

-----

1. ( )的核心问题是企业在市场上的相对地位,这种地位显示了企业是否具有竞争优势。

- A. 竞争策略
- B. 营销战略
- C. 市场战略
- D. 开发战略

正确答案:A

2. ( )分析在整个营销环境分析中具有极其重要的意义。

- A. 竞争环境
- B. 市场环境
- C. 内部环境
- D. 社会文化

正确答案:A

3.人们的消费需求是通过利用手中的( )购买消费品来实现出。

- A. 积蓄
- B. 收入
- C. 钱币
- D. 货币

正确答案:D

4. ( )是指企业通过对顾客需求的估量和成本分析,选择一种能吸引顾客、实现市场营销组合的价格的策略。

- A. 价格策略
- B. 定价策略
- C. 折扣策略
- D. 销售策略

正确答案:B

5.人均国民收入的多少标志着一个国家或地区人民的生活水平和购买力水平,也影响着人们的( )。

- A. 幸福指数
- B. 消费结构
- C. 购买结构

D. 购买欲望

正确答案:B

6. 所谓组织市场, 是指各种 ( ) 为购买产品和服务所形成的市场。

A. 组织

B. 单位

C. 企业

D. 机关

正确答案:A

7. ( ) 是指利用一定的仓库设施、设备对商品进行储存、保管的活动。

A. 港口

B. 仓储

C. 货场

D. 仓库

正确答案:B

8. 促销目标在产品不同生命周期的不同阶段各不相同, 必须实行相应的 ( ) 。

A. 推动策略

B. 促销组合

C. 人员推销

D. 拉引策略

正确答案:B

9. 企业的 ( ) 外部营销环境是由企业以外的营销环境要素组成的。

A. 营销环境

B. 内部环境

C. 市场环境

D. 外部营销

正确答案:D

10. 广告可以提升品牌知名度和声誉, 增强企业 ( ) 资产价值。

A. 重要

B. 无价

C. 无形

D. 难得

正确答案:C

11. 新产品应具有多种性能和多种用途, 足以吸引( ) 购买。

- A. 政府
- B. 中间商
- C. 零售店
- D. 消费者

正确答案:D

12. 产品市场开发战略包括新产品开发战略和市场开发战略, 是企业获得持续( ) 的来源之一。

- A. 市场优势
- B. 竞争优势
- C. 营销优势
- D. 持续发展

正确答案:B

13. 所谓( ) 是指主要通过以人员推销为主导的促销组合来影响中间商, 使之接受生产企业的产品并加强销售活动, 最终到达消费者的策略。

- A. 推动策略
- B. 推销策略
- C. 营销策略
- D. 产品策略

正确答案:A

14. ( ) 是用以识别一个企业的产品或服务、使之与竞争对手的产品或服务相区别。

- A. 商标
- B. 品牌
- C. 包装
- D. 标牌

正确答案:B

15. 企业营销的成功首先有赖于能否准确认识和把握有利可图的( )。

- A. 市场选择
- B. 市场机会
- C. 产品投放
- D. 促销策略

正确答案:B

16. 如果企业同时按产品和( )实行管理,那么,分项预算可采用矩阵式分项预算的方法。

- A. 地区
- B. 国家
- C. 权益
- D. 省市

正确答案:A

17. ( )需求,是指市场需求量和供应能力之间在时间上或地点上不吻合或不均衡,表现为时超时负、此超,彼负的现象。

- A. 不稳定
- B. 不规则
- C. 动摇性
- D. 延缓性

正确答案:B

18. 我们知道,市场( )企业实力明显高于对方企业时,可以采用正面或全面进攻的策略。

- A. 追随者
- B. 领导者
- C. 挑战者
- D. 补缺者

正确答案:C

19. 任何一个( )概念还必须把顾客置于中心地位,只有满足顾客的需求,才能达到自身的目的。

- A. 社会责任
- B. 市场营销
- C. 顾客至上
- D. 服务顾客

正确答案:B

20. ( )是企业生产经营的起点和最终归宿。

- A. 生产能力
- B. 市场需求
- C. 市场调查
- D. 企业规模

正确答案:B

-----  
1. 在分析买方竞争力量中,我们知道买方是企业产品(服务)的直接( )和( ),关系到企业营销目标的实现与否。

- A. 投资者
- B. 选购者
- C. 中介者
- D. 购买者
- E. 使用者

正确答案:DE

2. 市场营销控制和财务分析是市场营销的( ),是保证营销工作高效运行的( )。

- A. 组成部分
- B. 重要内容
- C. 必要条件
- D. 战略手段
- E. 首要条件

正确答案:BC

3. 所谓生活方式是指人们在世界上的生活形态,集中表现在他们的( )、( )和( )上。

- A. 爱好
- B. 活动
- C. 欲望
- D. 兴趣
- E. 思想见解

正确答案:BDE

4. 产品整体概念具有核心产品、( )、( )、( )和潜在产品五个层次。

- A. 形式产品
- B. 外延产品
- C. 期望产品
- D. 延伸产品
- E. 内涵产品

正确答案:ACD

5. 企业在( )中所承担的( )不同,所以各有自己的( )。

- A. 营销战略

- B. 营销活动
- C. 计划目标
- D. 营销任务
- E. 营销目标

正确答案:BDE

6.改革企业的经营管理体制是企业经营管理现代化重要的一个环节,企业经营( )是一定的( )观念的体现,是为实现企业的经营思想和目标服务的。

- A. 市场营销
- B. 企业体制
- C. 管理体制
- D. 经营管理
- E. 经营思想

正确答案:CE

7.市场营销学是一门以( )、( )、( )和现代科学技术为基础,研究以满足 顾客需求为中心的企业经营活动及其管理过程规律的综合应用科学。

- A. 经济科学
- B. 社会科学
- C. 行为科学
- D. 信息科学
- E. 管理理论

正确答案:ACE

8.横向一体化战略也叫( )一体化战略,是指一个企业通过兼并或联合( )业务的企业,来扩大规模,增强企业( )优势。

- A. 同步
- B. 不同类型
- C. 水平
- D. 同类型
- E. 竞争

正确答案:CDE

9.品牌战略决策通常有产品线扩展、品牌延伸、( )、( )和( )五种。

- A. 品牌宣传
- B. 多品牌
- C. 品牌策划

- D. 新品牌
- E. 合作品牌

正确答案:BDE

10. 市场细分必须遵循( )、( )和( )原则。

- A. 可执行性
- B. 可衡量性
- C. 可占领性
- D. 可实现性
- E. 效益性

正确答案:BCE

-----

1. 顾客关系管理(CRM, Customer Relationship Management)的宗旨是企业必须以顾客满意为目标,才能在市场上维持竞争力。

- T. 对
- F. 错

正确答案:T

2. 企业市场销售的计划与组织是贯彻企业营销观念与方针、有效地执行营销战略、完成企业整体经营目标的保证,是市场营销工作的重要组成部分。

- T. 对
- F. 错

正确答案:F

3. 衡量营销绩效应从两个方面着手进行,即所耗的有机结合,用公式就是"效益=所得-所耗"。

- T. 对
- F. 错

正确答案:T

4. 完全竞争的市场具有存在着大量买主和卖主,产品和服务是同质的,资源流动不受限制,买卖双方可获得完全的信息等。

- T. 对
- F. 错

正确答案:T

5. 所谓营销控制,就是企业营销管理部门以营销计划预算为依据,对市场营销活动进行监控,同时通过绩效评审与信息反馈,对市场营销战略和各种营销策略加以调整的过程。

T.对

F.错

正确答案:T

6. 分成制就是从销售额中提取一定比例,作为推销人员的报酬。

T.对

F.错

正确答案:T

7. 衡量营销绩效应从两个方面着手进行,即所耗的有机结合,用公式就是"效益=所得-所耗"。

T.对

F.错

正确答案:T

8. 所谓市场细分化是指按照顾客的相同需求,将某种产品的整体市场划分为一系列相同的顾客群。

T.对

F.错

正确答案:F

9. 消费者购买行为受多种因素的影响。

T.对

F.错

正确答案:T

10. 从营销学的角度出发,网络营销是为实现企业总体经营目标所进行的、以互联网为基础手段营造网上经营环境的各种活动。

T.对

F.错

正确答案:T

11. 采购合同是企业在销售产品(或劳务)是与顾客(购货单位)签订的一种购销契约。

T.对

F.错

正确答案:F



12. 服务在某中意义上不能够看成是一种产品,因为它不可以开发、生产、传递营销和消费的对象。

T.对

F.错

正确答案:F

13. 物流企业是在企业将产品买到最终顾客手中这一过程中,承担对企业产品的促销、运输、分销和出售职能的各类组织。

T.对

F.错

正确答案:F

14. 从营销学的角度出发,网络营销是为实现企业总体经营目标所进行的、以互联网为基础手段营造网上经营环境的各种活动。

T.对

F.错

正确答案:T

15. 牌最重要的意义在于它对顾客的价值,因为这是创造品牌对企业价值的基础。

T.对

F.错

正确答案:T

16. 一切物流工作都应以企业生产为宗旨。

T.对

F.错

正确答案:F

17. 满足顾客需求是企业生存和发展的必要条件。

T.对

F.错

正确答案:F

18. 服务外包(Service Package)是指在某种环境下提供的一系列产品和服务的组合。

T.对

F.错

正确答案:T

19. 从组织层次上市场营销计划可划分为长期计划、中期计划和短期计划。

T.对

F.错

正确答案:F

20. 品牌化过程的基础是企业的服务过程本身,而不是单独的服务,尽管企业有时会创造能与企业本身相分离的服务项目。

T.对

F.错

正确答案:T

作业答案, 统考复习资料, 有需要的欢迎加我微信免费提供: gpcheng2012

作业答案, 统考复习资料, 有需要的欢迎加我微信免费提供: gpcheng2012

**WORD 批量转 PDF 工具-未注册 注册码购买 QQ: 3049816538(注册后文字消失)**