
浙江 2023 年自考公共课考试：市场营销策 划历年真题汇编

（共 98 题）

1、从危机产生的原因看，营销危机的类型可以分为（多选题）

- A. 企业面临的市场危机
- B. 企业环境变化导致的危机
- C. 企业内部的危机
- D. 市场竞争导致的危机
- E. 产品质量导致的危机

试题答案：B,C

2、营销危机公关处理的原则有（多选题）

- A. 主动原则
- B. 预防原则
- C. 诚实原则
- D. 规避原则
- E. 应急原则

试题答案：B,C,E

3、企业的战略强调的是如何利用外界环境中的机会，充分运用企业的资源，以求得企业的发展，宜采用这一竞争战略的企业是（单选题）

- A. 稳定型企业
- B. 紧缩型企业
- C. 增长型企业
- D. 所有的企业

试题答案：C

4、推销员利用商品的实惠引起顾客的注意和兴趣，然后转入面谈的接触方法是（单选题）

- A. 好奇接触法
- B. 产品接触法
- C. 利益接触法
- D. 问题接触法

试题答案：C

5、广告效果的测定方法主要有（多选题）

- A. 生理反应测定法
- B. 市场调查法
- C. 电话调查法
- D. 销售效果测定法
- E. 认识程度测定法

试题答案：A,D,E

6、某食品企业为其生产的不同质量等级的五种月饼分别设计和使用了相应的包装，该企业的包装策略最可能是（单选题）

- A. 配套包装策略
- B. 类似包装策略
- C. 等级包装策略
- D. 附赠品包装策略

试题答案：C

7、对现有产品的质量、特点、外观款式、包装加以全面或局部改良之后生产出来的产品可称之为（单选题）

- A. 全新产品
- B. 换代新产品

-
- C. 改良新产品
 - D. 重新定位产品

试题答案：C

8、目前经常采用的包装策略主要有（多选题）

- A. 类似包装策略
- B. 配套包装策略
- C. 等级包装策略
- D. 附赠品包装策略
- E. 再使用包装策略

试题答案：A,B,C,D,E

9、市场开发的增长方式属于（单选题）

- A. 密集式增长
- B. 一体化增长
- C. 开放式增长
- D. 多角化增长

试题答案：A

10、维持策略通常会在产品生命周期的哪一个阶段实施？（单选题）

- A. 引入期
- B. 成长期
- C. 成熟期
- D. 衰退期

试题答案：D

11、营销者在市场营销策划活动中对自己的一切业务行为本身及其后果承担政治的、法律的、经济的、道义的责任，这一市场营销道德策划的基本原则是（单选题）

-
- A. 诚信原则
 - B. 负责原则
 - C. 公平原则
 - D. 互利原则

试题答案：B

12、下列不是契约式进入国际市场的方式是（单选题）

- A. 许可贸易
- B. 特许经营
- C. 合同生产
- D. 合作组织

试题答案：D

13、改进产品策略通常应该在产品生命周期的哪一个阶段实施？（单选题）

- A. 引入期
- B. 成长期
- C. 成熟期
- D. 衰退期

试题答案：C

14、影响广告预算制定的因素有（多选题）

- A. 产品生命周期
- B. 目标市场的范围
- C. 市场竞争状况
- D. 销售目标
- E. 企业财务条件

试题答案：A,B,C,D,E

15、在新产品市场试销阶段，如一新产品的试用率低而重购率高，企业应该采取的对策是（单选题）

- A. 继续发展
- B. 改进新产品
- C. 加强促销
- D. 放弃

试题答案：C

16、企业的战略强调的是如何利用外界环境中的机会，充分运用企业的资源，以求得企业的发展，宜采用这一竞争战略的企业是（单选题）

- A. 稳定型企业
- B. 紧缩型企业
- C. 增长型企业
- D. 所有的企业

试题答案：C

17、现代市场营销策划是通过克服交换障碍而实现互利互惠的交换活动，这一要求体现的市场营销道德策划的基本原则是（单选题）

- A. 诚信原则
- B. 负责原则
- C. 公平原则
- D. 互利原则

试题答案：D

18、下列不是契约式进入国际市场的方式是（单选题）

- A. 许可贸易
- B. 特许经营
- C. 合同生产

D. 合作组织

试题答案：D

19、来自企业的供应商、营销中介、顾客、竞争者、社会公众以及公司内部参与营销决策的各个部门的信息称之为 。（单选题）

A. 宏观环境信息

B. 周边环境信息

C. 微观环境信息

D. 企业经营信息

试题答案：B

20、改进产品策略通常应该在产品生命周期的哪一个阶段实施？（单选题）

A. 引入期

B. 成长期

C. 成熟期

D. 衰退期

试题答案：C

21、产品衰退期可采取的市场策略有（多选题）

A. 维持策略

B. 集中策略

C. 收缩策略

D. 果断放弃策略

E. 转移策略

试题答案：A,B,C,D,E

22、细分市场的容量要能够保证企业获得足够的经济效益，这一要求遵循的市场细分原则是（单选题）

A. 性

B. 可衡量性

C. 可进入性

D. 效益性

试题答案：D

23、集声音、形象、音乐于一体，及时迅速，感染力强，但针对性差，费用高的广告媒体是（单选题）

A. 报纸

B. 广播

C. 互联网

D. 电视

试题答案：D

24、品牌的标志设计应该与众不同，能反映产品的个性、能给消费者留下深刻的印象，这一品牌设计的要求是（单选题）

A. 独特性

B. 通俗性

C. 简洁性

D. 艺术性

试题答案：A

25、在进行市场预测时，可以根据已知的市场现象，对类似市场现象的未来作出判断，这一做法是遵循市场营销预测的（单选题）

A. 相关性原则

B. 连贯性原则

C. 类推性原则

D. 综合性原则

试题答案：C

26、在市场定位中，将自己产品的某些特点同人们十分熟悉的东西联系起来，让人们接受自己的产品，这一定位策略是（单选题）

- A. 根据产品特色定位
- B. 根据特定的场合及用途定位
- C. 根据追求的利益定位
- D. 根据使用者的类型定位

试题答案：B

27、增长策略的目标是增加业务单位的市场份额，有时为了达到这一目标甚至不惜牺牲企业的短期利润，这一发展方式最合适的业务单位是（单选题）

- A. 问题类
- B. 明星类
- C. 现金牛类
- D. 瘦狗类

试题答案：A

28、策划的核心是（单选题）

- A. 目标
- B. 创意
- C. 资源
- D. 信息

试题答案：B

29、产品开发的成长方式属于（单选题）

- A. 多角化增长
- B. 一体化增长
- C. 开放式增长
- D. 密集式增长

试题答案：D

30、消费者信息是从电视、广播、报纸杂志等大众传媒体所获得的，其来源应是（单选题）

- A. 商业来源
- B. 公共来源
- C. 个人来源
- D. 经验来源

试题答案：B

31、有可能成为竞争对手的企业，实际上并不相互为敌，又有所不为，各得其所，有这种特点的战略应该是（单选题）

- A. 值得警惕的战略
- B. 直接与竞争对手竞争的战略
- C. 使竞争对手难以反击的战略
- D. 不战而胜的战略

试题答案：D

32、下列商品中最可能采用独家分销渠道策略的是（单选题）

- A. 礼品
- B. 奢侈品
- C. 智能手机
- D. 电视机

试题答案：B

33、市场的细分和选择必须适应企业本身的营销力量 and 开发能力，这一要求体现的市场细分原则是（单选题）

- A. 差异性
- B. 可衡量性
- C. 可进入性

效益性

试题答案：C

34、市场的细分和选择必须适应企业本身的营销力量和开发能力，这一要求体现的市场细分原则是（单选题）

- A. 差异性
- B. 可衡量性
- C. 可进入性
- D. 效益性

试题答案：C

35、目标市场上的策略有（多选题）

- A. 市场细分策略
- B. 市场定位策略
- C. 无差异市场策略
- D. 差异性市场策略
- E. 密集性市场策略

试题答案：C,D,E

36、产品衰退期可采取的市场策略有（多选题）

- A. 维持策略
- B. 集中策略
- C. 收缩策略
- D. 果断放弃策略
- E. 转移策略

试题答案：A,B,C,D,E

37、下列商品中最适合采用密集性分销策略的是（单选题）

电视机

B. 妇女服装

C. 空调

D. 日用品

试题答案：D

38、生产商将产品通过两个或两个以上的分销渠道系统与同一细分市场接触，这一渠道创新策略是（单选题）

A. 垂直渠道

B. 水平渠道

C. 多元渠道

D. 网络渠道

试题答案：C

39、增长策略的目标是增加业务单位的市场份额，有时为了达到这一目标甚至不惜牺牲企业的短期利润，这一发展方式最合适的业务单位是（单选题）

A. 问题类

B. 明星类

C. 现金牛类

D. 瘦狗类

试题答案：A

40、根据经验判断法判断产品的生命时期，如某一高档耐用品的普及率超过90%，该产品可能处于（单选题）

A. 引入期

B. 成长期

C. 成熟期

D. 衰退期

D

41、在市场定位中，通过技术创新，使产品具有较为明显的特色或优于其他同类产品的性能，这一定位策略是（单选题）

- A. 根据竞争者的需要定位
- B. 根据产品特色定位
- C. 根据追求的利益定位
- D. 根据使用者的类型定位

试题答案：B

42、目前经常采用的包装策略主要有（多选题）

- A. 类似包装策略
- B. 配套包装策略
- C. 等级包装策略
- D. 附赠品包装策略
- E. 再使用包装策略

试题答案：A,B,C,D,E

43、在市场定位中，通过技术创新，使产品具有较为明显的特色或优于其他同类产品的性能，这一定位策略是（单选题）

- A. 根据竞争者的需要定位
- B. 根据产品特色定位
- C. 根据追求的利益定位
- D. 根据使用者的类型定位

试题答案：B

44、市场营销信息系统中最基本的子系统是（单选题）

- A. 内部报告系统
- B. 营销权限系统

营销调研系统

D. 营销决策支持系统

试题答案：A

45、保持策略的目标是保持业务单位的市场占有率，最适合这一策略的业务单位是（单选题）

A. 问题类

B. 明星类

C. 现金牛类

D. 瘦狗类

试题答案：C

46、品牌的标志设计应该与众不同，能反映产品的个性、能给消费者留下深刻的印象，这一品牌设计的要求是（单选题）

A. 独特性

B. 通俗性

C. 简洁性

D. 艺术性

试题答案：A

47、产品外观质量策划包括（多选题）

A. 产品形态

B. 产品式样

C. 产品体积和重量

D. 品牌

E. 产品包装与装潢

试题答案：A,B,C,D,E

48、在新产品的试销过程中，如一新产品的试用率高但重购率低，企业应该采取的对策是（单选题）

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/857112166112006156>