

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 ()
- 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。