

浙江省 2014 年 10 月高等教育自学考试

服装市场与营销试题

课程代码:00683

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 2 分,共 40 分)

在每小题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的,请将其选出并将“答题纸”的相应代码涂黑。错涂、多涂或未涂均无分。

1. 在服装企业管理中,服装市场营销研究的是
A. 价值流 B. 物流 C. 信息流 D. 人才流
2. 在现有市场上,服装企业加大商品广告力度以满足市场需要,诱导顾客购买,扩大销售,这种营销导向为
A. 产品导向 B. 推销导向
C. 社会市场营销导向 D. 市场营销导向
3. 下列哪个时装中心是现代时装发源地,它的浪漫、优雅的时装影响着世界流行和时装业的发展?
A. 意大利 B. 巴黎 C. 英国 D. 纽约
4. 下列不属于非关税壁垒的是
A. 配额 B. 进出口许可证
C. 金融及采购限制 D. 进口税和出口税
5. 下列关于影响消费者服装着装的因素的说法错误的是
A. 不同的工作环境或不同的休闲方式深刻地影响着消费者的着装方式
B. 消费者的生活形态是严谨或随意决定着他们的消费行为
C. 气候与地理因素也会对当地消费者的服饰行为造成影响
D. 人口统计资料显示:家庭规模越大,人们越倾向于纵容自己的消费行为

15. 下列有关连锁店特点的说法中,错误的是
- A. 经营理念、商品服务、经营管理一致
 B. 店名、店铺装潢陈列、广告宣传、营业员服饰统一
 C. 各分店经营同类商品
 D. 连锁店实行集中统一管理和统一经营
16. 促销的媒介是
- A. 视觉传播 B. 服装产品 C. 人员推销 D. 服装品牌
17. 在某种程度上长时间持续为消费者所接受的服装被称为
- A. 流行快潮 B. 时尚服装 C. 经典服装 D. 大众流行
18. 商品策划的“五适”原则不包括
- A. 适价 B. 适量 C. 适用 D. 适品
19. 下列零售业态中不属于店铺零售的是
- A. 工厂直销店 B. 百货商场
 C. 专卖店 D. 淘宝天猫网上商城
20. 店面及橱窗陈列的最终目的是
- A. 首先吸引人的注意 B. 要引起人们的兴趣
 C. 导致购买行为 D. 激发人们的购买欲望

二、判断题(本大题共 15 小题,每小题 1 分,共 15 分)

判断下列各题,在答题纸相应位置正确的涂“A”,错误的涂“B”。

21. 服装企业 90%以上属于中小企业,经营规模差异小。
22. 服装业的发展和成熟与外延的集约度有关。
23. POP 促销是能直接提高服装销售业绩的主要工具。
24. 市场是由具有购买欲望的潜在的和实际消费者组成,因此,人越多,市场的规模也就越大。
25. 品牌的法律用语为商标(Trade Mark)。
26. 在服装商品策划中,把握服装品牌理念是流行预测的起点。
27. 搞好产品包装,并不能增加产品价值,只是吸引顾客购买。
28. 凡是与基本生活关系密切的必需品,需求价格弹性小。
29. 直接出口这种方式风险、投资大,但省去了中间商的费用,潜在收益也大。
30. 聘请市场调研专家收集市场信息属于企业一手资料。
31. POP 促销是直接提高服装销售额的重要工具。
32. 批发商主要功能是促进买卖成功,并从中获取佣金。
33. 人流繁杂的位置对大众服装和高档名牌服装都是最适合的。

34. 提高品牌知名度和忠诚度是服装促销贯彻始终的目标。
35. 大众成衣需求价格弹性大,可以采用降价策略促进销售。

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、名词解释(本大题共 2 小题,每小题 5 分,共 10 分)

36. STP 营销
37. 营销渠道

四、简答题(本大题共 2 小题,每小题 10 分,共 20 分)

38. 简述营销导向的发展可分为哪几个阶段。
39. 简述马斯洛需要层次理论的内容。

五、论述题(本大题 15 分)

40. 结合实例,当竞争者发动价格变动时,服装企业应该如何应对?