的日用消费品
15. 企业原来生产中档产品,后来决定推出高档产品,叫做  
A. 向前延伸                            B. 向上延伸                            C. 向下延伸                            D. 向后延伸
16. 社会市场营销观念中,所强调的利益应是  
A. 企业利益                            B. 消费者利益  
C. 社会利益                            D. 企业、消费者与社会的整体利益
17. 通过跟踪、记录被调查对象的行为特征来取得第一手资料的调查方法称为  
A. 访问法                              B. 实验法                              C. 观察法                              D. 问卷法

18. 下列不属于市场细分的客观基础的是
- 同质偏好
  - 分散偏好
  - 集群偏好
  - 心理偏好
19. 向顾客提供基本效用和核心利益是产品整体概念中的
- 有形产品
  - 附加产品
  - 核心产品
  - 期望产品
20. 在完全竞争情况下,企业只能采取的定价法是
- 成本加成
  - 随行就市
  - 拍卖
  - 边际成本
- 二、多项选择题:本大题共 5 小题,每小题 2 分,共 10 分。在每小题列出的备选项中至少有两项是符合题目要求的,请将其选出,错选、多选或少选均无分。**
21. 企业往往会采取提价策略的情况包括
- 产品成本上升
  - 市场需求上升
  - 产品改进
  - 企业希望扩大市场份额
  - 利用顾客心理,创造优质高价效应
22. 企业进行市场定位的有效条件是
- 必须对所选定的目标市场有一个清晰认识
  - 作为定位基础的利益必须为目标消费者所重视
  - 定位必须有营销组合的支撑
  - 定位需要实现与消费者的沟通
  - 要充分强调本企业产品的质量优势
23. 组织市场的特征是
- 购买规模大
  - 地理位置相对集中
  - 供求双方关系密切
  - 购买者数量少
  - 购买较冲动
24. 企业产品组合的衡量变量包括
- 广度
  - 高度
  - 深度
  - 密度
  - 长度
25. 新产品创意的来源主要有
- 企业内部
  - 顾客
  - 竞争者
  - 高校和有关媒体
  - 中间商

## 第二部分 非选择题

**三、简答题:本大题共 4 小题,每小题 5 分,共 20 分。**

26. 简述购买行为的“刺激”—“反应”模式。
27. 什么是品牌再定位? 品牌再定位的原因有哪些?

28. 企业在哪些情况下可能需要采取降价策略?
29. 简述产品整体概念的五个层次。
- 四、论述题:本大题共 3 小题,每小题 10 分,共 30 分。**
30. 试论引起渠道冲突的原因。
31. 绘制产品生命周期曲线示意图,并结合现实案例说明不同产品生命周期阶段应采用什么样的营销策略?
32. 试分析论述“双 11”作为一种销售促进活动的利弊及未来的发展趋势。
- 五、案例题:本大题共 2 小题,每小题 10 分,共 20 分。**

SOLOWHEEL—索罗威尔,迄今为止最小的自平衡电动独轮车,它以磷酸铁锂锂离子电池为动力源,蓄电能力媲美混合型动力汽车。最高时速可达到 16 公里,内置重力感应陀螺仪,反应时间小于 20 毫秒,充满电可连续行驶 16 公里(受用户使用情况及环境的影响)。SOLOWHEEL 为使用者提供了一种简单、方便、实用的代步工具,带给您前所未有的移动和驾驶新体验。

SOLOWHEEL 由美国 Inventist Inc. 公司研发,由 Invanti—英凡蒂(北京)科贸有限公司在亚太地区独家总运营。2011 年正式面向全球推出,2012 年底登陆中国。SOLOWHEEL 自问世之日起迅速风靡全球,已在英国、德国、法国、西班牙、澳大利亚等 14 个国家和地区售出超过 30,000 台。该车最大时速可达到 16 公里,快速充电仅需 45 分钟,而重量只有 11 公斤,占地只需一个公文包大小。SOLOWHEEL 是史上最小巧轻便的代步工具。

表:几款竞争产品性能对比

	solowheel	爱尔威	IPS	飞轮威尔
产地	美国	美国	中国	中国
最大里程	20Km	15~25km	25Km	18km
最大速度	16km/h	18km/h	16km/h	18km/h
最大载重	113Kg	120kg	120Kg	120kg
自重	11kg	9.8kg~13.7kg	13.5kg	9.6kg
充电时间	1.5h	2h	2h	2h
参考价格/元	15800~18800	2999~5999	1999~4499	2399

33. 确定 solowheel 市场定位。
34. 对 solowheel 做一个简要的市场分析(至少包括环境分析、产品分析、消费者分析)。