西南科技大学成人教育学院（德阳教学站）（2022）年秋季期末试卷单〈A卷〉

课程名称：市场营销理论与实务学 专业： 层次：

学生姓名： 学号： 成绩：

考试时间： 年 月 日 共 4 页

**一、单选题（每小题2分，共20分）**

1. （ ）首先使用“市场营销”一词，并第一个在课文中采用了这一术语。

A、巴特勒 B、韦尔德

C、海杰蒂 D、费斯克

2. 市场营销管理的实质是( )。

A．刺激需求 B．需求管理

C．生产管理 D．销售管理

3. 具有较高增长率和较高相对市场占有率的经营单位是（ ）。

A．问号类 B．明星类

C．奶牛类 D．瘦狗类

4. 对于减少失调感的购买行为，营销者要提供完善的( )，通过各种途径提供有利于本企业和产品的信息，使顾客确信自己购买决定的正确性。

A．售前服务 B．售后服务

C．售中服务 D．无偿服务

5. （ ）差异的存在是市场细分的客观依据。

A、产品 B、价格

C、需求偏好 D、细分

6. 违反行业规则，打破了行业平衡，生产能力过剩仍然继续投资的竞争者属于( )。

A、强竞争者 B、近竞争者

C、弱竞争者 D、“坏”竞争者

7. 企业欲在产品分销过程中占有更大的货架空间以为获得较高的市场占有率奠定基础，一般会选择( )策略。

A．统一品牌 B．分类品牌

C．多品牌 D．复合品牌

8. 在同一流通环节使用同类中间商数量少的渠道是（ ）。

A、长渠道 B、短渠道

C、宽渠道 D、窄渠道

9. 市场营销计划实施过程中起着决定性作用的是（ ）。

A、制定行动方案 B、调整组织结构

C、形成规章制度 D、协调各种关系

10. 为建立良好的企业形象，企业应大力开展（ ）活动。

A、广告宣传 B、营业推广

C、人员推销 D、公共关系

**二、多项选择题（每小题2分，共20分）**

1. 按照美国学者基恩·凯洛斯的看法，人们对市场营销的各种定义，大致可划分为以下哪几类？( )

A．企业的生产活动 B．为消费者服务的理论

C．对社会现象的一种认识 D．生产者和消费者之间的交换过程

2. 能持续领先的企业，大都具有下列哪些共性？( )

A．拥有先进的生产技术和产品质量

B．系统地倾听企业内外部的各种声音

C．系统地学习上述声音随时间变化而变化的道理，以及把这些声音综合

起来的方法

3. 对于寻求多样性的购买行为，市场领导者力图通过( )等方式鼓励消费者形成习惯性购买行为。

A．占有货贺 B．避免脱销

C．降价 D．提醒购买的广告

E．折扣

4. 无差异营销战略( )。

A、具有成本的经济性 B、不进行市场细分

C、适宜于绝大多数产品 D、只强调需求共性

E、适用于小企业

5. 市场利基者的作用是( )。

A、拾遗补缺 B、有选择地跟随市场领导者

C、见缝插针 D、攻击市场追随者

6. 对于产品生命周期衰退阶段的产品，可供选择的营销策略是( )。

A．集中策略 B．扩张策略

C．维持策略 D．竞争策略

E．榨取策略

7. 分销策略通常分为三种，即（ ）。

A、密集分销 B、直接分销

C、选择分销 D、独家分销

E、代理分销

8. 市场营销控制包括（ ）。

A、战术控制 B、盈利控制

C、效率控制 D、战略控制

9. 市场营销计划中战略选择要详细说明的内容有（ ）。

A、战术或活动方案 B、市场营销组合战略

C、市场定位战略 D、目标市场战略

E、市场营销预算

10. 包装的营销作用主要表现在( )。

A．增加美感 B．保护商品

C．便于储运 D．促进销售

E、增加盈利

**三、名词解释（每小题5分，共20分）**

1. 关系营销

2. 相关群体

3. 销售促进

4. 密集分销

**四、问答题（每小题10分，共40分）**

1、 形成现实市场需要哪些基本条件？

2、什么是营销分析系统？

3、影响消费者行为有哪些主要因素？

4、差别定价的主要形式有哪些？