

2023 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. 下列不属于汽车营销微观环境因素的是

- A. 竞争者 B. 营销中介 C. 产业政策 D. 企业经营能力

2. 汽车行业的市场领导者主要采取的策略是

- A. 进攻策略 B. 跟随策略 C. 防御策略 D. 聚焦策略

3. 汽车产品由卖方随意定价的市场属于

- A. 完全垄断 B. 寡头垄断 C. 垄断竞争 D. 完全竞争

4. 我国汽车消费者的购买多属于

- A. 自信型 B. 习惯型 C. 情感型 D. 理智型

5. 在汽车购买行为中,真正实施购买行为的是

- A. 发起者 B. 使用者 C. 控制者 D. 采购者

6. 目前,对汽车市场调研通常是指_____的汽车市场调研。

- A. 全面 B. 局部 C. 广义 D. 狭义

7. 市场定位的战略有很多,从产品质量、产品特色等方面实现差别战略是

- A. 产品差异化 B. 服务差异化 C. 人员差异化 D. 形象差异化

8. 某企业生产四大类产品,每一类平均有 8 个产品项目,则产品组合的长度是

- A. 4 B. 8 C. 12 D. 32

9. 在产品生命周期里,销售量迅速增加的阶段是

- A. 介绍期 B. 成长期 C. 成熟期 D. 衰退期

10. 考虑的主要是需求而不是成本的定价方法是

- A. 边际成本定价法 B. 产品差别定价法
C. 需求差异定价法 D. 逆向定价法

11. 网络直销属于

- A. 一层渠道 B. 二层渠道
C. 直接渠道 D. 间接渠道

12. 在成长期的产品,促销的目标是建立产品的“知名度”,宜采用_____的方式增进购买。

- A. 人员推销 B. 公共关系 C. 广告宣传 D. 营业推广

13. 在顾客总价值与其他成本一定的情况下,以下正确的是

- A. 时间成本越低,顾客让渡价值越低 B. 时间成本越低,顾客让渡价值越高
C. 服务价值越低,顾客让渡价值越高 D. 服务价值越高,顾客让渡价值越低

14. 汽车“5S”服务概念是在“4S”的基础上增加了一个“S”,即

- A. 维修 B. 信息 C. 配件 D. 风格

15. 概念营销着眼于消费者的

- A. 理性认知 B. 感性认识 C. 概念炒作 D. 概念认识

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. 我国汽车市场正在由需求主导向供给主导转变。

17. 行业内有大量的企业参与竞争,每个企业都不能完全控制市场,这样的竞争为完全竞争。

18. 通常情况下,汽车行业竞争结构不会随着时间的推移而变化。

19. 大多数汽车市场营销调研属于描述性调研。

20. 一种产品的整体市场之所以可以细分,是由于产品供给的类型、性能、价格等存在差异化。

21. 在产品生命周期的成熟期,企业应该采用产品改进、市场改进和营销组合改进的策略。

22. 分销商介入渠道交易能够减少交易次数,因此,使用的分销商越多,渠道的销量就越高。

23. 促销的实质是一种沟通、激励活动。

24. 由于服务是无形的,所以有形展示是服务营销的一个重要工具。

25. 订单营销就是定制营销。

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。

26. 按市场竞争地位划分,所有竞争企业可分为市场领导者、____、____、市场利基者四种类型。
27. 影响消费者市场需求的因素主要包括____、____、心理因素和行为因素等。
28. 汽车产品组合具有____性组合和____性组合两种类型。
29. 汽车分销渠道的起点是____,终点是____。
30. 汽车营业推广的对象主要包括____和汽车____两类。

四、名词解释题:本大题共 5 小题,每小题 4 分,共 20 分。

31. 汽车消费用户
32. 市场定位
33. 改进新产品
34. 汽车促销
35. 情感营销

五、简答题:本大题共 4 小题,每小题 5 分,共 20 分。

36. 目前我国汽车市场具有什么样的特点?
37. 影响我国汽车需求的主要因素有哪些?
38. 影响汽车制造商选择分销渠道的因素有哪些?
39. 什么是事件营销? 事件营销策略有几种类型?

六、论述题:本大题 10 分。

40. 在什么情况下,新产品的定价可以采用撇脂定价策略? 试分析其优缺点。