

- A. 符合政策要求
B.使顾客满意
C.价格具有竞争力
D.获得最大利润
- 5.在各种促销手段中，最有利于建立和培养友好关系，而且及时获得买主反应的方式是()
A. 广告
B.营业推广
C.人员推销
D.公共关系
- 6.下列各项中，_____不属于产品整体范畴。()
A.品牌
B.包装
C.价格
D.运送
- 7.一种商品在_____情况下，则需求量受价格变动的影晌大，所以企业在调整价格时应慎重考虑。()
A.需求弹性小
B.需求弹性大
C.收入弹性小
D.收入弹性大
- 8.下面_____促销方法有利于搞好企业与外界的关系，在公众中树立良好的企业形象，但其促销效果难以把握。()
A.公共关系
B.广告
C.人员推广
D.营业推广
- 9.哪个不是服装流行的特点?()
A. 周期性
B.短暂性
C.长期性
D.新奇性
- 10.下列_____属于市场营销的微观环境。()
A. 人口增长
B.社会购买力
C.竞争者
D.科学技术
- 11.品牌中可以用语言称呼、表达的部分是()
A. 品牌
B.商标
C.品牌标志
D.品牌名称
- 12._____市场的需求具有鲜明的可诱导性。()
A.产业
B.消费者
C.政府
D.中间商
- 13.消费者对日用品的购买多是从_____出发，并可以接受同质同类的替代品。()
A. 便利
B.价格
C.随机
D.个人心态
- 14.企业在原有服装款式的基础上，部分采用新技术、新材料制成的新产品是()

- A.全新产品
C.改进产品
- B.仿制新产品
D.换代产品
- 15._____是一种效果最好、费用最高的促销手段。()
- A.广告宣传
C.营业推广
- B.人员推销
D.公共关系
- 16.某商店经营以下四类产品, 适宜采用声望定价策略的是()
- A.小食品
C.高档化妆品
- B.儿童服装
D.文具用品
- 17.向顾客提供基本效用和利益是产品整体概念中的()
- A.有形产品
C.核心产品
- B.附加产品
D.期望产品
- 18.下列影响消费者购买行为的哪个因素不是社会因素? ()
- A. 身份地位
C.参照群体
- B.家庭
D.生活方式
- 19.取得信息的速度最快、时间最省、回答率最高的是()
- A. 电话调查
C.面谈调查
- B.留置调查
D.邮寄访问调查
- 20.按照人口的具体变量细分市场的方法就是_____细分。()
- A.地理
C.心理
- B.行为
D.人口

二、判断题(本大题共 10 小题, 每小题 1 分, 共 10 分)

判断下列各题, 正确的在题后括号内打“√”, 错的打“×”。

- 1.个性是指一个人带有倾向性的比较稳定的心理特征。()
- 2.观察法取得信息的速度最快、时间最省、回答率最高。()
- 3.消费者在购买日用消费品时最大的要求是便利, 且购买时不加挑选, 有时愿意接受替代品。()
- 4.消费者的心理对服装价格没有影响。()
- 5.一层分销渠道是指从生产者到消费者的分销渠道。()
- 6.代理商从事销售业务, 但不拥有商品所有权。()
- 7.目标市场中所有的市场机会都可以为企业所利用。()
- 8.主张把企业利益、消费者需求和社会福利三者统一起来的是现代市场营销观念。()

9.市场定位是指企业以独特的促销手段去争取有利的市场地位。()

10.消费品市场上的购买者大都缺乏专门的商品知识和市场知识。()

三、名词解释(本大题共 2 小题, 每小题 4 分, 共 8 分)

1.促销

2.无店铺销售

四、简答题(本大题共 4 小题, 每小题 8 分, 共 32 分)

1.服装流行的传播理论是什么?

2.简述服装消费者行为模式。

3.什么是流行生命周期? 分几个阶段?

4.服装市场定价决策包括哪些方面?

五、论述题(本大题 10 分)

服装业实体分配有何意义? 包括哪些内容?

