

市场营销学-福州大学-中国大学MOOC慕课答案

第一章测试

1、单选题：市场营销活动的核心是

选项：

- A、销售
- B、购买
- C、交易
- D、交换

参考：【**交换**】

2、单选题：某造纸企业在制定市场营销策略时，在考虑消费者需要和企业利润的同时，还兼顾到社会利益，该企业所奉行的营销观念属于

选项：

- A、推销观念
- B、市场营销观念
- C、生态营销观念
- D、社会市场营销观念

参考：【**社会市场营销观念**】

3、单选题：市场营销观念与客户观念的最大不同点在于客户观念强调

选项：

- A、满足每一个子市场的需要
- B、满足市场上某一个子市场的需要
- C、满足每一个客户的特殊需要
- D、满足市场上大多数客户的需要

参考：【**满足每一个客户的特殊需要**】

4、单选题：2007年某新款轿车上市销售，由于市场需求量过大而使消费者无法立即买到现车，若想立刻提车则需加价2万元，这种需求状况属于

选项：

- A、负需求
- B、潜伏需求
- C、充分需求
- D、过量需求

参考：【**过量需求**】

5、单选题：某家用电器企业不仅生产经营家电类产品，还跨行业经营房地产、机械、农副产品等多种业务，这种战略是

选项：

- A、市场渗透战略
- B、市场开发战略
- C、产品开发战略
- D、多元化经营战略

参考：【**多元化经营战略**】

6、单选题：某饮料生产企业向老年人、中年人、青年人等几个子市场销售同一种产品，该企业所使用的目标市场选择策略是

选项：

- A、市场集中化
- B、选择专业化
- C、产品专业化
- D、市场专业化

参考：【**产品专业化**】

7、单选题：国内某家电企业，利用自己在商标、技术、市场、资金等方面的优势，通过兼并收购其它家电企业来壮大自己，该企业采用的一体化增长方式属于

选项：

- A、水平一体化
- B、前向一体化
- C、后向一体化
- D、同心多元化

参考：【**水平一体化**】

8、单选题：生产化肥的企业又投资农药项目，这种多元化增长方式属于

选项：

- A、集团多元化
- B、水平多元化
- C、同心多元化
- D、垂直多元化

参考：【**水平多元化**】

9、单选题：某家电生产企业从其目标市场的顾客中，按照随机原则抽取了50名顾客进行问卷调查以了解目标顾客对其产品的认知、偏好等原始信息，该企业这种收集原始数据的方法属于

选项：

- A、观察法
- B、实验法
- C、调查法
- D、专家估计法

参考：【**调查法**】

10、单选题：目前多数国内家电制造企业在顾客购买其生产的家用电器后，会主动的与顾客联系，征求顾客的意见，这在关系营销中属于

选项：

- A、基本型关系营销
- B、负责型关系营销
- C、能动型关系营销
- D、鼓动型关系营销

参考：【**负责型关系营销**】

11、单选题：低机会和低威胁的业务属于

选项：

- A、理想业务

- B、冒险业务
- C、成熟业务
- D、困难业务

参考：【**成熟业务**】

12、单选题：下列不属于市场营销微观环境因素的是

选项：

- A、供应者
- B、竞争者
- C、企业
- D、亚文化群

参考：【**亚文化群**】

13、单选题：铁路公司与航空公司都提供客运服务，两者的竞争关系属于

选项：

- A、愿望竞争者
- B、一般竞争者
- C、产品形式竞争者
- D、品牌竞争者

参考：【**一般竞争者**】

14、单选题：向企业供应原材料、部件、能源、劳动力和资金等资源的企业或组织称为

选项：

- A、供应商
- B、商人中间商
- C、辅助商
- D、代理中间商

参考：【**供应商**】

15、单选题：对于品牌差异不大，消费者不经常购买，而购买时又有一定风险的产品，消费者一般会货比三家后决定购买，消费者的这种购买行为属于

选项：

- A、习惯型购买行为
- B、变换型购买行为
- C、协调型购买行为
- D、复杂型购买行为

参考：【**协调型购买行为**】

16、单选题：中间商决定经营多家制造商生产的各种型号、规格的同类产品，这种配货决策属于

选项：

- A、独家配货
- B、专深配货
- C、广泛配货
- D、杂乱配货

参考：【**专深配货**】

17、单选题：对竞争对手在任何方面的进攻都会迅速、强烈地作出反应的竞争者是

选项：

- A、随机型竞争者
- B、从容不迫型竞争者
- C、选择型竞争者
- D、凶猛型竞争者

参考：【**凶猛型竞争者**】

18、单选题：某连锁超市用“天天低价”的口号来吸引一些精打细算的顾客，该超市的市场定位属于选项：

- A、产品特色定位
- B、顾客利益定位
- C、使用者定位
- D、竞争定位

参考：【**顾客利益定位**】

19、单选题：洗衣机行业市场竞争较为激烈，消费者需求日益多样化，企业此时适宜使用的目标市场战略是

选项：

- A、差异性市场营销
- B、无差异市场营销
- C、集中性市场营销
- D、大量市场营销

参考：【**差异性市场营销**】

20、单选题：某公司原来生产微波炉，现在扩展到生产空调、橱柜、洗碗机等产品，该公司的这种做法属于

选项：

- A、增加产品组合的宽度
- B、增加产品组合的长度
- C、增加产品组合的深度
- D、增加产品组合的高度

参考：【**增加产品组合的长度**】

21、单选题：在产品生命周期的介绍期，市场容量很大，消费者对这种产品不熟悉，但对价格非常敏感，潜在竞争激烈，企业随着生产规模的扩大可以降低单位生产成本的情况下，适宜采用的市场营销策略是

选项：

- A、快速撇脂策略
- B、缓慢撇脂策略
- C、快速渗透策略
- D、缓慢渗透战略

参考：【**快速渗透策略**】

22、单选题：企业对于不同季节、不同时期甚至不同钟点的产品或服务分别制定不同的价格，这种定价策略是

选项：

- A、顾客差别定价
- B、产品形式差别定价

C、产品部位差别定价

D、销售时间差别定价

参考：【销售时间差别定价】

23、单选题：某电梯制造厂在北京地区仅仅通过2个精心挑选的、最合适的中间商来推销其产品，这种分销策略是

选项：

A、密集分销

B、选择分销

C、独家分销

D、直复营销

参考：【选择分销】

24、单选题：某空调制造商与其批发商在服务、物流、价格和促销等方面发生冲突，这种冲突称之为选项：

A、垂直渠道冲突

B、水平渠道冲突

C、多渠道冲突

D、渠道系统冲突

参考：【垂直渠道冲突】

25、单选题：促销从本质上说是一种卖方与买方的信息传播沟通，这种信息沟通的特征是选项：

A、从买方向卖方传播沟通

B、从卖方向买方传播沟通

C、一次性的双向传播沟通

D、反复循环的、双向式的传播沟通

参考：【反复循环的、双向式的传播沟通】

26、多选题：市场营销信息系统是企业收集、处理并利用相关环境数据的工具。一般由四个子系统构成，它们是

选项：

A、内部报告系统

B、市场营销情报系统

C、市场营销调研系统

D、市场营销分析系统

参考：【内部报告系统#市场营销情报系统#市场营销调研系统#市场营销分析系统】

27、多选题：影响消费者购买行为的因素较多，下列属于社会因素的有选项：

A、参照群体

B、家庭

C、社会角色

D、年龄

参考：【参照群体#家庭#社会角色】

28、多选题：市场主导者为了维护自己的优势，保住自己的领先地位，通常可以采取的战略有选项：

- A、扩大市场需求总量
- B、保护市场占有率
- C、提高市场占有率
- D、跟随竞争者

参考：【扩大市场需求总量#保护市场占有率#提高市场占有率】

29、多选题：企业的社会责任有

选项：

- A、保护消费者权益
- B、保护员工权益
- C、保护社会的利益和发展
- D、保护社会自然环境

参考：【保护消费者权益#保护社会的利益和发展#保护社会自然环境】

30、多选题：绿色营销实施过程包括四个步骤，它们是

选项：

- A、树立绿色营销观念
- B、收集绿色需求信息
- C、制定绿色营销战略
- D、确定绿色营销组合

参考：【树立绿色营销观念#收集绿色需求信息#制定绿色营销战略#确定绿色营销组合】

第二章测试

1、单选题：某葡萄酒厂拟开发新市场，但调研结果表明该地的消费者不喜欢喝葡萄酒，此时该企业应采取的调节市场需求的策略是

选项：

- A、维持营销策略
- B、改变营销策略
- C、降低营销策略
- D、刺激营销策略

参考：【刺激营销策略】

2、单选题：酒香不怕巷子深所体现出的企业市场营销哲学是

选项：

- A、生产观念
- B、市场营销观念
- C、销售观念
- D、产品观念

参考：【产品观念】

3、单选题：某类业务市场销售增长率大于10%，市场份额与最大竞争对手的市场份额比值大于1.0，该类业务属于

选项：

- A、问号类
- B、金牛类
- C、明星类

D、瘦狗类

参考：【**明星类**】

4、单选题：最富有灵活性，但是花费成本较高的调查方法是

选项：

A、电话访问

B、邮寄问卷

C、人员访问

D、试验法

参考：【**人员访问**】

5、单选题：进行市场预测时，首先由销售人员根据自己的判断，做出自己认为可靠的销售预测，然后再由主要部门加以综合的定性预测方法是

选项：

A、购买者意见法

B、销售人员意见综合法

C、专家意见法

D、市场试销法

参考：【**销售人员意见综合法**】

6、单选题：房地产公司和汽车制造公司之间互为

选项：

A、愿望竞争者

B、平行竞争者

C、品牌竞争者

D、形式竞争者

参考：【**愿望竞争者**】

7、单选题：广告公司在市场营销中介中属于

选项：

A、供应商

B、商人中间商

C、代理中间商

D、辅助商

参考：【**辅助商**】

8、单选题：按照马斯洛的需要层次理论，最高层次的需要是

选项：

A、生理需要

B、安全需要

C、自我实现需要

D、社会需要

参考：【**自我实现需要**】

9、单选题：市场补缺者的制胜之道是

选项：

A、有效的分销策略

B、专业化经营

C、产品创新

D、促销创新

参考：【**专业化经营**】

10、单选题：美国A时装公司生产妇女时装，分别设计成朴素型、时髦型、知识型和优雅型等 不同款式，该市场细分的依据是心理细分，具体是

选项：

A、生活方式

B、人格

C、社会阶层

D、使用者情况

参考：【**生活方式**】

11、单选题：无差异目标市场战略适主要用的情况是

选项：

A、企业实力较弱

B、市场同质性

C、市场竞争者多

D、消费需求复杂

参考：【**市场同质性**】

12、单选题：企业进行市场定位的核心内容是

选项：

A、不断降低产品的成本

B、设计和塑造产品特色或个性

C、明确竞争对手和竞争目标

D、弄清消费者的需求差异

参考：【**设计和塑造产品特色或个性**】

13、单选题：人们购买洗衣机所获得的核心产品是

选项：

A、洗衣机本身

B、清洁衣物的效用或利益

C、终身保修

D、优质品牌

参考：【**清洁衣物的效用或利益**】

14、单选题：14.某企业有5条产品线，它们的产品项目数分别是4、7、6、5、2，那么该企业的产品组合的宽度和长度分别为

选项：

A、5,7

B、11,13

C、5,11

D、5, 24

参考：【**5, 24**】

15、单选题：产品生命周期指的是

选项：

- A、产品使用寿命
- B、产品物理寿命
- C、产品合理寿命
- D、产品市场寿命

参考：【产品市场寿命】

16、单选题：电视机从黑白电视机发展到彩色电视机，这属于选项：

- A、全新产品
- B、改进产品
- C、换代产品
- D、仿制产品

参考：【换代产品】

17、单选题：企业定价时价格最高界限的决定因素是选项：

- A、竞争
- B、固定成本
- C、需求
- D、总成本

参考：【需求】

18、单选题：京奥运会某场比赛的门票以座位所在区位不同，价格分别为880元，680元，480元，280元，180元不等。该定价策略属于差别定价策略，具体为选项：

- A、产品部位差别定价
- B、顾客差别定价
- C、销售时间差别定价
- D、产品形式差别定价

参考：【产品部位差别定价】

19、单选题：中国服装设计师李××设计的女士服装以典雅、高贵享誉中外。在国际市场，每件李××牌中式旗袍售价高达1000美元，这种定价策略属于选项：

- A、声望定价
- B、基点定价
- C、招徕定价
- D、需求导向定价

参考：【声望定价】

20、单选题：生产啤酒、饮料这些便利品的企业，一般情况下采取的分销策略是选项：

- A、独家分销
- B、选择分销
- C、无店铺分销
- D、密集分销

参考：【密集分销】

21、单选题：价格昂贵的产业用品一般适合采取的渠道是

选项：

- A、短而窄
- B、短而宽
- C、长而窄
- D、长而宽

参考：【短而窄】

22、单选题：某企业按照每元广告支出带来100元的销售收入计算，当预定明年销售额为1000万元时，就为市场部门安排了10万元广告使用费，这种确定广告预算的方法是

选项：

- A、量力而行法
- B、销售百分比法
- C、竞争对等法
- D、目标任务法

参考：【销售百分比法】

23、单选题：促销的本质是

选项：

- A、信息沟通
- B、广告
- C、选择
- D、公关

参考：【信息沟通】

24、单选题：人员销售的最大缺点是

选项：

- A、针对性不足
- B、成本高，接触顾客量大
- C、用户可能不接受
- D、成本高，接触顾客有限

参考：【成本高，接触顾客有限】

25、单选题：描述特定品牌的目标、战略和战术的计划是

选项：

- A、产品计划
- B、市场计划
- C、品牌计划
- D、职能计划

参考：【品牌计划】

26、多选题：下列属于企业可控的因素是

选项：

- A、产品
- B、政治
- C、价格

D、促销

参考：【产品#价格#促销】

27、多选题：多因素投资组合矩阵中的红色地带应采取的战略是

选项：

A、发展

B、收割

C、放弃

D、增加投资

参考：【收割#放弃】

28、多选题：在确定了战略目标和进攻对象之后，市场挑战者可选择的进攻战略有

选项：

A、正面进攻

B、侧翼进攻

C、包围进攻

D、迂回进攻

参考：【正面进攻#侧翼进攻#包围进攻#迂回进攻】

29、多选题：有效市场细分的条件是

选项：

A、可测量性

B、可比较性

C、可进入性

D、可盈利性

参考：【可测量性#可进入性#可盈利性】

30、多选题：供应链的主要特征有

选项：

A、复杂性

B、动态性

C、交叉性

D、面向用户需求

参考：【复杂性#动态性#交叉性#面向用户需求】

第三章测试

1、单选题：发展市场营销组合

选项：

A、改变市场营销

B、刺激市场营销

C、维持市场营销

D、协调市场营销

参考：【维持市场营销】

2、单选题：1. 企业在制定营销政策时，要统筹兼顾三方面的利益，即企业利润、消费者需要的满足和社会利益，这种营销管理哲学是

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/636135153231010042>