一、单选题 （本大题共50小题，每小题2分，共100分）

1

饭店推销人员用试探性问话刺激顾客做出购买反应，所采用的人员推销策略是

A.

配方一成交策略

B.

刺激—反应策略

C.

诱发—满足策略

D.

创新—新奇策略

标准答案 :

B

2

在成本低于对手的情况下，饭店一般可以采取的市场竞争策略是

A.

成本最低化策略

B.

差别化策略

C.

无差化策略

D.

专一化策略

标准答案 :

A

3

某顾客希望能在饭店度过便宜、清洁、安全的一夜，从饭店产品层次角度看，属于

A.

核心产品

B.

基础产品

C.

期望产品

D.

潜在产品

标准答案 :

C

4

由于某饭店经营理念“老化”，导致顾客对该饭店的兴趣逐渐降低，该饭店回头客不断减少，效益明显下降，该饭店应采取

A.

扭转型营销

B.

刺激性营销

C.

开发性营销

D.

再生性营销

标准答案 :

D

5

“顾客需要什么，企业就生产和销售什么”反应的是

A.

营销观念

B.

产品观念

C.

推销观念

D.

生产观念

标准答案 :

D

6

中秋节等传统节日即将来临的时候，许多饭店大作广告，以促销自己的作品。从市场细分的角度出发，这些饭店对市场进行细分的形式属于

A.

地理细分

B.

心理细分

C.

人口细分

D.

行为细分

标准答案 :

D

7

社会市场营销观念产生于

A.

20世纪50年代以后

B.

20世纪30年代

C.

20世纪20年代以前

D.

20世纪70年代

标准答案 :

D

8

旅行社订房通常集中于旅游旺季，体现了旅行社订房的特点是

A.

订房数量大

B.

订房连续性强

C.

订房时间集中

D.

订房取消率高

标准答案 :

C

9

饭店行业设定的经验定价法“千分之一法”,其定价方法类型是

A.

需求导向定价法

B.

成本导向定价法

C.

竞争导向定价法

D.

价值导向定价法

标准答案 :

B

10

按照政府法规、社会道德和饭店正面形象，饭店经营无法，满足部分顾客在如赌博、色情等方面的需求，该饭店应采取

A.

平衡性营销

B.

反营销

C.

抵制性营销

D.

维持性营销

标准答案 :

C

11

李兹.卡尔顿酒店认为它出售的是“让游客有一些美好的旅行回忆”。这属于饭店产品整体概念中的

A.

核心利益

B.

潜在产品

C.

期望产品

D.

附加产品

标准答案 :

A

12

下列属于定性预测法的是

A.

时间序列模式

B.

因果关系模式

C.

专家会议

D.

销售人员意见汇集

标准答案 :

D

13

饭店用各种产品和服务满足各种顾客群体的需求的方式属于目标市场选择策略中的

A.

密集单一市场

B.

产品专门化

C.

市场专门化

D.

完全市场覆盖

标准答案 :

D

14

在肯定本饭店产品有潜在的竞争优势时，可以采取的产品定位策略是

A.

根据用途定位

B.

突出特色产品定位

C.

拾遗补缺产品定位

D.

与同类产品竞争定位

标准答案 :

D

15

开发新市场，联系新客户时通常采用的人员推销方式是

A.

试探推销

B.

预约推销

C.

呈现推销

D.

公关拜访

标准答案 :

A

16

中小型饭店由于受其财力、技术等方面的制约，在整体市场上无力与大饭店集团抗衡，所以一般采用

A.

差异性营销策略

B.

无差异营销策略

C.

集中性营销策略

D.

以上都可以

标准答案 :

C

17

某一市场天然具有需求同质特点，一般会采用的目标市场营销策略是

A.

分散性营销

B.

集中性营销

C.

无差异性营销

D.

差异性营销

标准答案 :

C

18

饭店的（）是饭店的生命。

A.

服务质量

B.

设备

C.

声誉

D.

管理水平

标准答案 :

A

19

如果饭店订单常常来自小批量预订，则需要的销售渠道模式是

A.

长渠道

B.

短渠道

C.

宽渠道

D.

窄渠道

标准答案 :

A

20

在饭店产品生命周期的导入阶段，饭店采用快速撇脂策略即是指

A.

饭店以高价格和高促销水平的方式推出新产品

B.

饭店以高价格和低促销水平的方式推出新产品

C.

饭店以低价格和低促销水平的方式推出新产品

D.

饭店以低价格和高促销水平方式推出新产品

标准答案 :

A

21

产品组合里的产品项目总数是指产品

A.

长度

B.

深度

C.

广度

D.

相似度

标准答案 :

A

22

现代饭店市场营销的出发点是

A.

销售量

B.

产品

C.

市场

D.

饭店

标准答案 :

C

23

饭店服务人员在服务过程中了解到有关顾客消费偏好信息属于营销信息系统中的

A.

内部记录系统

B.

营销情报系统

C.

营销调研系统

D.

营销分析系统

标准答案 :

A

24

在饭店产品处于不规则需求状态下，营销管理的任务是

A.

消除需求

B.

转变需求

C.

活跃需求

D.

平衡需求

标准答案 :

D

25

饭店产品组合中不同产品线用途、生产技术、销售渠道或其他方面相似的程度属于旅游产品组合的

A.

深度

B.

广度

C.

长度

D.

相关度

标准答案 :

D

26

饭店为了适应环保要求，开展创建绿色饭店活动，其应付市场威胁的对策是

A.

转移对策

B.

减轻对策

C.

反抗对策

D.

放弃对策

标准答案 :

B

27

强调企业既要适应外部环境，又能部分改变外部环境的市场营销观念是

A.

大市场营销观念

B.

推销观念

C.

生产观念

D.

社会营销观念

标准答案 :

A

28

购买决策过程的起点

A.

收集信息

B.

评价方案

C.

认识需求

D.

购买决定

标准答案 :

C

29

饭店市场营销管理者经常使用的最基本的信息系统是

A.

内部记录系统

B.

市场营销情报系统

C.

市场营销分析系统

D.

市场营销调研系统

标准答案 :

A

30

人员推销技巧中的DAPA定律是呈现过程中用于论证产品利益的一组技巧，其中“D”指

A.

确认需求

B.

认同需求

C.

证明产品

D.

认同产品

标准答案 :

A

31

饭店对产品进行提价的原因不可能是

A.

原料涨价

B.

适应通货膨胀

C.

利用顾客心理，创造优质效应

D.

生产能力过剩

标准答案 :

D

32

一般采用产品模仿方法开展市场销售竞争的饭店市场地位策略是

A.

市场领导者策略

B.

市场追随者策略

C.

市场挑战者策略

D.

市场补缺者策略

标准答案 :

B

33

饭店为了满足宾客高档产品“价高质必优”的心理，一般采取的定价策略是

A.

声望定价策略

B.

尾数定价策略

C.

整数定价策略

D.

分级定价策略

标准答案 :

A

34

顾客的介入程度低而品牌间差异程度dada的购买行为属于

A.

复杂的购买行为

B.

减少不协调的购买行为

C.

寻求多样化的购买行为

D.

习惯性的购买行为

标准答案 :

C

35

以下关于饭店直接销售渠道优点的表述，错误的是

A.

缓解饭店人、财、物等力量的不足

B.

间接促销

C.

有利于饭店、顾客双方信息沟通

D.

有助于产品在短期内广泛分销

标准答案 :

A

36

用来发现新机会，不是要得出答案的饭店市场调查类型是

A.

描述性调查

B.

探索性调查

C.

因果性调查

D.

专门性调查

标准答案 :

B

37

在饭店产品投入期，以高价格和高促销方式推出新产品的营销策略是

A.

迅速渗透策略

B.

缓慢渗透策略

C.

迅速撇油策略

D.

缓慢撇油策略

标准答案 :

C

38

检查推销员平均每天推销访问的次数和销售额的营销控制类型是

A.

年度计划控制

B.

赢利水平控制

C.

营销效率控制

D.

战略控制

标准答案 :

C

39

下列各项选项中，属于针对中间商的销售促进方式是

A.

赠送样品

B.

优惠劵

C.

销售竞赛

D.

比例分成

标准答案 :

C

40

W饭店参照其主要竞争对手Y饭店的广告费用支出，确定本饭店广告预算为1000万元，这种确定广告预算的方法是

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

饭店内部报告系统的核心是

A.

情报系统

B.

面向用户

C.

销售报告系统

D.

预定至汇款的循环

标准答案 :

D

42

饭店通过零售商将其产品销售给最终消费者，这种销售渠道

A.

零级渠道

B.

一级渠道

C.

二级渠道

D.

三级渠道

标准答案 :

B

43

饭店个人顾客市场的购买动机是

A.

直接享用

B.

再次出售

C.

旅游团转卖

D.

满足大众需求

标准答案 :

A

44

某饭店以低价格和低促销费用向市场推出一种新产品，这种营销策略是

A.

快速撇脂策略

B.

缓慢撇脂策略

C.

快速渗透策略

D.

缓慢渗透策略

标准答案 :

D

45

饭店顾客注重商品的实际效用，所表现的消费心理类型是

A.

求美心理

B.

惠顾心理

C.

求新心理

D.

求实心理

标准答案 :

D

46

“顾客是饭店产品的一部分”这句话体现了饭店服务产品的

A.

差异性

B.

不可储存性

C.

不可感知性

D.

生产与消费不可分离性

标准答案 :

D

47

某饭店专门为满足某个顾客群体的各种需求而提供产品和服务。这属于

A.

密集单一市场

B.

产品专门化

C.

市场专门化

D.

完全市场覆盖

标准答案 :

C

48

在产品生命周期的成长期，促销的目标是

A.

提醒顾客

B.

了解产品

C.

竞争中取胜

D.

扩大销售

标准答案 :

D

49

按客人的住宿动机细分市场是饭店广泛采用的一种分类方法。属于

A.

地理细分

B.

心理细分

C.

人口细分

D.

行为细分

标准答案 :

B

50

饭店企业对同一产品在不同季节、不同日期甚至不同钟点分别制定不同的价格，这种定价方法应属于

A.

需求差异定价法

B.

逆向定价法

C.

理解价值定价法

D.

随行就市定价法

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

现代市场营销观念强调

A.

以产品为中心

B.

以生产为中心

C.

以顾客为中心

D.

以推销为中心

标准答案 :

C

2

“顾客需要什么，企业就生产和销售什么”反应的是

A.

营销观念

B.

产品观念

C.

推销观念

D.

生产观念

标准答案 :

D

3

在饭店产品投入期，以高价格和高促销方式推出新产品的营销策略是

A.

迅速渗透策略

B.

缓慢渗透策略

C.

迅速撇油策略

D.

缓慢撇油策略

标准答案 :

C

4

旅行社订房通常集中于旅游旺季，体现了旅行社订房的特点是

A.

订房数量大

B.

订房连续性强

C.

订房时间集中

D.

订房取消率高

标准答案 :

C

5

在成本低于对手的情况下，饭店一般可以采取的市场竞争策略是

A.

成本最低化策略

B.

差别化策略

C.

无差化策略

D.

专一化策略

标准答案 :

A

6

饭店进行新产品开发的首要阶段是

A.

新产品构思

B.

新产品概念的形成与测试

C.

饭店新产品营销战略的制定

D.

构思的评估与筛选

标准答案 :

A

7

检查推销员平均每天推销访问的次数和销售额的营销控制类型是

A.

年度计划控制

B.

赢利水平控制

C.

营销效率控制

D.

战略控制

标准答案 :

C

8

饭店为了满足宾客高档产品“价高质必优”的心理，一般采取的定价策略是

A.

声望定价策略

B.

尾数定价策略

C.

整数定价策略

D.

分级定价策略

标准答案 :

A

9

某饭店以低价格和低促销费用向市场推出一种新产品，这种营销策略是

A.

快速撇脂策略

B.

缓慢撇脂策略

C.

快速渗透策略

D.

缓慢渗透策略

标准答案 :

D

10

饭店推销人员用试探性问话刺激顾客做出购买反应，所采用的人员推销策略是

A.

配方一成交策略

B.

刺激—反应策略

C.

诱发—满足策略

D.

创新—新奇策略

标准答案 :

B

11

饭店市场营销管理者经常使用的最基本的信息系统是

A.

内部记录系统

B.

市场营销情报系统

C.

市场营销分析系统

D.

市场营销调研系统

标准答案 :

A

12

饭店用各种产品和服务满足各种顾客群体属于

A.

有选择的专门化

B.

产品专门化

C.

市场专门化

D.

完全市场覆盖

标准答案 :

D

13

购买决策过程的最后一步

A.

收集信息

B.

认识需求

C.

认识需求

D.

购后行为

标准答案 :

D

14

中秋节等传统节日即将来临的时候，许多饭店大作广告，以促销自己的作品。从市场细分的角度出发，这些饭店对市场进行细分的形式属于

A.

地理细分

B.

心理细分

C.

人口细分

D.

行为细分

标准答案 :

D

15

以下属于心理定价策略的是

A.

尾数定价

B.

撇脂定价

C.

渗透定价

D.

季节折扣

标准答案 :

A

16

饭店营销档案中最重要的部分是

A.

意向性预定档案

B.

文件档案

C.

一般资料档案

D.

客户档案

标准答案 :

D

17

李兹.卡尔顿酒店认为它出售的是“让游客有一些美好的旅行回忆”。这属于饭店产品整体概念中的

A.

核心利益

B.

潜在产品

C.

期望产品

D.

附加产品

标准答案 :

A

18

以下关于饭店直接销售渠道优点的表述，错误的是

A.

缓解饭店人、财、物等力量的不足

B.

间接促销

C.

有利于饭店、顾客双方信息沟通

D.

有助于产品在短期内广泛分销

标准答案 :

A

19

顾客的介入程度低而品牌间差异程度dada的购买行为属于

A.

复杂的购买行为

B.

减少不协调的购买行为

C.

寻求多样化的购买行为

D.

习惯性的购买行为

标准答案 :

C

20

某顾客希望能在饭店度过便宜、清洁、安全的一夜，从饭店产品层次角度看，属于

A.

核心产品

B.

基础产品

C.

期望产品

D.

潜在产品

标准答案 :

C

21

饭店企业对同一产品在不同季节、不同日期甚至不同钟点分别制定不同的价格，这种定价方法应属于

A.

需求差异定价法

B.

逆向定价法

C.

理解价值定价法

D.

随行就市定价法

标准答案 :

A

22

一般采用产品模仿方法开展市场销售竞争的饭店市场地位策略是

A.

市场领导者策略

B.

市场追随者策略

C.

市场挑战者策略

D.

市场补缺者策略

标准答案 :

B

23

饭店个人顾客市场的购买动机是

A.

直接享用

B.

再次出售

C.

旅游团转卖

D.

满足大众需求

标准答案 :

A

24

下列各选项中，属于针对中间商的销售促进的是

A.

推广津贴

B.

比例分成

C.

有奖销售

D.

优惠劵

标准答案 :

A

25

用来发现新机会，不是要得出答案的饭店市场调查类型是

A.

描述性调查

B.

探索性调查

C.

因果性调查

D.

专门性调查

标准答案 :

B

26

饭店服务人员在服务过程中了解到有关顾客消费偏好信息属于营销信息系统中的

A.

内部记录系统

B.

营销情报系统

C.

营销调研系统

D.

营销分析系统

标准答案 :

A

27

“顾客是饭店产品的一部分”这句话体现了饭店服务产品的

A.

差异性

B.

不可储存性

C.

不可感知性

D.

生产与消费不可分离性

标准答案 :

D

28

产品组合里的产品项目总数是指产品

A.

长度

B.

深度

C.

广度

D.

相似度

标准答案 :

A

29

在肯定本饭店产品有潜在的竞争优势时，可以采取的产品定位策略是

A.

根据用途定位

B.

突出特色产品定位

C.

拾遗补缺产品定位

D.

与同类产品竞争定位

标准答案 :

D

30

饭店为了适应环保要求，开展创建绿色饭店活动，其应付市场威胁的对策是

A.

转移对策

B.

减轻对策

C.

反抗对策

D.

放弃对策

标准答案 :

B

31

饭店顾客注重商品的实际效用，所表现的消费心理类型是

A.

求美心理

B.

惠顾心理

C.

求新心理

D.

求实心理

标准答案 :

D

32

人员推销技巧中的DAPA定律是呈现过程中用于论证产品利益的一组技巧，其中“D”指

A.

确认需求

B.

认同需求

C.

证明产品

D.

认同产品

标准答案 :

A

33

在产品生命周期的成长期，促销的目标是

A.

提醒顾客

B.

了解产品

C.

竞争中取胜

D.

扩大销售

标准答案 :

D

34

饭店通过零售商将其产品销售给最终消费者，这种销售渠道

A.

零级渠道

B.

一级渠道

C.

二级渠道

D.

三级渠道

标准答案 :

B

35

某饭店专门为满足某个顾客群体的各种需求而提供产品和服务。这属于

A.

密集单一市场

B.

产品专门化

C.

市场专门化

D.

完全市场覆盖

标准答案 :

C

36

按照政府法规、社会道德和饭店正面形象，饭店经营无法，满足部分顾客在如赌博、色情等方面的需求，该饭店应采取

A.

平衡性营销

B.

反营销

C.

抵制性营销

D.

维持性营销

标准答案 :

C

37

饭店产品组合中不同产品线用途、生产技术、销售渠道或其他方面相似的程度属于旅游产品组合的

A.

深度

B.

广度

C.

长度

D.

相关度

标准答案 :

D

38

在饭店产品生命周期的导入阶段，饭店采用快速撇脂策略即是指

A.

饭店以高价格和高促销水平的方式推出新产品

B.

饭店以高价格和低促销水平的方式推出新产品

C.

饭店以低价格和低促销水平的方式推出新产品

D.

饭店以低价格和高促销水平方式推出新产品

标准答案 :

A

39

某一市场天然具有需求同质特点，一般会采用的目标市场营销策略是

A.

分散性营销

B.

集中性营销

C.

无差异性营销

D.

差异性营销

标准答案 :

C

40

饭店行业设定的经验定价法“千分之一法”,其定价方法类型是

A.

需求导向定价法

B.

成本导向定价法

C.

竞争导向定价法

D.

价值导向定价法

标准答案 :

B

41

现代饭店市场营销的出发点是

A.

销售量

B.

产品

C.

市场

D.

饭店

标准答案 :

C

42

如果饭店订单常常来自小批量预订，则需要的销售渠道模式是

A.

长渠道

B.

短渠道

C.

宽渠道

D.

窄渠道

标准答案 :

A

43

中小型饭店由于受其财力、技术等方面的制约，在整体市场上无力与大饭店集团抗衡，所以一般采用

A.

差异性营销策略

B.

无差异营销策略

C.

集中性营销策略

D.

以上都可以

标准答案 :

C

44

强调企业既要适应外部环境，又能部分改变外部环境的市场营销观念是

A.

大市场营销观念

B.

推销观念

C.

生产观念

D.

社会营销观念

标准答案 :

A

45

饭店内部报告系统的核心是

A.

情报系统

B.

面向用户

C.

销售报告系统

D.

预定至汇款的循环

标准答案 :

D

46

开发新市场，联系新客户时通常采用的人员推销方式是

A.

试探推销

B.

预约推销

C.

呈现推销

D.

公关拜访

标准答案 :

A

47

W饭店参照其主要竞争对手Y饭店的广告费用支出，确定本饭店广告预算为1000万元，这种确定广告预算的方法是

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

48

在饭店产品处于不规则需求状态下，营销管理的任务是

A.

消除需求

B.

转变需求

C.

活跃需求

D.

平衡需求

标准答案 :

D

49

按客人的住宿动机细分市场是饭店广泛采用的一种分类方法。属于

A.

地理细分

B.

心理细分

C.

人口细分

D.

行为细分

标准答案 :

B

50

由于某饭店经营理念“老化”，导致顾客对该饭店的兴趣逐渐降低，该饭店回头客不断减少，效益明显下降，该饭店应采取

A.

扭转型营销

B.

刺激性营销

C.

开发性营销

D.

再生性营销

标准答案 :

D