

《 市场营销 》(B 卷答案)

一、 单选题 (每小题 1 分、共 10 分)

(一) 参考答案

1、C 2、D 3、A 4、A 5、B 6、C 7、D 8、A 9、D 10、C

(二) 评分标准

(1) 选对一题给 1 分, 否则不给分;

(2) 所选取题(标)号(或字母)无法辨认或未写在指定位置不记分。

二、多选题 (每小题 2 分, 共 10 分)

(一) 参考答案

1、ABC 2、ABCD 3、ABCD 4、ABCDE 5、ACDE

(二) 评分标准

(1) 正确选取答案每题给 2 分;

(2) 多选、少选、错选均不给分。

三、名词解释 (每小题 3 分、共 15 分)

(一) 参考答案

1、市场营销: 指个人或组织对某种思想、产品和服务的构思、定位、促销和分销的计划和执行过程, 以达到个人和组织实现交换的目的。

2、消费者市场: 指消费者个人和家庭为了生活消费而购买或租用商品或服务的市场。

3、愿望竞争者: 指提供不同产品、满足顾客的不同愿望, 与本企业争夺同一顾客购买力的企业。

4、中间商: 指产品从生产者向消费者转移过程中参与交易活动、协助交易活动完成的一切中介机构。

5、促销组合: 指企业在市场营销过程中, 根据产品的特点和营销目标, 综合各种影响因素, 对人员推销、广告、销售促进、直接营销、公共关系等沟通手段的选择、编配和运用。

(二) 评分标准

(1) 正确和完整的表达了名词的定义给 3 分;

(2) 基本表达了名词的定义, 但表达不是太清楚视表述的情况酌情给 2 分;

(3) 大概了解名词的定义, 表达了名词的含义, 但表述比较含糊, 视表述情况酌情给 1 分;

(4) 表述的内容根本不切题只能记 0 分。

四、简答题 (本大题共 5 小题, 每小题 5 分, 共 25 分)

(一) 参考答案

1、答: (1) 服务营销 (2) 关系营销 (3) 绿色营销 (4) 网络营销 (5) 诚信营销 (6) 直复营销 (7) 整合营销 (8) 体验营销 (9) 事件营销 (10) 概念营销

2、答: (1) 否定需求 (2) 无需求 (3) 退却需求 (4) 不规则需求 (5) 充分需求 (6) 过度需求 (7) 潜在需求 (8) 有害需求

3、答: (1) 可衡量性 (2) 可进入性 (3) 可盈利性 (4) 差异性

4、答: (1) 渠道成员管理 (2) 渠道冲突管理 (3) 渠道的改变与调整

5、答：(1) 定价目标 (2) 产品成本 (3) 市场供求状况 (4) 消费者的购买心理 (5) 企业的营销组合 (6) 国家政策与法律 (7) 市场竞争状况

五、论述题（本大题共 2 小题，每小题 15 分，共 30 分）

（一）参考答案

1、答：(1) 新产品构思 (2) 构思的筛选 (3) 产品概念的形成与检验 (4) 制定市场营销战略 (5) 营业分析 (6) 产品试制 (7) 市场试销 (8) 商业化生产

2、答：(1) 品牌有无策略 (2) 品牌归属策略 (3) 品牌统分策略 (4) 品牌延伸策略 (5) 品牌重新定位策略

六、计算题（本大题共 1 小题，共 10 分）

解：设高收入家庭抽取 n_1 户，中收入家庭抽取 n_2 户，低收入家庭抽取 n_3 户，利用公式

$$n_i = nN_i / \sum N$$

$$n_1=40 \quad n_2=120 \quad n_3=40$$