

14. 下列促销方法中具有刺激消费需求的优点, 但它容易造成消费者对产品的误解, 使其对产品产生质量低、价格高等怀疑的是 ()

- A. 广告
B. 公共关系
C. 营业推广
D. 人员推销

15. 售价加成定价法属于 ()

- A. 成本加成定价法
B. 需求导向定价法
C. 习惯定价法
D. 竞争导向定价法

16. 对于有特色、品质优良, 难以仿制, 需求弹性小, 且市场供不应求的新产品定价应采用 ()

- A. 低价策略
B. 满意策略
C. 心理策略
D. 高价策略

17. 整数定价策略属于 ()

- A. 比较定价策略
B. 促销定价策略
C. 心理定价策略
D. 差别定价策略

18. 一家商店为了促进电视机销售, 采用了赊销的方式。规定付款期限为一个月, 在 10 天内付款的打折扣 5%, 20 天内打折扣 3%, 按期付款的无折扣优待。这种策略称为

()

- A. 现金折扣
B. 数量折扣
C. 交易折扣
D. 季节折扣

19. 根据前一段时期的平均增长率来预测下一阶段状况的一种预测方法称为 ()

- A. 百分比率法
B. 销售增长法
C. 纵向比较法
D. 横向对比法

20. 利用过去积累的统计资料或市场调查所取得的资料进行分析计算后作出预测的方法称为 ()

- A. 定量预测法
B. 定性预测法
C. 经验判断法
D. 专家意见法

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. 一般来说, 以人员推销为主适应的条件是 ()

- A. 产品市场很大, 且多属便利品
B. 企业规模小或无足够的资金推行完善的广告计划
C. 市场比较集中

五、简答题（本大题共 4 小题，每小题 5 分，共 20 分）

35. 企业促销手段主要有哪几种？
36. 市场调查的一般程序分为几个阶段？
37. 影响销售渠道的因素主要包括哪些？
38. 商标的策略有哪些？

六、论述题（本大题共 1 小题，15 分）

39. 试论新产品的基本特征。

自考365
www.zikao365.com

