

《市场营销学》考试试卷六

一、单选题（每题2分，共15题）

1、要求市场营销者在制定市场营销政策时，要统筹兼顾三方的利益，即企业利润、消费者需求的满足和社会利益的营销哲学是（ ）。

- A.生产观念 B.推销观念 C.市场营销观念 D.社会市场营销观念

2、影响消费行为最广泛、最重要的因素是（ ）。

- A.文化因素 B.社会因素 C.个人因素 D.心理因素

3、恩格尔定律表明，随着消费者收入的提高，恩格尔系数将（ ）。

- A. 越来越小 B. 保持不变 C. 越来越大 D. 趋近于零

4、企业的营销活动不可能脱离周围环境而孤立地进行，企业营销活动要主动地去（ ）。

- A. 控制环境 B. 征服环境 C. 改造环境 D. 适应环境

5、问号类经营单位是具有较高增长率和（ ）的经营单位或业务。

- A. 较高占有率 B. 一般占有率 C. 较低占有率 D. 没有占有率

6、某工程机械公司专门向建筑业用户供应推土机、打桩机、起重机、水泥搅拌机等建筑工程中所需要的机械设备，这是一种（ ）策略。

- A、市场集中化 B、市场专业化 C、全面市场覆盖 D、产品专业化

7、导入期选择快速掠取策略是针对目标顾客的（ ）。

- A. 求名心理 B. 求实心理 C. 求新心理 D. 求美心理

8、商品包装包括若干个因素，（ ）是最主要的构成要素，应在包装整体上占居突出的位置。

- A. 商标或品牌 B. 图案 C. 包装材料 D. 形状

9、企业利用消费者具有仰慕名牌商品或名店声望所产生的某种心理，对质量不易鉴别的商品的定价最适宜用（ ）法。

- A. 尾数定价 B. 招徕定价 C. 声望定价 D. 反向定价

10、企业因竞争对手率先降价而做出跟随竞争对手相应降价的策略主要适用于（ ）市场。

- A. 寡头 B. 差别产品 C. 完全竞争 D. 同质产品

11、生产消费品中的便利品的企业通常采取（ ）的策略。

- A. 密集分销 B. 独家分销 C. 选择分销 D. 直销

12、人员推销的缺点主要表现为（ ）。

- A. 成本低，顾客量大 B. 成本高，顾客量大 C. 成本低，顾客有限 D. 成本高，顾客有限

13、对于直接销售渠道而言，()的说法是错误的。

- A.生产者同消费者直接接触 B.产销之间没有任何中间环节 C.可使商品快速同用户见面
D.不便于为消费者提供特殊服务

14、选择拉式策略首先重点是放在()。

- A.推销人员 B.批发商 C.零售商 D.消费者

15、企业在营销活动中预期完成的营销任务和预期取得的营销成果是市场营销计划内容的()过程。

- A.计划概要 B.分析营销现状 C.机会与威胁分析 D.拟定营销目标

二、判断题(每题1分,共10题)

- 1、制定产品投资组合战略方案,首先要作的是划分战略业务单位。()
- 2、国外一些厂商常花高价请明星们穿用他们的产品,可收到显著的示范效应,这是利用了社会阶层对消费者的影响。()
- 3、微观环境与宏观环境之间是一种并列关系,微观环境并不受制于宏观环境,各自独立地对企业的营销活动发挥着影响作用。()
- 4、尾数定价的目的是使人感觉质量可靠。()
- 5、市场领先者战略的核心是进攻。()
- 6、一个产品,即使其内在质量符合标准,但若没有完善的服务,实际上是不合格的产品。()
- 7、市场细分后的每一个细分市场,对企业市场营销都具有重要的意义。()
- 8、包装一般分为三个层次,其中最接近产品的容器,如润肤露的瓶子,就是运输包装。()
- 9、当消费者对商品的价格反应敏感,且市场规模大,存在着强大的竞争潜力,这时候企业就可以采用撇脂定价策略。()
- 10、生产多种产品或拥有多个品牌的企业,通常设置市场管理型组织。()

三、名词解释(每题4分,共4题)

1、SWOT分析模型

2、市场营销组合

3、广告

4、市场潜量

四、简单题（每题 8 分，共 2 题）

1、简述消费者购买决策的类型。

2、简述按渠道的宽度分类的定义，其策略有哪些？

五、论述题（每题 12 分，共 1 题）

1、从产品寿命周期角度，论述各阶段的市场营销策略

六、案例分析题（每题 16 分，共 1 题）

1.京美食品的困境

京美食品有限公司是一家著名包装食品公司，销售京美牌系列的食物，从饼干、方便面到软饮料甚至调味品等等。它在同行中颇有名气，是行业的重点大型企业。

现任产品经理赵峰就是这么想的，他已经在京美干了超过三十年：“如果一个产品能够满足顾客需要，它就有销量，对不对？所以顾客需要什么样的食物，我们就应该生产什么样的食物，不管它是饼干、方便面还是汽水。”但是他同时也承认产品扩张也有经济上的考虑——京美下属的三十几个食品厂普遍存在开工不足的问题，如果增加新产品，往往能够利用闲置的生产力，而且随着销量的增大，成本也就随之降低了。

最近，孙正又建议公司生产速冻食物，这种系列的食物利润远高于现在公司经营的，但是杜薇仍然犹豫不决，因为她知道速冻食物的销量不会很大，而且需要很精确的时间管理，她拿不准预期的利润会不会实现。

问题：（1）假设你是新的总经理，哪些可能是低利润的原因？

（2）你觉得应该如何来扭转这种局面？