

市场营销-淄博职业学院-中国大学MOOC慕课答案

第一讲作业

第一讲测验

1、单选题：市场营销理论20世纪初诞生于（）

选项：

- A、美国
- B、法国
- C、日本
- D、英国

参考：【**美国**】

2、单选题：市场营销组合的4P是指（）

选项：

- A、价格．权力．地点．促销
- B、价格．广告．地点．产品
- C、价格．公关．地点．产品
- D、价格．产品．分销．促销

参考：【**价格．产品．分销．促销**】

3、单选题：对营销者而言，市场是指（）

选项：

- A、买卖商品或劳务的场所
- B、各种要素市场
- C、实际或潜在购买者
- D、买卖双方利益交换关系总和

参考：【**实际或潜在购买者**】

4、单选题：“如果你能比你的邻居制造出更好的捕鼠器，人们就会踏破你的门槛”，这句话反映的营销观念是（）

选项：

- A、生产观念
- B、产品观念
- C、推销观念
- D、市场营销观

参考：【**产品观念**】

5、单选题：为了适应社会对于环境保护的要求，许多企业主动采取绿色包装以降低白色污染。这种做法反映了企业的（）

选项：

- A、社会市场营销观念
- B、产品观念
- C、市场观念

D、生产观念

参考：【**社会市场营销观念**】

6、单选题：许多冰箱生产厂家高举“环保”、“健康”旗帜，纷纷推出无氟冰箱。它们所奉行的市场营销观念是（ ）

选项：

A、推销观念

B、生产观念

C、市场营销观念

D、社会市场营销观念

参考：【**社会市场营销观念**】

7、单选题：执行推销观念的企业，称为推销导向企业，其口号是（ ）

选项：

A、我们生产什么就卖什么

B、我们卖什么就让人们买什么

C、市场需要什么就生产什么

D、好酒不怕巷子深

参考：【**我们卖什么就让人们买什么**】

8、单选题：一种观点认为，只要企业能提高产品的质量，增加产品的功能，就会顾客盈门。这种观念是（ ）

选项：

A、生产观念

B、产品观念

C、推销观念

D、市场营销观念

参考：【**产品观念**】

9、单选题：下列有关交换的说法哪个是正确的（ ）

选项：

A、人们要想获得所需要的产品，必须通过交换

B、交换是一个结果而不是一个过程

C、交换也就是交易的另一种说法

D、交换是人们获得自己所需要的某种产品的一种方式

参考：【**交换是人们获得自己所需要的某种产品的一种方式**】

10、单选题：哪种观念下容易出现“市场营销近视症”？（ ）

选项：

A、生产观念

B、推销观念

C、产品观念

D、市场营销观念

参考：【**产品观念**】

11、单选题：市场营销4P组合是由（ ）提出的？

选项：

A、菲利普·科特勒

- B、杰罗姆·麦肯锡
- C、彼得·德鲁克
- D、杰克·特劳特

参考：【杰罗姆·麦肯锡】

12、单选题：以下被称为现代营销学之父的是（）

选项：

- A、菲利普·科特勒
- B、杰罗姆·麦肯锡
- C、迈克尔·波特
- D、温德尔·史密斯

参考：【菲利普·科特勒】

13、单选题：以下哪个不是卖方市场条件下产生的营销观念（）

选项：

- A、社会市场营销观念
- B、生产观念
- C、产品观念
- D、质量观念

参考：【社会市场营销观念】

14、多选题：需要转化为需求必须具备的条件有（）

选项：

- A、购买欲望
- B、支付能力
- C、价格合理
- D、优质产品
- E、优质服务

参考：【购买欲望#支付能力】

15、多选题：在市场营销学中，市场由（）构成

选项：

- A、人口
- B、购买力
- C、购买欲望
- D、购买数量
- E、地点

参考：【人口 #购买力#购买欲望】

16、多选题：传统的营销管理指导思想包括（）

选项：

- A、生产观念
- B、产品观念
- C、推销观念
- D、市场营销观念
- E、社会市场营销观念

参考：【生产观念#产品观念#推销观念】

17、多选题：按照社会市场营销观念，企业制定市场营销策略时，应兼顾（）

选项：

- A、企业内部条件
- B、企业利润
- C、市场需求
- D、竞争者的反应
- E、社会整体利益

参考：【**企业利润#市场需求#社会整体利益**】

18、多选题：以消费者为中心的阶段中，产生的观念有（）观念

选项：

- A、生产观念
- B、产品观念
- C、销售观念
- D、市场营销观念
- E、社会市场营销观念

参考：【**市场营销观念#社会市场营销观念**】

19、多选题：市场营销的现代观念与传统观念的区别主要表现为（）

选项：

- A、起点不同
- B、中心不同
- C、手段不同
- D、终点不同
- E、对象不同

参考：【**起点不同#中心不同#手段不同#终点不同**】

20、多选题：在买方市场条件下，一般容易产生（）

选项：

- A、生产观念
- B、产品观念
- C、销售观念
- D、市场营销观念
- E、社会市场营销观念

参考：【**市场营销观念#社会市场营销观念**】

21、多选题：交换行为的发生必须具备的条件有（）

选项：

- A、至少有两方当事人
- B、每一方都有被对方认为有价值的东西
- C、每一方都能沟通信息和传送货物
- D、每一方都认为与另一方进行交易是适当的或称心如意的
- E、每一方都能自由接受或拒绝对方的产品

参考：【**至少有两方当事人#每一方都有被对方认为有价值的东西#每一方都能沟通信息和传送货物#每一方都认为与另一方进行交易是适当的或称心如意的#每一方都能自由接受或拒绝对方的产品**】

第二讲作业

第二讲测验

1、单选题：下列哪个因素属于宏观环境因素（）

选项：

- A、竞争者
- B、供应商
- C、公众
- D、经济环境

参考：【**经济环境**】

2、单选题：现在有越来越多的消费者通过互联网来订购车船机票和购买产品，这要求企业在制定市场营销组合策略时还应当着重考虑（）

选项：

- A、人口环境
- B、技术环境
- C、经济环境
- D、社会文化环境

参考：【**技术环境**】

3、单选题：协助企业促销和分销其产品给最终购买者的公司或个人是（）

选项：

- A、供应商
- B、营销中介
- C、公众
- D、代理中间商

参考：【**营销中介**】

4、单选题：机会水平和威胁水平都很高的环境属于（）

选项：

- A、理想环境
- B、困难环境
- C、冒险环境
- D、成熟环境

参考：【**冒险环境**】

5、单选题：理想环境的特点是（）

选项：

- A、机会水平高，威胁水平低
- B、机会水平高，威胁水平高
- C、机会水平低，威胁水平低
- D、机会水平低，威胁水平高

参考：【**机会水平高，威胁水平低**】

6、单选题：分析组织内部潜力和外部环境机会与挑战的方法是（）

选项：

- A、PLOT分析法
- B、SWOT分析法

C、利益相关者分析法

D、员工分析法

参考：【**SWOT分析法**】

7、单选题：消费需求变化中最活跃的因素是（）

选项：

A、个人可任意支配收入

B、实际收入

C、个人收入

D、名义收入

参考：【**个人可任意支配收入**】

8、单选题：以下不属于市场营销微观环境的是（）

选项：

A、竞争者

B、营销中介

C、经济环境

D、公众

参考：【**经济环境**】

9、单选题：（）主要指一个国家或地区的民族特征、价值观念、生活方式、风俗习惯、宗教信仰、语言文字等的总和。

选项：

A、社会文化

B、政治法律

C、自然环境

D、人口环境

参考：【**社会文化**】

10、单选题：SWOT分析法中，优势、劣势与机会、威胁相组合形成四种策略，下列属于利用外部机会、弥补内部劣势的是（）

选项：

A、SO策略

B、WO策略

C、ST策略

D、WT策略

参考：【**WO策略**】

11、单选题：根据恩格尔系数理论，随着家庭收入的增加，用于食物支出的比例会（）

选项：

A、上升

B、下降

C、波动

D、保持不变

参考：【**下降**】

12、单选题：国家当前的房地产调控政策给许多房地产企业带来威胁，这属于影响企业营销活动的什么因素？（）

选项：

- A、人口环境
- B、经济环境
- C、政治法律环境
- D、社会文化环境

参考：【**政治法律环境**】

13、多选题：一个企业面向的公众主要包括（）

选项：

- A、政府公众
- B、融资公众
- C、媒介公众
- D、地方公众
- E、内部公众

参考：【**政府公众#融资公众#媒介公众#地方公众#内部公众**】

14、多选题：以下哪些属于市场营销微观环境（）

选项：

- A、供应商
- B、顾客
- C、政治法律
- D、竞争者
- E、营销中介

参考：【**供应商#顾客#竞争者#营销中介**】

15、多选题：市场营销的经济环境主要指社会购买力，影响购买力水平的因素有（）

选项：

- A、消费者收入水平
- B、消费者支出模式
- C、储蓄和信贷的情况
- D、家庭结构状况

参考：【**消费者收入水平#消费者支出模式#储蓄和信贷的情况**】

16、多选题：以下属于营销中介的是（）

选项：

- A、中间商
- B、物流公司
- C、市场调研公司
- D、原材料供应商
- E、新闻媒体

参考：【**中间商#物流公司#市场调研公司**】

17、多选题：SWOT分析法中，S和W分析的分别是（）

选项：

- A、企业自身优势
- B、企业自身劣势
- C、环境机会

D、环境威胁

参考：【**企业自身优势#企业自身劣势**】

18、多选题：分析营销环境的根本目的是（）

选项：

A、对抗竞争

B、寻求营销机会

C、避免环境威胁

D、树立企业形象

参考：【**寻求营销机会#避免环境威胁**】

19、多选题：营销环境对企业营销活动的影响具有（）

选项：

A、强制性

B、不确定性

C、不可控性

D、可控性

E、动态性

参考：【**强制性#不确定性#不可控性#动态性**】

20、多选题：SWOT分析法中用来分析外部环境的是（）

选项：

A、S优势

B、W劣势

C、O机会

D、T威胁

参考：【**O机会#T威胁**】

第三讲作业

第三讲测验

1、单选题：市场调研必须充分考虑影响预测结果的各种因素，多角度、多侧面地调研各种数据、信息。这是营销调研的（）。

选项：

A、系统性原则

B、客观性原则

C、时效性原则

D、经济性原则

参考：【**系统性原则**】

2、单选题：企业在情况不明时，为找出问题的症结，明确进一步调研的内容和重点，通常要进行（）。

选项：

A、探测性调研

B、描述性调研

C、因果关系调研

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/898075020133006032>