

浙江省 2015 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. 企业要想获得可持续发展和良好的社会和经济效益,企业应该遵循
A. 生产导向 B. 产品导向 C. 推销导向 D. 主动性社会市场导向
2. 某些人披金戴银,身着名牌,出入高级餐饮娱乐场所以此来标榜自己的社会地位,体现的消费心理是
A. 纵向意识 B. 横向意识 C. 炫耀意识 D. 品位意识
3. 当家庭收入增加达到一定水平时,随着收入的增长,恩格尔系数将
A. 增长 B. 上下波动 C. 下降 D. 不变
4. 马斯洛需求层次论认为人类最基本的需求是
A. 生理需求 B. 爱的需求 C. 尊重需求 D. 自我实现需求
5. 下列属于关税壁垒的是
A. 进出口税 B. 进出口配额制 C. 进口许可制度 D. 提高技术指标
6. 最初被美国淘金者所喜爱的牛仔服被当今推上高级时装发布会上,这种流行传播属于
A. 水平传播理论 B. 上传理论 C. 下传理论 D. 交叉传播理论
7. 可能只在一季里出现又很快消失,只影响极小部分消费者的流行属于
A. 时尚服装 B. 流行快潮 C. 经典服装 D. 大众服装

8. 根据消费者购买或使用物品时强调利益和效用来细分市场的方法是
- A. 行为细分 B. 心理细分 C. 地理细分 D. 人口细分
9. 以下属于二手资料的是
- A. 问卷调查 B. 座谈会访谈记录 C. 企业内部资料 D. 实验数据
10. 下列不属于 STP 营销理论的是
- A. 市场细分 B. 市场机会 C. 目标市场 D. 产品定位
11. 服装品牌店铺销售管理方法不当而引起对该品牌形象的损伤或商店的新装潢与原有定位不一致,此时企业宜
- A. 做出定位修正以重塑形象 B. 重新定位
- C. 考虑定位的扩展 D. 不做定位变化
12. 下列不属于商品策划中的“五适”的是
- A. 适品 B. 适所 C. 适量 D. 适人
13. 通过与知名品牌签订契约,支付一定的授权费用,获得生产经营许可的品牌属于
- A. 特许品牌 B. 设计师品牌 C. 制造商品牌 D. 零售商品牌
14. 以下哪项是服装品牌策划的核心工作?
- A. 品牌的理念与风格定位 B. 产品开发与制造
- C. 服装色彩、款式和面料的设定 D. 流行趋势的分析
15. 以下关于品牌命名描述错误的是
- A. 品牌名称必须具有个性化特征
- B. 品牌名称必须具有短暂可换性
- C. 品牌名称需要让消费者产生购买联想
- D. 品牌名称旨在促进消费者购买行为
16. 以下哪类服装需求价格弹性小?
- A. 与生活之间的关系密切度高的
- B. 替代品比较多且竞争比较强的
- C. 占消费支出比重比较大的
- D. 价格与产品质量关联度高的
17. 某企业将原本的定价为 500 元的服装定价为 499 元价格出售,以达到“比较便宜”的效果。这种定价法属于
- A. 渗透定价 B. 分档定价法 C. 尾数定价法 D. 撇脂定价法

18. 下列不属于企业削价的原因是
- A. 在竞争者压迫下,企业市场占有率下降
 - B. 企业产品供不应求
 - C. 提高市场占有率
 - D. 成本费用下降
19. 下列属于有偿付费实施的一种非人员促销的沟通方式是
- A. 服装广告
 - B. 公共关系
 - C. 营业推广
 - D. 人员推销
20. 美特斯邦威公司在杭州开设大型直营品牌形象旗舰店,该渠道的级数是
- A. 一级渠道
 - B. 零级渠道
 - C. 二级渠道
 - D. 三级渠道

二、判断题(本大题共 10 小题,每小题 1 分,共 10 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. 企业将全部资源致力于生产,经营重点是增加产量和降低成本,很少顾及产品质量提高、品种配套及推广,所遵循的营销导向是产品导向。
- 22. 社交型的服装需求体现在消费者重友情,待人热诚,服饰打扮注重他人的评价和流行。
- 23. 企业经营目标是实现企业利润的最大化,而消费者个体目标是以有限的购买力实现消费者效用最大化。
- 24. 一款服装的面料、色彩、款式等都必须流行的才能称之为流行服饰。
- 25. 在服装商品策划中,把握时尚消费市场是流行预测的起点。
- 26. 企业产品定价的最终目的是使价格具有竞争力。
- 27. 服装专卖店指针对某一细分种类品牌或某一公司产品经营的服装零售店。
- 28. 人员推销的特点之一是绝对成本高。
- 29. 代理商拥有商品所有权。
- 30. 客流繁杂的位置肯定适合高档名牌服装店。

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 4 分,共 8 分)

- 31. 服装营销原理
- 32. 服装商品策划

四、简答题(本大题共 4 小题,每小题 8 分,共 32 分)

33. 简述服装企业进入国际市场的方式。

34. 服装商品的特殊性。

35. 中间商在渠道中的主要功能。

36. 人员促销的特点。

五、论述题(本大题 10 分)

37. 试述服装品牌企业如何选择适合企业发展的零售业态。