

自考网校 免费试听, 自考名师, 课件更新, 报名演示, 学习卡.



郭建华 韩旺辰 郝玉柱 张旭娟 孙茂竹 白薇

最权威的师资阵容

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 2005 年 7 月高等教育自学考试 市场营销策划试题 课程代码: 00184

一、单项选择题 (本大题共 20 小题, 每小题 1 分, 共 20 分)

在每小题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的, 请将其代码填写在题后的括号内。错选、多选或未选均无分。

- 下列各项不属于市场营销策划实施效果测评主要指标的是 ()
A. 销售收入 B. 利润收入 C. 市场占有率 D. 资产报酬率
- 长虹集团利用原有的技术、经验发展并增加了彩电的种类和品种, 这种做法是 ()
A. 水平多角化 B. 同心多角化 C. 集团多角化 D. 水平一体化
- 依据波特的企业竞争优势理论, 企业获得竞争优势的途径不包括 ()
A. 成本最低策略 B. 利润最大化策略
C. 产品差异化策略 D. 集中策略
- 进行营销调研的首要任务是 ()
A. 确定调研主题 B. 确定资料来源
C. 拟定实施计划 D. 选择调研方法
- 将年龄、性别、收入三个因素综合起来可以把服装市场细分为 32 个市场, 这种市场细分的是 ()
A. 单一变数法 B. 综合变数法
C. 系列变数法 D. 多因素分析法
- 麦当劳针对肯德基进行对比性广告宣传, 这是根据 ()
A. 产品特色定位 B. 所追求的利益定位
C. 竞争的需要定位 D. 使用者类型定位
- 下列不属于引入期的市场营销策略的是 ()
A. 快速撇取策略 B. 缓慢撇取策略
C. 快速渗透策略 D. 改进市场策略
- 白猫牌洗衣粉有 3 种规格 2 种配方, 则它的产品组合深度为 ()
A. 5 B. 6 C. 8 D. 9
- 影响价格的基本因素是 ()
A. 产品成本 B. 市场供求
C. 竞争状况 D. 经济环境
- 某企业为了增加胶卷的销量, 采用了降低照相机价格的方法, 这种产品组合定价策略

- 是 ()
- A. 替代产品定价 B. 互补产品定价
C. 副产品定价 D. 任选商品定价
11. 制造商不通过任何的中间商将产业用品直接销售给消费者, 这种分销渠道属于 ()
- A. 零层次渠道 B. 一层次渠道
C. 二层次渠道 D. 三层次渠道
12. 两家或两家以上的渠道成员在同一层次上联合, 共同开拓新的市场机会, 将资本、生产能力或营销资源进行密切合作, 以完成独家经营所不能达到的业绩, 这是 ()
- A. 垂直渠道 B. 多元渠道 C. 网络营销渠道 D. 水平渠道
13. 下列不属于建立销售人员报酬制度的原则的是 ()
- A. 现实原则 B. 参与式原则
C. 灵活激励原则 D. 相对稳定和指导原则
14. 企业为了减少培训时间, 迅速扩充销售力量, 在选拔人才时的最佳途径是 ()
- A. 上级领导部门推荐 B. 从企业内部选拔
C. 对外公开招聘 D. 人民群众推举
15. 广告“选品质, 选雀巢”的设计主调是 ()
- A. 理性化的设计主调 B. 情感化的设计主调
C. 道德化的设计主调 D. 说服性的设计主调
16. 下列不属于危机公关处理原则的是 ()
- A. 预防原则 B. 反馈原则 C. 诚实原则 D. 应急原则
17. 处理客户投诉的最后步骤是 ()
- A. 提出外理方案 B. 确定投诉处理部门
C. 总结评价 D. 实施处理方案
18. 对企业的行动不作出迅速反应或者反应不强烈, 这种竞争者反应模式属于 ()
- A. 选择型 B. 从容不迫型 C. 强烈型 D. 随机型
19. 某文具厂去年文具销售收入为 3 000 000 元, 销售折扣和折让为 200 000 元, 年平均资产占用额为 140 000 元, 则该企业的资产周转率为 ()
- A. 15 次 B. 20 次 C. 21.4 次 D. 25 次
20. 下列属于国际市场营销文化环境的是 ()
- A. 社会组织 B. 东道国的国际关系
C. 国民感情 D. 城市化水平

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有二个至五个是符合题目要求的, 请将其代码填写在题后的括号内。错选、多选、少选或未选均无分。

21. 在波士顿咨询集团模型法中企业明确了不同业务单位的内容之后, 要综合判断企业的业务组合是否正常, 并确定每一项业务单位的目标、战略和预算, 可选择的方案有 ()
- A. 增长策略 B. 降低策略 C. 保持策略
D. 收割策略 E. 放弃策略

22. 品牌数量决策包括 ()
- A. 统一品牌 B. 延伸品牌 C. 个别品牌
D. 个别的统一品牌 E. 统一的个别品牌
23. 新产品定价策略包括 ()
- A. 撇脂定价策略 B. 渗透定价策略 C. 满意定价策略
D. 毛利率定价策略 E. 差价定价策略
24. 渠道创新的表现为 ()
- A. 垂直渠道 B. 水平渠道 C. 单一渠道
D. 多元渠道 E. 网络营销渠道
25. 广告设计的原则包括 ()
- A. 主题性原则 B. 真实性原则 C. 简明性原则
D. 艺术性原则 E. 创新性原则

三、名词解释题 (本大题共 5 小题, 每小题 4 分, 共 20 分)

26. 集团多角化
27. 反市场细分
28. 市场营销信息系统
29. 独家分销
30. 推广折让

四、简答题 (本大题共 5 小题, 每小题 6 分, 共 30 分)

31. 企业经营信息有哪些?
32. 市场营销的调研方法有哪些?
33. 差价策略包括的具体策略有哪些?
34. 企业在产品生命周期的成长期采取的策略有哪些?
35. 控制渠道的方法有哪些?

五、论述题 (本大题共 2 小题, 每小题 10 分, 共 20 分)

36. 谈判策略是指谈判过程中所采用的方法和手段, 由于谈判对手的差异性和谈判情况的变化性, 企业应根据当时的具体情况采用适当的谈判策略。试述企业可能采取的谈判策略。
37. 论述产品组合定价策略的具体形式。