

学号：

--	--

A. 声望定价 B. 招徕定价 C. 需求导向定价 D. 基点定价

9、高价、高促销的方式推出新产品叫（ ）策略。

A. 快速渗透 B. 缓慢渗透 C. 快速掠取 D. 缓慢掠取

10、企业在规划业务投资组合时，对某些问题类业务，欲使其转变为明星类业务，宜采取（ ）战略。

A. 保持 B. 收割 C. 发展 D. 放弃

二、多选题（本大题共 5 小题，每小题 2 分，共 10 分）

1、社会营销观念认为要积极协调（ ）之间的关系

A. 市场需求 B. 企业利益 C. 社会利益 D. 促销

2、消费者的信息主要有（ ）等几个方面的来源

A. 商业 B. 个人 C. 公共 D. 经验

3、产品的包装策略包括（ ）

A. 相似包装 B. 相关包装 C. 分等级包装 D. 附赠品包装

4、产品整体概念具体包括（ ）

A. 核心产品 B. 形式产品 C. 附加产品
D. 期望产品 E. 潜在产品

5、按消费者的购买习惯可将消费品分为（ ）

A. 便利品 B. 耐用品 C. 选购品
D. 特殊品 E. 非渴求品

三、名词解释（本大题共 5 小题，每小题 3 分，共 15 分）

- 1、市场营销
- 2、消费者市场
- 3、愿望竞争者
- 4、中间商
- 5、促销组合

四、简答题（本大题共 5 小题，每小题 5 分，共 25 分）

- 1、简述市场营销新理念的类型
- 2、市场需求有哪几种类型？
- 3、市场细分的原则为哪些？
- 4、分销渠道的管理有哪些内容？
- 5、影响企业定价的因素有哪些？

五、论述题（本大题共 2 小题，每小题 15 分，共 30 分）

- 1、论述新产品开发的程序
- 2、论述企业品牌策略的各种类型

六、计算题（本大题 10 分）

某地区共有居民 20000 户，按家庭收入高低进行分类，其中高收入的居民为 4000 户，中收入为 12000 户，低收入家庭为 4000 户，要从中抽选 200 户进行购买力调查，根据分层比例抽样方法，则各类型居民应抽取的样本单位数各为多少？



