

浙江省 2020 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

1. 请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。

2. 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。

选择题部分

注意事项:

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。在每小题列出的备选项中只有一项是最符合题目要求的,请将其选出。

1. 市场营销的核心是

- A. 市场研究
- B. 市场需求预测
- C. 交换
- D. 人员推销

2. 以“一手握着品牌大旗,一手又举起价格屠刀”作为营销战略的企业,其竞争地位是

- A. 市场领导者
- B. 市场竞争者
- C. 市场追随者
- D. 市场补缺者

3. 某汽车公司一共有 4 条产品线,21 个品种的汽车产品,汽车产品组合的长度是

- A. 4
- B. 17
- C. 21
- D. 25

4. 实现成本领先战略的竞争途径是

- A. 做好供应链管理
- B. 重视产品造型
- C. 开发新产品
- D. 开发产品特色

5. 对汽车购买行为产生影响的社会因素是

- A. 生活方式
- B. 价值观念
- C. 崇尚爱好
- D. 参考群体

6. 汽车市场调研的原始数据来源可以是

- A. 政府信息
- B. 行业协会
- C. 专家意见
- D. 图书馆

7. 特别适合企业预测汽车市场容量的预测方法是

- 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. 市场调查法

8. 发现和报告新发展的情况的销售人员,属于公司市场营销信息系统中的

- A. 内部信息系统
- B. 市场营销情报系统
- C. 市场营销调研系统
- D. 市场营销决策支持系统

9. 集中性营销策略的优点主要体现在

- A. 规模方面
- B. 成本方面
- C. 品种多样性方面
- D. 专业化方面

10. 汽车造型是企业的

- A. 核心产品
- B. 形式产品
- C. 延伸产品
- D. 形象产品

11. 广告宣传的目的是建立初级需求,适合产品的

- A. 介绍期
- B. 成长期
- C. 成熟期
- D. 衰退期

12. 汽车生产企业以合理利润率作为关键问题的定价方法是

- A. 总成本加成定价方法
- B. 目标收益定价法
- C. 边际成本定价法
- D. 盈亏平衡定价法

13. 不能成为汽车分销渠道成员的是

- A. 汽车制造商
- B. 批发商
- C. 经销商
- D. 消费者

14. 以社会公益活动形式进行促销,属于汽车促销方式中的

- A. 广告
- B. 销售渠道
- C. 公共关系
- D. 人员促销

15. 顾客让渡价值是指

- A. 顾客总价值
- B. 顾客总价值与顾客总成本之间的差额
- C. 顾客总成本
- D. 顾客总价值与顾客总成本的总和

二、多项选择题:本大题共 5 小题,每小题 2 分,共 10 分。在每小题列出的备选项中至少有两项是符合题目要求的,请将其选出,错选、多选或少选均无分。

16. 企业大市场营销的对象有

- A. 政府部门
- B. 社会团体
- C. 经销商
- D. 工会
- E. 广告代理商



31. 应用营销系统需注意的问题。

32. 简述选择目标市场的原则。

33. 简述质量费用包含的内容。

**六、论述题：本大题 10 分。**

34. 试述汽车企业如何扩大汽车产品组合策略。