

试卷代号:11321

座位号

国家开放大学2024年春季学期期末统一考试

市场营销策划(本) 试题

2024年7月

注意事项:

1. 将你的学号、姓名及考点名称填写在试题和答题纸的规定栏内。考试结束后,把试题和答题纸放在桌上。试题和答题纸均不得带出考场。待监考人员收完试题和答题纸后方可离开考场。
2. 仔细阅读题目的说明,并按题目要求答题。所有答案必须写在答题纸的指定位置上,写在试题上的答案无效。
3. 用蓝、黑圆珠笔或钢笔(含签字笔)答题,使用铅笔答题无效。

一、单项选择题(在各题的4个选项中,只有一项是最优答案。本题共10小题,每小题2分,共20分)

1. 以下哪一项不属于创意效果评定的内容? ()

A. 经济效果	B. 管理效果
C. 社会效果	D. 心理效果
2. “迪斯尼给人类提供最好的娱乐方式,我们想要一个有意义的公园,一个使家庭团聚的地方。”这反映了企业的什么理念? ()

A. 经营方针	B. 经营思想
C. 经营道德	D. 经营作风
3. 个体面对具体问题,能够异于他人提出新颖而有效解决问题方案的各种思维形式和方法。这属于哪种思维方式? ()

A. 发散性思维	B. 辐射性思维
C. 系统性思维	D. 创造性思维
4. 从策划对象的信息承载形式和内容入手的品牌战略或概念炒作属于以下哪一种策划技巧? ()

A. 物质性创新	B. 信息性创新
C. 利益性创新	D. 时间性创新

5. 以下哪一项不属于营销诊断书的结构? ()

- | | |
|--------------|---------|
| A. 企业营销现状和问题 | B. 原因分析 |
| C. 完善措施 | D. 概要 |

6. 当企业生产能力过剩,无法通过产品改良和促销等手段扩大销售,且外部竞争加剧时,企业可采用的价格调整策划方式是()。

- | | |
|--------------|---------|
| A. 相应降价 | B. 维持价格 |
| C. 维持原价和增加价值 | D. 发动提价 |

7. 人们受智能相机(“傻瓜相机”)的启发,正试图研制出全智能操作的傻瓜电脑、傻瓜汽车。这属于哪种模仿创造的方法? ()

- | | |
|------------|------------|
| A. 形态性模仿创造 | B. 结构性模仿创造 |
| C. 功能性模仿创造 | D. 原理性模仿创造 |

8. 策划的手段是()。

- | | |
|----------------|--------------------|
| A. 在于充分掌握市场信息 | B. 有效利用和合理配置资源 |
| C. 制定切实可行的执行方案 | D. 策划主体必须具备较高的综合素质 |

9. 以下哪一项属于市场营销调研中不可控的调研因素? ()

- | | |
|---------|-----------|
| A. 产品调研 | B. 分销渠道调研 |
| C. 物流调研 | D. 宏观环境调研 |

10. 市场营销策划的前提是()。

- | | |
|----------------|-----------------|
| A. 制定切实可行的执行方案 | B. 资源的有效利用和合理配置 |
| C. 充分掌握市场信息 | D. 规避市场风险 |

二、多项选择题(以下各题的4个选项中,至少有两个是正确的。多选、少选均不得分,本题共10小题,每题2分,共20分)

11. 市场营销策划书的作用主要表现在()。

- | |
|--------------------|
| A. 准确、完整地反映营销策划的内容 |
| B. 充分、有效地说服决策者 |
| C. 执行和控制的依据 |
| D. 制定市场营销策划方案的依据 |

○—○—○

考点名称:

姓名:

学号:

○—○—○

12. 控制价格升级常用的方法主要有()。
- A. 降低制造成本 B. 降低关税
C. 缩短分销渠道 D. 利用自由贸易区降低成本
13. 产品策划的任务是()。
- A. 确定目标 B. 确定企业产品营销的全方位定位
C. 确定产品市场定位 D. 确定实现产品营销的全方位定位
14. 直复营销方式包括()。
- A. 网络营销 B. 直邮营销
C. 目录营销 D. 电话营销
15. 分销渠道的目标是()。
- A. 市场最大化 B. 价格稳定
C. 货畅其流 D. 塑造企业形象
16. 企业战略定位策划的内容包括()。
- A. 企业的产业领域定位策划 B. 企业在行业中的市场地位策划
C. 企业盈利模式策划 D. 企业发展战略定位策划
17. 消费者满意为中心理念指导下的企业营销策划活动的主要表现为:()
- A. 以消费者需求为中心研究和设计产品
B. 不断完善产品服务系统,最大限度地使消费者感到安心和便利
C. 重视消费者的意见
D. 让消费者参与企业决策
18. 市场营销策划的功能主要表现在()。
- A. 整合资源 B. 规避风险
C. 市场调查 D. 指导实践
19. 训练发散思维的主要方式()。
- A. 非逻辑思维训练 B. 放纵模糊性思维训练
C. 变通性思维训练 D. 求异性思维训练
20. 企业行为识别的传播与推广活动主要有()。
- A. 编制说明书 B. 完善内部媒体
C. 编制员工手册 D. 张贴宣传海报

三、判断题(请根据你的判断,正确的打“√”,错误的打“×”。本题共10小题,每小题2分,共20分)

21. 从某种意义上说,创意是营销策划的灵魂。()
22. 策划强调动态的过程。()
23. 企业厂房是企业理念识别系统的应用要素。()
24. 创意社会效果是指创意对消费者心理活动的影响程度。()
25. 产品定位的关键是产品的差异化,通过差异化使产品能在消费者心中形成独一无二的印象。()
26. 成本是产品定价的最低经济界限。()
27. 真正意义上的 E-mail 营销并不需要得到用户的许可。()
28. 企业进入国际目标市场时,无须考虑竞争者的营销战略。()
29. 使用统一品牌策略,如果品牌下的一个产品出现问题,会影响到整个品牌的声誉。()
30. 市场追随者是指在相关产品的市场上市场占有率最高的企业。()

四、简答题(简要回答下列各题。本题共2小题,每小题12分,共24分)

31. 市场营销策划的含义是什么?
32. 简述绿色营销的特点。

五、案例分析题(16分)

33. 小米成立之初,创始团队讨论过至少上百个名字,比如红星、千奇、安童、玄德、灵犀等。最后选定小米,因为小米是五谷之一,温润滋养,是人们耳熟能详的名字,显得亲切平和。

问题:小米提炼命名概念属于哪一类别?结合案例,讨论与其他类别命名概念提炼相比该类别的优势。

试卷代号:11321

国家开放大学2024年春季学期期末统一考试

市场营销策划(本) 试题答案及评分标准

(供参考)

2024年7月

一、单选题(每小题2分,共计20分)

- | | | | | |
|------|------|------|------|-------|
| 1. B | 2. A | 3. D | 4. B | 5. D |
| 6. A | 7. C | 8. B | 9. D | 10. C |

二、多选题(每小题2分,共计20分)

- | | | | | |
|----------|----------|----------|----------|----------|
| 11. ABC | 12. ABCD | 13. ABCD | 14. BCD | 15. ABC |
| 16. ABCD | 17. ABCD | 18. ABD | 19. ABCD | 20. ABCD |

三、判断题(每小题2分,共计20分)

- | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 21. √ | 22. √ | 23. × | 24. × | 25. √ |
| 26. √ | 27. × | 28. × | 29. √ | 30. × |

四、简答题(每小题12分,共计24分)

31. 市场营销策划的含义是什么?

答:市场营销策划是指策划者为了达到一定的营销目标(3分),在充分的市场调查和分析基础之上(3分),通过有效的配置和运用自身有限的资源(3分),对企业营销活动所作的谋划(3分)。

32. 简述绿色营销的特点。

答:(1)提倡绿色消费意识;(3分)

(2)实行绿色促销策略;(3分)

(3)采用绿色标志;(3分)

(4)培育绿色文化。(3分)

五、案例分析题(16分)

33. 答案要点:

小米提炼命名概念属于“与消费者有关”类别。该类从消费者心理出发,给消费者一个记忆点,让消费者能感觉有利可图,能从中受益。其他类别有“与主品牌有关”、“与商品系列有关”、“与营销战略有关”、“与竞争对手有关”、“与产地、销售地、渠道有关”、“与消费群体文化有关”、“与表现形式有关”,至少讨论三种以上类别。

(请评阅者根据学生的观点、学生引用提炼命名概念内容的正确性、回答的思路和逻辑性、阐述的清晰以及论证的充分程度酌情给分。)