

浙江省 2015 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. 从世界范围来看,分布最广泛、需求最为强劲的汽车市场类型是
A. 私人用车市场 B. 经营用车市场 C. 商务用车市场 D. 公务用车市场
2. 企业易患“市场营销近视症”的营销观念是
A. 汽车生产观念 B. 汽车产品观念
C. 汽车推销观念 D. 汽车社会营销观念
3. 美国的汽车行业类型属于
A. 完全垄断 B. 完全寡头垄断 C. 差别寡头垄断 D. 完全竞争
4. “利用明星制作汽车广告,促进产品销售”主要是刺激汽车消费者的
A. 求实动机 B. 模仿动机 C. 求新动机 D. 求名动机
5. 大多数的市场营销调研都属于
A. 探测性调研 B. 描述性调研 C. 因果关系调研 D. 预测性调研
6. 在汽车市场营销实验里,一般主体可能是
A. 汽车消费者 B. 汽车价格
C. 竞争者行为 D. 顾客态度的变化
7. 许多营销人员认为,建立细分市场的最佳起点是
A. 地理因素 B. 人口因素 C. 心理因素 D. 行为因素

17. 迈克尔·波特认为行业竞争中存在基本的竞争力量有
- A. 行业内现有企业之间的竞争
 - B. 潜在新进入者的威胁
 - C. 替代品的威胁
 - D. 购买者的讨价还价的能力
 - E. 供应商讨价还价的能力
18. 用于汽车市场需求预测的方法主要有
- A. 购买者意图调查法
 - B. 销售人员意见综合法
 - C. 专家意见法
 - D. 市场因子法
 - E. 时间序列分析法
19. 品牌是形式产品中的一个重要组成部分,其作用主要有
- A. 识别产品出处
 - B. 宣传推广产品
 - C. 承诺产品质量
 - D. 作为竞争工具
 - E. 有利于树立企业形象
20. 下列行为属于汽车促销方式的是
- A. 广告
 - B. 销售促进
 - C. 人员促销
 - D. 公共关系
 - E. 销售技术服务

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. 根据市场的概念,市场具有的功能是实现、_____和_____。
22. 一个人的购买行为会受到四个主要心理因素的影响,这些因素是_____、感觉、学习、_____。
23. _____和_____是消费者识别产品和企业的重要标识,是企业重要的无形资产。
24. 激励中间商通常可采取三种方式:合作、_____和_____。
25. 汽车“4S”服务模式是指整车销售、_____、_____和信息反馈等结合成“四位一体”的全方位服务。

四、名词解释(本大题共 4 小题,每小题 4 分,共 16 分)

26. 汽车市场营销
27. 市场细分
28. 理解价值定价法
29. 汽车“拉引式”销售

五、简答题(本大题共 4 小题,每小题 6 分,共 24 分)

30. 简述形成市场的基本条件。
31. 简述汽车市场需求预测的步骤。
32. 新产品开发的程序有哪几个环节?
33. 汽车企业在制定促销组合策略时应考虑的因素有哪些?

六、论述题(本大题 10 分)

34. 分析现代汽车企业建立市场营销信息系统的必要性。