

绝密 ★ 考试结束前

全国 2017 年 10 月高等教育自学考试
市场营销学试题
课程代码:00058

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 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. 某企业向机关、银行、医院、学校等不同的细分市场出售“净雅”电热茶炉,这种目标市场的选择模式属于
 - A. 市场专业化
 - B. 产品专业化
 - C. 单一市场集中化
 - D. 选择性专业化
2. “北京的电动汽车市场很大”,下列表述中最能体现这句话在市场营销学中含义的是
 - A. 北京市有生产电动汽车的地方
 - B. 北京市有卖电动汽车的地方
 - C. 北京市有几个全国最大的电动汽车销售市场
 - D. 北京市电动汽车的现实买主和潜在买主很多
3. 在组织内部和外部能控制市场信息流到决定者、使用者的人,属于组织市场购买角色中的
 - A. 发起者
 - B. 影响者
 - C. 控制者
 - D. 购买者
4. 旭日公司生产 4 种沐浴露、3 种洗发水、5 种香皂,该公司产品组合的宽度是
 - A. 1
 - B. 3
 - C. 8
 - D. 12

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. 下列影响消费者购买行为的因素中属于心理因素的有
- A. 动机
 - B. 认知
 - C. 学习
 - D. 信念
 - E. 态度
22. 产品生命周期是指产品从投入市场到退出市场所经历的 4 个过程，通常包括
- A. 导入期
 - B. 成长期
 - C. 成熟期
 - D. 繁荣期
 - E. 衰退期
23. 市场营销控制的类型包括
- A. 效率控制
 - B. 战略控制
 - C. 战术控制
 - D. 年度计划控制
 - E. 盈利能力控制
24. 影响定价的因素包括
- A. 成本
 - B. 竞争者
 - C. 市场需求
 - D. 政府政策
 - E. 营销目标
25. 电子商务营销的特点包括
- A. 同质化营销
 - B. 单向营销
 - C. 跨时空的交互式营销
 - D. 技术性动态营销
 - E. 个性化、顾客导向的营销

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、简答题：本大题共 5 小题，每小题 6 分，共 30 分。

- 26. 简述密集型成长战略的含义及类型。
- 27. 简述顾客让渡价值的含义及构成。
- 28. 简述一手资料的收集方法。
- 29. 简述市场定位的有效条件。
- 30. 简述营销组织设计的原则。

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. 智辉公司的销售渠道以前依靠大客户部和遍布全国的经销商。为了扩大市场份额、降低渠道成本，一年前公司新建了电商平台，以期更好、更快捷地为客户服务，实现当年销售额翻一番的战略目标。新渠道运行一年后，公司并未实现翻一番目标。主要原因是，大客户部、经销商与电商平台不能协同作战。新旧渠道之间互相抱怨指责，大客户部抱怨电商平台营销人员没有经验，擅自给予潜在客户直接降价的优惠，把有潜力成为大单的客户变成了小单客户；经销商也不断投诉，抱怨电商平台抢了他们的老客户，导致订单额度下降；而电商平台埋怨大客户部轻视他们新开发的客户，嫌弃新客户的订单额度小，不积极配合电商平台挖掘新客户。总之，新旧渠道冲突不断，影响了智辉公司战略目标的实现。

问：

- (1) 结合案例分析智辉公司的渠道冲突属于何种类型？
- (2) 结合案例分析产生分销渠道冲突的原因有哪些？

32. 凯达公司旗下的“凯瑞” “康达”大排量高档轿车一直深受收入水平高、受教育程度高且年龄偏大的消费者的青睐。随着汽车市场竞争的变化，该公司审时度势，决定为年轻的 80 后、90 后量身打造一款小排量两厢轿车。根据抽样调查结果，将车身设计成“跨级时尚大两厢”，外观张扬个性，颜色明艳清丽，内饰简洁大方；1.4T 的低排量非常符合年轻消费者绿色环保的消费理念；8.9 万的低价格契合年轻人的购买能力；为迎合年轻人青春炫酷、个性飞扬的特点，将这款车命名为“炫影”。促销方面，通过邀请当红明星参加车展、赞助音乐狂欢节、冠名大型演唱会及著名体育赛事，极大地吸引了年轻消费者群体的眼球，使“炫影”这款绿色环保时尚小排量轿车取得了不俗的销售业绩。

问：

- (1) 凯达汽车公司采取了何种品牌名称策略？请解释其含义。
- (2) 何谓目标市场？请指出凯达公司“炫影”品牌的目标市场。
- (3) 凯达公司“炫影”品牌使用了营销组合中的哪些策略？

五、论述题：本题 15 分。

33. 论述市场补缺者及其任务。