

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



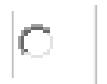
B.

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

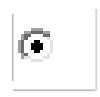
第 4 题(已答).

市场营销调研和市场营销信息系统的主要区分是 ()。



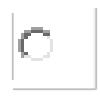
A.

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



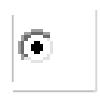
D.

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



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 ? ()



环境



文化



组织



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).

企业硕士产者购置行为时应做到 ()。



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>