

浙江省 2014 年 10 月高等教育自学考试

汽车经营管理学试题

课程代码:05834

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 15 小题,每小题 2 分,共 30 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. 市场的核心要素是
A. 竞争 B. 价格 C. 利率 D. 供应
2. 对于别克汽车公司来说,房地产公司是
A. 品牌竞争者 B. 行业竞争者
C. 形式竞争者 D. 通常竞争者
3. 对汽车购买行为产生影响的个人因素是
A. 经济条件 B. 价值观念 C. 图腾禁忌 D. 风俗习惯
4. 采购军用汽车的顾客类型是
A. 装备投资型 B. 政府部门
C. 企事业单位 D. 运输营运型
5. 举办三种展览会得出调研结果的方法是
A. 观察法 B. 询问法 C. 调整法 D. 实验法
6. 特别适合为新产品建立新的分销渠道的预测方法是
A. 市场测试法 B. 专家意见法
C. 购买者意图调查法 D. 销售人员意见综合法
7. 以个性进行市场细分,依据的是
A. 地理因素 B. 人口因素 C. 心理因素 D. 行为因素

18. 对汽车业务采购人员产生影响的外部因素有
- A. 经济因素 B. 环境因素 C. 人际关系因素
- D. 组织因素 E. 个人因素
19. 市场细分应遵循的原则有
- A. 可测量原则 B. 可盈利原则 C. 可进入原则
- D. 稳定性原则 E. 易反应原则
20. 适合产品衰退期的市场营销策略有
- A. 产品改革策略 B. 收割策略 C. 拓宽市场策略
- D. 撤退策略 E. 广告宣传策略

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、填空题(本大题共 5 小题,每空 1 分,共 10 分)

21. 人口环境对汽车市场营销的影响主要表现在_____和_____两个方面。
22. 市场挑战者的攻击对象主要有_____、_____和中小企业。
23. 汽车产品组合具有_____和_____两种类型。
24. 汽车价格由_____、_____、国家税金和汽车企业利润四个要素构成。
25. 汽车非人员促销包括_____、销售渠道和_____三个方面。

四、名词解释(本大题共 4 小题,每小题 4 分,共 16 分)

26. 差异化
27. 市场预测
28. 产品
29. 定价目标

五、简答题(本大题共 4 小题,每小题 6 分,共 24 分)

30. 简述市场营销环境分析应如何进行。
31. 简述政府采购的显著特点。
32. 简述全面质量的含义。
33. 简述汽车促销的作用。

六、论述题(本大题 10 分)

34. 试述汽车产品的需求导向定价的方法。