

《市场营销学》考试试卷五

一、单选题（每题2分，共15题）

1、与顾客建立长期合作关系是（ ）的核心内容。

- A. 关系营销 B. 绿色营销 C. 网络营销 D. 整合营销

2、参与者的介入程度高，品牌差异大的购买行为属于（ ）。

- A. 习惯性购买行为 B. 寻求多样化购买行为 C. 复杂购买行为 D. 化解不协调购买行为

3、（ ）主要指一个国家或地区的民族特征、价值观念、生活方式、风俗习惯、宗教信仰、伦理道德、教育水平、语言文字等的总和。

- A. 社会文化 B. 政治法律 C. 科学技术 D. 自然资源

4、威胁水平高而机会水平低的业务是（ ）。

- A. 理想业务 B. 冒险业务 C. 成熟业务 D. 困难业务

5、（ ）是指企业利用多种信息载体，与目标市场进行沟通的传播活动，包括广告、人员推销、营业推广与公共关系等等。

- A. 产品 B. 定价 C. 促销 D. 渠道

6、采用（ ）的模式的企业应具有较强的资源和营销实力。

- A. 市场集中化 B. 市场专业化 C. 产品专业化 D. 市场的全面覆盖

7、产品组合的深度是指产品组合中所拥有（ ）的数目。

- A. 产品项目 B. 产品线 C. 产品种类 D. 产品品牌

8、成长期营销人员的促销策略主要目标是在消费者心目中建立（ ）争取顾客。

- A. 产品外观 B. 产品质量 C. 产品信誉 D. 品牌偏好

9、按照单位成本加上一定百分比的加成来制定产品销售价格的定价方法称之为（ ）定价法。

- A. 成本加成 B. 目标 C. 认知价值 D. 诊断

10、向最终消费者直接销售产品和服务，用于个人及非商业性用途的活动属于（ ）。

- A. 零售 B. 批发 C. 代理 D. 经销

11、当目标顾客人数众多时，生产者倾向于利用（ ）。

- A. 长而宽的渠道 B. 短渠道 C. 窄渠道 D. 直接渠道

12、在产品生命周期的投入期，消费品的促销目标主要是宣传介绍产品，刺激购买欲望的产生，因而主要应采用（ ）促销方式。

四、简单题（每题 8 分，共 2 题）

1、简述品牌名称包括哪些命名方式？

2、简述市场营销环境包括哪些内容？

五、论述题（每题 12 分，共 1 题）

1、分别从竞争地位、产品与市场组合、企业主要竞争对手、企业市场发展角度，论述市场营销战略包括哪些类型。

六、案例分析题（每题 16 分，共 1 题）

1、宝护肤品：工薪阶层的选择

大宝是北京三露厂生产的护肤品，在国内化妆品市场竞争激烈的情况下，大宝不仅没有被击垮，而且逐渐发展成为国产名牌。在日益增长的国内化妆品市场上，大宝选择了普通工薪阶层作为销售对象。既然是面向工薪阶层，销售的产品就一定要与他们的消费习惯相吻合。一般说，工薪阶层的收入不高，很少选择价格较高的化妆品，而他们对产品的质量也很看重，并喜欢固定使用一种品牌的产品。因此，大宝在注重质量的同时，坚持按普通工薪阶层能接受的价格定价。其主要产品“大宝 SOD 蜜”市场零售价不超过 10 元，日霜和晚霜也不过是

20 元。价格同市场上的同类化妆品相比占据了很大的优势，本身的质量也不错，再加上人们对国内品牌的信任，大宝很快争得了顾客。许多顾客不但自己使用，也带动家庭其他成员使用大宝产品。大宝还了解到，使用大宝护肤品的消费者年龄在 35 岁以上者居多，这一类消费者群体性格成熟，接受一种产品后一般很少更换。这种群体向别人推荐时，又具有可信度，而化妆品的口碑好坏对销售起着重要作用。大宝正是靠着群众路线获得了市场。

在销售渠道上，大宝认为如果继续依赖商业部门的订货会和各省市的百货批发展，必然会造成渠道越来越窄。于是，三露厂采取主动出击，开辟新的销售网点的办法，在全国大中城市的有影响的百货商场设置专柜，直接销售自己的产品。到目前为止，大宝在全国共有 102 个产品销售专柜，并培训了众多的信息员、导购员和电脑测试员在专柜前从事销售工作。专柜的建立不仅扩大了销售，也为大宝做了广告宣传。此外，许多省市的零售商直接到厂里提货，在批发到县乡一级。零售与批发同步进行，使大宝的销售覆盖面更加广泛，在许多偏僻的地区也能见到大宝的产品。

在广告宣传上，大宝强调广告媒体的选择一定要经济而且恰到好处。因而选择了中央电视台二套节目播出，理由是二套的广告价格较一套便宜许多，还可以套播。大宝赞助了大宝国际影院和大宝剧场两个栏目。这样加起来，每日在电视上能见到七、八次大宝的广告，如此高密度、轰炸式的广告，为大宝带来了较高的知名度。

广告的成功还在于广告定位与目标市场吻合。大宝曾经选用体育明星、影视明星做广告，但效果不是很好。后来大宝一改化妆品广告的美女与明星形象，选用了戏剧演员、教师、工人、摄影师等实实在在的普通工薪阶层，在日常生活的场景中，向人们讲述了生活和工作中所遇到的烦恼以及用了大宝护肤品后的感受。广告的诉求点是工薪阶层所期望解决的问题，于是，“大宝挺好的”、“想要皮肤好，早晚用大宝”、“大宝明天见，大宝天天见”等广告词深深植入老百姓的心中。

思考题：

- 1、结合案例分析企业如何选择广告媒体？（6 分）
- 2、大宝化妆品成功的主要原因是什么？（6 分）
- 3、结合本案例谈谈企业应如何根据顾客消费心理从事市场营销活动？（4 分）