

市场营销学-河南牧业经济学院-中国大学MOOC慕课答案

第一章 章节测试

1、单选题：6.管理大师彼得·德鲁克说“营销的目的是使（ ）成为多余的”。

选项：

- A、营销
- B、推销
- C、促销
- D、交换

参考：【**推销**】

2、单选题：下面不属于现代市场营销理念的是（ ）。

选项：

- A、营销理念
- B、.推销理念
- C、社会营销理念
- D、.关系营销理念

参考：【**.推销理念**】

3、多选题：科特勒认为全面营销理念包括（ ）：

选项：

- A、关系营销
- B、整合营销
- C、内部营销
- D、社会营销

参考：【**关系营销#整合营销 #内部营销#社会营销**】

4、多选题：美国学者舒尔茨提出的4C营销理论，包含（ ）要素。

选项：

- A、顾客
- B、成本
- C、便利
- D、沟通

参考：【**顾客#成本#便利#沟通**】

5、多选题：数字化营销的驱动力可以归纳为以下（ ）根本性力量。

选项：

- A、连通性
- B、去中介化
- C、去中心化
- D、跨界融合

参考：【**连通性#去中介化#去中心化#跨界融合**】

6、填空题：市场营销的核心是：（ ）。

参考：【**交换**】

7、填空题：.制定营销战略的步骤是：（）——目标市场选择——市场定位。

参考：【**市场细分**】

8、填空题：美国学者舒尔茨提出了以（）导向的营销组合理论，即4C理论。

参考：【**顾客满意**】

9、填空题：市场营销学的产生与发展经历了：形成阶段、（）、发展阶段、繁荣阶段。

参考：【**应用阶段**】

10、填空题：企业在社会营销理念下，应该在企业、（）和社会三者之间保持平衡。

参考：【**顾客**】

第二章 章节测试

1、单选题：6.顾客感知的效果 < 期望，顾客会（）。

选项：

- A、不满意
- B、基本满意
- C、高度满意
- D、满意

参考：【**不满意**】

2、单选题：由于企业原因导致的顾客流失，可能的原因有（）。

选项：

- A、产品和服务价格过高
- B、质量可靠
- C、款式新颖
- D、配套充足

参考：【**产品和服务价格过高**】

3、多选题：数字化时代吸引顾客的新媒体方式有（）。

选项：

- A、互联网
- B、电脑
- C、手机
- D、杂志

参考：【**互联网#电脑#手机**】

4、多选题：企业通常可以采用以下哪种方法来留住顾客？（）

选项：

- A、为顾客提供不断升级的具有卓越价值的产品和服务
- B、降低顾客的转换成本、弱化转换壁垒
- C、用顾客参与企业产品与服务的研发、营销的方式来吸引并维系顾客
- D、忽视顾客提出的问题和建议

参考：【**为顾客提供不断升级的具有卓越价值的产品和服务#用顾客参与企业产品与服务的研发、营销的方式来吸引并维系顾客**】

5、多选题：企业在进行市场营销活动时可能采取的策略（）。

选项：

- A、增加财务利益
- B、增加社交利益
- C、增加结构性利益
- D、增加友谊

参考：【增加财务利益#增加社交利益#增加结构性利益】

6、填空题：（）是指顾客将一种产品的可感知的效果与其期望值相比较后，所形成的愉悦或失望的感觉。

参考：【顾客满意】

7、填空题：顾客关系的建立与发展是一个长期渐进的过程，主要包括：（）、促成交易、转化成员。

参考：【识别顾客】

8、填空题：顾客关系是企业与（）以及广义的供应商、销售商等利益相关者的经济性和社会性的联系。

参考：【消费者】

9、填空题：（）关系下，企业会更加积极地与顾客进行沟通，以使顾客参与到产品的改进以及新产品的开发当中来。

参考：【主动型】

10、填空题：（）是企业与顾客、供应商、分销商等关键成员建立长期满意关系的实践活动，目的是保持与企业关键成员之间的长期交易关系。

参考：【关系营销】

第三章 章节测试

1、单选题：6.“底层的力量”正是互联网的魅力所在，这种力量主要体现在三种类型的同类聚合上，下面不属于同类集合的是（）。

选项：

- A、价值观聚合
- B、认同感聚合
- C、情绪聚合
- D、兴趣聚合

参考：【认同感聚合】

2、单选题：互联网生态下产品的价值更多体现为（），而非过去强调的性价比或者品牌体验。

选项：

- A、互动价值
- B、服务价值
- C、品牌价值
- D、实用价值

参考：【互动价值】

3、单选题：下面不属于对购买者的外部环境刺激是（）。

选项：

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/698073136133006032>