

绝密★启用前

考试号

2019 年 10 月高等教育自学考试全国统一命题考试

市场营销学

(课程代码 00058)

注意事项:

1. 本试卷分为两部分, 第一部分为选择题, 第二部分为非选择题。
2. 应考者必须按试题顺序在答题卡(纸)指定位置上作答, 答在试卷上无效。
3. 涂写部分、画图部分必须使用 2B 铅笔, 书写部分必须使用黑色字迹签字笔。

第一部分 选择题

一、单项选择题: 本大题共 20 小题, 每小题 1 分, 共 20 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. 人们为了维持生存所必需的水和空气等基本要求, 在市场营销核心概念中指
A. 欲望
B. 需要
C. 需求
D. 购买力
2. 某商家以促销为名, 在双十一活动中以先提价后打折的方式低价招徕消费者, 这种行为在营销道德中属于
A. 价格歧视
B. 暴力价格
C. 掠夺性定价
D. 价格欺诈
3. 如果企业与顾客之间只维持最普通的交易关系, 则这种关系在关系营销层次中属于
A. 基本型关系
B. 响应型关系
C. 责任型关系
D. 主动型关系
4. 某公司如果要预测啤酒在淡季和旺季的销量, 最适宜采用的预测方法为
A. 加权平均法
B. 移动平均法
C. 按季平均法
D. 指数平滑法
5. 调查人员直接在街头拦截采访消费者收集信息, 这种市场接触方式属于
A. 面对面访谈
B. 电话访谈
C. 在线访问
D. 邮寄调查

6. 某企业为各类特定产品达到预期的市场目标而进行的策略安排,在市场营销策划类型中属于
- A. 公司策划 B. 产品策划
C. 部门策划 D. 业务单位策划
7. 某公司于年底重奖业绩突出的营销人员以增强企业的凝聚力,营销人员属于社会公众中的
- A. 金融公众 B. 内部公众
C. 政府公众 D. 媒介公众
8. 数码相机的出现挤压了传统胶卷相机生产企业的生存空间,对生产传统胶卷相机的企业来说这种竞争力量属于
- A. 购买者的讨价还价能力 B. 潜在进入者的威胁
C. 替代产品的威胁 D. 供应商的讨价还价能力
9. 过春节时南方消费者喜食汤圆,东北消费者喜食水饺,这种影响不同地区顾客消费偏好的习俗属于
- A. 文化因素 B. 个人因素
C. 心理因素 D. 政治因素
10. 某企业通过专卖店和网上商城同时在某地区销售洗衣机,由于网上价格低于专卖店,导致专卖店经营者极为不满,这种渠道冲突属于
- A. 垂直渠道冲突 B. 水平渠道冲突
C. 单一渠道冲突 D. 多渠道冲突
11. 每到冬季某知名冷饮生产商仍然进行广告宣传,促使消费者在淡季记住该产品,保持必要的知名度。该广告目标类型属于
- A. 通知型 B. 提醒型
C. 说服型 D. 告知型
12. 某洗衣粉制造商同时推出“去渍”、“洁净”、“芳香”三种品牌,这种品牌策略属于
- A. 产品线拓展策略 B. 合作品牌策略
C. 品牌延伸策略 D. 多品牌策略
13. 某公司为其新上市的智能手机制定的价格远高于同类型手机,以攫取更大利润,这种新产品定价策略属于
- A. 市场渗透定价策略 B. 替代产品定价策略
C. 渠道差别定价策略 D. 市场撇脂定价策略
14. 某企业对订购量在5万件以上的经销商给予10%的价格优惠,这种折扣定价与补贴策略属于
- A. 数量折扣 B. 季节折扣
C. 功能折扣 D. 现金折扣

15. 某外资企业生产的打印机在我国只选择了一家代理商销售其产品, 该企业这种分销策略属于

- A. 选择性分销
- B. 密集性分销
- C. 独家分销
- D. 差异性分销

16. 某企业在超市派驻员工向顾客推介其新上市的酸奶, 这种整合营销传播方式属于

- A. 人员销售
- B. 公共关系
- C. 口碑营销
- D. 广告宣传

17. 通常情况下消费者在购买蛋糕时, 对品牌不加注意, 喜欢经常性地更换品牌来满足个人对不同口味蛋糕的喜好。这种购买行为类型属于

- A. 复杂的购买行为
- B. 习惯性的购买行为
- C. 寻求多样化的购买行为
- D. 减少不协调感的购买行为

18. 当面临国内巨大的竞争挑战时, 某国有品牌汽车生产商尝试打入非洲市场, 这种新业务发展战略属于

- A. 市场渗透战略
- B. 市场开发战略
- C. 产品开发战略
- D. 多角化成长战略

19. 一般来说, 若一个企业为该行业唯一的领导者, 意味着该企业的相对市场份额

- A. 等于 1
- B. 等于 0
- C. 大于 1
- D. 小于 1

20. 某公司生产并销售五个品牌的清洁产品, 每个品牌均配备一正两副产品经理, 经营该战略业务单位, 则该公司的营销组织类型属于

- A. 职能型营销组织
- B. 地理型营销组织
- C. 市场型营销组织
- D. 产品型营销组织

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。

21. 宏观营销环境包括

- A. 人口环境
- B. 经济环境
- C. 自然环境
- D. 政治与法律环境
- E. 社会与文化环境

22. 菲利普·科特勒提出了著名的 6P 理论, 其拓展了传统的 4P 理论, 新增的 2P 包括

- A. 定价 (price)
- B. 权利 (power)
- C. 促销 (promotion)
- D. 公共关系 (public relation)
- E. 渠道 (place)

23. 下列促销工具中属于销售促进的有

A. 竞赛

B. 游戏

C. 彩票

D. 演讲

E. 慈善捐款

24. 对消费者市场进行细分有诸多变量, 下列消费者特征属于人口变量的有

A. 收入

B. 年龄

C. 性别

D. 社会阶层

E. 受教育程度

25. 人员销售决策的内容有

A. 确定人员销售目标

B. 选择人员接触方式

C. 设计销售队伍结构

D. 核定销售队伍规模

E. 选定销售人员的报酬制度

第二部分 非选择题

三、简答题：本大题共 5 小题，每小题 6 分，共 30 分。

26. 简述市场营销信息系统的构成。
27. 简述公共关系决策的内容与流程。
28. 简述市场跟随者可以选择的战略。
29. 简述市场营销中市场的概念及包含的要素。
30. 简述市场物流决策的内容。

四、案例分析题：本大题共 2 小题，第 31 题 10 分，第 32 题 15 分，共 25 分。

31. 某公司针对 65 岁以上老年人推出新款 4G 智能手机。该手机操作简单，针对老年人专属定制超简系统，不仅遵从老年人的使用习惯，大字大图标，功能一键到达，还可通过语音操作打电话、发短信、听歌看戏，把老年人从复杂的按键操作中解放出来。同时该手机拥有 5.5 英寸高清屏幕，前后双置摄像头，满足老年人照相、录像要求；此外该手机还支持网络自动对时，每日天气预报。更令人称道的是，消费者只要点击“个人助理”即可直接与厂家客服对话，咨询各种手机使用疑问。该手机一经面市即受到老年消费者的欢迎。

问：

- (1) 结合案例分析该公司的目标市场及目标市场选择模式。
- (2) 结合案例分析该公司的市场定位层次。

32. 某公司生产瓜子、花生等传统炒货产品，由于产品种类单一、渠道不畅，其市场份额逐年下降。为开拓市场，公司在原有产品的基础上，陆续推出开心果、巴旦木、杏仁等新产品，并且推出小包装产品，每个包装中添加了小夹子、湿纸巾等配件方便顾客使用，包装材质更加环保坚固不易破损，印刷更加精美。同时企业给所有产品统一设计了一个卡通化的品牌名称“小松鼠”，包装上的文字采用卡通字体并印有可爱的松鼠形象以吸引年轻消费者的关注。该公司利用多种媒体宣传“小松鼠”这一品牌，降低了新产品的宣传费用，塑造了该企业在消费者心目中的形象。产品一经推出，立即获得了年轻消费者的青睐，在“双十一”当天，其在某网络销售平台的销量突破了 5000 万元。

问：

- (1) 该公司新产品中添加的小夹子、湿纸巾等配件，属于产品概念中的哪个层次？
- (2) 该公司新产品采用了何种品牌名称策略？结合案例分析该策略有何优点。
- (3) 结合案例分析该企业新产品包装的作用。

五、论述题：本题 15 分。

33. 论述价值链的构成及该理论对企业营销活动的启示。

2019 年 10 月高等教育自学考试全国统一命题考试

市场营销学试题答案及评分参考

(课程代码 00058)

一、单项选择题：本大题共 20 小题，每小题 1 分，共 20 分。

- | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 1. B | 2. D | 3. A | 4. C | 5. A |
| 6. B | 7. B | 8. C | 9. A | 10. D |
| 11. B | 12. D | 13. D | 14. A | 15. C |
| 16. A | 17. C | 18. B | 19. C | 20. D |

二、多项选择题：本大题共 5 小题，每小题 2 分，共 10 分。

21. ABCDE 22. BD 23. ABC 24. ABCE 25. ABCDE

三、简答题：本大题共 5 小题，每小题 6 分，共 30 分。

【评分参考】观点接近者可酌情给分。

26. (1) 内部报告系统；

(2) 营销情报系统；

(3) 营销调研系统；

(4) 营销决策支持系统。

注：每答对一点给 2 分，最多给 6 分。

27. (1) 确定公共关系目标；

(2) 选择公共关系工具；

(3) 制定和实施公共关系计划；

(4) 评估公共关系效果。

注：每答对一点给 2 分，最多给 6 分。

28. (1) 紧密跟随；(2 分)

(2) 距离跟随；(2 分)

(3) 选择跟随。(2 分)

29. (1) 市场是对特定产品有欲望、有购买能力的特定的顾客群体。(3 分)

(2) 要素：人口、(1 分) 购买力、(1 分) 购买欲望。(1 分)

30. (1) 订单程序决策;

(2) 仓储决策;

(3) 存货决策;

(4) 运输决策。

注: 每答对一点给 2 分, 最多给 6 分。

四、案例分析题: 本大题共 2 小题, 第 31 题 10 分, 第 32 题 15 分, 共 25 分。

【评分参考】观点接近者可酌情给分。

31. 答案要点:

(1) ① 65 岁以上老年人。(2 分)

② 单一市场集中化——该手机生产商选择 65 岁以上老年人为目标市场, 通过单一产品满足老年人对手机的特定需求。(2 分)

(2) ① 产品定位 (2 分) ——该产品操作简单: 针对中老年人专属定制超简系统, 遵从老年人的使用习惯, 大字大图标, 功能一键到达等。(1 分)

② 服务定位 (2 分) ——老年人点击“个人助理”直接与厂家客服对话, 咨询各种手机使用疑问。(1 分)

32. 答案要点:

(1) ① 属于产品概念中的延伸产品层次。(2 分)

(2) ① 家族品牌策略 (或统一品牌策略)。(2 分)

② 该企业给所有产品统一设计了一个卡通化的品牌名称“小松鼠”, 利用多种媒体宣传“小松鼠”这一品牌, 降低了新产品的宣传费用; 塑造了该企业在消费者心目中的形象。(3 分)

(3) ① 方便消费——推出小包装产品;

② 促进销售——包装中增加了小夹子、湿纸巾, “双十一”当天销量突破了 5000 万元;

③ 提高价值——包装材质更加环保、印刷更加精美;

④ 保护商品——包装材质坚固不易破损;

⑤ 便于储运——小包装便于消费者携带。

注: 每答对一点给 2 分, 最多给 8 分。

五、论述题: 本题 15 分。

【评分参考】观点接近者可酌情给分。

33. 答案要点:

(1) 价值链的构成归结为五种基础活动 (1 分) 和四种支持性活动 (1 分)。基础活动包括内部后勤、(1 分) 生产运营、(1 分) 外部后勤、(1 分) 销售 (1 分) 和服务; (1 分) 支持性活动包括人力资源管理、(1 分) 技术开发 (1 分)、采购 (1 分) 和企业基础设施。(1 分)

市场营销学试题答案及评分参考 第 2 页 (共 3 页)

(2) ① 企业是一个由设计、采购、生产、物流、营销等各种活动组成的整体，企业的各个职能部门都可以看作价值创造其中的一个环节，顾客让渡价值的大小最终取决于各个职能部门的协同作用，而不单单是营销部门的职责。(2 分)

② 对企业来讲，创造顾客价值的最终目的是实现自身利润，在有限的市场份额中，为了达到这一目标就必须比竞争对手更为有效地向顾客传递其所需要的价值。(2 分)