江西开放大学《汽车营销基础与实务》终结性考试复习题库（附答案）

一、单选题

1.属于服务市场营销与产品市场营销的差异性表现的是（）。

A、生产、零售和消费不同时发生

B、人不是产品的一部分

C、质量控制问题

D、产品可存储

答案：C

2.市场的三要素是（）。

A、人口、时间、购买力

B、人口、购买力、购买欲望

C、时间、空间、购买力

D、时间、地点、人口

答案：B

3.在马斯洛的需要层次理论中，处于人的需要最低层的是（）。

A、尊重的需要

B、生存和生理的需要

C、安全的需要

D、安全的需要

答案：C

4.顾客满意的是价格、品质、（）三因素的函数。

A、服务

B、质量

C、销售

答案：A

5.新车上牌时，若车主为企业，则必须携带企业代码证原件，汽车销售公司代办服务时，首先必须查看企业代码证的（）。

A、颁发单位

B、机构类型

C、代码号

D、有效期

答案：C

6.A 将 x 给 B 同时获得了 y，这是属于（）。

A、交换

B、交易

C、转让

D、A+B

答案：A

7.在发动机燃油喷射系统中，按喷油器数目分类可分为单点喷射、（）。

A、顺序喷射

B、多点喷射

C、分组喷射

D、同时喷射

答案：B

8.利用“快速掠取”策略适用于生命周期的（）。

A、投入期阶段

B、成长期阶段

C、衰亡期阶段

答案：A

9.中国汽车产业的外部环境包括经济、（）、人口、自然环境。

A、政策和法律

B、社会

C、世界

答案：A

10.促销工作的目的是（）。

A、沟通信息

B、让消费者立即购买

C、刺激消费者产生购买行为

答案：C

11.在（）条件下，卖主和买主只能是价格的接受者，而不是价格的决定者。

A、完全竞争

B、垄断竞争

C、寡头垄断

答案：A

12.生产企业把产品批发给批发商或交给代理商，由他们再交给零售商，最后销售给用户。此类型属于（）。

A、Ⅰ型渠道

B、Ⅱ型渠道

C、Ⅲ型渠道

D、Ⅳ型渠道

答案：B

13.能够衡量汽车产品组合的有广度，深度，（），相关度。

A、长度

B、宽度

C、热度

答案：A

14.哪种类型的客户通常成交周期量长（）。

A、主导型客户

B、杜交型客户

C、分析型客户

D、个体客户

答案：C

15.在我国，分布最为广泛，需求最为强劲，潜力最大的汽车需求区域是（）。

A、公务用车市场

B、商务用车市场

C、经营用车市场。

D、私人用车市场

答案：D

16.汽车销售公关实际的选择原则：求是原则、（）、深刻性原则、最大化原则。

A、利益原则

B、焦点原则

C、最小化原则

答案：B

17.产品的营销策略是为了获取最大利润，那么这种产品处于（）生命周期。

A、导入期

B、成熟期

C、成长期

答案：B

18.生产者在某一地区仅通过少数几个精心挑选的中间商来分销产品，这是（）分销策略。

A、选择

B、密集

C、独家

答案：A

19.就汽车营销来说，（）能为企业争取更多的客户。

A、完善的功能

B、低廉的价格

C、品牌车型

D、优质服务

答案：D

20.汽车销售员的基本能力包括观察能力、记忆能力、思维能力和（）。

A、劝说能力

B、应变能力

C、语言能力

答案：A

21.“丰田价值论”认为，销售人应该从以下产品性价比、（）、汽车使用成本。

A、汽车品牌

B、汽车服务领域

C、汽车残值

答案：C

22.从零售店产品品种、数目看，汽车配件主要零售销售形式（）、混合店、超级市场、分散销售。

A、专卖店

B、私家店

C、发展的客户

答案：A

23.汽车销售商应该以（）的名义代理汽车置换、租赁、贷款及牌照拍卖等方面的业务。

A、本销售公司

B、客户

C、汽车制造商

D、车主

答案：A

24.甲从一汽车销售公司买了车租给乙开，某天乙将车借给丙从上海开往南京，朋友丁搭乘此车，请问，对该汽车销售公司来说，谁是顾客（）。

A、甲和乙

B、甲

C、全是

D、都不是

答案：C

25.我国汽车市场总体上呈现出的特点之一是（）。

A、市场总需求快速增长，商用车尤为突出

B、自主开发能力强，国内汽车市场日趋国际化

C、市场环境市场秩序逐渐不规范

D、汽车交易和消费行为趋于理性化

答案：D

26.国际汽车市场主要表现出的特点是（）。

A、货车占据国际汽车市场的主导地位

B、轿车占据国际汽车市场的主导地位

C、客车占据国际汽车市场的主导地位

D、世界汽车出口格局发生了变化

答案：B

27.以总结产品特点的主要优势及其给目标顾客带来好处来结束产品的介绍叫()。

A、小点促进性成交

B、赞扬性成交

C、供应压力性成交

D、利益总结型成交

答案：D

28.汽车特许经销商可享有的权利有地区专营权、()、取得特许人帮助的权利。

A、产品知识

B、特许经营权

C、销售技能

答案：B

29.被保险人应在公安交通管理部门对交通事故处理结案之日起（）内向保险人提交能证明事故原因、性质、责任划分和损失确定等的必要单证。

A、7 天

B、48 小时

C、3 天

D、10 天

答案：D

30.（）以下哪一条是销售员基本能力中的核心。

A、劝说能力

B、观察能力

C、应变能力

D、交往能力

答案：A

31.汽车整车销售的主要形式是（）。

A、经销商

B、代理商

C、特约经销商

答案：C

32.汽车市场有效细分的条件是（）、可衡量性、可进入性、时效性。

A、反馈性

B、匿名性

C、差异性

答案：C

33.汽车企业与房地产企业是（）。

A、一般竞争者

B、欲望竞争者

C、品牌竞争者

答案：B

34.现代汽车营销的理念是：（）

A、销售员是销售过程中的主体，是联系企业与顾客的纽带

B、用适当的方法和技巧，在满足企业需求的同时，更好地满足客户的需求

C、建立良好的个人、企业、商品形象，注重长期效益

D、保持与顾客的联系，提供尽善尽美的售后服务

答案：B

35.引起注意；产生兴趣；产生联想；（）；比较产品；下决心购买是顾客购买心理的六个阶段。

A、激起欲望

B、拜访客户

C、赠送纪念品

D、提供咨询

答案：A

36.汽车销售过程中的服务主要包括购车咨询、保险、（）。

A、上牌

B、上路

C、购车

答案：A

37.汽车价格的结构要素有流通成本，（），国家税金，企业利润。

A、流通费用

B、普通费用

C、自然损耗

答案：A

38.汽车营销的理念是：（）。

A、销售员是销售过程中的主体，是联系企业与顾客的纽带

B、用适当的方法和技巧，满足顾客的某种需要带来，在满足顾客需要同时获得企业利益

C、建立良好的个人、企业、商品形象，注重长期效益

D、保持与顾客的联系，提供尽善尽美的售后服务

答案：B

39.属于中国轿车营销模式的有代理制营销模式、特许营销模式、（）、网络营销模式。

A、多品牌营销模式

B、少品牌营销模式

C、大品牌营销模式

答案：A

40.以下选项，不属于销售人员职责的是（）。

A、销售产品，完成指标

B、收集信息，提供服务

C、提高业务素质，丰富产品知识

D、沟通关系，树立形象

答案：C

41.市场竞争不是产品本身之争，而是（）之争。

A、价格

B、服务

C、顾客观念

答案：C

42.市场细分在本质上是按照（）进行的。

A、购买力差别

B、需求差别

C、个性差别

答案：B

43.商品的售后服务真正目的在于（）。

A、商品信誉的维护

B、商品资料的提供

C、维系客户

D、销售服务中承诺的履行

答案：C

44.销售员要使市场信息反馈工作（）。

A、制度化、规范化

B、制度化、经常化

C、规范化、经常化

D、制度化、系统化

答案：B

45.以高价格和低促销费用将新产品推入市场是属于（）。

A、快速掠取策略

B、缓慢掠取策略

C、快速渗透策略

D、缓慢渗透策略

答案：B

46.一般汽车的传动系主要是由离合器，（），万向节，传动轴。

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/578010006006006025