一、单选题 （本大题共50小题，每小题2分，共100分）

1

对于在消费者心目中享有较高声誉并产生信任感的商品，企业适宜采用的定价策略是( )

A.

声望定价

B.

尾数定价

C.

招徕定价

D.

习惯定价

标准答案 :

A

2

王刚经过反复思考长时间比较选择后，决定购买一套知名楼盘的商品房。其购买行为属于

A. 习惯型购买行为

B. 变化型购买行为

C. 协调型购买行为

D. 复杂型购买行为

标准答案 :

D

3

在现代市场经济条件下，市场营销管理的首要步骤是

A. 寻找和评价市场机会

B. 细分市场和选择目标市场

C. 发展市场营销组合和决定市场营销预算

D. 执行和控制市场营销计划

标准答案 :

A

4

在新产品采用者类型中，有一种人在群体中具有很高威信，受到周围朋友的拥护和爱戴。正因为此，他们常常去搜集新产品的各种信息资料，成为某些领域里的舆论领袖。这类采用者多在产品的介绍期和成长期采用新产品，并对后面的采用者影响较大，所以他们对创新扩散有着决定性影响。这类采用者叫做( )

A.

创新采用者

B.

早期采用者

C.

早期大众

D.

晚期大众

标准答案 :

B

5

企业在市场营销管理过程中，既会获得市场机会，也要面临环境威胁，在机会和威胁的共同约束下，可以分解出理想业务、风险业务、成熟业务和困难业务，那么，理想业务是( )

A. 高机会和低威胁的业务

B. 高机会和高威胁的业务

C. 低机会和低威胁的业务

D. 低机会和高威胁的业务

标准答案 :

A

6

市场营销信息系统由四个子系统构成，其中市场营销管理人员用以了解有关外部环境发展趋势信息的各种来源与程序的系统是( )

A. 内部报告系统

B. 市场营销情报系统

C. 市场营销调研系统

D. 市场营销分析系统

标准答案 :

B

7

在组织购买类型中，所需时间最长的是

A. 多样化的购买

B. 修正再购买

C. 直接再购买

D. 新任务购买

标准答案 :

D

8

岚风公司总是对竞争对手的降价行为反应敏感并进行强烈攻击，但对竞争对手增加广告预算、开发新产品等活动却不予理会。从市场反应来看该公司属于

A. 从容不迫型竞争者

B. 选择型竞争者

C. 凶猛型竞争者

D. 随机型竞争者

标准答案 :

B

9

强调满足市场中不同顾客需要的营销哲学是

A.

生产导向

B.

产品导向

C.

推销导向

D.

顾客导向

标准答案 :

D

10

通常情况下，若居民在文学、艺术和教育等方面的支出占比持续增加，则恩格尔系数的变动趋势是

A.

上升

B.

下降

C.

不变

D.

先下降后上升

标准答案 :

B

11

饮用水厂向广大消费者免费赠送饮水机以扩大桶装饮用水的销售量是实施( )策略。

A.

招徕订价

B.

俘虏产品订价

C.

捆绑式销售

D.

选择产品订价

标准答案 :

B

12

某企业生产4大类产品，其中每一大类平均有8个产品项目，则产品组合的长度是

A.

4

B.

8

C.

12

D.

32

标准答案 :

D

13

企业利用互联网向消费者直接销售产品，这种分销渠道是（ ）

A.

零级渠道

B.

一级渠道

C.

二级渠道

D.

三级渠道

标准答案 :

A

试题解析 :

零级渠道是指产品从生产者直接销售给消费者，不经过任何中间商，企业利用互联网直接销售属于零级渠道。

14

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

标准答案 :

B

15

奔驰汽车总是在第一时间让消费者想到其艺术品般的精湛工艺，这体现的品牌含义为

A. 属性

B. 利益

C. 价值

D. 文化

标准答案 :

A

16

戴尔电脑通过高质量的直销实现差异化，这属于

A. 产品差异化

B. 服务差异化

C. 渠道差异化

D. 人员差异化

标准答案 :

C

17

（ ）是市场体系的基础，是起决定作用的市场。

A. 劳动力市场

B. 组织市场

C. 消费者市场

D. 信息市场

标准答案 :

C

18

食品厂希望通过低价策略迅速提高市场占有率，中间商却为了获得高利润而希望高价销售，这种渠道冲突产生的原因是

A.

预期差异

B.

权责模糊

C.

目标差异

D.

依赖性差异

标准答案 :

C

19

某银行购进了一批自动存取款机。从组织市场的构成来说，属于

A. 产业市场

B. 消费者市场

C. 中间商市场

D. 政府市场

标准答案 :

A

20

KG公司在九寨沟地震后捐款万元，引发当地媒体的竟相报道，该企业的营销传播行为属于

A.

广告

B.

销售促进

C.

公共关系

D.

人员推销

标准答案 :

C

21

下列说法中正确的是（ ）。

A. 流动资产过多会增加企业资金的机会成本

B. 市净率越高，说明投资者对于公司的发展前景越看好

C. 在其他条件不变的情况下，用银行存款购入固定资产会引起总资产净利率降低

D. 企业通过降低负债比率可以提高其权益净利率

标准答案 :

A

试题解析 :

企业提高负债比例，可以增大权益乘数，进而提高权益净利率；市盈率越高，说明投资者对于公司的发展前景越看好。在其他条件不变的情况下，用银行存款购入固定资产，流动资产减少的部分正好等于非流动资产增加的部分，总资产数额不变，因此总资产净利率不变。

22

下列选项中，不属于投资性房地产范围的是（ ）。

A. 已出租的土地使用权

B. 持有并准备增值后转让的土地使用权

C. 已出租的建筑物

D. 用于出售的建筑物

标准答案 :

D

23

夏季，“波司登”羽绒服通过打折等促销措施而出现了淡季热销的局面。可见，该厂家深刻领悟到羽绒服的需求属于

A. 潜伏需求

B. 充分需求

C. 不规则需求

D. 过量需求

标准答案 :

C

24

顾客总价值与顾客总成本之间的差额就是（ ）。

A.

企业让渡价值

B.

企业利润

C.

顾客让渡价值

D.

顾客利益

标准答案 :

C

25

铁路公司与航空公司都提供客运服务，两者的竞争关系属于（ ）

A. 愿望竞争者

B. 一般竞争者

C. 产品形式竞争者

D. 品牌竞争者

标准答案 :

B

26

对于一般的企业来说，账龄在1年以内的应收账款在其应收账款总额中所占比例越大，其应收账款的（ ）通常就越高。

A. 灵活性

B. 保值性

C. 周转性

D. 盈利性

标准答案 :

C

27

某电梯制造厂在北京地区仅仅通过2个精心挑选的、最合适的中间商来推销其产品，这种分销策略是（ ）

A. 密集分销

B. 选择分销

C. 独家分销

D. 直复营销

标准答案 :

B

28

某大型超市在洗涤产品货架上安装了摄像机，来记录顾客对品牌关注的转移过程，以确定顾客的品牌认知，这种数据的收集方法是

A. 实验法

B. 观察法

C. 调查法

D. 估计法

标准答案 :

B

29

下列属于品牌标志的是（ ）

A.

品牌名称

B.

品牌口号

C.

品牌图案

D.

品牌故事

标准答案 :

C

试题解析 :

品牌标志是指品牌中可以被识别但不能用语言表达的部分，如品牌图案、符号、颜色等。品牌名称、口号和故事都属于品牌的语言部分。

30

医院和学校属于组织市场中的

A.

政府市场

B.

生产者市场

C.

机构市场

D.

中间商市场

标准答案 :

C

31

通常情况下，不同广告媒体所需成本不同，其中最昂贵的是

A. 报纸

B. 电视

C. 广播

D. 宣传单

标准答案 :

B

32

玛丽公司扫地机器人以中档品进入市场，经过一段时间后又分别推出高端和低端扫地机器人，这种产品线延伸策略是

A.

向上延伸

B.

向下延伸

C.

单向延伸

D.

双向延伸

标准答案 :

D

33

卓尔公司分别推出针对不同年龄段女性顾客的专用化妆品，该公司的市场细分依据是

A. 地理细分

B. 行为细分

C. 区域细分

D. 人口细分

标准答案 :

D

34

香烟、口香糖、饮料等日常用品一般选用的分销策略是

A. 独家分销

B. 选择性分销

C. 广泛性分销

D. 排他性分销

标准答案 :

C

35

生产观念强调的是

A. 以量取胜

B. 以廉取胜

C. 以质取胜

D. 以形象取胜

标准答案 :

B

36

促销的本质是

A. 促进购买

B. 刺激购买欲望

C. 宣传

D. 信息沟通

标准答案 :

D

37

评价市场营销组织的优劣主要是基于

A. 产品质量

B. 组织结构

C. 营销目标

D. 人员素质

标准答案 :

D

38

手机的质量、功能和款式，属于顾客总价值中的

A.

人员价值

B.

服务价值

C.

形象价值

D.

产品价值

标准答案 :

D

39

WOOD木制玩具公司所处营销环境的特点是机会水平与威胁水平均低，由此可见该公司所处的环境是

A.

理想环境

B.

冒险环境

C.

困难环境

D.

成熟环境

标准答案 :

D

40

梦特公司根据最大竞争对手每年的广告投入来确定本公司的广告费用，这种确定广告预

算的方法属于

A. 量力而行法

B. 销售百分比法

C. 竞争对等法

D. 目标任务法

标准答案 :

C

41

费雪公司设立了一个实验室，专门用于观察孩子们得到新玩具时的反应。这种收集数据的方法属于

A. 观察法

B. 德尔菲法

C. 实验法

D. 头脑风暴法

标准答案 :

A

42

某企业的采购经理为了更好地完成采购工作任务，适当改变要采购的某些产业用品的规格、价格等条件或供应商。这种产业购买者的行为类型是( )

A. 租赁

B. 直接重购

C. 全新重购

D. 修正重购

标准答案 :

D

43

外部价值链整合的实质是把\_\_\_\_的价值链进行有机整合，发挥协同作战的整体优势。

A. 内部各部门

B. 不同企业

C. 供应商

D. 企业员工

标准答案 :

B

试题解析 :

见书本P80

44

某企业使用茶叶研制出独一无二的“茶啤酒”来应对激烈的啤酒市场竞争，这种市 场定位属于

A.

根据使用者定位

B.

根据产品用途定位

C.

根据使用频率定位

D.

根据竞争者的态度定位

标准答案 :

D

45

企业通过改进广告宣传和推销工作、增设商业网点、借助多渠道将同一产品送达同一市场、短期削价等措施，以便在现有市场上扩大现有产品的销售。这种新业务发展战略属于( )

A. 市场渗透

B. 市场开发

C. 产品开发

D. 市场扩张

标准答案 :

A

46

在消费者的购买决策活动中，首先提出购买某种产品或服务的人，称为

A.

发起者

B.

影响者

C.

决策者

D.

购买者

标准答案 :

A

47

某面粉企业为了控制和拥有其分销系统，兼并了面粉经销商店。该种增长战略属于（ ）

A. 业务一体化

B. 后向一体化

C. 前向一体化

D. 水平一体化

标准答案 :

C

48

企业在哪种市场需求下，市场营销管理任务是反市场营销，并采取措施消灭该种需求

A. 无需求

B. 不规则需求

C. 下降需求

D. 有害需求

标准答案 :

D

49

市场营销调研流程中，对营销调研所要达到的目标进行全方位和全过程计划的阶段是

A.

制定调研方案

B.

收集市场信息资料

C.

确定市场营销调研主题

D.

提出市场营销调研报告

标准答案 :

A

50

“妙趣”口香糖公司为使广大消费者能随时随地买到“妙趣”口香糖，通常应采取的分销模式是

A.

密集性分销

B.

选择性分销

C.

独家分销

D.

方便分销

标准答案 :

A

一、单选题 （本大题共50小题，每小题2分，共100分）

1

某酒类企业推出无醇啤酒，用来满足那些想喝啤酒但又想免受酒精困扰的消费者的需求，这种市场定位属于( )

A.

产品特色定位

B.

顾客利益定位

C.

使用者定位

D.

使用场合定位

标准答案 :

A

2

用于评价企业营销开支并提高经费开支的效率，从而提高营销效益的市场营销控制类型是

A.

年度计划控制

B.

战略控制

C.

盈利能力控制

D.

效率控制

标准答案 :

D

3

某国内家电制造商在顾客购买其生产的家用电器后，主动与顾客联系，征求顾客的意见，这在关系营销中属于

A. 基本型关系营销

B. 鼓动型关系营销

C. 伙伴型关系营销

D. 负责型关系营销

标准答案 :

D

4

国内某手机制造商推出一款高度模仿某著名品牌热销机型手机，该企业所采取的跟随战略是（ ）

A. 紧密跟随

B. 盲目跟随

C. 选择跟随

D. 距离跟随

标准答案 :

A

5

某著名品牌变更了产品特色，使目标顾客对其产品形象有了新的认识，该品牌采用的定位方法是( )

A. 对峙定位

B. 避强定位

C. 重新定位

D. 混合定位

标准答案 :

C

6

恩格尔定律表明，随着消费者家庭收入的提高，恩格尔系数将

A. 越来越小

B. 保持不变

C. 越来越大

D. 趋近于无穷大

标准答案 :

A

7

在冬季，一些亚麻凉席生产企业开展打折促销活动，出现了淡季热销的局面。这是因为亚麻凉席的需求属于

A. 无需求

B. 下降需求

C. 不规则需求

D. 充分需求

标准答案 :

C

8

战略控制主要有两种方法，即营销绩效等级评定和

A. 营销计划

B. 营销改进

C. 营销促进

D. 营销审计

标准答案 :

D

试题解析 :

见书本P366

9

白云餐厅菜品价格不高，但酒水价格较高，这种产品组合的定价策略是

A. 产品线定价

B. 选择产品定价

C. 补充产品定价

D. 副产品定价

标准答案 :

B

10

华安公司是一家食品厂，主要生产果汁饮料、饼干和熟肉制品三种不同类型的产品，为此，华安公司为这三种产品分别各设立一名产品经理负责。华安公司所采用的专业化组织类型是（ ）

A. 职能型组织

B. 产品型组织

C. 市场型组织

D. 地理型组织

标准答案 :

B

11

梦特公司根据最大竞争对手每年的广告投入来确定本公司的广告费用，这种确定广告预

算的方法属于

A. 量力而行法

B. 销售百分比法

C. 竞争对等法

D. 目标任务法

标准答案 :

C

12

SX公司维修人员在给顾客安装智能马桶盖时，不厌其烦地给用户讲解、示范其使用方法及保养措施,用户获得的是顾客总价值中的

A.

产品价值

B.

人员价值

C.

服务价值

D.

形象价值

标准答案 :

C

13

笔记本电脑品牌有联想、神州、苹果等多种品牌的产品供顾客选择，它们属于（ ）

A. 愿望竞争者

B. 一般竞争者

C. 品牌竞争者

D. 产品形式竞争者

标准答案 :

C

14

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，该公可的品牌名称策略是

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

标准答案 :

C

15

产品说明书印刷费用在市场营销成本中属于（ ）

A. 直销人员的工资

B. 促销费用

C. 仓储费用

D. 运输费用

标准答案 :

B

16

某皮鞋生产企业决定增加运动鞋生产车间并购进了相应设备。该企业的采购属于

A. 修正重购

B. 直接重购

C. 间接采购

D. 全新采购

标准答案 :

D

17

不同的财务报表主体的（ ）存在明显差异，这就决定了他们在对企业财务报表进行分析时必然有不同的分析目的和侧重点。

A. 分析依据

B. 利益倾向

C. 分析要求

D. 评价标准

标准答案 :

B

试题解析 :

每个财务报表主体的诉求不同，也就是其利益需求不同，导致了各个主体有不同的侧重点。

18

广告决策流程的第一步是

A.

确定广告预算

B.

选择传播媒体

C.

设计广告信息

D.

确定广告目标

标准答案 :

D

19

企业在某类产品的市场中拥有最高的市场占有率，在价格变动、新产品开发、分销渠道设计和促销力量等方面拥有绝对话语权，企业在这个市场中是( )

A. 市场主导者

B. 市场挑战者

C. 市场跟随者

D. 市场补缺者

标准答案 :

A

20

消费者对某种品牌的忠诚程度高，属于（ ）

A.

情感忠诚

B.

行为忠诚

C.

认知忠诚

D.

意向忠诚

标准答案 :

A

试题解析 :

情感忠诚是指消费者对品牌有深厚的情感依恋，忠诚程度高，会持续购买该品牌。行为忠诚是指重复购买行为，认知忠诚是对品牌的了解和认可，意向忠诚是有购买意向。

21

奔驰汽车总是在第一时间让消费者想到其艺术品般的精湛工艺，这体现的品牌含义为

A. 属性

B. 利益

C. 价值

D. 文化

标准答案 :

A

22

某大豆加工企业为方便消费者识别自己的产品，现决定为其产品设计并创建品牌，这种品牌策略属于

A.

品牌化策略

B.

品牌发展策略

C.

品牌名称策略

D.

品牌使用者策略

标准答案 :

A

23

缓慢撇脂策略是指企业以（ ）的方式推出新产品，使企业获得更多利润

A. 高价格和低促销费用

B. 低价格和低促销费用

C. 低价格和高促销费用

D. 高价格和高促销费用

标准答案 :

A

试题解析 :

产品导入期的四种营销策略之一。见书本P243

24

QD公司推出酒味浓醇、苦味适度又具有麦芽香气的啤酒，用来满足那些不喜欢又苦又浓的啤酒消费者的需要，QD公司市场定位的策略是

A.

根据对竞争者的态度定位

B.

根据产品特色定位

C.

根据产品用途定位

D.

根据使用者定位

标准答案 :

B

25

某公司的婴幼儿润肤产品由“宝宝用好”到“宝宝用好，您用也好”的定位转变，使其目标市场在婴幼儿市场的基础上，又增加了中青年女性市场，产品销售量也因此而得以增长，这种产品成熟期的战略是( )

A. 调整品牌

B. 调整市场

C. 调整产品

D. 调整投资

标准答案 :

B

26

（ ）是市场体系的基础，是起决定作用的市场。

A. 劳动力市场

B. 组织市场

C. 消费者市场

D. 信息市场

标准答案 :

C

27

王先生购买住房花费了大量的精力和多年的积蓄，这种购买行为类型是

A.

复杂的购买行为

B.

习惯性的购买行为

C.

减少不协调感的购买行为

D.

寻求多样的购买行为

标准答案 :

A

28

下列不属于行为变量的是

A. 购买时机

B. 使用程度

C. 使用率

D. 使用时间

标准答案 :

D

29

某公司年末会计报表中显示其流动负债60万元，流动比率为2，速动比率为1.2，销售成本100万元，年初存货52万元，则本年度存货周转次数为（ ）。

A. 2

B. 2.3

C. 1.4

D. 5

标准答案 :

A

30

具有匿名性、反复性和集体性特点的一手资料收集方法是( )

A. 观察法

B. 深度小组座谈法

C. 实验法

D. 德尔菲法

标准答案 :

D

试题解析 :

见书本P105

31

BW新能源汽车公司为其旗下的汽车品牌分别赋予魅影、美纳、名郡等不同名称，这种品牌名称策略属于

A.

个别品牌策略

B.

家族品牌策略

C.

独立家族品牌策略

D.

组合品牌策略

标准答案 :

A

32

LKM化妆品公司通过互联网、微信、微博等渠道直接向顾客发送商品目录，既便捷又节约成本，这种直接营销的形式是

A.

直接邮寄

B.

目录营铠

C.

电话营销

D.

购物亭营销

标准答案 :

B

33

消费者对某一品牌评价较差，就会在相当长的时间内保持不变，并且会对使用该品牌的所有产品都有不好的评价。这种心理因素是

A. 动机

B. 态度

C. 知觉

D. 学习

标准答案 :

B

34

( )是市场体系的基础，是起决定作用的市场。

A. 劳动力市场

B. 组织市场

C. 消费者市场

D. 信息市场

标准答案 :

C

35

保持战略特别适合的公司业务单位是

A. 问题类

B. 现金牛类

C. 明星类

D. 瘦狗类

标准答案 :

B

36

下列属于无差异营销策略优点的是    、

A.

有利于分散企业的风险

B.

降低了市场竞争的激烈程度

C.

细小市场的顾客需求得到满足

D.

可以获得成本上的经济性

标准答案 :

D

37

下列属于宏观环境因素的是（ ）

A.

供应商

B.

竞争者

C.

技术环境

D.

顾客

标准答案 :

C

试题解析 :

宏观环境包括人口、经济、自然、技术、政治法律和社会文化等因素，供应商、竞争者和顾客属于微观环境因素。

38

某网店经常通过各种方式，主动与顾客联系，讨论产品改进建议，提供新产品信息以促进销售，这种关系营销层次属于

A.

基本型关系

B.

主动型关系

C.

责任型关系

D.

响应型关系

标准答案 :

B

39

面对竞争对手的各种挑衅，LM公司基本不做反应，这种竞争者的反应类型是

A.

选择型竞争者

B.

从容型竞争者

C.

强劲型竞争者

D.

随机型竞争者

标准答案 :

B

40

LW公司与顾客通过持续合作，建立起相互信任，并按照顾客要求来设计新产品， 其关系营销的层次是

A.

伙伴型关系

B.

主动型关系

C.

责任型关系

D.

基本型关系

标准答案 :

A

41

在负需求情况下，市场营销管理的任务是( )

A. 改变市场营销

B. 刺激市场营销

C. 开发市场营销

D. 重振市场营销

标准答案 :

A

42

每年有许多老年人，从北方来到海南过冬，人口的南北方区间流动给企业经营活动创造了商机，这种影响企业营销的宏观环境因素是

A.

人口环境

B.

经济环境

C.

文化环境

D.

政治与法律环境

标准答案 :

A

43

市场营销调研流程中，对营销调研所要达到的目标进行全方位和全过程计划的阶段是

A.

制定调研方案

B.

收集市场信息资料

C.

确定市场营销调研主题

D.

提出市场营销调研报告

标准答案 :

A

44

岚山公司是一家奶粉生产企业，在婴幼儿、青少年和老年专业奶粉市场享有很高的知名度和美誉度，远远领先竞争对手。岚山公司通过市场调研发现针对糖尿病患者的奶粉为市场空白，市场状况是高机会、低威胁，故决定向市场投放专门针对糖尿病患者的奶粉，岚山公司的这一业务属于( )

A.

理想业务

B.

冒险业务

C.

成熟业务

D.

困难业务

标准答案 :

A

45

下列说法正确的是（ ）。

A. 经营活动现金流量的可持续性最强，是现金流量分析的重点

B. 经营活动的现金流量小于零，说明企业已经陷入财务危机状态

C. 经营活动的现金流量等于零，说明企业收支平衡始终能维持简单再生产

D. 只要经营活动的现金流量大于零，说明企业能满足扩大再生产的需要

标准答案 :

A

46

PJ公司与客户只维持最普通的交易关系，其关系营销层次属于

A.

响应型关系

B.

基本型关系

C.

责任型关系

D.

主动型关系

标准答案 :

B

47

通常情况下，若居民在文学、艺术和教育等方面的支出占比持续增加，则恩格尔系数的变动趋势是

A.

上升

B.

下降

C.

不变

D.

先下降后上升

标准答案 :

B

48

针对空调、凉鞋这类产品的季节性需求，其营销管理任务是

A.

提升价格、开发替代品

B.

提升价格、减少甚至停止供给，抑制这种需求

C.

通过价格和促销力度的变化来调节不同时期的需求

D.

重新思考本企业产品的价值，同时采用新的手段刺激消费

标准答案 :

C

49

某酒类生产企业决定将其新业务扩展到汽车生产领域，这种多元化增长方式是( )

A. 同心多元化

B. 水平多元化

C. 集团多元化

D. 垂直多元化

标准答案 :

C

50

SD超市原来给予一次购买4箱白酒5%的折扣，现调整为给予一次购买2箱白酒5%的折扣，这种降价策略是

A.

心理性降价

B.

放宽折扣条件

C.

增加延期支付时间

D.

按变动成本定价

标准答案 :

B