

试卷代号:11321

座位号

国家开放大学2023年秋季学期期末统一考试

### 市场营销策划(本) 试题

2024年1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、单项选择题(在各题的4个选项中,只有一项是最优答案。本题共10小题,每小题2分,共20分)

1. 创造性思维是指( )。  
A. 从不同方向、途径去设想,探求多种答案,最终使问题获得解决的思维方法  
B. 以系统论为思维基本模式的思维形态  
C. 通过联想和迁移对同一问题形成尽可能多的答案,并设法寻找各种解决方法的途径  
D. 个体面对具体问题能够异于他人提出新颖而有效解决问题方案的各种思维形式和方法
2. 雀巢咖啡声称“味道好极了”。这属于以下哪一种产品定位方式?( )  
A. 类别定位  
B. 品质定位  
C. 价格定位  
D. 功效定位
3. 企业战略定位策划最基本的命题是( )。  
A. 企业发展战略定位策划  
B. 企业在行业中的市场地位策划  
C. 企业盈利模式策划  
D. 企业的产业领域定位策划
4. 受许方向特许方购买了特许经营权的同时,也购买了在一个地区内再建若干家分店的特许权,这属于哪种特许方式?( )  
A. 一般特许  
B. 委托特许  
C. 区域开发特许经营  
D. 复合特许经营

5. 以下哪一项不属于零售业态策划?( )  
A. 百货商店策划  
B. 超级市场策划  
C. 专卖店策划  
D. 电话营销策划
  6. 市场营销策划人员的知识素质要求包括( )。  
A. 营销理论知识  
B. 道德素质  
C. 身体素质  
D. 心理素质
  7. 企业以大大高于成本的价格将新产品投入市场,以便在产品生命周期的最初阶段获取高额利润,尽快收回成本的定价策略是( )。  
A. 撇脂定价策略  
B. 渗透定价策略  
C. 温和定价策略  
D. 限制进入定价策略
  8. 某公司的策划人员提出一项策划书,在评审会上的整个陈述过程中逻辑严密,滴水不漏。但评审主席却建议将该策划书搁置。经多方了解发现,这位主席直到评审的当天才看到策划书,而其他人早就拿到策划书了,因此主席极其不满。该策划方案在推介过程中,出现的问题表现为( )。  
A. 未找到提案的恰当时机  
B. 未能把握决策者的水平  
C. 事前协调不当  
D. 未能突出策划书的“卖点”
  9. TCL公司在省会一级市场成立销售分公司,并在分公司本部及地级市二级市场设立经营部,承担当地TCL电视机的销售任务,在县级市和乡村等三四级市场按“每县一店,每镇一店”的方式建立专卖店,这属于哪种分销模式?( )  
A. 直销  
B. 自销  
C. 直供零售  
D. 区域总经销
  10. 从产品或服务的价格和利益上做文章,明增价暗降价和明降价暗增价,如“黄金周”推出的各种折扣促销活动。这属于哪一种策划技巧?( )  
A. 物质性创新  
B. 利益性创新  
C. 信息性创新  
D. 时间性创新
- 二、多项选择题(以下各题的4个选项中,至少有两个是正确的。多选、少选均不得分,本题共10小题,每题2分,共20分)
11. 知识营销理念下的企业营销策划活动的主要表现为( )。  
A. 知识成为主导资本  
B. 知识经济导致社会分工变革  
C. 依靠知识来提高产品的附加值,使产品适销对路  
D. 全面实施管理方式和管理手段的创新,以人性化管理为主要方式

○—○—○

考点名称:

姓名:

学号:

○—○—○

12. 营销策划组织机构设置的原则有( )。
- A. 统一指挥原则                      B. 统一命令与分层管理原则  
C. 合理分工原则                      D. 精简高效原则
13. 对营销策划人员进行激励时,应注意以下事项( )。
- A. 准确地把握激励时机              B. 适当地注意激励频率  
C. 以情感激励为主                    D. 恰当地把握激励程度
14. 促销人员组织需要考虑的内容包括( )。
- A. 促销人员在不同销售区域的配置    B. 促销人员的组织类型  
C. 促销人员数量的确定                D. 促销人员的激励
15. 绿色营销的特点有( )。
- A. 培育绿色文化                      B. 采用绿色标志  
C. 实行绿色促销策略                D. 提倡绿色消费意识
16. 构成倾销的条件主要包括( )。
- A. 产品出口价值低于正常价值  
B. 产品出口价格低于国内价格  
C. 产品对进口国的产品造成实质性的损害和威胁  
D. 倾销与实质性损害、威胁和阻碍存在无法分割的因果关系
17. 定价策划主要包括( )。
- A. 新产品定价策划                    B. 产品定价调整策划  
C. 终端价格策划                      D. 价格体系策划
18. 提炼和规划品牌核心价值,可以从以下哪几个方面进行选择?( )
- A. 自我表现价值                      B. 情感性价值  
C. 功能性价值                        D. 企业个性价值
19. 按照策划活动承担者归属不同,营销策划可以分为以下几类( )。
- A. 产品策划                            B. 委托外部策划  
C. 内外协作策划                      D. 内部自行策划
20. 按特许权授予方式不同,可以将特许连锁分为哪些类型?( )
- A. 一般特许                            B. 委托特许  
C. 区域开发特许经营                D. 复合特许经营

三、判断题(请根据你的判断,正确的划“√”,错误的划“×”。本题共10小题,每小题2分,共20分)

21. 市场营销策划的目的是制定切实可行的执行方案。( )
22. 能力是能胜任某种任务的主观条件。( )
23. 市场营销策划是一项系统工程。( )
24. 企业外部建筑环境是企业行为识别系统的应用要素。( )
25. 服务差异化策略包括服务的多样化和特色化。( )
26. 企业网站是企业开展网络营销的基础。( )
27. 情感性价值选择是指从产品实体角度进行的核心价值选择。( )
28. 便利店是以满足顾客便利性需求为主要目的的零售业态。( )
29. 好的创意可以帮助企业树立独树一帜的企业形象。( )
30. 品牌名称是能识别但不能用语言读出的部分,它能给消费者带来视觉上的冲击,可以通过图形符号、文字、特殊颜色、个性包装等多方面体现。( )

四、简答题(简要回答下列各题。本题共2小题,每小题12分,共24分)

31. 按照策划的对象分类,市场营销策划有几种类型?
32. 联想类比法包括哪些类型?

五、案例分析题(16分)

33. 美国艾士隆公司董事长布希耐在一次外出时,偶然发现几个孩子正在玩一只肮脏且异常丑陋的昆虫,孩子们对这只昆虫的喜欢程度简直到了爱不释手的地步。布希耐意识到,某些丑陋的玩物也可能得到儿童的喜欢。于是,他部署公司研制出一套“丑陋玩具”并迅速推向市场,结果一炮打响。“丑陋玩具”给艾士隆公司带来了丰厚的利润,并在美国掀起了行销“丑陋玩具”的热潮。

问题:市场营销策划有哪些常见的切入形式?“丑陋玩具”采用的是哪种切入形式?对你有何启发?

试卷代号:11321

国家开放大学2023年秋季学期期末统一考试

市场营销策划(本) 试题答案及评分标准

(供参考)

2024年1月

一、单选题(每小题2分,共计20分)

- |      |      |      |      |       |
|------|------|------|------|-------|
| 1. D | 2. B | 3. D | 4. C | 5. D  |
| 6. A | 7. A | 8. C | 9. C | 10. B |

二、多选题(每小题2分,共计20分)

- |          |          |         |         |          |
|----------|----------|---------|---------|----------|
| 11. ABCD | 12. ABCD | 13. ABD | 14. ABC | 15. ABCD |
| 16. ACD  | 17. AB   | 18. ABC | 19. BCD | 20. ABCD |

三、判断题(每小题2分,共计20分)

- |       |       |       |       |       |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 21. √ | 22. × | 23. √ | 24. × | 25. √ |
| 26. √ | 27. × | 28. √ | 29. √ | 30. √ |

四、简答题(每小题12分,共计24分)

31. 按照策划的对象分类,市场营销策划有几种类型?

答:市场营销策划按照策划的对象类型:

- (1)企业策划。(3分)
- (2)产品策划。(3分)
- (3)服务策划。(3分)
- (4)活动策划。(3分)

32. 联想类比法包括哪些类型?

答:(1)直接类比法(3分)

- (2)结构类比法(3分)
- (3)因果类比法(3分)
- (4)拟人类比法(3分)

五、案例分析题(16分)

33. 答案要点:

市场营销策划有哪些常见的切入形式?

- (1)物质性创新;
- (2)利益性创新;
- (3)信息性创新;
- (4)时间性创新;
- (5)顾客性创新。

“丑陋玩具”采用的是顾客性创新,在日常策划中,还可以从顾客方面寻找策划的切入口。从顾客的特殊需要切入。一般商品只能满足大众的需要,而不能满足部分人的特殊需要。当这种特殊需要不止一次出现时,这意味着一个回报丰厚的市场就要产生。不管这个市场有多大,它对策划人来说都是有价值的。

(请评阅者根据学生的观点、学生引用新产品定价策略选择内容的正确性、回答的思路和逻辑性、阐述的清晰以及论证的充分程度酌情给分。)