

# 2021 年 4 月高等教育自学考试全国统一命题考试

## 市场营销学

(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. WQ 公司宣称其“畅想机器人”能够满足老年人居家养老的基本需求，陪伴、看护、简单医疗诊断等，该公司的市场营销哲学是

- A. 生产导向
- B. 顾客导向
- C. 产品导向
- D. 推销导向

2. 雾霾天气导致“防霾口罩”在市场上出现供不应求的现象，这种对“防霾口罩”的需求属于

- A. 负需求
- B. 无需求
- C. 有害需求
- D. 过量需求

3. 基于迈克尔·波特教授提出的价值链理论，下列不属于支持性活动的是

- A. 服务
- B. 人力资源管理
- C. 技术开发
- D. 企业基础设施

4. 某电商购物平台和某视频网站平台联合推出联名年卡，这一举措不仅为消费者节省年卡费用，还为客户提供更多选择。这种关系营销的实现策略是

- A. 建立社会联系
- B. 构建顾客资产
- C. 建立财务联系
- D. 建立结构性联系

5. CQ 笔记本电脑公司营销信息系统需要营销人员及时提供订货数量、销售额、产品成本等信息。这种提供最基本营销信息的子系统是

- A. 内部报告系统
- B. 营销情报系统
- C. 营销调研系统
- D. 营销决策系统

6. MEILE 儿童牛奶饮品的市场增长率为 13%，相对市场份额是 0.6，这个战略业务单位的类型是
- A. 问题类
  - B. 明星类
  - C. 现金牛类
  - D. 瘦狗类
7. 某国居民忌讳数字“4”“9”，企业在向该国出口产品时要尽量避免这些数字，这种影响企业营销活动的宏观环境是
- A. 人口环境
  - B. 经济环境
  - C. 社会文化环境
  - D. 自然环境
8. SWOT 分析中的“T”指的是
- A. 优势
  - B. 劣势
  - C. 机会
  - D. 或胁
9. 下列描述属于习惯性购买行为特征的是
- A. 消费者介入程度较低，但产品品牌差异很大
  - B. 消费者介入程度较低，且产品品牌差异很小
  - C. 消费者介入程度较高，且产品品牌差异很大
  - D. 消费者介入程度较高，但产品品牌差异很小
10. 某旅行社专门针对老年人推出“夕阳红”旅行项目，这种市场细分的依据是
- A. 地理变量
  - B. 人口变量
  - C. 心理变量
  - D. 行为变量
11. JH 公司对其生产的营养保健品系列使用 A 品牌，日用品系列使用 B 品牌，化妆品系列使用 C 品牌，该公司的品牌名称策略是
- A. 个别品牌名称
  - B. 家族品牌名称
  - C. 独立家族品牌名称
  - D. 组合品牌名称
12. 对消费者购买的产品提供维修、产品保证、零配件供应等服务，这体现的产品层次是
- A. 核心产品
  - B. 基础产品
  - C. 期望产品
  - D. 延伸产品
13. 消费者在购买名贵字画类产品时，对其有特殊偏好而愿意付出购买努力，该产品属于
- A. 便利品
  - B. 选购品
  - C. 特殊品
  - D. 非渴求品