

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！

复核总分	
复核人	

二〇〇三年下半年全国高等教育自学考试

市场营销(一)试卷

(课程代码 2546)

总分	题号	一	二	三	四	五
	题分	20	10	20	30	20
合分人	得分					

第一部分 选择题 (共 30 分)

得分	评卷人	复查人

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。

- 厂牌中可以用语言称呼的部分叫  
A. 品牌                      B. 厂牌名称                      C. 商标                      D. 标志                      [     ]
- 销售渠道中只经过一个层次中间商的为  
A. 长渠道                      B. 短渠道                      C. 宽渠道                      D. 窄渠道                      [     ]
- 为促进消费者早日偿付欠款,以加速企业资金周转所给予的折扣叫做  
A. 现金折扣                      B. 交易折扣                      C. 季节折扣                      D. 数量折扣                      [     ]
- 产品的结构、材料、花色品种等方面作出改进的产品称为  
A. 全新产品                      B. 换代产品                      C. 仿制新产品                      D. 改进产品                      [     ]
- 人们在社会中生活,每个人都希望有亲人,希望有知心朋友,希望获关怀和友谊,这属于马斯洛需要层次理论中的  
A. 生存需要                      B. 安全需要                      C. 社交需要                      D. 自尊需要                      [     ]
- 市场营销观念有四个支柱:市场中心、协调的市场营销、盈利性和  
A. 企业导向                      B. 企业利益                      C. 企业需要                      D. 顾客导向                      [     ]
- 接受者广泛、稳定,信息可长期保存,可随时发稿,但也不容易形成美感的广告媒体是  
A. 报纸广告                      B. 杂志广告                      C. 电视广告                      D. 广播广告                      [     ]

市场营销(一)试卷第 1 页(共 8 页)

8. 在商品推销中,企业与消费者之间建立起某一方面的共同点来推动共同的心理流动趋势,这种效应叫做  
A.名人效应      B.定势效应      C.近因效应      D.自己人效应      [   ]
9. 消费品中的日用品、易耗品或具有高度统一标准的品种,如小工具、标准件等产品销售多采用  
A.密集分配      B.选择性分配      C.独家专营      D.经销和代销      [   ]
10. 表示商品制造者的商标称为  
A.销售商标      B.等级商标      C.制造商标      D.文字商标      [   ]
11. 满意定价策略属于  
A.新产品定价策略      B.心理定价策略  
C.比较定价策略      D.差别定价策略      [   ]
12. 津贴运费定价属于  
A.成本定价法      B.地理定价法      C.需求定价法      D.竞争定价法      [   ]
13. 一般来说,预期收益率与银行利率相比较,应该  
A.高一些      B.相等      C.低一些      D.有所区别      [   ]
14. 容易导致过分重视产品而不是重视消费者需求的观念是  
A.生产观念      B.产品观念      C.推销观念      D.市场观念      [   ]
15. 在环境恶化、资源短缺的情况下逐渐形成的营销观念是  
A.绿色营销观念      B.推销观念  
C.市场营销观念      D.社会市场营销观念      [   ]
16. 从期货市场运作的实际效果来看,期货市场起着调节供求关系和稳定  
A.市场供求      B.市场交易      C.期货价格      D.市场价格      [   ]
17. 市场划分为完全竞争市场、垄断竞争市场、寡头垄断市场、完全垄断市场,其依据的标准是  
A.空间结构      B.层次结构      C.竞争结构      D.商品结构      [   ]
18. 由主持预测的机构选择一些专家对要预测的问题独立进行推估和判断的方法称为  
A.专家意见法      B.顾客意见法      C.经理人员意见法      D.销售人员意见法      [   ]
19. 利用过去积累的统计资料或市场调整所取得的资料,进行分析计算和作出预测的方法称为  
A.经验判断法      B.定量预测法      C.计算分析法      D.回归判断法      [   ]
20. 下列属于产品组合策略的是  
A.缩减策略      B.改进产品系列策略  
C.寻找新的市场空间      D.努力提高产品质量      [   ]

得分	评卷人	复查人

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. 对广告媒体的选择,应根据下面哪些因素而具体确定  
A.不同商品      B.不同市场      C.不同目标      D.不同媒体特点      E.不同品牌  
[   ]

市场营销(一)试卷第 2 页(共 8 页)

22. 在需求函数中,影响商品需求量的因素包括  
A.人口 B.收入 C.消费者偏好  
D.商品本身价格 E.相关商品价格 【        】
23. 询问法中询问的方式主要有  
A.顾客意见法 B.当面询问法 C.电话询问法 D.书面询问法 E.观察法  
【        】
24. 产品组合的基本因素包括  
A.广度 B.深度 C.产品类别 D.外观 E.关联性  
【        】
25. 社会市场营销观念要求市场营销者在确定市场营销政策时,要考虑下面哪些因素之间的平衡  
A.公司利润 B.产品需求 C.国家利益 D.消费者需求 E.公共利益  
【        】

### 第二部分 非选择题 (共 70 分)

得分	评卷人	复查人

### 三、名词解释题(本大题共 5 小题,每小题 4 分,共 20 分)

26. 产品

27. 广告(狭义)

28. 间接渠道

市场营销(一)试卷第3页(共8页)

29. 需求

30. 中间商

得分	评卷人	复查人

四、简答题(本大题共 5 小题,每小题 6 分,共 30 分)

31. 商标的作用有哪些?

市场营销(一)试卷第 4 页(共 8 页)

32. 简述广告的内容。

33. 产品成熟期的市场营销策略有哪些?

市场营销(一)试卷第5页(共8页)

34. 心理定价有哪些策略?

35. 简述影响企业选择营销渠道的主要因素。

得分	评卷人	复查人

五、论述题(本大题共 2 小题,每小题 10 分,共 20 分)

36. 企业在制定营业推广策略时的实施步骤。



自考365  
www.zikao365.com

37. 试论述商标的策略。



市场营销(一) 试卷第8页(共8页)



2003 年下半年(10 月)高等教育自学考试全国统一命题考试

市场营销(一)试卷

参考答案及评分标准

一、单项选择题(每小题 1 分,共 20 分)

- |       |       |       |       |       |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 1. B  | 2. B  | 3. A  | 4. D  | 5. C  |
| 6. D  | 7. A  | 8. D  | 9. A  | 10. C |
| 11. A | 12. B | 13. A | 14. B | 15. D |
| 16. D | 17. C | 18. A | 19. B | 20. A |

二、多项选择题(每小题 2 分,共 10 分)

- |          |           |         |         |
|----------|-----------|---------|---------|
| 21. ABCD | 22. ABCDE | 23. BCD | 24. ABE |
| 25. ADE  |           |         |         |

三、名词解释题(每小题 4 分,共 20 分)

26. 任何能满足人们需要或欲望的东西。
27. 狭义的广告是指商业性广告,即以自办或委托办的方式,通过口头、文字、图画、实物陈列等多种形式的公开地向大众传播商品和劳务信息,并说服其购买的公开宣传活动。
28. 生产者通过若干中间环节将商品间接地售给消费者的一种商品流通渠道。
29. 在一定的时空条件和价格条件下,具有支付能力并愿意购买某种商品的欲望。
30. 所谓中间商就是指介于生产者与消费者间的商人。

四、简答题(每小题 6 分,共 30 分)

31. ①表示商品的出处;  
②促使企业重视和提高产品质量;  
③有助于产品的宣传和销售;  
④维护企业正当权益。
32. ①产品信息 ;  
②企业信息 ;  
③服务信息 。
33. ①开拓新市场  
②增加产品服务  
③调整市场营销组合策略

市场营销(一)试卷答案第 1 页(共 2 页)

34. ①尾数定价策略  
②整数定价策略  
③声望定价策略  
④特价商品定价策略  
⑤系列定价策略  
⑥心理折扣定价策略
35. ①产品因素  
②市场因素  
③企业因素  
④政府政策因素  
⑤环境因素

五、论述题(每小题 10 分,共 20 分)

36. 确定营业推广目标 ;确定营业推广方式 ;制定营销方案 ;组织实施方案  
;评估结果 。
37. ①统一商标策略 ;②个别商标策略 ;③无商标策略 ;④延伸商标策略  
;⑤利用他厂商标策略 ;⑥创新商标策略 。