

浙江省 2017 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. 下列关于服装业经营的特点的说法错误的是
A. 服装业是一个不断创新的行业
B. 艺术、技术和营销的结合
C. 经济规模效应相对比较明显
D. 服装企业规模相对比较小
2. 企业管理者必须善用企业组织内所有资源,其中最基本的资源是
A. 财务资源
B. 人力资源
C. 设备资源
D. 信息资源
3. 在现有的市场中,企业经营工作重点放在大力培训推销员销售能力,推出大量广告来促进消费者购买的企业行为属于
A. 生产导向
B. 推销导向
C. 产品导向
D. 社会市场导向
4. 西方经济学家恩格尔认为:随着家庭收入的增加,用于食物支出占家庭收入的比重会
A. 大大提高
B. 缓慢上升
C. 大体不变
D. 逐步下降
5. 将商品转售或提供给商业用途并进行交易的中间商被称为
A. 批发商
B. 经销商
C. 零售商
D. 代理商
6. 世界上最大的纺织服装消费市场是
A. 中国
B. 日本
C. 美国
D. 英国

7. 欧洲提出对来自中国的童装面料规格上提出新的技术标准,以限制来自中国的童装进口,这种贸易行为属于
- A. 关税壁垒
B. 技术性贸易壁垒
C. 数量限制壁垒
D. 采购限制贸易壁垒
8. 根据马斯洛需求层次论,消费者希望通过穿着装来寻找认同感而不被排斥,这种需求为
- A. 生理需求
B. 安全需求
C. 尊重需求
D. 爱的需求
9. 以下影响着服装流行的心理因素是
- A. 爱美和求变心理
B. 从众和模仿心理
C. 自我展现心理
D. 以上皆是
10. 获取一手调研资料的方法可以通过
- A. 观察和实验
B. 文献搜索
C. 企业之间内部资料的交流交换
D. 以上都可以
11. 以下关于现代服装企业的经营规模的说法错误的是
- A. 服装企业 90% 以上属于中小企业,经营规模差异大
B. 小型服装企业可能只有几个人
C. 一家服装企业的利润率达到 5% 及以上,说明经营状况良好
D. 一家服装企业的利润率跌至 3% 以下,将面临破产的危险
12. 服装市场细分中,社会阶层是属于
- A. 人文因素
B. 社会心理因素
C. 行为因素
D. 地理因素
13. 以下哪种企业在目标市场选择上适合采用差异性市场的多元化目标策略
- A. 大型服装企业
B. 中低端内衣品牌
C. 大众休闲服装
D. 小众设计师品牌
14. 服装商品策划师以_____作为原点加以发挥和展开的。
- A. 服装产品
B. 消费者
C. 服装流行
D. 服装买手
15. 下列种类的服装中目标客户群需求价格弹性最小的是
- A. 高级女装
B. 高级成衣
C. 新潮服装
D. 休闲服装
16. 通过高定价高促销快速获取丰厚利润的定价方法是
- A. 渗透定价
B. 心理定价
C. 取脂定价
D. 竞争导向定价

17. 以下哪种促销属于公共宣传

- A. 习近平夫人着例外品牌服装访问各国,该品牌引起各方媒体报道和关注
- B. 马路上的灯箱广告频频出现明星杨洋代言的森马,引起粉丝的热爱
- C. 每年年底各大媒体和粉丝都期待一年一度的维多利亚的秘密的大秀
- D. 以上都是

18. 关于知名电商女装品牌茵曼的说法错误的是

- A. 零级渠道营销方式
- B. 无店铺营销方式
- C. 一级渠道营销方式
- D. 直复营销方式

19. 零售店最基本决策是

- A. 服装商品
- B. 选址
- C. 店铺展示
- D. 人员配备

20. 以契约为基础采取特许经营方式的零售组织被称为

- A. 特许连锁店
- B. 直营连锁店
- C. 自愿连锁店
- D. 正规连锁店

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. 广义的服装企业是指服装生产制造企业和销售企业。

22. 每一种文化都由不同亚文化组成。

23. 矿物纤维属于化学纤维。

24. 营销渠道长可扩大批量,寻找劳务成本低的生产方式,综合成本低。

25. 服装企业要想进入国际市场最简单的方式是出口。

26. 家庭是社会生活消费的基本单位,是影响消费行为的最重要社会因素。

27. 流行意味着该款式必须被所有消费者或大部分人赞许。

28. 服装市场需求预测具有周期性,是指服装产品的需求量随着时间的推移而呈现周期性的变化。

29. 服装流通业中,批发占了很大比重。

30. 服装是自然性和功能性两方面属性的统一体。

31. 确定服装目标市场的基础是市场细分。

32. 服装价格定位只需考虑产品成本因素。

33. 大型的超市主要采用二级渠道。

34. 服装的零售价格反映了服装的最终市场价值。

35. 服装的精神价值是服装商品高附加值的源泉。

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、名词解释题(本大题共 2 小题,每小题 5 分,共 10 分)

- 36. 服装营销管理
- 37. 消费者指向

四、简答题(本大题共 2 小题,每小题 10 分,共 20 分)

- 38. 简述一种新型的服装流行将会经历怎样的发展周期。
- 39. 简述一个服装品牌可以采取哪些市场细分方法来寻找有利可图目标市场。

五、论述题(本大题 15 分)

- 40. 试述现代服装企业可采取哪些营销策略推动企业发展。