

试卷代号:22175

座位号

国家开放大学2023年秋季学期期末统一考试

市场营销学 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(本题共 15 小题,每小题 2 分,共 30 分。请在给出的选项中,选出最符合题目要求的一项)

1. 市场营销观念的中心是()。
A. 推销已经生产出来的产品 B. 发现需求并设法满足它们
C. 制造质优价廉的产品 D. 制造大量产品并推销出去
2. 消费者个人收入中扣除税款和非税性负担之后所得的余额叫做()。
A. 个人全部收入 B. 个人可支配收入
C. 个人可任意支配的收入 D. 人均国民收入
3. 在市场对产品价格极为敏感、企业的生产成本和经营费用会随生产经营的增加而下降,低价不会引起实际和潜在的竞争,企业宜对此产品采用()。
A. 渗透定价 B. 撇脂定价
C. 中间定价 D. 理解价值定价
4. 消费品中的便利品,通常采用(),使广大消费者可以随时随地买到这些商品。
A. 密集分销 B. 选择分销
C. 独家分销 D. 方便推销

5. 市场营销组合是指()。
A. 对企业微观环境因素的组合 B. 对企业宏观环境因素的组合
C. 对影响价格因素的组合 D. 对企业可控的各种营销因素的组合
6. 在新产品开发过程的第一个阶段,营销部门的主要责任是()。
A. 进行环境分析 B. 评核与筛选
C. 搜集构想 D. 进行营业分析
7. 以下哪一个不是网络营销的优势?()
A. 竞争更公平 B. 沟通更有效
C. 成本更节省 D. 品质更保障
8. 消费者初次购买差异性很大的耐用消费品时发生的购买行为属于()。
A. 经常性购买 B. 选择性购买
C. 探究性购买 D. 多变型
9. 以下哪一点不是调查问卷应该做到的?()
A. 问句的表达简洁易懂 B. 调查问句有亲切感
C. 调查问卷简短 D. 多使用术语或者缩写
10. 市场补缺者取胜的关键在于()。
A. 多元化 B. 紧密跟随
C. 勇于挑战 D. 专业化的生产和经营
11. 无差异性策略的最大优点是()。
A. 市场占有率强 B. 成本的经济性
C. 市场适应性强 D. 需求满足程度高
12. 产品在成长阶段时,企业的营销目标是()。
A. 产品尽快投入上市 B. 提高市场占有率
C. 建立知名度,争取试用 D. 保持市场占有率
13. 以下属于需求导向定价法的是()。
A. 成本加成定价法 B. 理解价值定价法
C. 随行就市定价法 D. 追随定价法
14. 下列情况下的()类产品宜采用最短的分销渠道。
A. 单价低、体积小的日常用品 B. 处在成熟期的产品
C. 技术性强、价格昂贵的产品 D. 生产集中、消费分散的产品
15. 有效营销沟通的第一步是()。
A. 确定沟通目标 B. 找出目标受众
C. 制定沟通计划 D. 设计沟通信息

○-○-○

考点名称:

姓名:

学号:

○-○-○

二、判断正误(本题共 10 小题,每小题 2 分,共 20 分。以下叙述中,你以为正确的打“√”,错误的打“×”)

16. 保护消费者权益是企业社会责任的重要内容。()
17. 企业采取种种积极的措施在现有的市场上扩大现有产品的销售,这就是市场开发。()
18. 在无需求的状态下,企业营销的任务是进行刺激性营销;在需求下降的情况下,企业则应实行恢复性营销。()
19. 关系营销就是企业要经常单向地向顾客发送信息,以此来影响顾客的购买行为。()
20. 当产品处于介绍期时,采用广告和公共关系进行促销的效果最佳。()
21. 产品的需求价格弹性与产品本身的独特性和知名度密切相关,越是独具特色和知名度高的产品,需求弹性越大,反之,则需求弹性越小。()
22. 观察法就是调查人员到购物现场与购物者交谈来了解消费需求情况。()
23. 市场领先者战略的核心是进攻。()
24. 市场定位中的迎头定位策略具有较大的风险性。()
25. 销售促进适用于品牌忠诚度较强的消费者。()

三、简答(本题共 2 题,每小题 15 分,共 30 分)

26. 集中性市场策略有什么优缺点?企业在什么情况下适宜采用集中性市场策略?
27. 以一种产品为例,简要说明当产品处于其生命周期的成长阶段时企业应采取的营销组合策略。

四、案例分析(20 分)

28. 小米的竞争战略

小米手机是小米公司(全称北京小米科技有限责任公司)研发的一款高性能发烧级智能手机。小米手机坚持“为发烧而生”的设计理念,将全球最顶尖的移动终端技术与元器件运用到每款新品,小米手机超高的性价比也使其每款产品成为当年最值得期待的智能手机。小米手机采用线上销售模式。

小米公司创始人雷军在谈及为何做小米手机时说,就发展趋势看,未来中国是移动互联网的世界。作为一个资深的手机发烧友,深知只有软硬件的高度结合才能出好的效果,才有能力提升移动互联网的用户体验,基于有这个想法和理想,又有一帮有激情、有梦想的创业伙伴,促成了做小米手机的原动力。另外,小米的 LOGO 倒过来是一个心字,少一个点,意味着小米要让用户省一点心。

小米的米拼音是 MI,是 Mobile Internet 的首字母,雷军也多次强调小米科技要做一家移动互联网公司。从移动互联网角度来看,小米手机很可能只是雷军移动互联网梦想的一个载体,将来在小米手机上衍生出的各种移动互联网服务才是核心。

同时,雷军多次重申此前观点,称小米手机不靠硬件赚钱,主要靠服务盈利,已做好了几年不挣钱的准备。按雷军的话说,小米想要赚钱首先要达到一定的销量规模,才有可能让生产商和供应商让出一部分利润给小米,同时让第三方开发者愿意为小米手机开发相关应用。很明显,小米公司的整个企业战略定位于通过硬件的低价高质迅速地占领市场,之后通过基于高市场占有率进行软件与服务的开发,以硬件在市场上的占有率带动软件与服务以达到盈利的目的。

为了达到这个销量规模,小米公司采取的便是不靠硬件赚钱的战略。在现在手机市场竞争如此激烈的情形下,作为一个新兴公司,想要在与苹果、华为、三星、中兴等大企业的竞争之中占有一席之地,对于小米公司的选择并不多。大企业已然控制了整个产业链,不论是从零件价格、产量上,还是技术支持上,它们都拥有巨大的优势,寡头垄断的市场壁垒非常之高,小米公司能做的最好选择便是走高性价比路线。

从另一方面说,随着技术的不断创新与完善,各个大公司之间单纯的想要依靠硬件赚钱盈利打击对手已然不现实。不论是苹果公司,还是亚马逊公司,国外的一些知名大企业都在往软件与服务发展,致力于通过构建 app store、kindle store 等软件服务平台,占有市场。依托于低价硬件占领市场,软件与服务盈利的模式将成为之后发展的必然。因此,这种战略不仅仅是小米的无奈之举,也是雷军对未来市场的准确把握。

认真阅读以上资料,回答以下问题:

- (1)小米的核心竞争力是什么?
- (2)小米选择的是什么竞争战略?

试卷代号:22175

国家开放大学2023年秋季学期期末统一考试

市场营销学 试题答案及评分标准

(供参考)

2024年1月

一、单项选择题(本题共15小题,每小题2分,共30分。请在给出的选项中,选出最符合题目要求的一项)

- | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 1. B | 2. B | 3. A | 4. A | 5. D |
| 6. C | 7. D | 8. C | 9. D | 10. D |
| 11. B | 12. B | 13. B | 14. C | 15. B |

二、判断正误(本题共10小题,每小题2分,共20分。以下叙述中,你以为正确的打“√”,错误的打“×”)

- | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 16. √ | 17. × | 18. √ | 19. × | 20. √ |
| 21. √ | 22. × | 23. × | 24. √ | 25. × |

三、简答(本题共2题,每小题15分,共30分)

26. 集中性市场策略有什么优缺点?企业在什么情况下适宜采用集中性市场策略?

集中性市场策略的优点是可以节省费用,可以集中精力创名牌和保名牌。但是也有缺点:实行这种策略对企业来说要承担一些风险,因为选的市场面比较窄,把全部精力都放在这儿,一旦市场情况变化快、预测不准或是营销方案制订得不利,就可能失败。(6分)

在以下情况下企业适宜采用集中性市场策略:

- (1)企业的实力比较薄弱。
- (2)产品在性能、特点等方面的差异性较大或产品特性变化较快。
- (3)市场差异性较大。
- (4)竞争对手采用的是无差异性市场策略时。(9分)

27. 以一种产品为例,简要说明当产品处于其生命周期的成长阶段时企业应采取的营销组合策略。

当产品处于其生命周期的成长期时,企业最重要的任务是保持良好的产品质量和服务质量,使这一上升势头尽可能保持长久。为了促进市场的成长,企业可采取以下策略:

- (1)扩充目标市场,积极开拓新的细分市场;
- (2)广告宣传的重点从建立产品知名度转向厂牌、商标的宣传,使人们对该产品产生好的印象,产生好感和偏爱;
- (3)增加新的分销渠道或加强分销渠道。(12分)

举例3分。

(本题应将实例结合在理论叙述中,请评卷老师根据举例是否恰当、阐述是否明确酌情给分)

四、案例分析(20分)

28. 要点:

(1)小米的核心竞争力是什么?

有硬件能力,也没有丧失软件能力,从线上到线下的服务能力在不断强化与完善,软件、硬件和移动互联网三种资源的高度匹配是小米当下最大的优势。(8分)

(2)小米选择的是什么竞争战略?

小米选择的是差异化竞争战略。(12分)

(本题请根据学生的观点、回答的思路、阐述的清晰以及论证的充分程度酌情给分)