

浙江省 2019 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. 企业内部环境系指企业的类型、组织模式、组织机构、经济实力、经营实力及企业文化等因素,其中,_____是企业内部环境中最重要的因素。
A. 企业的类型 B. 组织模式 C. 组织机构 D. 经济实力
2. 汽车生产企业选择差异化战略时,不会将_____作为首要战略目标。
A. 汽车产品内在差异 B. 汽车产品外在差异
C. 汽车产品形象理念 D. 汽车产品成本
3. 在企业市场营销可以控制的四个因素中,针对促销的手段是
A. 质量和外观 B. 价格 C. 建立渠道 D. 发布广告
4. 汽车购买者往往会记住自己喜爱品牌的优点,而忘掉其他竞争品牌的优点,主要是购买行为受到_____心理因素的影响。
A. 需要和动机 B. 感觉 C. 学习 D. 信念和态度
5. 在展销会前选取两组经销商进行实验调查,其中一组举办展销会,另一组不举办展销会,检验展销会对销售差异的显著性检验,这种实验法类型是
A. 重复时间序列实验 B. 前后控制组实验
C. 阶乘设计 D. 拉丁方格设计

6. 将奔驰汽车打造成上流社会的成功人士象征, 劳斯莱斯为显赫贵族的象征, 是侧重于消费者市场需求的
- A. 地理因素 B. 人口因素 C. 心理因素 D. 行为因素
7. 与在市场上占据支配地位、最强的竞争对手竞争, 采取的定位方式是
- A. 初次定位 B. 重新定位 C. 避强定位 D. 迎头定位
8. 某汽车轮胎制造公司是汽车轮胎, 可以为商务车、轿车、客车配套不同的轮胎产品, 其产品组合类型属于
- A. 全线全面型 B. 市场专业型
- C. 产品线专业型 D. 有限产品线专业型
9. 据国外研究成果, 在市场价值方面表现为奶牛产品, 宜采用_____的发展战略。
- A. 积极发展 B. 继续维持 C. 尽量收割 D. 坚决放弃
10. 为同一产品注册多个商标, 是企业为产品采取的
- A. 品牌防御策略 B. 品牌延伸策略
- C. 品牌变更决策 D. 品牌设计策略
11. 汽车行业对产品进行定价时, 高级轿车往往采取
- A. 销售额目标 B. 市场占有率目标
- C. 企业生存目标 D. 稳定价格目标
12. 当汽车产品处于_____时, 可采取紧缩策略、收缩策略和巩固策略等定价策略。
- A. 介绍期 B. 成长期 C. 成熟期 D. 衰退期
13. 汽车促销方式中, _____是一些短期性、临时性的能使顾客产生购买行为的措施。
- A. 广告 B. 销售促进 C. 公共关系 D. 销售技术服务
14. 杂志广告和 DM 直邮广告是汽车广告促销表现形式中的
- A. 印刷媒介广告 B. 广播电视广告 C. 网络广告 D. 实物广告
15. 汽车产品服务不包含以下_____特征。
- A. 生产过程与消费过程不可分离 B. 服务质量和顾客感知存在差异
- C. 不可贮存 D. 依质量高低, 具有相应的价格

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**”。

16. 市场占有率是衡量和比较汽车生产企业利润水平的主要指标。
17. 汽车消费者市场是一个包罗万象的统一大市场。

18. 为了节约成本,二手资料收集的基本顺序是由外到内,由一般到具体。
19. 购买者意图调查法可用于汽车市场需求预测。
20. 企业在实施市场细分时,应以影响消费者需求和欲求为基本线索进行。
21. 按市场营销的观点,能满足汽车消费者某种欲望和需要的服务是产品。
22. 汽车企业单一品种的大量生产,有利于获得较低的生产成本,最终汽车的平均成本下降。
23. 对于汽车产品,不同的企业、不同的经营环境和不同的经营时期,定价目标是相同的。
24. 汽车分销渠道建立后,经过一段时间的运作后,就可以持续运行下去。
25. 汽车生产企业的竞争环境发生了剧烈变化,卖方市场的特征逐渐明显。

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 6 小题,每空 1 分,共 10 分)

26. 我国汽车市场的运行有明显的波动性,大体包含衰退、低谷、_____和高涨四个阶段。
27. 企业市场营销信息系统由企业内部信息系统、_____、_____和市场情况分析系统四部分组成。
28. 一般来说,一个成功的新产品,应具备优越性、适应性、易用性、_____四个特点。
29. 汽车分销渠道主要包括总经销商、_____、汽车分销渠道的起点生产企业和_____。
30. 按宣传的方式,可以把汽车宣传划分为_____和_____两大类型。
31. 从宏观的角度看,汽车的服务营销可以扩展到全过程、_____、_____、全参与四个维度,即“四全”服务策略。

四、名词解释题(本大题共 5 小题,每小题 4 分,共 20 分)

32. 市场营销组合
33. 消费者购买行为模式
34. 市场定位
35. 全面质量
36. 汽车产品定价策略

五、简答题(本大题共 4 小题,每小题 5 分,共 20 分)

37. 简要描绘现代的市场概念,并简述市场有哪些作用。
38. 一般意义上的汽车市场调研是什么?有哪几种类型?

39. 汽车产品的均衡点价格是如何形成的?

40. 何谓深度营销? 深度营销有什么含义?

六、论述题(本大题 10 分)

41. 什么是产品组合? 对产品组合有几个变量? 试以某公司汽车产品为例进行说明。