

中级经济师工商管理考试模拟试题（十九）PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/239/2021_2022__E4_B8_AD_E7_BA_A7_E7_BB_8F_E6_c49_239093.htm

410、[单]赠送样品这一促销方式，适宜在（ ）时期应用
A．介绍期 B．成长期 C．成熟期 D．衰退期

答案：[A] 411、[单]一般说来，胶卷之类的产品最好通过电视媒体活生生的实地广告，主要考虑的媒体种类的选择的因素是（ ）。
A．顾客的媒体习惯 B．产品特性 C．信息类型 D．成本

答案：[B] 412、[多]下列营销思想中，属于传统营销观念的有（ ）
A．生产观念 B．产品观念 C．推销观念 D．市场营销观念 E．社会营销观念

答案：[ABC] 413、[多]市场营销组合的特点包括（ ）。
A．可控因素 B．多层次复合结构 C．不确定性 D．动态的组合物 E．强制性

答案：[ABD] 414、[多]执行计划包括（ ）。
A．组织 B．协调 C．激励 D．信息沟通 E．控制

答案：[ABCD] 415、[多]营销控制的主要形式包括（ ）。
A．年度计划控制 B．赢利能力控制 C．效率控制 D．战略控制 E．经营控制

答案：[ABCD] 416、[多]消费者市场的特点（ ）。
A．无限扩展性 B．层次性 C．波动需求 D．可诱导性 E．分散性

答案：[ABDE] 417、[多]．影响消费者行为的社会文化因素包括（ ）。
A．个性 B．经济状况 C．文化 D．社会阶层 E．参照群体

答案：[CDE] 418、[多]亚文化群包括（ ）。
A．民族群体 B．宗教群体 C．种族群体 D．伦理道德群体 E．地理区域群体

答案：[ABCE] 419、[多]知觉过程包括（ ）。
A．选择性重视 B．选择性注意 C．选择性曲解 D．选择性记忆 E．选择性展示

答案：[BCD] 420、[多]

一个人学习过程通过（ ）相互影响而产生的。 A．驱策力 B．刺激物 C．诱因 D．反应 E．强化 答案：[ABCDE] 421、[多]中间商只提供（ ）。 A．形式效用 B．时间效用 C．地点效用 D．占有效用 E．空间效用 答案：[BCD] 422、[多]产业市场的特点包括（ ）。 A．派生需求 B．弱弹性需求 C．专业购买 D．复杂多变性 E．直接购买 答案：[ABCE] 423、[多]影响产业购买决策的主要因素包括（ ）。 A．环境因素 B．经济因素 C．组织因素 D．人际关系 E．个人因素 答案：[ACDE] 424、[多]客户关系管理的内容包括（ ）。 A．顾客分析 B．顾客吸引 C．顾客反馈管理 D．顾客档案管理 E．顾客分析 答案：[ACDE] 425、[多]有形产品的特征包括（ ）。 A．质量 B．特色 C．样式 D．品牌 E．包装 答案：[ABCDE] 426、[多]缓慢渗透策略运用条件包括（ ）。 A．市场规模大 B．大家熟悉产品 C．顾客对价格敏感 D．竞争威胁不大 E．单位成本随生产规模的扩大而大幅下降 答案：[BCDE] 427、[多]衰退期企业营销策略可采用（ ）。 A．继续策略 B．集中策略 C．谨慎策略 D．收缩策略 E．放弃策略 答案：[ABDE] 428、[多]品牌中最有持久的含义的是（ ） A．利益 B．价值 C．文化 D．个性 E．用户 答案：[BCD] 429、[多]品牌对于卖者而言，具有如下作用（ ）。 A．便于卖者经营管理 B．商标受法律保护 C．建立稳定顾客群 D．有助于市场细分 E．促进销售 答案：[ABCDE] 430、[多]品牌战中，中间商品品牌的优势（ ）。 A．小企业很难打入零售市场 B．拥有雄厚资金 C．中间商品品牌容易得到消费者信任 D．中间商品品牌价格低 E．对库存变动情况十分关注 答案：[ACDE] 431、[多]多品牌策略的优点（ ）。 A．

在零售商处，可多占陈列货位 B．多种品牌可吸引顾客 C．将竞争机制引入企业内部 D．可树立企业形象 E．多占不同细分市场 答案：[ABCE] 432、[多]服务的特征包括（ ）。 A．无形性 B．相连性 C．恒定性 D．时间性 E．无权性 答案：[ABDE] 433、[多]差别定价法的条件包括（ ）。 A．每个细分市场的需求强度不同 B．顾客低价购买的商品以高价转手倒卖 C．高价市场上不可能低价竞销 D．成本费用不能超过额外收入 E．市场经济必须差别定价，没有约束 答案：[ABCD] 434、[多]影响促销组合的因素包括（ ）。 A．产品类型 B．促销策略 C．购买准备阶段 D．所需资金 E．产品生命周期 答案：[ABCE] 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com