

试卷代号:11321

座位号

国家开放大学2025年春季学期期末统一考试

市场营销策划(本) 试题

2025年7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(本题共10小题,每小题2分,共20分。请在给出的选项中,选出最符合题目要求的一项)

1. 市场营销策划的手段表现在()。

A. 充分掌握市场信息	B. 有效利用和合理配置资源
C. 制定切实可行的执行方案	D. 策划主体必须具备较高的综合素质
2. 企业与东道国企业签订合同或协议,以向东道国企业转让本企业专利、商标、设备等资产为条件进入目标国市场的方式是以下哪一种? ()

A. 契约式进入	B. 贸易式进入
C. 直接投资式进入	D. 国际战略联盟
3. 以下哪一项不是构成倾销的条件? ()

A. 产品出口价值低于正常价值
B. 产品对进口国的产品造成实质性的损害和威胁
C. 与实质性损害、威胁和阻碍存在着无法分割的因果关系
D. 排挤竞争对手或者独占市场
4. 市场营销策划人员的知识素质要求包括()。

A. 市场营销理论知识	B. 道德素质
C. 身体素质	D. 心理素质

5. 人们受智能相机(“傻瓜相机”)的启发,正试图研制出全智能操作的“傻瓜电脑”、“傻瓜汽车”。这属于哪种模仿创造的方法? ()

- | | |
|------------|------------|
| A. 形态性模仿创造 | B. 结构性模仿创造 |
| C. 功能性模仿创造 | D. 原理性模仿创造 |

6. 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 |

7. 以下哪种品牌策略属于统一品牌策略? ()

- | |
|------------------------------------|
| A. 产品有一个统一的主品牌,同时还有各自副品牌的品牌 |
| B. 同一产品使用两种或两种以上的品牌策略 |
| C. 企业生产的产品统一使用一个品牌 |
| D. 不知名的品牌与知名品牌联合,借助知名品牌的影响力托起不知名品牌 |

8. 企业发动提价策划的最主要的原因是什么? ()

- | | |
|---------------|-----------|
| A. 产品供过于求 | B. 产品成本上升 |
| C. 企业急需回笼大量资金 | D. 开拓新市场 |

9. 以下哪一项不属于自销模式策划的形式? ()

- | | |
|---------|-------|
| A. 多家经销 | B. 自销 |
| C. 直供零售 | D. 直销 |

10. 以下哪一项不属于创意效果评定的内容? ()

- | | |
|---------|---------|
| A. 经济效果 | B. 管理效果 |
| C. 社会效果 | D. 心理效果 |

二、多项选择题(本题共10小题,每小题2分,共20分。请在下列每小题给出的选项中,选出符合题目要求的两个或两个以上选项。多选、漏选、错选均不得分)

11. 市场营销策划的功能主要表现在()。

- | | |
|---------|---------|
| A. 整合资源 | B. 规避风险 |
| C. 市场调查 | D. 指导实战 |

12. 以消费者满意为中心的理念指导下的企业营销策划活动的主要表现为()。

- | |
|--------------------------------|
| A. 以消费者需求为中心研究和设计产品 |
| B. 不断完善产品服务系统,最大限度地使消费者感到安心和便利 |
| C. 重视消费者的意见和建议 |
| D. 让消费者参与企业决策 |

○-○-○

考点名称:

姓名:

学号:

○-○-○

试卷代号:11321

国家开放大学2025年春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)

2025年7月

一、单项选择题(本题共10小题,每小题2分,共20分。请在给出的选项中,选出最符合题目要求的一项)

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

二、多项选择题(本题共10小题,每小题2分,共20分。请在下列每小题给出的选项中,选出符合题目要求的两个或两个以上选项。多选、漏选、错选均不得分)

11. ABD 12. ABCD 13. CD 14. ABCD 15. ABC
16. ABC 17. ABC 18. ABCD 19. BCD 20. ABC

三、判断题(本题共10小题,每小题2分,共20分。以下叙述中,你认为正确的打“√”,错误的打“×”)

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

四、简答题(本题共2小题,每小题12分,共24分)

31. 市场营销策划创意的有关技巧中,联想类比法包括哪些类型?

答案:

- (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)

32. 简述绿色营销策划的主要步骤。

答案:

- (1)收集绿色信息,分析绿色需求;(2分)
(2)制订绿色营销战略计划,树立良好的绿色企业形象;(2分)
(3)开发绿色资源和绿色产品;(2分)
(4)制订绿色价格;(2分)
(5)选择绿色销售渠道;(2分)
(6)开展绿色产品的促销活动。(2分)

五、案例分析题(本题共1小题,每小题16分,共16分)

33. 印度精品茶(Manjushree)把茶盒做成了书。每种茶配一段相应的诗或小说。当人们饮茶时,伴随着茶的热气蒸腾,茶盒上的字就会显现。印度精品茶的精心之处还在于,为每款精品茶甄选了与其特点、风味相对应的诗或小说。这些诗或小说统称“茶故事”,只有当你安静地享用一杯热茶时才能阅读。

问题:印度精品茶(Manjushree)采用了哪种市场营销策划的切入线索?其有何特点?对你有何启示?

答案:

印度精品茶(Manjushree)市场营销策划采用的切入线索是文化线索。市场营销策划需要寻找合适的切入线索,包括政治线索、经济线索、科技线索和文化线索。

文化线索涉及十分广泛,文化自身的丰富性、复杂性和多变性为策划创作了条件。

(请评阅者根据学生的观点、学生引用寻找合适切入线索内容的正确性、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。)