

2020年10月高等教育自学考试全国统一命题考试
市场营销学试卷

(课程代码 00058)

一、单项选择题:本大题共20小题,每小题1分,共20分。

- 1.产品导向强调的是(C)
A.以数量取胜 B.以廉价取胜 C.以质量取胜 D.以环保取胜
- 2.制订4P营销组合属于市场营销管理流程中的哪一个环节(C)
A.分析环境和市场机会 B.确定目标市场
C.制订营销战略和战术 D.实施和控制营销活动
- 3.下列属于价值链中支持性活动的是(D)
A.销售 B.生产经营 C.内部后勤 D.技术开发
- 4.下列属于交易营销特点的是(B)
A.长远利益 B.单向利润的最大化
C.以合作为主 D.建立与顾客之间的长期互利关系
- 5.为了解市场中出现的有关现象之间的因果关系而进行的专题调研指的是(C)
A.探测性调研 B.描述性调研 C.因果性调研 D.预测性调研
- 6.在波士顿咨询公司模型中,具有高市场占有率和高相对市场份额特征的战略业务单位是(A)
A.明星类 B.问题类 C.现金牛类 D.瘦狗类
- 7.下列组织中,属于营销中介的是(B)
A.顾客 B.银行 C.供应商 D.竞争者
- 8.下列不属于市场营销宏观环境的是(C)
A.人口环境 B.自然环境 C.社会公众 D.经济环境
- 9.根据波特的五种竞争力模型,计算机和传统打字机之间的竞争威胁属于(B)
A.现有企业间的竞争 B.替代产品的威胁
C.购买者的讨价还价能力 D.供应商的讨价还价能力
- 10.差异化战略中,通过雇佣并培养优秀员工使企业获得明显竞争优势的途径是(B)
A.产品差异化 B.人员差异化 C.渠道差异化 D.形象差异化
- 11.从购买行为看,更容易被诱导的市场类型是(D)
A.产业市场 B.中间商市场 C.政府市场 D.消费者市场
- 12.在消费者市场购买角色中,首先提出购买某种商品或服务的人一般称为(A)
A.发起者 B.影响者 C.决策者 D.使用者
- 13.按照收入水平对消费者进行市场细分,这种市场细分的依据属于(D)
A.地理变量 B.行为变量 C.心理变量 D.人口变量
- 14.某企业决定只生产一种产品,并只向某一顾客群体供应,这种目标市场属于(C)
A.市场专业化 B.产品专业化 C.单一市场集中化 D.选择性专业化
- 15.某著名品牌空调制造商以高出原有产品50%的价格和密集促销向市场推出全新产品,这种导入期的营销策略是(A)
A.快速撇脂 B.快速渗透 C.缓慢撇脂 D.缓慢渗透
- 16.消费者通过辨认品牌来区分不同公司的同类产品,这种作用属于(A)

- A.品牌的识别作用 B.品牌的担保作用 C.品牌的保护作用 D.品牌的资产作用
- 17.企业通过制定低价但仍提供高质量的产品或服务以赢得顾客忠诚，该企业采用的定价方法是（ **A** ）
- A.价值定价法 B.需求差异定价法 C.感知价值定价法 D.成本加成定价法
- 18.生产者在某一地区仅通过1家中间商来分销产品，这种分销策略是（ **A** ）
- A.独家分销 B.密集性分销 C.广泛性分销 D.选择性分销
- 19.在产品生命周期各个阶段，单位产品广告费用最高的阶段是（ **B** ）
- A.成长期 B.导入期 C.成熟期 D.衰退期
- 20.在一名营销副总领导下，下设几个产品线经理，产品线经理之下再设几个具体产品.经理去负责各具体的产品，这种营销组织类型是（ **D** ）
- A.职能型营销组织 B.地理型营销组织 C.市场型营销组织 D.产品型营销组织

二、多项选择题:本大题共5小题，每小题2分，共10分。

- 21.在研究收入对消费者需求的影响时，通常考虑的因素有（ **BCDE** ）
- A.储蓄 B.个人收入 C.个人可支配收入
D.国内生产总值 E.个人可任意支配收入
- 22.下列影响消费者购买行为的文化因素有（ **ABC** ）
- A.文化 B.亚文化 C.社会阶层 D.职业 E.生活方式
- 23.新产品的采用过程包括（ **ABCDE** ）
- A.知晓 B.兴趣 C.评价 D.试用 E.采用
- 24.下列属于直接营销工具的有（ **ABCDE** ）
- A.直接邮寄 B.目录营销 C.电话营销 D.电视直销 E.电子营销
- 25.市场营销审计的特征有（ **ABCD** ）
- A.全面性 B.系统性 C.独立性 D.定期性 E.功能性

三、简答题:本大题共5小题，每小题6分，共30分。

26. 简述企业社会责任的内容。

- 答：(1)企业对股东的责任。(1分)
(2)企业对员工的责任。(1分)
(3)企业对消费者的责任。(1分)
(4)企业对政府的责任。(1分)
(5)企业对社区的责任。(1分)
(6)企业对环境的责任。(1分)

[评分参考]观点接近可酌情给分。

27. 从宏观角度简述市场构成的要素。

- 答：(1)一定量的可交换的产品。(2分)
(2)为市场提供商品的卖方。(2分)
(3)商品需求及其人格化的代表者—买方。(2分)

[评分参考]观点接近可酌情给分。

28. 简述目标市场覆盖策略的类型。

- 答：(1)无差异营销策略。(2分)
(2)差异性营销策略。(2分)
(3)集中性营销策略。(2分)

[评分参考]观点接近可酌情给分。

29. 简述竞争导向定价法包含的内容。

- 答：(1)随行就市定价法。(2分)