

2010年10月高等教育自学考试全国统一命题考试

市场营销(三) 试卷

(课程代码 00890)

一、单项选择题(本大题共20小题,每小题1分,共20分)

在每小题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的,请将其代码填写在题后的括号内。错选、多选或未选均无分。

1. 市场包含的三个主要因素是人口、购买力和 (C) 1-4
A. 购买量 B. 收入水平
C. 购买欲望 D. 营销活动
2. 产业市场的购买决策通常是 (C) 1-28
A. 使用者决策 B. 采购者决策
C. 集体决策 D. 控制决策
3. “以销定产”原则属于 (D) 1-13
A. 生产观念 B. 推销观念
C. 产品观念 D. 现代市场营销观念
4. 在企业面临的宏观环境中,消费者收入水平属于 (B) 1-20
A. 人口环境 B. 经济环境
C. 自然环境 D. 政治法律环境
5. 根据产品中有形产品和无形服务的比重,汽车属于 (C) 1-39
A. 纯粹有形商品 B. 伴随少量有形商品的服务
C. 伴随服务的有形商品 D. 混合型
6. 以下市场研究方式中最具可靠性与针对性的是 (A) 2-75
A. 实地研究 B. 案头研究
C. 委托研究 D. 网络调查研究
7. “您购买的丝绸制品主要有:口丝绸领带 口丝绸 口丝绸服装 口丝绸书、画 口其它”,该问题属于何种提问方式? (D) 2-95
A. 开放式问句 B. 封闭式问句
C. 倾向偏差式问句 D. 态度测量问句
8. IDG是哪个组织的简称? (A) 2-67
A. 美国国际数据集团 B. 国家统计局城市社会经济调查总队
C. 万方数据公司 D. 英国国际研究公司
9. 属于定量分析常用的信息加工方法是 (D) 2-102
A. 推理法 B. 归纳法 C. 纵深法 D. 对比法
10. 对于工业市场的调查,最具优势的调查方法是哪种? (C) 2-82
A. 问卷调查 B. 试点调查
C. 电话访问 D. 直接观察调查
11. 若新产品在试销过程中出现试用率低,再购率高,则企业应 (B) 3-112
A. 改进产品 B. 迅速投放市场
C. 加强促销规划 D. 尽早放弃

本档资源由考试真题软件网(down.examebook.com)搜集整理二次制作!

12. 企业对每条产品线上的产品项目数作出决策是产品组合 (C) 3-129
A. 宽度决策 B. 长度决策
C. 深度决策 D. 相关性决策
13. 代理商的主要特点是 (A) 1-16
A. 不拥有产品的所有权 B. 从事产品的购销活动
C. 获取进销差价 D. 不是独立的法人
14. 存货控制的两个最基本的决策是订货点决策和 (A) 4-215
A. 订购量决策 B. 订货时间决策
C. 订货成本决策 D. 供应商决策
15. 新购买者的购买行为多属于 (D) 5-273
A. 谨慎型 B. 冲动型
C. 习惯型 D. 不定型
16. 通过亲自试验、使用商品感受并获取的信息属于 (D) 5-279
A. 个人来源 B. 企业来源
C. 公众来源 D. 经验来源
17. 顾客总是希望商品能够正常发挥其使用价值的心理是 (D) 5-277
A. 求廉 B. 求实
C. 求美 D. 可靠
18. 收入属于消费市场细分中的 (A) 5-296
A. 人口统计变量 B. 心理变量
C. 行为变量 D. 地理位置变量
19. 企业已获取的市场称为 (C) 5-298
A. 现实市场 B. 潜在市场
C. 已渗透市场 D. 未渗透市场
20. 增加产品的特性及服务以建立长期伙伴关系属于企业市场战略类型中的 (B) 6-316
A. 价格导向型 B. 产品导向型
C. 服务导向型 D. 关系导向型
- 二、多项选择题 (本大题共 5 小题, 每小题 2 分, 共 10 分)
在每小题列出的五个备选项中至少有两个是符合题目要求的, 请将其代码填写在题后的括号内。错选、多选、少选或未选均无分。
21. 以下哪些属于消费者市场上的商品分类品种? (ABC) 1-26
A. 便利品 B. 选购品 C. 特殊品
D. 消耗品 E. 生产装备
22. 市场研究报告由哪几部分组成? (ABCE) 2-105
A. 题目 B. 内容提要 C. 研究报告正文
D. 研究方法 E. 附录目录
23. 人员推销具有的特点包括 (ACDE) 3-152
A. 灵活性 B. 刺激性 C. 针对性
D. 信息传递的双向性 E. 注重人际关系
24. 影响顾客购买的个人因素主要有 (BCD) 1-34
A. 生活方式 B. 年龄 C. 职业

本文档资源由考试真题软件网 (down.examebook.com) 搜集整理二次制作!

D. 个性 E. 家庭生命周期

25. 处理投诉的方式主要通过 (CDE) 6-333

A. 利用电视 B. 利用广告 C. 利用信函
D. 利用电话 E. 利用访问

三、名词解释 (本大题共 5 小题, 每小题 4 分, 共 20 分)

26. 产品的整体概念 3-126

答: 产品的整体是指一切能满足顾客某种需求和利益的物质产品和非物质形态的服务。

27. 商品结构分析 4-219

答: 商品结构分析是指对企业库存中的各种商品进行销售量、储存量、销售毛利和储存费用等的相关分析。

28. 大量营销 5-299

答: 大量营销是指企业大量生产某种产品, 并通过多渠道大量推销给所有购买者。

29. 顾客服务 6-321

答: 顾客服务是指在售前、售中和售后三个连贯的销售阶段向顾客提供连续、有效的服务。

30. 集中市场营销 5-299

答: 集中市场营销是指企业集中所有力量, 以一个细分市场作为目标市场, 追求在有限的市场上占据较大的市场占有率。

四、简答题 (本大题共 4 小题, 每小题 8 分, 共 32 分)

31. 分别简述消费者市场和产业市场的需求和购买特点。 1-25、1-27

答: 一、消费者市场的特点:

- 1、消费者市场需求的多样性
- 2、从交易的规模和方式看, 消费者市场的购买人数多, 市场分散, 交易次数频繁, 但每次交易数量较少;
- 3、消费者市场需求的可诱导性。

二、产业市场的需求和购买特点:

- 1、产业市场上的购买者数量少, 而每单采购规模大;
- 2、用户地理位置集中;
- 3、存在派生需求;
- 4、需求 - 价格弹性较小;
- 5、需求波动性大。

32. 导致市场调研失败的原因主要有哪些? 2-97

答: (1) 调研、预测过程中所使用的假设或前提条件不符合实际

- (2) 选用的调研对象没有代表性或者代表性不强
- (3) 在调研、预测时, 未能对影响事物发展变化的所有因素进行必要的考虑
- (4) 调研人员本人的好恶、兴趣、倾向等或多或少地影响其调研、预测活动
- (5) 存在舍远求近、舍难求易、过分强调节省开支费用的倾向
- (6) 不适当地迎合客户的心理
- (7) 向用户提供过多的资料

33. 简述新产品开发决策的一般程序。 3-119

答: (1) 形成创意

- (2) 创意的筛选
- (3) 产品概念的形成与测试

本档资源由考试真题软件网 (down.examebook.com) 搜集整理二次制作!

- (4) 制定营销策略
- (5) 商业分析
- (6) 产品研制
- (7) 市场试销
- (8) 商业化

34. 简述顾客管理的目标和主要内容。6-318

答: 顾客管理的目的是为了了解顾客、满足顾客, 而后保持顾客, 建立企业与顾客之间长期、稳定的关系, 提高顾客满意度, 并最终使企业获得盈利。

顾客管理的内容:

- (1) 顾客分析
- (2) 顾客反馈管理 (包括处理顾客投诉)
- (3) 顾客档案管理
- (4) 顾客服务

五、案例题 (本大题共 2 小题, 共 18 分)

人民日报: 特许经营 切勿跟风冒进

近年来, 特许经营这一低成本快速扩张的经营模式在我国迅速兴起。截至今年 6 月底, 我国特许经营体系已超过 1000 个, 涉及餐饮、零售、服装、教育等 50 多个领域。每届特许经营展会, 总是人潮涌动, 热闹非凡。然而, 特许经营并非谁都能做, 并非个个加盟者都能获得成功。

北京全聚德集团是特许经营体系发展比较成功的企业。从 1999 年至今, 已发展特许加盟企业 50 多家, 取得了较好的经济效益。但是, 到今年 6 月, 它在南京、成都、杭州、汕头、深圳及广州的 6 个特许经营加盟店陆续关门停业。全聚德的经历很具有代表性。

据报道, 2000 年 8 月广州全聚德开业之初, 确实吸引了许多慕名而来的广州食客, 生意十分红火, 吃饭要排队等号, 日营业额突破 15 万元。但没过多久, 营业额就直线下降至四五万元。由于食客日稀, 效益下降, 企业难以支撑, 只能关门了事。究其原因, 主要在于北京烤鸭既肥且腻, 不适舍饮食清淡的广州人的口味。所以说, 一个成熟的特许经营体系, 只是为加盟者提供了一个品牌和一套经营模式。而企业能否发展壮大, 从根本上讲, 还必须具备足够的市场适应性。如果脱离一定的市场需求, 只是简单克隆、生搬硬套、机械模仿, 经营失败就在所难免了。

回答以下问题:

35. 什么是特许经营? 特许经营有哪些优势? (8 分) 4-229

答: 特许经营是指特许权授予人与被授予人之间通过协议授予受许人使用特许权授予人已经开发出的品牌、商号、经营技术、经营规模的权利。

特许经营的优势:

(1) 一个特许经营系统通常由一个特许人和若干受许人组成, 二者之间关系的核心是特许权的转让, 通过特许人和受许人一对一地签订合同形成, 而备受许人 (或分店) 之间没有横向联系;

(2) 在特许经营中, 各受许人对自己的店铺拥有自主权, 即自己仍是老板, 人事和财务均是独立的, 特许人无权干涉;

(3) 特许人根据契约规定, 在特许期间提供受许人开展经营活动所必要的信息、技术、知识和训练, 同时授予受许人在一定区域内独家使用其商号、商标或服务项目的权利;

(4) 受许人在特定期限、特定区域享有使用特许人商号、商标、产品或经营技术的权利，同时又须按契约的规定从事经营活动；

(5) 特许关系中明确规定的一点是受许人不是特许人的代理人或伙伴，没有权利代表特许人行事，受许人要明确自己的身份，以便在与消费者打交道时不致发生混淆；

(6) 在特许经营中，契约规定：特许人按照受许人营业额的一定百分比收取特许费，分享受许人的部分利润，同时也要分担部分费用。

36. 联系案例所提供的资料，谈谈特许经营失败的原因和特许经营存在的不足。(10分)

4-239

答：特许经营失败的原因：

(1) 主要在于北京烤鸭既肥且腻，不适合饮食清淡的广州人的口味；

(2) 特许经营体系，只为提供了一个品牌和一套经营模式；

(3) 具备足够的市场适应性。

特许经营存在的不足：

(1) 特许联营商必须遵循特许权授予者的要求，很少留下创新余地；

(2) 如果特许经营总部不擅长业务管理，会使加盟店受到牵连，使那些满怀希望，准备大干一场的加盟店陷入经营和资金风险之中；

(3) 投资者加入特许经营组织，无形中已将自已的投资得失与整个特许系统连在了一起，形成命运共同体；

(4) 转让或转移加盟店较困难；

(5) 总部的政策对加盟店的利润有很大的影响；

(6) 由于合同期限而受制于总部。

考试课件网：<http://www.examebook.cn/>

——我们专业提供自考易考题库课件集、自考免费电子书、自考历年真题及标准答案！

考试真题软件网：<http://down.examebook.com/>

——我们专业提供自考历年真题及答案整理版、自考考前模拟试题！

考试学习软件商城：<http://www.examebook.com/>

——为您提供各种考试学习软件课件更为便利的购买通道！

自考备考三件宝：自考笔记、真题及答案、录音课件！