

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 4 月高等教育自学考试 市场营销策划试题

课程代码: 00184

第一部分 选择题(共 30 分)

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。

1. 进行市场营销策划时, 要求策划人员从全局考虑问题, 这体现了市场营销策划的()
A. 目的性
B. 战略性
C. 动态性
D. 操作性
2. 下列各项不属于企业微观环境因素的是()
A. 竞争者
B. 顾客
C. 营销中介
D. 政治法律
3. 波士顿矩阵的纵向代表的是业务单位的()
A. 市场占有率
B. 市场吸引力
C. 市场增长率
D. 业务实力
4. 由调查人员将事先设计好的问卷或调查表当面发给调查对象, 并说明回答问题的要求, 留给被调查对象自行填写的调查方法是()
A. 留置问卷法
B. 邮寄询问法
C. 面谈访问法
D. 电话询问法
5. 宝洁公司不仅生产飘柔洗发水, 还针对消费者的不同发质推出了潘婷、海飞丝等其他品牌的洗发水, 这种目标市场策略是()
A. 无差异市场策略
B. 差异性市场策略
C. 密集性市场策略
D. 低成本市场策略
6. 对于在不同行业之间的交叉与结合部分出现的市场机会, 我们称之为()
A. 显性市场机会
B. 隐性市场机会
C. 行业市场机会
D. 边缘市场机会
7. 同一产品线中所增加的新产品项目沿用原产品线的品牌, 这是()
A. 品牌纵向扩展
B. 品牌横向扩展
C. 多品牌策略
D. 新品牌策略
8. 企业将铅笔、橡皮、直尺等文具放在同一包装袋内出售, 这是采用的()

- A.类似包装策略
B.等级包装策略
C.配套包装策略
D.再使用包装策略
- 9.某企业为了在 5 年之内收回房地产投资, 将房价定为 2000 元/平方米, 这种定价方法称为 ()
A.成本导向定价法
B.需求导向定价法
C.竞争导向定价法
D.投资回收定价法
- 10.某企业规定对提前 10 天付款者给予 3%的折扣, 提前 20 天付款者给予 5%的折扣, 这属于 ()
A.数量折扣
B.现金折扣
C.季节折扣
D.折让
- 11.制造商在某一市场仅仅选择几个有良好声誉、对产品的性能特点有充分了解的中间商来经销企业的产品, 这是 ()
A.密集性分销
B.选择性分销
C.广泛分销
D.独家分销
- 12.仅经营一类或少数几类产品, 经营范围狭窄, 但产品的规格型号齐全的零售商是 ()
A.便利店
B.百货公司
C.专卖店
D.服务行业
- 13.推销人员的一部分报酬是固定薪金支付, 另一部分以佣金形式支付的报酬形式是 ()
A.薪金制
B.佣金制
C.复合制
D.单一制
- 14.以一揽子交易、欲擒故纵、软磨硬拖、转移视线, 折中让价为主要内容的谈判策略为 ()
A.合作型谈判策略
B.进攻型谈判策略
C.防守型谈判策略
D.混合型谈判策略
- 15.如果一版报纸广告的支出是 10 000 元, 该报纸的发行量是 4 000 000 份。经调查, 在报纸的阅读者中, 有 50%的人将阅读广告, 则该广告的千人成本是 ()
A.5 元
B.6 元
C.7.5 元
D.12.5 元
- 16.下列不属于功能性公众的是 ()
A.金融业
B.零售商
C.消费者
D.行业协会
- 17.交叉比率等于毛利率乘以 ()
A.销售额构成
B.商品周转时间
C.总成本
D.商品周转率
- 18.一家大企业对整个市场全部占有, 其他企业基本上无法进入的市场称为 ()
A.完全竞争市场
B.垄断竞争市场
C.寡头竞争市场
D.完全垄断市场

19.企业的销售额和几个最大竞争者的销售额的百分比是()

- A.全部市场占有率
- B.目标市场占有率
- C.相对市场占有率
- D.细分市场占有率

20.产品出口的价格条件不包括()

- A.成本加运费价
- B.工厂交货价
- C.成本加成价
- D.成本加运费、保险费价

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.周边环境信息主要是指企业的微观外部环境信息和企业内部环境信息, 包括()

- A.企业的供应商
- B.企业的营销中介
- C.顾客
- D.社会公众
- E.竞争者

22.判断产品生命周期的方法有()

- A.曲线判断法
- B.类比判断法
- C.经验判断法
- D.销售增长率判断法
- E.比率增长判断法

23.销售人力结构包括()

- A.单一型
- B.地区型
- C.产品型
- D.顾客型
- E.复合型

24.影响广告预算制定的因素包括()

- A.产品生命周期
- B.目标市场的范围
- C.市场竞争状况
- D.销售目标
- E.企业财务条件

25.客户投诉的一般范围有()

- A.商品质量投诉
- B.商品价格投诉
- C.购销合同投诉
- D.货物运输投诉
- E.服务投诉

第二部分 非选择题(共 70 分)

三、名词解释题(本大题共 5 小题, 每小题 4 分, 共 20 分)

26.产品差异化策略

27.目标市场

28.垄断竞争市场

29.销售定额

30.产品组合

四、简答题(本大题共 5 小题，每小题 6 分，共 30 分)

- 31.市场细分的方法有哪些?
- 32.进行市场需求预测时一般采用哪些方法?
- 33.企业主动调整价格的形式及原因分别是什么?
- 34.推销人员演示面谈法包括哪几种?
- 35.危机公关处理的过程包括哪些?

五、论述题(本大题共 2 小题，每小题 10 分，共 20 分)

- 36.论衰退行业企业的竞争战略。
- 37.论述心理定价策略的形式。

