

全国 2019 年 10 月高等教育自学考试
市场营销学试题
课程代码:00058

请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。

选择题部分

注意事项:

1. 答题前,考生务必将自己的考试课程名称、姓名、准考证号用黑色字迹的签字笔或钢笔填写在答题纸规定的位置上。

2. 每小题选出答案后,用 2B 铅笔把答题纸上对应题目的答案标号涂黑。如需改动,用橡皮擦干净后,再选涂其他答案标号。不能答在试题卷上。

一、单项选择题:本大题共 20 小题,每小题 1 分,共 20 分。在每小题列出的备选项中只有一项是最符合题目要求的,请将其选出。

1. 人们为了维持生存所必需的水和空气等基本要求,在市场营销核心概念中指
A. 欲望
B. 需要
C. 需求
D. 购买力
2. 某商家以促销为名,在双十一活动中以先提价后打折的方式低价招徕消费者,这种行为在营销道德中属于
A. 价格歧视
B. 暴力价格
C. 掠夺性定价
D. 价格欺诈
3. 如果企业与顾客之间只维持最普通的交易关系,则这种关系在关系营销层次中属于
A. 基本型关系
B. 响应型关系
C. 责任型关系
D. 主动型关系
4. 某公司如果要预测啤酒在淡季和旺季的销量,最适宜采用的预测方法为
A. 加权平均法
B. 移动平均法
C. 按季平均法
D. 指数平滑法
5. 调查人员直接在街头拦截采访消费者收集信息,这种市场接触方式属于
A. 面对面访谈
B. 电话访谈
C. 在线访问
D. 邮寄调查

23. 下列促销工具中属于销售促进的有
- A. 竞赛
 - B. 游戏
 - C. 彩票
 - D. 演讲
 - E. 慈善捐款
24. 对消费者市场进行细分有诸多变量, 下列消费者特征属于人口变量的有
- A. 收入
 - B. 年龄
 - C. 性别
 - D. 社会阶层
 - E. 受教育程度
25. 人员销售决策的内容有
- A. 确定人员销售目标
 - B. 选择人员接触方式
 - C. 设计销售队伍结构
 - D. 核定销售队伍规模
 - E. 选定销售人员的报酬制度

非选择题部分

注意事项:

用黑色字迹的签字笔或钢笔将答案写在答题纸上, 不能答在试题卷上。

三、简答题: 本大题共 5 小题, 每小题 6 分, 共 30 分。

- 26. 简述市场营销信息系统的构成。
- 27. 简述公共关系决策的内容与流程。
- 28. 简述市场跟随者可以选择的战略。
- 29. 简述市场营销中市场的概念及包含的要素。
- 30. 简述市场物流决策的内容。

四、案例分析题: 本大题共 2 小题, 第 31 题 10 分, 第 32 题 15 分, 共 25 分。

31. 某公司针对 65 岁以上老年人推出新款 4G 智能手机。该手机操作简单, 针对老年人专属定制超简系统, 不仅遵从老年人的使用习惯, 大字大图标, 功能一键到达, 还可通过语音操作打电话、发短信、听歌看戏, 把老年人从复杂的按键操作中解放出来。同时该手机拥有 5.5 英寸高清屏幕, 前后双置摄像头, 满足老年人照相、录像要求; 此外该手机还支持网络自动对时, 每日天气预报。更令人称道的是, 消费者只要点击“个人助理”即可直接与厂家客服对话, 咨询各种手机使用疑问。该手机一经面市即受到老年消费者的欢迎。

问:

- (1) 结合案例分析该公司的目标市场及目标市场选择模式。
- (2) 结合案例分析该公司的市场定位层次。

32. 某公司生产瓜子、花生等传统炒货产品，由于产品种类单一、渠道不畅，其市场份额逐年下降。为开拓市场，公司在原有产品的基础上，陆续推出开心果、巴旦木、杏仁等新产品，并且推出小包装产品，每个包装中添加了小夹子、湿纸巾等配件方便顾客使用，包装材质更加环保坚固不易破损，印刷更加精美。同时企业给所有产品统一设计了一个卡通化的品牌名称“小松鼠”，包装上的文字采用卡通字体并印有可爱的松鼠形象以吸引年轻消费者的关注。该公司利用多种媒体宣传“小松鼠”这一品牌，降低了新产品的宣传费用，塑造了该企业在消费者心目中的形象。产品一经推出，立即获得了年轻消费者的青睐，在“双十一”当天，其在某网络销售平台的销量突破了5000万元。

问：

- (1) 该公司新产品中添加的小夹子、湿纸巾等配件，属于产品概念中的哪个层次？
- (2) 该公司新产品采用了何种品牌名称策略？结合案例分析该策略有何优点。
- (3) 结合案例分析该企业新产品包装的作用。

五、论述题：本题15分。

33. 论述价值链的构成及该理论对企业营销活动的启示。