

课程：市场营销学# 形考任务1

客观题 共30题 (满分45分)

一、单项选择题 (共10题, 每小题2分)

第1题(已答). 一个观点认为, 只要企业能提升产品的质量、增加产品的功效, 便会用户盈门。这种观念就是 ()。

A.

生产观念

B.

产品观念

C.

推销观念

D.

市场营销观念

【参考答案】 B

【答案解析】 1

第2题(已答). 对那些处于发展行业中的企业和现在经营业绩好、环境改变不大的企业适宜采取 () 战略。

A.

紧缩

B.

抽资

C.

稳定发展

D.

维持

【参考答案】 C

【答案解析】 1

第 3 题(已答).

以防御为关键是 () 的竞争策略。

A.

市场领先者

B.

市场挑战者

C.

市场跟随者

D.

市场补缺者

【参考答案】 A

【答案解析】 1

第 4 题(已答).

市场营销调研和市场营销信息系统的主要区分是 ()。

A.

市场营销信息系统主要研究环境改变

B.

市场营销调研是为了处理详细问题

C.

市场营销调研提供连续不停的管理信息

D.

市场营销信息系统是相互作用的，而且其发展是定向的

【参考答案】 B

【答案解析】 1

第 5 题(已答). 在企业的定价目标中，有一个只能作为企业的短期目标，这就是 ()。

A.

渡过困难目标

B.

市场拥有率目标

C.

利润最大化目标

D.

稳定价格目标

【参考答案】 A

【答案解析】 1

第 6 题(已答).

制造商推销价格昂贵、技术复杂的机器设备时, 适宜采取 () 的方式。

A.

广告宣传

B.

营业推广

C.

经销商商品陈列

D.

人员推销

【参考答案】 D

【答案解析】 1

第 7 题(已答).

以下原因中哪个不是影响生产者购置决议的主要原因？（ ）

A.

环境

B.

文化

C.

组织

D.

个人

【参考答案】 B

【答案解析】 1

第 8 题(已答).

市场领先者扩大市场需求量的路径是（ ）。

A.

开辟产品的新用途

B.

以攻为守

C.

正面进攻

D.

保持市场份额

【参考答案】 A

【答案解析】 1

第 9 题(已答).

以“用户需要什么，我们就生产供给什么”作为座右铭的企业是（ ）企业？

A.

生产导向型

B.

销售导向型

C.

市场营销导向型

D.

社会营销导向型

【参考答案】 C

【答案解析】 1

第 10 题(已答). 消费者个人收入中扣除税款和非税性负担之后所得的余额叫做 ()。

A.

个人全部收入

B.

个人可支配收入

C.

个人可任意支配的收入

D.

人均国民收入

【参考答案】 B

【答案解析】 1

二、多项选择题 (共 5 题, 每小题 2 分)

第 11 题(已答). 以下哪些属于企业战略的特点? ()

A.

久远性

B.

不可控性

C.

全局性

D.

指导性

E.

抗争性

【参考答案】 ACDE

【答案解析】 1

第 12 题(已答). 消费者购置行为中, 探究性购置通常有哪些特点? ()

A.

商品差异不大

B.

无须花费很多时间搜集商品信息

C.

消费者对所需要的商品很不了解

D.

商品通常价格高，购置频率低

E.

消费者通常对该类商品没有购置经历

【参考答案】 CDE

【答案解析】 1

第 13 题(已答).

以下原因中，企业可控制的原因是（ ）。

A.

产品

B.

政策

C.

价格

D.

地点

E.

销售促进

【参考答案】 ACDE

【答案解析】 1

第 14 题(已答). 德尔菲法是 () 预测方法。

A.

定量

B.

定性

C.

教授意见

D.

特殊

E.

因果分析

【参考答案】 BC

【答案解析】 1

第 15 题(已答).

企业硕士生购置行为时应做到 ()。

A.

了解购置行为的类型

B.

了解谁参加购置决议

C.

研究影响购置决议的原因

D.

分析购置决议各阶段的特征

E.

有针对性地制订营销方案

【参考答案】 ABCDE

【答案解析】 1

三、判断题（共 15 题，每小题 1 分）

第 16 题(已答).

从营销理论的角度看，市场就是买卖商品的场所。

对 错

【参考答案】 错

【答案解析】 1

第 17 题(已答).

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/878104134071006026>