

试卷代号:22175

座位号

国家开放大学2024年春季学期期末统一考试

市场营销学 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(本题共15小题,每小题2分,共30分。请在给出的选项中,选出最符合题目要求的一项)

1. 影响消费需求变化的最活跃的因素是()。
 - A. 个人可支配收入
 - B. 个人可任意支配收入
 - C. 个人收入
 - D. 人均国内生产总值
2. 对那些处于发展行业中的企业和目前经营业绩好、环境变化不大的企业适宜采用()战略。
 - A. 紧缩
 - B. 抽资
 - C. 稳定发展
 - D. 维持
3. 某服装厂原来只生产高档服装,后来规模扩大,开始增加生产中档和低档服装,这种产品组合策略属于()。
 - A. 向下延伸
 - B. 向上延伸
 - C. 双向延伸
 - D. 缩减策略
4. 市场细分是根据()的差异对市场进行的划分。
 - A. 买方
 - B. 卖方
 - C. 产品
 - D. 中间商
5. 当一个企业规模较小,人力、物力、财力都比较薄弱时,应当采取()竞争策略。
 - A. 进攻策略
 - B. 专业化生产和经营
 - C. 市场多角化
 - D. 防御策略

6. 同一产品,对不同的消费者制定不同的价格和采用不同的价格方式,这种做法属于()。
 - A. 完全成本加成法
 - B. 价格折扣
 - C. 随行就市定价法
 - D. 区分需求定价法
7. 采用无差异性市场策略的最大优点是()。
 - A. 需求满足程度高
 - B. 市场适应性强
 - C. 市场占有率高
 - D. 成本的经济性
8. 以下哪一个不是绿色产品的特征?()
 - A. 产品既能满足消费者的需求,又能达到有关环保和安全卫生的标准
 - B. 产品价格低廉,有良好的售后服务
 - C. 产品尽可能减少资源的消耗,更多地利用再生资源
 - D. 采用绿色包装和绿色标志
9. 市场营销观念的中心是()。
 - A. 推销已经生产出来的产品
 - B. 发现需求并设法满足它们
 - C. 制造质优价廉的产品
 - D. 制造大量产品并推销出去
10. 以下哪个不是包装的作用?()
 - A. 便于识别商品
 - B. 保护产品
 - C. 提高产品质量
 - D. 方便使用
11. 理解价值定价法运用的关键是()。
 - A. 确定适当的目标利润
 - B. 准确了解竞争者的价格
 - C. 正确计算产品的单位成本
 - D. 找到比较准确的理解价值
12. 下列情况下的()类产品宜采用最短的分销渠道。
 - A. 单价低、体积小的日常用品
 - B. 处在成熟期的产品
 - C. 技术性强、价格昂贵的产品
 - D. 生产集中、消费分散的产品
13. 企业常利用哪种促销方式来创造较强烈、迅速的反应,以加速商品的推销或刺激销售不佳的产品的购买。此方式见效快,但其促销效果也往往是短暂的?()
 - A. 广告
 - B. 人员推销
 - C. 销售促进
 - D. 公共关系
14. 关系营销的特征不包括()。
 - A. 双向互动的沟通
 - B. 多赢的营销活动
 - C. 更坚实的物质保障
 - D. 即时的信息分享
15. 以下哪一个不是补缺基点的特征?()
 - A. 有足够的市场潜量
 - B. 对竞争者有强大的吸引力
 - C. 利润有增长的潜力
 - D. 企业具有必需的资源和能力

○-○-○

考点名称:

姓名:

学号:

○-○-○

二、判断正误(本题共 10 小题,每小题 2 分,共 20 分。以下叙述中,你以为正确的打“√”,错误的打“×”)

16. 企业采取种种积极的措施在现有的市场上扩大现有产品的销售,这就是市场开发。()
17. 企业社会责任就是要求企业承担一定的社会慈善和救助活动。()
18. 迎头定位策略是在市场上处于弱势地位的企业最佳的定位策略。()
19. 在许多购买行为中,不同的人扮演着不同的购买角色,其中,决策者是对购买行为有最终支配权的人。()
20. 市场挑战者应采用防御性战略。()
21. 每一份调研问卷都应该有一个主题,并根据主题确定问卷题目。()
22. 产品生命周期的长短,主要取决于企业的人才、资金、技术等实力。()
23. 从市场营销的实践看,当市场有足够的购买者,且对商品的需求缺乏弹性时,企业往往能成功地实施撇脂定价。()
24. 分销渠道的长度是指产品在流通过程中所经过的中间环节的多少。()
25. 人员沟通是信息沟通的唯一渠道。()

三、简答(本题共 2 题,每小题 15 分,共 30 分)

26. 面对环境变迁对企业可能造成的威胁,企业常用的对策有哪三种?
27. 企业进行有效营销沟通需经过哪几个步骤?

四、案例分析(20 分)

28. 哥弟女装是近年来应用市场细分策略比较成功的服装品牌之一,以“儒文化”为品牌内涵。哥弟准确地将目标市场定位于 30 岁以上这一年龄段的女性消费者。这一顾客群体生活讲究,需要得体而漂亮的衣着。着衣观念相对保守,但通常都有着不错的经济实力,是扎扎实实的实力消费群体。哥弟女装的成功秘诀就在于解决了上述群体的穿衣问题。

国内成衣服装年龄段分类基本为:18—30 岁、30—50 岁、50 岁以上。其中 30—50 岁群体是服装消费中购买单件服装价值最高的群体。该年龄段人口在 3.3 亿左右,是消费群体中经济基础最为雄厚的群体,有较强的购买欲望;50 岁以上群体的人口在 2.7 亿左右,虽然服装购买力一般,但是对服装有一定的品牌需求。市场上适合该年龄段的服装品牌较少,市场机会较大。

哥弟在对市场进行调研后发现,主打 30 岁以上的年龄段,不仅能够把握较强购买力的女性,而且能满足市场上中高档和国内自主品牌的缺失,填补市场空白。因此,哥弟从台湾进入大陆市场开始,便在女装界占据一席之地,同时以从不打折、不做广告宣传,颜色花而不哨,剪裁贴不紧,价格高而不贵的设计与营销方式,在大中小城市纷纷落户,广泛分布,完全对准了中年白领女性的“胃口”。

认真阅读以上资料,回答以下问题:

- (1)哥弟是按照哪类标准进行市场细分的?这家公司选择 30 岁以上女性白领市场的依据是什么?
- (2)从哥弟成功的市场细分策略谈谈服装市场适宜采用哪些细分标准?

试卷代号:22175

国家开放大学2024年春季学期期末统一考试

市场营销学 试题答案及评分标准

(供参考)

2024年7月

一、单项选择题(本题共15小题,每小题2分,共30分。请在给出的选项中,选出最符合题目要求的一项)

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

二、判断正误(本题共10小题,每小题2分,共20分。以下叙述中,你以为正确的打“√”,错误的打“×”)

- | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 16. × | 17. × | 18. × | 19. √ | 20. × |
| 21. √ | 22. × | 23. √ | 24. √ | 25. × |

三、简答(本题共2题,每小题15分,共30分)

26. 面对环境变迁对企业可能造成的威胁,企业常用的对策有哪三种?

面对环境变迁对企业可能造成的威胁,企业常用的对策有以下三种:

(1)对抗策略,也称抗争策略。即试图通过自己的努力限制或扭转环境中不利因素的发展。

(2)减轻策略,也称削弱策略。即企业力图通过改变自己的某些策略,达到降低环境变化威胁对企业的负面影响程度。

(3)转移策略,也称转变或回避策略。即指企业通过改变自己受到威胁的主要产品的现有市场或将投资方向转移来避免环境变化对企业的威胁。(每条5分,共15分)

27. 企业进行有效营销沟通需经过哪几个步骤?

企业进行有效营销沟通需经过以下步骤:

- (1)找出目标受众;
- (2)确定沟通目标;
- (3)设计沟通信息;
- (4)选择沟通渠道;
- (5)制定促销预算;
- (6)确定营销沟通组合。

四、案例分析(20分)

28. 要点:

(1) 哥弟是按照哪类标准进行市场细分的? 这家公司选择30岁以上女性白领市场的依据是什么?

哥弟女装细分市场的主要标准是性别、年龄、职业和收入等。在按照上述细分标准对服装市场进行细分后,这家公司选择了中年女性白领市场作为自己的目标市场。

哥弟选择该细分市场作为自己的目标市场,主要依据是:30岁以上这一年龄段的女性消费者生活讲究,需要得体而漂亮的衣着;她们是服装消费中购买力单件服装价值最高的群体;该年龄段人口在3.3亿左右,是消费群体中经济基础最为雄厚的群体,有较强的购买欲望,市场上适合该年龄段的服装品牌较少,市场机会较大。

(2) 从哥弟成功的市场细分策略谈谈服装市场适宜采用哪些细分标准?

服装市场细分应当采用多因素法,主要可以依据性别、年龄、职业、经济收入、个性等等因素进行细分。

(以上为分析要点,评阅老师可根据学生的观点、回答的思路、阐述的清晰以及论证的充分程度酌情给分)