1

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

2

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

3

饭店的微观环境有

A.

人力资源市场

B.

社会公众

C.

销售代理商

D.

饭店消费者

E.

动态人口

标准答案 : ABCD

4

饭店消费者的购买心理活动过程有

A.

对商品的售后过程

B.

对商品的认识过程

C.

对商品的吸引过程

D.

对商品的情绪过程

E.

对商品的意志过程

标准答案 : BDE

5

营业推广的特点有

A.

长效性

B.

公众性

C.

针对性强

D.

非常规性

E.

见效快

标准答案 : CDE

6

饭店竞争者类型有

A.

品牌竞争者

B.

潜在竞争者

C.

行业竞争者

D.

形式竞争者

E.

一般竞争者

标准答案 : ACDE

7

营销计划的制订原则有

A.

发挥非标准的作用

B.

以顾客为中心

C.

整体营销观念

D.

讲究经济效益

E.

鼓动性与可行性相结合

标准答案 : BCDE

8

饭店市场营销

标准答案 : 是一种持续不断、有步骤地进行的一种管理过程。饭店管理人员在此过程中通过市场调研，了解顾客需要，然后努力提供适合这种需要的产品和服务，使顾客满意，饭店获利

9

饭店市场细分

标准答案 : 是饭店管理人员根据顾客对饭店产品的需求的差异性，将顾客市场划分为若干具有不同需求特征的子市场，从而使饭店有效的分配和使用饭店资源，进行各种营销活动的 过程

10

广义的饭店产品

标准答案 : 是指向市场提供的，能够满足人的某种需求和利益的物质产品和非物质形态的服务

11

饭店公共关系

标准答案 : 指饭店为塑造其知名度和美誉度，内求团结和外求发展，通过传播和沟通手段来影响社会公众管理活动

12

饭店营销控制

标准答案 : 指企业营销管理部门依据营销计划的要求，对计划的执行过程进行监控与评估，纠正可能出现的偏差，以保证企业营销目标的实现

13

简述饭店市场调查步骤。

标准答案 : 略

14

简述社会文化因素对顾客购买行为的影响。

标准答案 : 略

15

简述饭店新产品开发工作中应注意的问题。

标准答案 : 略

16

简述饭店销售渠道的作用。

标准答案 : 略

17

简述电子商务的应用价值。

标准答案 : 略

18

试述饭店市场细分的程序。

标准答案 : 略

19

试述饭店产品定价中的影响因素。

标准答案 : 略

20

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

21

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

22

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

23

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

24

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

25

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

26

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

27

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

28

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

29

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

30

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

31

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

32

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

33

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

34

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

35

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

36

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

37

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

1

饭店公共关系的主要工具

A.

公开出版物

B.

事件

C.

新闻

D.

演讲

E.

公益服务活动

标准答案 : ABCDE

2

饭店销售渠道

标准答案 :

饭店产品和服务从饭店向顾客移动时取得饭店产品和服务的所有权或帮助移其所有权的所有企业和个人。

3

饭店内部推销

标准答案 :

是指饭店的所有员工在各自的服务范围内向住店顾客开展的推销活动。因此也叫全员推销。

4

饭店营销策略制定的方法

标准答案 :

（1）发现、分析及评价市场机会；

（2）细分市场与选择目标市场；

（3）市场定位；

（4）市场营销组合；

（5）市场营销预算。

5

饭店开发新产品的意义

标准答案 :

（1）有利于促进饭店成长；

（2）有利于维持饭店的竞争优势和竞争地位；

（3）有利于充分利用饭店的生产力和经营能力；

（4）有利于饭店更好地适应环境的变化。

6

饭店市场营销管理的功能

标准答案 :

（1）发现和了解顾客的需求；

（2）指导饭店举行决策；

（3）开拓市场；

（4）满足顾客需求。

7

下列各选项中，不属于饭店宏观环境因素的是

A.

经济环境

B.

竞争者环境

C.

人口环境

D.

社会文化环境

标准答案 : C

8

CI策划

标准答案 :

就是运用CI方法对饭店进行整体策划，帮助饭店创造富有个性和感染力的全新的饭店形象。

9

理解价值定价法

标准答案 :

饭店以顾客对饭店价值的理解度为垫定价依据，运用各种营销策略和手段，影响顾客对饭店价值的认知，形成对饭店有利多价值观念，再根据饭店在顾客心目中的价值来制定价格。

10

下列各选项中属于饭店基础产品的是

A.

饭店的位置

B.

饭店的设备

C.

饭店的装潢

D.

饭店的服务项目

E.

饭店的建筑

标准答案 : ABCDE

11

饭店销售中直接销售渠道和间接销售渠道的优缺点

标准答案 :

直接销售渠道：

（1）优点：A、有利于饭店、顾客双方沟通信息；

B、可以使饭店和顾客双方在营销上相对稳定；

C、可以在销售过程中直接进行促销。

（2）缺点：A、凭自己的力量去广设销售网点，往往力不从心，事与愿违；

B、忽视了中间商在商业流转中的不可缺少的桥梁作用；

C、仅以直接销售渠道销售产品，目标顾客的需求得不到满足，竞争者可能乘虚而入，夺走目标顾客。

间接销售渠道：

（1）优点：A、有助于产品广泛分销； B、缓解饭店人、财、物等力量不足；

C、间接促销； D、有利于饭店的专业化协作。

（2）缺点：A、可能形成“需求滞后差”；

B、可能加重顾客的负担，导致抵触情绪； C、不便于直接沟通信息。

12

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

13

饭店不通过任何中间商将其产品销售费最终消费者，这种分销渠道属于

A.

直接销售渠道

B.

一级渠道

C.

二级渠道

D.

三级渠道

标准答案 : A

14

饭店市场营销管理过程的第一步

A.

选择目标市场

B.

分析市场营销环境

C.

管理市场营销活动

D.

确定市场营销组合

标准答案 : B

15

下列各选项中，属于影响饭店顾客购买行为的社会因素的是

A.

购买动机

B.

亚文化

C.

参照群体

D.

经济状况

标准答案 : C

16

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

17

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

18

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

19

饭店服务产品的特征

标准答案 :

（1）不可感知性；

（2）生产与消费的不可分离性；

（3）差异性；

（4）不可储存性；

（5）所以权不可转移性。

20

饭店市场营销

标准答案 :

饭店在变化的市场环境中，为满足顾客需要和实现饭店目标，综合运用各种手段，把饭店产品和服务整体地销售给顾客的一系列的市场经营活动和过程。

21

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

22

市场营销调研的第一步

A.

制定第二手资料

B.

实施调研计划

C.

确定问题和研究目标

D.

进行原始资料的收集

标准答案 : C

23

广告目标的类型

A.

通知型

B.

说服型

C.

提醒型

D.

判断型

标准答案 : ABC

24

市场营销调研的功能

A.

描述

B.

探测

C.

诊断

D.

预测

E.

检测

标准答案 : ACD

25

饭店人员销售的类型

A.

试探推销

B.

强行推销

C.

公关拜访

D.

预约推销

E.

呈现推销

标准答案 : ACDE

26

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

27

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

28

以下定价方法属于成本导向定价法是

A.

随行就市定价法

B.

成本加成定价法

C.

理解价值定价法

D.

逆向定价法

标准答案 : B

29

饭店如何进行有效的沟通

标准答案 :

（1）确定目标人群； （2）确定沟通目标； （3）设计信息；

（4）选择传播渠道； （5）收集反馈信息。

30

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

31

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

32

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

33

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

34

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

1

饭店市场营销管理的本质是（）

A.

顾客需求

B.

饭店需求

C.

需求管理

D.

目标管理

标准答案 : A

2

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

3

下列选项中属于随机抽样方法的是

A.

等距抽样

B.

任意抽样

C.

判断抽样

D.

配额抽样

标准答案 : B

4

撇脂定价法

标准答案 :

新产品上市之初，将新产品价格定得较高，在短期内获取厚利。尽快收回投资的定价法。

5

饭店产品

标准答案 :

梅德里克提出，饭店产品由5个部分组成，每一部分都可能带给顾客不同的感受和利益，分别是地理位置、设备与设施、服务、形象、价格。

6

销售促进

标准答案 :

又称营业推广，是指那些不同于人员推销、广告和公共关系的销售活动。

7

饭店市场营销管理的过程

标准答案 :

（1）分析市场营销环境； （2）选择目标市场；

（3）确定市场营销组合； （4）管理市场营销活动。

8

折扣定价的具体形式

标准答案 :

（1）数量折扣；（2）现金折扣；（3）功能折扣；（4）季节折扣；（5）回扣和津贴。

9

市场营销环境的要素

标准答案 :

（1）、微观环境要素：与饭店紧密相联，直接影响其市场营销能力的各种参与者，包括饭店供应商、营销中间商、顾客、竞争者、社会公众饭店内部的各个部门：

（2）、宏观环境要素：影响饭店微观环境的巨大的社会力量，包括人口、经济、政治、法律、科学技术、社会文化和自然地理等。

10

影响饭店顾客消费行为的因素

标准答案 :

（1）文化因素：文化因素对顾客行为具有最广泛和最深远的影响，如文化、亚文化和社会阶层等；

（2）社会因素：社会因素在很大程度上影响顾客的反应，包括顾客参照群体、家庭、社会角色和社会地位等；

（3）个人因素；顾客购买行为也受个人因素影响，如年龄、职业、经济状况、生活方式、个性及自我概念等

（4）心理因素；需要与动机、知觉、学习、态度与信念对顾客的购买行为有很大的影响。

11

简述饭店新产品的开发过程

标准答案 :

（1）构思的产生：饭店通常可以从饭店内部和外部寻求新产品的构思；

（2）构思的评估和筛选；

（3）新产品概念的形成与测试；

（4）饭店新产品的商品化分析；

（5）饭店新产品营销战略制定；

（6）新产品开发：新产品设计、新产品试制、新产品功能测试；

（7）新产品试销；

（8）商品化：做4方面决策：何时推出、何地推出、向谁推出、以何种方式推出。

12

“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

13

顾客感知的服务质量包括

A.

产品质量

B.

技术质量

C.

硬件设施

D.

功能质量

标准答案 : BD

14

饭店市场营销经营的基础和中心

A.

顾客需求

B.

饭店需求

C.

需求管理

D.

目标管理

标准答案 : A

15

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

16

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

17

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

18

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

19

饭店市场营销管理过程的第一步

A.

分析饭店市场营销环境

B.

选择饭店目标市场

C.

确定饭店市场营销组合

D.

管理饭店市场营销活动

标准答案 : A

20

“我的饭店提供什么，我就销售什么”集中体现的市场营销管理观念是

A.

销售观念

B.

生产观念

C.

市场营销观念

D.

产品观念

标准答案 : B

21

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

22

广告的作用体现在（ ）层面上

A.

市场

B.

饭店

C.

顾客

D.

中间商

标准答案 : ABC

23

下列属于营销中间商的有

A.

供应商

B.

经销中间商

C.

保险公司

D.

银行

E.

市场调研公司

标准答案 : BD

24

饭店市场营销管理的首要功能

A.

发现和了解顾客的需求

B.

指导饭店进行决策

C.

开拓市场

D.

满足顾客的需求

标准答案 : D

25

饭店服务产品的特征

A.

不可感知性

B.

生产与消费不可分离性

C.

差异性

D.

不可储存性

E.

所有权不发生转移

标准答案 : ABCDE

26

服务营销学在传统的4P上增加了（ ），组合成了7P战略。

A.

产品

B.

服务过程

C.

分销

D.

人员

E.

有形展示

标准答案 : BDE

27

饭店促销

标准答案 :

是指饭店通过人员推销或非人员推销的方式，向目标顾客传递产品或服务的存在及其性能、特征等信息，帮助顾客认识饭店产品或服务带给其的利益，从而引起顾客的兴趣，激发顾客购买欲望和购买行为的活动

28

饭店市场预测

标准答案 :

饭店市场预测是指在市场调查的基础上，运用科学的方法对市场需求和饭店需求以及影响市场需求变化的诸因素进行分析研究，对未来的发展趋势做出判断和推测，为饭店制定正确的市场营销决策提供依据

29

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

30

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

31

饭店服务营销组合策略

标准答案 :

（1）差异化策略； （2）分销与促销策略； （3）沟通策略；

（4）价格策略； （5）人员管理策略； （6）有形展示策略

32

饭店产品组合的长度是指

A.

饭店产品组合里的产品项目总数

B.

饭店产品线上的每个项目可供选择的种类

C.

饭店拥有的产品线数量

D.

不同产品线在用途、生产技术、销售渠道或其他方面相似的程度

标准答案 : A

33

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

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

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

36

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

37

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

38

以下定价方法属于需求导向定价法的是

A.

目标收益定价法

B.

随行就市定价

C.

理解价值定价

D.

盈亏平衡定价

标准答案 : C

1

符合缓慢渗透策略定价的条件包括

A.

市场规模大

B.

市场规模小

C.

市场对价格敏感

D.

有潜在竞争者存在

E.

产品需求价格弹性小

标准答案 : ACD

2

饭店公共关系

标准答案 :

是指饭店为改善与社会公众的关系，促进公众对饭店的认识、理解及支持，达到树立良好饭店形、促进商品销售目的的一系列促销活动。

3

饭店产品提价的原因

标准答案 :

（1）分析市场营销环境； （2）选择目标市场；

（3）确定市场营销组合； （4）管理市场营销活动。

4

饭店新产品开发的意义

标准答案 :

（1）有利于促进饭店成长；

（2）有利于维持饭店的竞争优势和竞争地位；

（3）有利于充分利用饭店的生产力和经营能力；

（4）有利于饭店更好地适应环境的变化。

5

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

6

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

7

以下不属于餐饮部内部推销形式的是

A.

餐劵

B.

有奖销售

C.

付费广告

D.

礼品券

标准答案 : C

8

饭店市场细分

标准答案 :

是指按照顾客欲望与需求把一个总体市场（总体市场通常太大以致企业很难为之服务）划分成若干个具有共同特征的子市场的过程。

9

饭店顾客市场

标准答案 :

是指所有为了个人消费而购买饭店产品或服务的个人和家庭所构成的市场。

10

饭店销售渠道

标准答案 :

饭店产品和服务从饭店向顾客移动时取得饭店产品和服务的所有权或帮助移其所有权的所有企业和个人。

11

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

12

“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

13

以下属于某饭店营销环境中威胁因素的是

A.

竞争者减少

B.

饭店缺乏人才

C.

政府限制水消耗

D.

饭店经营方法陈旧

标准答案 : C

14

“我们饭店以商务客人为主”所表达的是

A.

市场细分问题

B.

市场选择问题

C.

市场定位问题

D.

产品定位问题

标准答案 : C

15

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

16

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

17

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

18

饭店的老产品进入新的市场属于

A.

改进型新产品

B.

重新定位型新产品

C.

形成系列型新产品

D.

模仿型新产品

标准答案 : D

19

下列关于生命周期说法不正确的是

A.

饭店产品一般都有自己的生命周期

B.

产品一般在导入期后期开始盈利

C.

所有产品都是经历导入期、成长期、成熟期和衰退期

D.

处于衰退期的产品只要营销策略得当产品将步入下一个生命周期阶段

标准答案 : B

20

以下关于声望定价法的表述正确的是

A.

声望定价法是一种需求导向定价策略

B.

声望定价法式一种竞争导向定价策略

C.

声望定价法适用于对高价值产品的定价

D.

声望定价法适用于低价值产品的定价

标准答案 : C

21

饭店服务质量管理的模式

A.

需求模式

B.

产品生产模式

C.

顾客满意模式

D.

相互交往模式

标准答案 : BCD

22

饭店可以利用的有形展示策略

A.

环境要素

B.

设计要素

C.

公平要素

D.

社交要素

标准答案 : ABD

23

饭店服务质量管理的模式

A.

需求模式

B.

产品生产模式

C.

顾客满意模式

D.

相互交往模式

标准答案 : BCD

24

饭店可以利用的有形展示策略

A.

环境要素

B.

设计要素

C.

公平要素

D.

社交要素

标准答案 : ABD

25

饭店市场定位的类型

A.

避强定位

B.

迎头定位

C.

重新定位

D.

加强定位

标准答案 : ABC

26

蓝天酒店总监说道：顾客是酒店的客户，也是活生生有七情六欲的人。饭店与客人之间不能仅仅只是一种商业交往的经营行为，更重要的是人与人之间情感沟通。要真正做到“宾至如归”，必须对客人的嗜好、习惯、消费需求等特殊的个性化信息了如指掌，在此基础上提供产品和服务就有明显的针对性，从而获得顾客的好感。每一位入住蓝天的客人，尤其是那些入住次数较多的熟客，在我们营销部门都有一份详细的资料，档案上面记载着顾客的国籍、职业、 地址、特别要求、个人爱好、口味特点等。

庄先生是酒店的老客户，每次他预定房间后，我们就根据他的资料卡显示的情况，为他安排靠近西村公园的房间，号码是他的幸运数“16”；在房间里摆上总经理亲笔签名的欢迎卡，旁边摆放他最喜欢的康乃馨花篮；他耳朵听力不好，电话铃声需调大，卫生间里换上茉莉花型的沐浴液，浴巾要用加大型的；他是一个保龄球迷，每逢酒店有保龄球晚会，千万别忘了通知他一声。

（1）案例中蓝天酒店是通过什么方法了解顾客需求的，这对饭店有什么好处？

（2）本案例中的顾客庄先生的真正需求是什么？饭店是如何满足其需求的？

（3）如果你是饭店营销总监，你将如何进一步改善饭店的信息收集系统和营销策略？

标准答案 :

（1）蓝天酒店是通过内部资料（顾客主要档案材料）了解顾客需求的。对饭店好处是：通过内部资料，了解并尽量满足顾客的需求，稳定目标顾客，赢得竞争优势，求得生存与发展。

（2）顾客庄先生的真正需求是一种充分需求。饭店根据庄先生的需求偏好，满足其需求，保持了饭店较高的顾客满意度。

（3）如果我是饭店营销总监，我会加强饭店市场营销信息系统的管理与开发：

A、加强饭店内部资料的管理，特别是饭店总台要做好重要信息（如顾客主要档案材料）的登记和归类工作；

B、加强饭店市场的营销调研工作，在客房放置一张顾客意见征询表，就可以较全面了解顾客对饭店的满意度和意见，并及时对饭店的服务工作进行调整。

27

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

28

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

29

以下不属于定性预测法的是

A.

专家会议法

B.

德尔菲法

C.

因果关系模式

D.

顾客需求意向调查法

标准答案 : C

30

“人们的消费行为往往难于摆脱群体的影响”说明

A.

文化因素对顾客消费行为的影响

B.

社会因素对顾客消费行为的影响

C.

个人因素对顾客消费行为的影响

D.

心理因素对顾客消费行为的影响

标准答案 : B

31

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

32

符合缓慢渗透策略定价的条件包括

A.

市场规模大

B.

市场规模小

C.

市场对价格敏感

D.

有潜在竞争者存在

E.

产品市场知名度高

标准答案 : ACDE

33

饭店市场定位的类型

A.

避强定位

B.

迎头定位

C.

重新定位

D.

加强定位

标准答案 : ABC

34

影响产品定价的因素

A.

产品成本

B.

定价目标

C.

营销组合

D.

市场需求

E.

竞争

标准答案 : ABCDE

35

影响产品定价的因素

A.

产品成本

B.

定价目标

C.

营销组合

D.

市场需求

E.

竞争

标准答案 : ABCDE

36

理解价值定价法

标准答案 :

饭店以顾客对饭店价值的理解度为垫定价依据，运用各种营销策略和手段，影响顾客对饭店价值的认知，形成对饭店有利多价值观念，再根据饭店在顾客心目中的价值来制定价格。

37

影响饭店销售渠道选择的因素

标准答案 :

（1）产品因素; （2）市场因素; （3）饭店本身因素; （4）经济收益。

38

差异性营销策略的优缺点

标准答案 :

优点：（1）小批量； （2）多品种； （3）生产灵活机动； （4）针对性强；

（5）一定程度上可以减小饭店经营风险。

缺点：（1）增加营销成本； （2）可能使饭店的资源配置不能有效集中，顾此失彼。

39

饭店产品在成长期及导入期的营销策略

标准答案 :

导入期的营销策略：

（1）快速撇脂战略；（2）缓慢撇脂战略； （3）快速渗透战略；（4）缓慢渗透战略。

成长期的营销策略：

（1）饭店改进产品质量和增加新产品的特色和式样；

（2）饭店增加新样式和侧翼产品；

（3）饭店进入新的细分市场；

（4）饭店扩大分销覆盖面并进入新的分销渠道；

（5）饭店从产品知觉广告转向产品偏好广告。

（6）饭店降低价格，以吸引对价格敏感的顾客。

40

影响目标市场策略选择的因素

标准答案 :

（1）饭店资源或实力； （2）产品的同质性； （3）饭店产品所处生命周期的不同阶段； （4）竞争者的市场营销策略； （5）竞争者的数目

41

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

XXXX年XX月XXX自学考试社会助学课程综合测验

03960-现代酒店营销策划-综合测验（课件）

(课程代码03960)

助学机构（代码）： 专业：

考试形式：闭卷■、开卷□

考试时间：120分钟

考生姓名： 准考证号： 身份证号：

题序 一 二 三 四 总分

得分

评卷人

卷面总分 : 100 及格分数 : 60

一、单选题 （本大题共25小题，每小题2分，共50分）

1

饭店的老产品进入新的市场属于

A.

改进型新产品

B.

重新定位型新产品

C.

形成系列型新产品

D.

模仿型新产品

标准答案 :

D

2

“人们的消费行为往往难于摆脱群体的影响”说明

A.

文化因素对顾客消费行为的影响

B.

社会因素对顾客消费行为的影响

C.

个人因素对顾客消费行为的影响

D.

心理因素对顾客消费行为的影响

标准答案 :

B

3

以下不属于定性预测法的是

A.

专家会议法

B.

德尔菲法

C.

因果关系模式

D.

顾客需求意向调查法

标准答案 :

C

4

“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

5

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

6

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

7

“我们饭店以商务客人为主”所表达的是

A.

市场细分问题

B.

市场选择问题

C.

市场定位问题

D.

产品定位问题

标准答案 :

C

8

下列关于生命周期说法不正确的是

A.

饭店产品一般都有自己的生命周期

B.

产品一般在导入期后期开始盈利

C.

所有产品都是经历导入期、成长期、成熟期和衰退期

D.

处于衰退期的产品只要营销策略得当产品将步入下一个生命周期阶段

标准答案 :

B

9

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

10

以下关于声望定价法的表述正确的是

A.

声望定价法是一种需求导向定价策略

B.

声望定价法式一种竞争导向定价策略

C.

声望定价法适用于对高价值产品的定价

D.

声望定价法适用于低价值产品的定价

标准答案 :

C

11

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

12

以下不属于餐饮部内部推销形式的是

A.

餐劵

B.

有奖销售

C.

付费广告

D.

礼品券

标准答案 :

C

13

饭店市场营销管理过程的第一步

A.

分析饭店市场营销环境

B.

选择饭店目标市场

C.

确定饭店市场营销组合

D.

管理饭店市场营销活动

标准答案 :

A

14

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

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

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

17

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

18

饭店产品组合的长度是指

A.

饭店产品组合里的产品项目总数

B.

饭店产品线上的每个项目可供选择的种类

C.

饭店拥有的产品线数量

D.

不同产品线在用途、生产技术、销售渠道或其他方面相似的程度

标准答案 :

A

19

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

20

以下定价方法属于需求导向定价法的是

A.

目标收益定价法

B.

随行就市定价

C.

理解价值定价

D.

盈亏平衡定价

标准答案 :

C

21

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

22

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

23

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

24

以下属于某饭店营销环境中威胁因素的是

A.

竞争者减少

B.

饭店缺乏人才

C.

政府限制水消耗

D.

饭店经营方法陈旧

标准答案 :

C

25

下列选项中属于随机抽样方法的是

A.

等距抽样

B.

任意抽样

C.

判断抽样

D.

配额抽样

标准答案 :

B

二、多选题 （本大题共10小题，每小题3分，共30分）

26

下列属于营销中间商的有

A.

供应商

B.

经销中间商

C.

保险公司

D.

银行

E.

市场调研公司

标准答案 :

BD

27

饭店服务产品的特征

A.

不可感知性

B.

生产与消费不可分离性

C.

差异性

D.

不可储存性

E.

所有权不发生转移

标准答案 :

ABCDE

28

顾客感知的服务质量包括

A.

产品质量

B.

技术质量

C.

硬件设施

D.

功能质量

标准答案 :

BD

29

饭店服务质量管理的模式

A.

需求模式

B.

产品生产模式

C.

顾客满意模式

D.

相互交往模式

标准答案 :

BCD

30

符合缓慢渗透策略定价的条件包括

A.

市场规模大

B.

市场规模小

C.

市场对价格敏感

D.

有潜在竞争者存在

E.

产品市场知名度高

标准答案 :

ACDE

31

饭店市场定位的类型

A.

避强定位

B.

迎头定位

C.

重新定位

D.

加强定位

标准答案 :

ABC

32

饭店可以利用的有形展示策略

A.

环境要素

B.

设计要素

C.

公平要素

D.

社交要素

标准答案 :

ABD

33

影响产品定价的因素

A.

产品成本

B.

定价目标

C.

营销组合

D.

市场需求

E.

竞争

标准答案 :

ABCDE

34

广告的作用体现在（ ）层面上

A.

市场

B.

饭店

C.

顾客

D.

中间商

标准答案 :

ABC

35

服务营销学在传统的4P上增加了（ ），组合成了7P战略。

A.

产品

B.

服务过程

C.

分销

D.

人员

E.

有形展示

标准答案 :

BDE

三、简答题 （本大题共2小题，每小题5分，共10分）

36

影响饭店销售渠道选择的因素

标准答案 :

（1）产品因素; （2）市场因素; （3）饭店本身因素; （4）经济收益。

37

折扣定价的具体形式

标准答案 :

（1）数量折扣；（2）现金折扣；（3）功能折扣；（4）季节折扣；（5）回扣和津贴。

四、论述题 （本大题共1小题，每小题10分，共10分）

38

简述饭店新产品的开发过程

标准答案 :

（1）构思的产生：饭店通常可以从饭店内部和外部寻求新产品的构思； （2）构思的评估和筛选； （3）新产品概念的形成与测试； （4）饭店新产品的商品化分析； （5）饭店新产品营销战略制定； （6）新产品开发：新产品设计、新产品试制、新产品功能测试； （7）新产品试销； （8）商品化：做4方面决策：何时推出、何地推出、向谁推出、以何种方式推出。

XXXX年XX月XXX自学考试社会助学课程综合测验

03960-现代酒店营销策划-综合测验一

(课程代码03960)

助学机构（代码）： 专业：

考试形式：闭卷■、开卷□

考试时间：120分钟

考生姓名： 准考证号： 身份证号：

题序 一 二 三 四 五 六 总分

得分

评卷人

卷面总分 : 100 及格分数 : 60

一、单选题 （本大题共21小题，每小题1分，共21分）

1

饭店的老产品进入新的市场属于

A.

改进型新产品

B.

重新定位型新产品

C.

形成系列型新产品

D.

模仿型新产品

标准答案 :

D

2

“人们的消费行为往往难于摆脱群体的影响”说明

A.

文化因素对顾客消费行为的影响

B.

社会因素对顾客消费行为的影响

C.

个人因素对顾客消费行为的影响

D.

心理因素对顾客消费行为的影响

标准答案 :

B

3

以下不属于定性预测法的是

A.

专家会议法

B.

德尔菲法

C.

因果关系模式

D.

顾客需求意向调查法

标准答案 :

C

4

“我们饭店以商务客人为主”所表达的是

A.

市场细分问题

B.

市场选择问题

C.

市场定位问题

D.

产品定位问题

标准答案 :

C

5

下列关于生命周期说法不正确的是

A.

饭店产品一般都有自己的生命周期

B.

产品一般在导入期后期开始盈利

C.

所有产品都是经历导入期、成长期、成熟期和衰退期

D.

处于衰退期的产品只要营销策略得当产品将步入下一个生命周期阶段

标准答案 :

B

6

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

7

以下关于声望定价法的表述正确的是

A.

声望定价法是一种需求导向定价策略

B.

声望定价法式一种竞争导向定价策略

C.

声望定价法适用于对高价值产品的定价

D.

声望定价法适用于低价值产品的定价

标准答案 :

C

8

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

9

以下不属于餐饮部内部推销形式的是

A.

餐劵

B.

有奖销售

C.

付费广告

D.

礼品券

标准答案 :

C

10

饭店市场营销管理过程的第一步

A.

分析饭店市场营销环境

B.

选择饭店目标市场

C.

确定饭店市场营销组合

D.

管理饭店市场营销活动

标准答案 :

A

11

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

12

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

13

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

14

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

15

饭店产品组合的长度是指

A.

饭店产品组合里的产品项目总数

B.

饭店产品线上的每个项目可供选择的种类

C.

饭店拥有的产品线数量

D.

不同产品线在用途、生产技术、销售渠道或其他方面相似的程度

标准答案 :

A

16

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

17

以下定价方法属于需求导向定价法的是

A.

目标收益定价法

B.

随行就市定价

C.

理解价值定价

D.

盈亏平衡定价

标准答案 :

C

18

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

19

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

20

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

21

下列选项中属于随机抽样方法的是

A.

等距抽样

B.

任意抽样

C.

判断抽样

D.

配额抽样

标准答案 :

B

二、多选题 （本大题共9小题，每小题2分，共18分）

22

下列属于营销中间商的有

A.

供应商

B.

经销中间商

C.

保险公司

D.

银行

E.

市场调研公司

标准答案 :

BD

23

饭店服务产品的特征

A.

不可感知性

B.

生产与消费不可分离性

C.

差异性

D.

不可储存性

E.

所有权不发生转移

标准答案 :

ABCDE

24

顾客感知的服务质量包括

A.

产品质量

B.

技术质量

C.

硬件设施

D.

功能质量

标准答案 :

BD

25

饭店服务质量管理的模式

A.

需求模式

B.

产品生产模式

C.

顾客满意模式

D.

相互交往模式

标准答案 :

BCD

26

符合缓慢渗透策略定价的条件包括

A.

市场规模大

B.

市场规模小

C.

市场对价格敏感

D.

有潜在竞争者存在

E.

产品市场知名度高

标准答案 :

ACDE

27

饭店市场定位的类型

A.

避强定位

B.

迎头定位

C.

重新定位

D.

加强定位

标准答案 :

ABC

28

饭店可以利用的有形展示策略

A.

环境要素

B.

设计要素

C.

公平要素

D.

社交要素

标准答案 :

ABD

29

影响产品定价的因素

A.

产品成本

B.

定价目标

C.

营销组合

D.

市场需求

E.

竞争

标准答案 :

ABCDE

30

广告的作用体现在（ ）层面上

A.

市场

B.

饭店

C.

顾客

D.

中间商

标准答案 :

ABC

三、名词解释题 （本大题共5小题，每小题4分，共20分）

31

理解价值定价法

标准答案 :

饭店以顾客对饭店价值的理解度为垫定价依据，运用各种营销策略和手段，影响顾客对饭店价值的认知，形成对饭店有利多价值观念，再根据饭店在顾客心目中的价值来制定价格。

32

饭店销售渠道

标准答案 :

饭店产品和服务从饭店向顾客移动时取得饭店产品和服务的所有权或帮助移其所有权的所有企业和个人。

33

撇脂定价法

标准答案 :

新产品上市之初，将新产品价格定得较高，在短期内获取厚利。尽快收回投资的定价法。

34

饭店市场预测

标准答案 :

饭店市场预测是指在市场调查的基础上，运用科学的方法对市场需求和饭店需求以及影响市场需求变化的诸因素进行分析研究，对未来的发展趋势做出判断和推测，为饭店制定正确的市场营销决策提供依据

35

销售促进

标准答案 :

又称营业推广，是指那些不同于人员推销、广告和公共关系的销售活动。

四、简答题 （本大题共4小题，每小题5分，共20分）

36

影响饭店销售渠道选择的因素

标准答案 :

（1）产品因素; （2）市场因素; （3）饭店本身因素; （4）经济收益。

37

折扣定价的具体形式

标准答案 :

（1）数量折扣；（2）现金折扣；（3）功能折扣；（4）季节折扣；（5）回扣和津贴。

38

差异性营销策略的优缺点

标准答案 :

优点：（1）小批量； （2）多品种； （3）生产灵活机动； （4）针对性强； （5）一定程度上可以减小饭店经营风险。 缺点：（1）增加营销成本； （2）可能使饭店的资源配置不能有效集中，顾此失彼。

39

市场营销环境的要素

标准答案 :

（1）、微观环境要素：与饭店紧密相联，直接影响其市场营销能力的各种参与者，包括饭店供应商、营销中间商、顾客、竞争者、社会公众饭店内部的各个部门： （2）、宏观环境要素：影响饭店微观环境的巨大的社会力量，包括人口、经济、政治、法律、科学技术、社会文化和自然地理等。

五、问答题 （本大题共1小题，每小题5分，共5分）

40

蓝天酒店总监说道：顾客是酒店的客户，也是活生生有七情六欲的人。饭店与客人之间不能仅仅只是一种商业交往的经营行为，更重要的是人与人之间情感沟通。要真正做到“宾至如归”，必须对客人的嗜好、习惯、消费需求等特殊的个性化信息了如指掌，在此基础上提供产品和服务就有明显的针对性，从而获得顾客的好感。每一位入住蓝天的客人，尤其是那些入住次数较多的熟客，在我们营销部门都有一份详细的资料，档案上面记载着顾客的国籍、职业、 地址、特别要求、个人爱好、口味特点等。

庄先生是酒店的老客户，每次他预定房间后，我们就根据他的资料卡显示的情况，为他安排靠近西村公园的房间，号码是他的幸运数“16”；在房间里摆上总经理亲笔签名的欢迎卡，旁边摆放他最喜欢的康乃馨花篮；他耳朵听力不好，电话铃声需调大，卫生间里换上茉莉花型的沐浴液，浴巾要用加大型的；他是一个保龄球迷，每逢酒店有保龄球晚会，千万别忘了通知他一声。

（1）案例中蓝天酒店是通过什么方法了解顾客需求的，这对饭店有什么好处？

（2）本案例中的顾客庄先生的真正需求是什么？饭店是如何满足其需求的？

（3）如果你是饭店营销总监，你将如何进一步改善饭店的信息收集系统和营销策略？

标准答案 :

（1）蓝天酒店是通过内部资料（顾客主要档案材料）了解顾客需求的。对饭店好处是：通过内部资料，了解并尽量满足顾客的需求，稳定目标顾客，赢得竞争优势，求得生存与发展。 （2）顾客庄先生的真正需求是一种充分需求。饭店根据庄先生的需求偏好，满足其需求，保持了饭店较高的顾客满意度。 （3）如果我是饭店营销总监，我会加强饭店市场营销信息系统的管理与开发： A、加强饭店内部资料的管理，特别是饭店总台要做好重要信息（如顾客主要档案材料）的登记和归类工作； B、加强饭店市场的营销调研工作，在客房放置一张顾客意见征询表，就可以较全面了解顾客对饭店的满意度和意见，并及时对饭店的服务工作进行调整。

六、论述题 （本大题共2小题，每小题8分，共16分）

41

简述饭店新产品的开发过程

标准答案 :

（1）构思的产生：饭店通常可以从饭店内部和外部寻求新产品的构思； （2）构思的评估和筛选； （3）新产品概念的形成与测试； （4）饭店新产品的商品化分析； （5）饭店新产品营销战略制定； （6）新产品开发：新产品设计、新产品试制、新产品功能测试； （7）新产品试销； （8）商品化：做4方面决策：何时推出、何地推出、向谁推出、以何种方式推出。

42

影响目标市场策略选择的因素

标准答案 :

（1）饭店资源或实力； （2）产品的同质性； （3）饭店产品所处生命周期的不同阶段； （4）竞争者的市场营销策略； （5）竞争者的数目

03960-现代酒店营销策划平时作业6

普通试卷 考生试卷相同

卷面总分 : 20 及格分数 : 12

一、单选题 （本大题共10小题，每小题1分，共10分）

1

以下属于某饭店营销环境中威胁因素的是

A.

竞争者减少

B.

饭店缺乏人才

C.

政府限制水消耗

D.

饭店经营方法陈旧

标准答案 :

C

2

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

3

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

4

“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

5

饭店产品组合的长度是指

A.

饭店产品组合里的产品项目总数

B.

饭店产品线上的每个项目可供选择的种类

C.

饭店拥有的产品线数量

D.

不同产品线在用途、生产技术、销售渠道或其他方面相似的程度

标准答案 :

A

6

饭店市场营销经营的基础和中心

A.

顾客需求

B.

饭店需求

C.

需求管理

D.

目标管理

标准答案 :

A

7

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

8

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

9

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

10

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

二、多选题 （本大题共5小题，每小题2分，共10分）

11

饭店服务质量管理的模式

A.

需求模式

B.

产品生产模式

C.

顾客满意模式

D.

相互交往模式

标准答案 :

BCD

12

符合缓慢渗透策略定价的条件包括

A.

市场规模大

B.

市场规模小

C.

市场对价格敏感

D.

有潜在竞争者存在

E.

产品需求价格弹性小

标准答案 :

ACD

13

饭店市场定位的类型

A.

避强定位

B.

迎头定位

C.

重新定位

D.

加强定位

标准答案 :

ABC

14

饭店可以利用的有形展示策略

A.

环境要素

B.

设计要素

C.

公平要素

D.

社交要素

标准答案 :

ABD

15

影响产品定价的因素

A.

产品成本

B.

定价目标

C.

营销组合

D.

市场需求

E.

竞争

标准答案 :

ABCDE

03960-现代酒店营销策划平时作业5

普通试卷 考生试卷相同

卷面总分 : 20 及格分数 : 12

一、单选题 （本大题共10小题，每小题1分，共10分）

1

下列关于生命周期说法不正确的是

A.

饭店产品一般都有自己的生命周期

B.

产品一般在导入期后期开始盈利

C.

所有产品都是经历导入期、成长期、成熟期和衰退期

D.

处于衰退期的产品只要营销策略得当产品将步入下一个生命周期阶段

标准答案 :

B

2

饭店的老产品进入新的市场属于

A.

改进型新产品

B.

重新定位型新产品

C.

形成系列型新产品

D.

模仿型新产品

标准答案 :

D

3

以下不属于定性预测法的是

A.

专家会议法

B.

德尔菲法

C.

因果关系模式

D.

顾客需求意向调查法

标准答案 :

C

4

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

5

“人们的消费行为往往难于摆脱群体的影响”说明

A.

文化因素对顾客消费行为的影响

B.

社会因素对顾客消费行为的影响

C.

个人因素对顾客消费行为的影响

D.

心理因素对顾客消费行为的影响

标准答案 :

B

6

“我们饭店以商务客人为主”所表达的是

A.

市场细分问题

B.

市场选择问题

C.

市场定位问题

D.

产品定位问题

标准答案 :

C

7

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

8

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

9

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

10

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

二、多选题 （本大题共5小题，每小题2分，共10分）

11

符合缓慢渗透策略定价的条件包括

A.

市场规模大

B.

市场规模小

C.

市场对价格敏感

D.

有潜在竞争者存在

E.

产品市场知名度高

标准答案 :

ACDE

12

影响产品定价的因素

A.

产品成本

B.

定价目标

C.

营销组合

D.

市场需求

E.

竞争

标准答案 :

ABCDE

13

饭店可以利用的有形展示策略

A.

环境要素

B.

设计要素

C.

公平要素

D.

社交要素

标准答案 :

ABD

14

饭店市场定位的类型

A.

避强定位

B.

迎头定位

C.

重新定位

D.

加强定位

标准答案 :

ABC

15

饭店服务质量管理的模式

A.

需求模式

B.

产品生产模式

C.

顾客满意模式

D.

相互交往模式

标准答案 :

BCD

03960-现代酒店营销策划平时作业4

普通试卷 考生试卷相同

卷面总分 : 15 及格分数 : 9

一、单选题 （本大题共15小题，每小题1分，共15分）

1

以下关于声望定价法的表述正确的是

A.

声望定价法是一种需求导向定价策略

B.

声望定价法式一种竞争导向定价策略

C.

声望定价法适用于对高价值产品的定价

D.

声望定价法适用于低价值产品的定价

标准答案 :

C

2

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

3

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

4

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

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

7

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

8

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

9

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

10

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

11

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

12

以下不属于餐饮部内部推销形式的是

A.

餐劵

B.

有奖销售

C.

付费广告

D.

礼品券

标准答案 :

C

13

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

14

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

15

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

03960-现代酒店营销策划平时作业3

普通试卷 考生试卷相同

卷面总分 : 15 及格分数 : 9

一、单选题 （本大题共15小题，每小题1分，共15分）

1

饭店市场营销管理过程的第一步

A.

分析饭店市场营销环境

B.

选择饭店目标市场

C.

确定饭店市场营销组合

D.

管理饭店市场营销活动

标准答案 :

A

2

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

3

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

4

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

5

饭店市场营销经营的基础和中心

A.

顾客需求

B.

饭店需求

C.

需求管理

D.

目标管理

标准答案 :

A

6

饭店不通过任何中间商将其产品销售费最终消费者，这种分销渠道属于

A.

直接销售渠道

B.

一级渠道

C.

二级渠道

D.

三级渠道

标准答案 :

A

7

饭店市场营销管理的首要功能

A.

发现和了解顾客的需求

B.

指导饭店进行决策

C.

开拓市场

D.

满足顾客的需求

标准答案 :

D

8

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

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

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

11

以下定价方法属于成本导向定价法是

A.

随行就市定价法

B.

成本加成定价法

C.

理解价值定价法

D.

逆向定价法

标准答案 :

B

12

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

13

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

14

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

15

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

03960-现代酒店营销策划平时作业2

普通试卷 考生试卷相同

卷面总分 : 20 及格分数 : 12

一、单选题 （本大题共10小题，每小题1分，共10分）

1

以下定价方法属于需求导向定价法的是

A.

目标收益定价法

B.

随行就市定价

C.

理解价值定价

D.

盈亏平衡定价

标准答案 :

C

2

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

3

饭店产品组合的长度是指

A.

饭店产品组合里的产品项目总数

B.

饭店产品线上的每个项目可供选择的种类

C.

饭店拥有的产品线数量

D.

不同产品线在用途、生产技术、销售渠道或其他方面相似的程度

标准答案 :

A

4

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

5

“我的饭店提供什么，我就销售什么”集中体现的市场营销管理观念是

A.

销售观念

B.

生产观念

C.

市场营销观念

D.

产品观念

标准答案 :

B

6

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

7

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

8

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

9

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

10

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

二、多选题 （本大题共5小题，每小题2分，共10分）

11

下列各选项中属于饭店基础产品的是

A.

饭店的位置

B.

饭店的设备

C.

饭店的装潢

D.

饭店的服务项目

E.

饭店的建筑

标准答案 :

ABCDE

12

市场营销调研的功能

A.

描述

B.

探测

C.

诊断

D.

预测

E.

检测

标准答案 :

ACD

13

饭店人员销售的类型

A.

试探推销

B.

强行推销

C.

公关拜访

D.

预约推销

E.

呈现推销

标准答案 :

ACDE

14

广告目标的类型

A.

通知型

B.

说服型

C.

提醒型

D.

判断型

标准答案 :

ABC

15

饭店公共关系的主要工具

A.

公开出版物

B.

事件

C.

新闻

D.

演讲

E.

公益服务活动

标准答案 :

ABCDE

03960-现代酒店营销策划平时作业1

普通试卷 考生试卷相同

卷面总分 : 25 及格分数 : 15

一、单选题 （本大题共5小题，每小题1分，共5分）

1

下列选项中属于随机抽样方法的是

A.

等距抽样

B.

任意抽样

C.

判断抽样

D.

配额抽样

标准答案 :

B

2

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

3

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

4

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

5

“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

二、多选题 （本大题共10小题，每小题2分，共20分）

6

营销计划的制订原则有

A.

发挥非标准的作用

B.

以顾客为中心

C.

整体营销观念

D.

讲究经济效益

E.

鼓动性与可行性相结合

标准答案 :

BCDE

7

下列属于营销中间商的有

A.

供应商

B.

经销中间商

C.

保险公司

D.

银行

E.

市场调研公司

标准答案 :

BD

8

饭店竞争者类型有

A.

品牌竞争者

B.

潜在竞争者

C.

行业竞争者

D.

形式竞争者

E.

一般竞争者

标准答案 :

ACDE

9

饭店的微观环境有

A.

人力资源市场

B.

社会公众

C.

销售代理商

D.

饭店消费者

E.

动态人口

标准答案 :

ABCD

10

饭店消费者的购买心理活动过程有

A.

对商品的售后过程

B.

对商品的认识过程

C.

对商品的吸引过程

D.

对商品的情绪过程

E.

对商品的意志过程

标准答案 :

BDE

11

营业推广的特点有

A.

长效性

B.

公众性

C.

针对性强

D.

非常规性

E.

见效快

标准答案 :

CDE

12

顾客感知的服务质量包括

A.

产品质量

B.

技术质量

C.

硬件设施

D.

功能质量

标准答案 :

BD

13

饭店服务产品的特征

A.

不可感知性

B.

生产与消费不可分离性

C.

差异性

D.

不可储存性

E.

所有权不发生转移

标准答案 :

ABCDE

14

服务营销学在传统的4P上增加了（ ），组合成了7P战略。

A.

产品

B.

服务过程

C.

分销

D.

人员

E.

有形展示

标准答案 :

BDE

15

广告的作用体现在（ ）层面上

A.

市场

B.

饭店

C.

顾客

D.

中间商

标准答案 :

ABC

XXXX年XX月XXX自学考试社会助学课程综合测验

03960-现代酒店营销策划-综合测验(客观)

(课程代码03960)

助学机构（代码）： 专业：

考试形式：闭卷■、开卷□

考试时间：120分钟

考生姓名： 准考证号： 身份证号：

题序 一 二 总分

得分

评卷人

卷面总分 : 100 及格分数 : 60

一、单选题 （本大题共30小题，每小题2分，共60分）

1

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

2

下列选项中属于随机抽样方法的是

A.

等距抽样

B.

任意抽样

C.

判断抽样

D.

配额抽样

标准答案 :

B

3

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

4

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

5

饭店市场营销管理的首要功能

A.

发现和了解顾客的需求

B.

指导饭店进行决策

C.

开拓市场

D.

满足顾客的需求

标准答案 :

D

6

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

7

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

8

“人们的消费行为往往难于摆脱群体的影响”说明

A.

文化因素对顾客消费行为的影响

B.

社会因素对顾客消费行为的影响

C.

个人因素对顾客消费行为的影响

D.

心理因素对顾客消费行为的影响

标准答案 :

B

9

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

10

以下定价方法属于需求导向定价法的是

A.

目标收益定价法

B.

随行就市定价

C.

理解价值定价

D.

盈亏平衡定价

标准答案 :

C

11

饭店市场营销管理过程的第一步

A.

选择目标市场

B.

分析市场营销环境

C.

管理市场营销活动

D.

确定市场营销组合

标准答案 :

B

12

以下不属于定性预测法的是

A.

专家会议法

B.

德尔菲法

C.

因果关系模式

D.

顾客需求意向调查法

标准答案 :

C

13

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

14

“我们饭店以商务客人为主”所表达的是

A.

市场细分问题

B.

市场选择问题

C.

市场定位问题

D.

产品定位问题

标准答案 :

C

15

“我的饭店提供什么，我就销售什么”集中体现的市场营销管理观念是

A.

销售观念

B.

生产观念

C.

市场营销观念

D.

产品观念

标准答案 :

B

16

以下定价方法属于成本导向定价法是

A.

随行就市定价法

B.

成本加成定价法

C.

理解价值定价法

D.

逆向定价法

标准答案 :

B

17

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

18

以下关于声望定价法的表述正确的是

A.

声望定价法是一种需求导向定价策略

B.

声望定价法式一种竞争导向定价策略

C.

声望定价法适用于对高价值产品的定价

D.

声望定价法适用于低价值产品的定价

标准答案 :

C

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

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

21

下列各选项中，属于影响饭店顾客购买行为的社会因素的是

A.

购买动机

B.

亚文化

C.

参照群体

D.

经济状况

标准答案 :

C

22

“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

23

下列关于生命周期说法不正确的是

A.

饭店产品一般都有自己的生命周期

B.

产品一般在导入期后期开始盈利

C.

所有产品都是经历导入期、成长期、成熟期和衰退期

D.

处于衰退期的产品只要营销策略得当产品将步入下一个生命周期阶段

标准答案 :

B

24

以下属于某饭店营销环境中威胁因素的是

A.

竞争者减少

B.

饭店缺乏人才

C.

政府限制水消耗

D.

饭店经营方法陈旧

标准答案 :

C

25

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

26

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

27

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

28

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

29

以下不属于餐饮部内部推销形式的是

A.

餐劵

B.

有奖销售

C.

付费广告

D.

礼品券

标准答案 :

C

30

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

二、多选题 （本大题共10小题，每小题4分，共40分）

31

饭店市场定位的类型

A.

避强定位

B.

迎头定位

C.

重新定位

D.

加强定位

标准答案 :

ABC

32

市场营销调研的功能

A.

描述

B.

探测

C.

诊断

D.

预测

E.

检测

标准答案 :

ACD

33

顾客感知的服务质量包括

A.

产品质量

B.

技术质量

C.

硬件设施

D.

功能质量

标准答案 :

BD

34

饭店服务质量管理的模式

A.

需求模式

B.

产品生产模式

C.

顾客满意模式

D.

相互交往模式

标准答案 :

BCD

35

符合缓慢渗透策略定价的条件包括

A.

市场规模大

B.

市场规模小

C.

市场对价格敏感

D.

有潜在竞争者存在

E.

产品需求价格弹性小

标准答案 :

ACD

36

饭店人员销售的类型

A.

试探推销

B.

强行推销

C.

公关拜访

D.

预约推销

E.

呈现推销

标准答案 :

ACDE

37

饭店可以利用的有形展示策略

A.

环境要素

B.

设计要素

C.

公平要素

D.

社交要素

标准答案 :

ABD

38

广告目标的类型

A.

通知型

B.

说服型

C.

提醒型

D.

判断型

标准答案 :

ABC

39

饭店可以利用的有形展示策略

A.

环境要素

B.

设计要素

C.

公平要素

D.

社交要素

标准答案 :

ABD

40

下列属于营销中间商的有

A.

供应商

B.

经销中间商

C.

保险公司

D.

银行

E.

市场调研公司

标准答案 :

BD

XXXX年XX月XXX自学考试社会助学课程综合测验

03960-现代酒店营销策划--综测

(课程代码03960)

助学机构（代码）： 专业：

考试形式：闭卷■、开卷□

考试时间：120分钟

考生姓名： 准考证号： 身份证号：

题序 一 总分

得分

评卷人

卷面总分 : 100 及格分数 : 60

一、单选题 （本大题共50小题，每小题2分，共100分）

1

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

2

饭店的老产品进入新的市场属于

A.

改进型新产品

B.

重新定位型新产品

C.

形成系列型新产品

D.

模仿型新产品

标准答案 :

D

3

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

4

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

5

市场营销调研的第一步

A.

制定第二手资料

B.

实施调研计划

C.

确定问题和研究目标

D.

进行原始资料的收集

标准答案 :

C

6

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

7

以下定价方法属于成本导向定价法是

A.

随行就市定价法

B.

成本加成定价法

C.

理解价值定价法

D.

逆向定价法

标准答案 :

B

8

“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

9

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

10

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

11

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

12

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

13

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

14

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

15

以下不属于餐饮部内部推销形式的是

A.

餐劵

B.

有奖销售

C.

付费广告

D.

礼品券

标准答案 :

C

16

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

17

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

18

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

19

饭店产品组合的长度是指

A.

饭店产品组合里的产品项目总数

B.

饭店产品线上的每个项目可供选择的种类

C.

饭店拥有的产品线数量

D.

不同产品线在用途、生产技术、销售渠道或其他方面相似的程度

标准答案 :

A

20

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

21

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

22

下列各选项中，不属于饭店宏观环境因素的是

A.

经济环境

B.

竞争者环境

C.

人口环境

D.

社会文化环境

标准答案 :

C

23

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

24

以下不属于定性预测法的是

A.

专家会议法

B.

德尔菲法

C.

因果关系模式

D.

顾客需求意向调查法

标准答案 :

C

25

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

26

下列关于生命周期说法不正确的是

A.

饭店产品一般都有自己的生命周期

B.

产品一般在导入期后期开始盈利

C.

所有产品都是经历导入期、成长期、成熟期和衰退期

D.

处于衰退期的产品只要营销策略得当产品将步入下一个生命周期阶段

标准答案 :

B

27

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

28

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

29

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

30

饭店市场营销经营的基础和中心

A.

顾客需求

B.

饭店需求

C.

需求管理

D.

目标管理

标准答案 :

A

31

饭店市场营销管理过程的第一步

A.

分析饭店市场营销环境

B.

选择饭店目标市场

C.

确定饭店市场营销组合

D.

管理饭店市场营销活动

标准答案 :

A

32

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

33

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

34

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

35

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

36

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

37

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

38

“我们饭店以商务客人为主”所表达的是

A.

市场细分问题

B.

市场选择问题

C.

市场定位问题

D.

产品定位问题

标准答案 :

C

39

以下属于某饭店营销环境中威胁因素的是

A.

竞争者减少

B.

饭店缺乏人才

C.

政府限制水消耗

D.

饭店经营方法陈旧

标准答案 :

C

40

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

41

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

42

下列各选项中，属于影响饭店顾客购买行为的社会因素的是

A.

购买动机

B.

亚文化

C.

参照群体

D.

经济状况

标准答案 :

C

43

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

44

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

45

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

46

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

47

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

48

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

49

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

50

以下定价方法属于需求导向定价法的是

A.

目标收益定价法

B.

随行就市定价

C.

理解价值定价

D.

盈亏平衡定价

标准答案 :

C