分数： 60.0
完成日期：2010 年 12 月 24 日 22 点 58 分
说明： 每道小题括号里的答案是学生的答案，选项旁的标识是标准答案。

一、单项选择题。本大题共 20 个小题，每小题 2.0 分，共 40.0 分。在每小题给出的选项中，只有一项是符合题目要求的。

1. 下列哪种观念认为，消费者喜欢那些可以随处买得到而且价格低廉的产品。

(D)

A. 生产观念；

B. 产品观念；
C. 推销观念；
D. 市场营销观念；

2. 下列哪种做法为市场渗透（ ）。

(B)

A. 现有产品占领现有市场；

B. 新产品占领现有市场；
C. 现有产品占领新市场；
D. 新产品占领新市场；

3. 下列哪种做法为多元化经营（ ）。

(C)

A. 现有产品占领现有市场；
B. 新产品占领现有市场；
C. 现有产品占领新市场；
D. 新产品占领新市场；

4. 放弃策略适合那种战略业务单位（ ）

(B)

A. 金牛
B. 瘦狗

C. 问号
D. 明星

5. 保持策略适合那种战略业务单位（　　）。

(C)

A. 金牛

B. 瘦狗
C. 问号
D. 明星

6. 美国著名的两家办公设备生产商康柏和惠普的合并属于（　　）。

(C)

A. 后向一体化
B. 前向一体化
C. 水平一体化

D. 几者兼备

7. 下列关于企业力图进行多元化增长的原因不合理的是(　　)

(B)

A. 原有产品或服务需求规模与经营规模的有限性；
B. 企业拥有大量闲置的人力、物力和财力；

C. 外界环境与市场需求的变化性
D. 单一经营的风险性与多种经营的安全性

8. 对某家烟草公司来说，下列属于营销机会的是（　　）。

(B)

A. 国家颁布法令所有香烟的包装上都要注明：“吸烟有害健康”；
B. 发展中国家的吸烟人数迅速增加；

C. 地方政府禁止在公共场合吸烟；

D. 烟草的主要产地受到不良自然环境的影响；

9. 面对彩电市场的激烈竞争和日趋成熟的威胁，长虹开始步入空调制冷业务，这种做法属于（　　）。

(D)

A. 反抗；

B. 逃避

C. 减轻

D. 转移

10. 具有高机会并同时具有高威胁的业务属于（　　）。

(C)

A. 理想业务

B. 成熟业务

C. 冒险业务

D. 困难业务

11. 离婚率的上升可能导致下列哪种产品的市场显著增加（　　）

(B)

A. 婴儿食品

B. 住房

C. 化妆品

D. 自行车

12. 家庭结构的小型化有利于促进（　　）的销售

(A)

A. 小户型住房

B. 大户型住房
C. 旅行用品
D. 汽水

13. . 人口的老龄化将造成（　　）市场的壮大

(D)

A. 香烟
B. 旅行用品
C. 汽车
D. 保健品

14. . 个人收入必须要除去（　　）才是可支配收入

(A)

A. 所得税；

B. 房租
C. 保险
D. 分期偿还贷款

15. . 随着家庭收入的增加，（　　）方面的支出比例会下降。

(A)

A. 食品

B. 娱乐
C. 卫生保健
D. 教育

16. . 我们都有这样的经验，如果喜欢上了一件衣服，怎么看都觉得舒服；如果讨厌一件衣服，怎们看怎么不舒服。这种心理属于（　　）

(B)

A. 事物的客观反映；

B. 选择性扭曲；

C. 从众心理

17. 小王的爷爷看见其它的孩子都有电脑，建议其父母也买一台用于小王的学习，在这个过程中小王的爷爷属于(　　)

( )

A. 影响者
B. 决策者
C. 发起者

D. 购买者

18. 在众多大企业中求得生存的小企业，通常是市场的（　　）。

(D)

A. 市场主导者
B. 市场挑战者
C. 市场跟随者
D. 市场补缺者

19. 对食品市场进行细分，可以划分为婴儿食品、青年人食品、中年人食品和老年人食品，这种细分的标准是（　　）。

(B)

A. 地理细分；
B. 人口细分；

C. 心理细分；
D. 行为细分。

20. 面对如此众多的国家和地区的不同人群，可口可乐的碳酸饮料的味道大体一致，可口可乐公司采取了下列哪种市场战略（　　）。

(A)

A. 无差异市场营销；

B. 差异性市场营销；

C. 集中性市场营销；

二、多项选择题。本大题共 10 个小题，每小题 4.0 分，共 40.0 分。在每小题给出的选项中，有一项或多项是符合题目要求的。

1. 市场包含三个主要因素，即（　　）

(BCD)

A. 有某种需要的人；

B. 购买能力；

C. 购买欲望

D. 购买场所

2. 推销观念与市场营销观念的区别在于（　　）

(ABC)

A. 推销观念注重卖方需要；市场营销观念则注重买方需要；

B. 推销观念注重产品质量，多功能；市场营销观念注重满足顾客需要；

C. 推销观念考虑如何把产品变成现金；市场营销观念则考虑如何满足顾客需要；

D. 推销观念在发展中国家比较流行，市场营销观念则在发达国家盛行。

3. 市场营销组合中所包含的可控制变量很多，可以概括为（　　）。

(BCD)

A. 产品

B. 价格

C. 地点

D. 促销

4. 市场营销中介包括（　　）

(ABCD)

A. 供应商

B. 商人中间商

C. 代理中间商

D. 辅助商

5. 可支配个人收入要除去（　　）才是可随意支配个人收入

(ABCD)

A. 所得税
B. 房租

C. 保险

D. 分期偿还贷款

6. 影响消费者购买行为的主要因素包括（　　）。

(ACD)

A. 文化

B. 朋友

C. 社会

D. 心理

7. 组织市场可分为三种类型（　　）。

(ACD)

A. 家庭市场

B. 政府市场

C. 产业市场

D. 中间商市场

8. 产业购买者的行为类型大体有三种（　　）。

(ABD)

A. 直接重购；

B. 感性购买；
C. 修正重购；

D. 全新购买

9. 目标市场营销由三个步骤组成（　　）。

(ABD)

A. 市场调查

B. 市场细分

C. 目标市场选择

D. 市场定位

10. 有效的细分市场的条件是（　　）

(ABCD)

A. 可测量性

B. 可进入性

C. 可盈利性

D. 可区分性

10 个小题，每小题 2.0 分，共 20.0 分。

1.

市场营销是指个人和集体通过创造并同别人交换产品和价值以获得其所需所欲之物的一种社会过程。

(错误)

2.

负需求是指绝大多数人对某种产品感到厌恶，甚至愿意出钱回避它的一种需求状况。

(错误)

3.

.市场营销观念和社会市场营销观念的意义是相同的，都是注重卖方的利益最大化。

(正确)

4.

市场开发就是企业通过增加花色、品种、规格、型号等，向现有市场提供新产品或改进产品。

(错误)

5.

某大型酒类生产企业开始投资房地产行业，属于增长方式应当属于同心多元化。

(错误)

6.

市场营销环境是指影响企业与目标顾客建立并保持互利关系等营销管理能力的各种角色和力量。

(正确)

7.

可随意支配个人收入是指可支配个人收入减去消费者用于购买生活必需品的固定支出。

正确)

8.

马斯洛的需求层次理论认为，人的需求是可以变化的，可以从高层次向低层次发展，也可以从低层次向高层次发展。

(错误)

9.

市场定位是指企业针对潜在顾客的心理进行营销设计，创立产品、品牌或企业在目标顾客心目中的某种形象或某种个性特征，保留深刻的印象和独特的位置，从而取得竞争优势。

(正确)

10.

市场定位应该根据市场潜力的大小，而不应该考虑产品的特色。

(正确)

分数： 98.0
完成日期：2011 年 01 月 22 日 20 点 02 分
说明： 每道小题括号里的答案是学生的答案，选项旁的标识是标准答案。

一、单项选择题。本大题共 20 个小题，每小题 2.0 分，共 40.0 分。在每小题给出的选项中，只有一项是符合题目要求的。

1. 当市场不景气或原料、能源供应紧张时，适合采取（ ）。

(A)

A. 缩小产品组合

B. 扩大产品组合
C. 产品延伸

2. 企业原来生产低档产品，后来决定增加高档产品，属于（ ）。

(A)

A. 向上延伸

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：https://d.book118.com/195123303023011311