

22. 市场营销策划的特征包括

- A. 可行性
- B. 创造性
- C. 预知性
- D. 效益性
- E. 权变性

23. 属于消费者市场细分依据中行为变量的有

- A. 社会阶层
- B. 购买时机
- C. 生活方式
- D. 使用程度
- E. 追求利益

24. 企业可选择的定价目标包括

- A. 维持基本生存
- B. 当期利润最大化
- C. 市场份额最大化
- D. 产品—质量领先
- E. 市场撇脂最大化

25. 公共关系的主要任务有

- A. 企业形象宣传
- B. 产品宣传
- C. 防范和处理危机事件
- D. 产品打折降价
- E. 沟通与新闻媒介的关系

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. 简述组织市场的购买类型。
- 27. 简述最终选择目标市场的模式。
- 28. 简述产品线决策的内容。
- 29. 简述电子商务营销调研的步骤。
- 30. 简述整合营销传播的特征。

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. 勒林是一家清洁用品市场的后起之秀，经细致的市场调研后，推出一种新型的绿色环保“四九”配方的家用清洁产品，一经推出迅速受到了市场的欢迎。面对勒林公司的挑战，清洁产品市场的龙头企业 BJ 公司迅速做出了反应，也推出了绿色环保的家用清洁产品——新奇清洁喷液，并花巨资在某一地区进行试销，市场反馈很好。之后，BJ 公司准备大举在全国销售该产品。勒林公司面对 BJ 公司的强势竞争，采取了应对策略——把两种规格不同的“四九”配方产品组合在一起以低于市场价格销售，足够消费者使用半年以上。当 BJ 公司新产品上市时，发现已很难引起消费者关注。

问：

- (1) 结合案例分析勒林公司采用的定价策略。(4 分)
- (2) 结合案例分析勒林公司和 BJ 公司的竞争地位及各自采取的竞争战略。(6 分)

32. 随着资源短缺、生态破坏等全球环境问题的日益突出，BQL 公司作为驰名全球的高科技公司，充分考虑消费者需要和社会整体利益的平衡和协调，每年都制定“5in5”重点研究项目。2020 年，5in5 的主题是：用科技解决饥饿和浪费问题。具体举措有：第一，开展数字映射实验，由传感器搜集环境资料，建构模拟环境，找到效率和产量最佳环境状态；第二，使用区块链防止更多的食物被浪费，追踪作物的种植、采收、运送到消费的整个过程；第三，利用基因分析技术绘制微生物图谱，保护人们免受有害细菌的侵害，降低食物浪费以及医疗成本；第四，安装人工智能传感器，实现人们在家中自行检测食源性病原体；第五，采用 Volcat 技术改变塑料回收方式，从牛奶纸箱到饼干容器，再到食品袋和奶酪布，一切都是可回收的。

问：

- (1) 结合案例分析 BQL 的营销哲学。(4 分)
- (2) 结合案例指出 BQL 承担了哪些社会责任及其采取的措施。(6 分)
- (3) 结合案例分析影响 BQL 的宏观环境因素。(5 分)

五、论述题：本题 15 分。

33. 论述提高顾客的忠诚度对企业发展的意义。