

自考网校 免费试听.自考名师.课件更新.报名演示.学习卡.

最权威的师资阵容



郭建华 韩旺辰 郝玉柱 张旭娟 孙茂竹 白薇

最及时的在线答疑

全程视频授课, 反复观看 不限次数

自考365网校数百门课程全面招生!

基础班+串讲班 祝您成功每一天!

全国 2004 年 7 月高等教育自学考试 市场营销(一)试题 课程代码: 02546

一、填空题(每空 1 分, 共 10 分)

1. _____是代理客户交易并收取手续费(佣金)的公司。
2. 市场体系主要由_____和_____组成。
3. 市场营销的四个支柱包括市场中心、_____、_____、_____。
4. 期货市场的最基本的功能是_____。
5. 选择销售渠道的基本原则: _____、_____、_____。

二、单项选择题(在每小题的四个备选答案中, 选出一个正确答案, 并将正确答案的序号填在题干的括号内。每小题 2 分, 共 20 分)

1. 循环性波动的条件是(用数学方式表示)()。
 A. $|E_s| < |E_d|$ B. $|E_s| = |E_d|$
 C. $|E_s| > |E_d|$ D. 以上都不对
2. 需求是一种以()为后盾的“需要”或“欲望”。
 A. 购买力 B. 购买动机
 C. 市场营销 D. 生产力
3. 人们购买空调所获得的实质产品是()。
 A. 空调机 B. 制造新鲜空气
 C. 良好的服务 D. 调节室内温度
4. 体积大的重型产品, 一般应采取()。
 A. 短渠道 B. 长渠道
 C. 宽渠道 D. 多渠道
5. 协助买卖成交、推销产品, 但对所经营产品没有所有权的中间商有()。
 A. 批发商 B. 中间商
 C. 代理商 D. 零售商
6. 在产品进入成熟期后, 总的发展趋势是()。
 A. 销售增长率下降, 利润率上升 B. 销售额持平, 利润额上升

- C.销售额缓慢上升，利润额持平 D.销售增长率和利润率均趋于下降
- 7.在社会市场营销观念中，所强调的利益应是()。
- A.公司利益 B.消费者利益
- C.公共利益 D.企业、消费者与公共利益的平衡
- 8.人类需求动机理论是由哪位学者提出的()。
- A.弗洛伊德 B.马斯洛
- C.赫茨伯格 D.麦克里兰
- 9.当面访问法与其他调查法相比，具有()的特点。
- A.费用较低，迅速及时 B.较为经济，被访问者有充分时间考虑
- C.费用较低，时间耗费较多 D.费用较多，时间耗费较多
- 10.消费者对 x 的需求曲线方程是 $P=25-5/3 \times Q$ ，当 x 的价格为 10 时，其价格需求弹性的绝对值为()
- A.1/3 B.2/5 C.2/3 D.3/2

三、多项选择题(在每小题的五个备选答案中，选出二至五个正确的答案，并将正确答案的序号分别填在题干的括号内，多选、少选、错选均不得分。每小题 2 分，共 10 分)

- 1.贷款交易的基本形式有()。
- A.期货 B.延期付款 C.分期付款
- D.预先付款 E.信用支付
- 2.期货交易的主体分为()两大类。
- A.套期保值者 B.期货交易所 C.期货结算所
- D.期货经纪行 E.投机商
- 3.广告的基本要素包括()。
- A.广告目的 B.广告的客体 C.广告的主体
- D.广告媒体 E.广告内容
- 4.以下哪些因素属于形式产品的范畴?()
- A.维修 B.安装 C.包装
- D.运送 E.商标
- 5.成本加成定价法是()之和。
- A.单位固定成本 B.单位可变成本 C.单位平均成本
- D.预期利润 E.消费税

四、判断题(判断下列各题，正确的在题后括号内打“√”，错的打“×”。每小题 1 分，共 8 分)

- 1.企业拥有的产品线越多,说明该企业的产品组合越有深度。()
- 2.对于任何一种商品,只要有消费者仍在使用它,则它的市场生命仍然没有结束。()
- 3.选择性渗透策略适用于消费者对价格有很强敏感性的产品。()
- 4.高档产品策略就是在一种产品线内增加高档高价产品项目,以增加现有产品的声望。
()
- 5.若供给曲线斜率为正时,则说明供给量与价格是正相关的。()
- 6.所有的吉芬品都是低档商品。()
- 7.企业通过产品组合扩充策略可以增强企业的竞争力。()
- 8.买期保值是指交易者在现货市场上卖出远期商品合同的同时,在期货市场买入同一品种、
同等数量的期货合同。()

五、名词解释(每小题 4 分,共 16 分)

- 1.需求
- 2.套期保值
- 3.商标
- 4.市场价格

六、简答题(每小题 6 分,共 24 分)

- 1.广告的特点。
- 2.简述产品采用低价策略适用的几种情况。
- 3.市场调查的意义。
- 4.推销人员应具备的素质。

七、论述题(共 12 分)

试述新产品导入期的特点与市场策略。