

市场营销学-郑州经贸学院-中国大学MOOC慕课答案

1.1市场和市场营销相关概念 测验

1、单选题：消费者购买奢侈品满足的是（）。

选项：

- A、需要
- B、欲望
- C、需求
- D、收入

参考：【欲望】

2、多选题：市场的构成要素有以下几种（）。

选项：

- A、人口
- B、购买力
- C、购买欲望
- D、目标市场

参考：【人口#购买力#购买欲望】

3、多选题：营销的最终目标是（）。

选项：

- A、满足需求
- B、收入
- C、消费
- D、欲望

参考：【满足需求#欲望】

4、判断题：产品是用来满足需求欲望的有形产品与无形产品的和。（）

选项：

- A、正确
- B、错误

参考：【错误】

5、判断题：市场营销学的核心研究内容是交换。（）

选项：

- A、正确
- B、错误

参考：【正确】

1.2市场营销管理哲学 测验

1、单选题：市场营销学管理的实质是什么？

选项：

- A、营销计划
- B、需求管理

C、政策管理

D、战略制定

参考：【需求管理】

2、单选题：5G手机表现出来的需求属于（）状态。

选项：

A、无需求

B、充分需求

C、潜在需求

D、过度需求

参考：【无需求】

3、多选题：营销管理哲学包括（）观念

选项：

A、生产观念

B、产品观念

C、市场营销观念

D、社会营销观念

参考：【生产观念#产品观念#市场营销观念#社会营销观念】

4、多选题：市场营销观念的四大支柱是（）

选项：

A、目标市场

B、整体营销

C、盈利率

D、顾客需求

参考：【目标市场#整体营销#盈利率#顾客需求】

5、判断题：产品观念认为生产什么就卖什么。（）

选项：

A、正确

B、错误

参考：【错误】

1.3顾客让渡价值 测验

1、多选题：顾客感知价值是（）与（）的差额。

选项：

A、顾客购买总价值

B、产品价值

C、顾客购买总成本

D、货币成本

参考：【顾客购买总价值#顾客购买总成本】

2、多选题：顾客购买的总成本包括（）

选项：

A、产品价值

- B、货币成本
- C、时间成本
- D、精力成本

参考：【**货币成本#时间成本#精力成本**】

3、多选题：企业的形象价值由（ ）衡量

选项：

- A、产品知名度
- B、产品美誉度
- C、顾客忠诚度
- D、市场占有率

参考：【**产品知名度#产品美誉度#顾客忠诚度**】

4、判断题：服务价值是顾客需求的最重要的内容。

选项：

- A、正确
- B、错误

参考：【**错误**】

5、判断题：提升顾客感知价值可以降低顾客购买总成本来进行。

选项：

- A、正确
- B、错误

参考：【**正确**】

单元作业

单元测试

1、单选题：顾客总价值与顾客总成本之间的差额就是。

选项：

- A、企业让渡价值
- B、企业利润
- C、顾客让渡价值
- D、顾客利益

参考：【**顾客让渡价值**】

2、单选题：从管理决策的角度研究市场营销问题时，其研究框架是将企业营销决策分为目标市场和两大部分。

选项：

- A、宏观环境
- B、微观环境
- C、企业不可控因素
- D、营销组合

参考：【**营销组合**】

3、单选题：市场营销学“革命”的标志是提出了 的观念。

选项：

- A、以消费者为中心
- B、以生产者为中心
- C、市场营销组合
- D、网络营销

参考：【以消费者为中心】

4、单选题：企业最显著、最独特的首要核心职能是 。

选项：

- A、市场营销
- B、生产功能
- C、财务功能
- D、推销职能

参考：【市场营销】

5、多选题：按照管理大师彼德·杜鲁克的说法，企业的基本职能是 。

选项：

- A、生产
- B、组织
- C、市场营销
- D、创新

参考：【市场营销#创新】

6、多选题：市场营销理论在中国的传播和发展大致有以下几个阶段 。

选项：

- A、20世纪三四十年代的首次引入
- B、1978—1985年的再次引入
- C、1988—1992年的应用和发展
- D、1985—1992年的传播和应用

参考：【20世纪三四十年代的首次引入#1978—1985年的再次引入#1985—1992年的传播和应用】

7、判断题：市场营销学的构建从微观（企业）开始，逐步形成了宏观市场营销学和微观市场营销学两个分支。

选项：

- A、正确
- B、错误

参考：【正确】

8、判断题：消费者之所以购买商品，根本目的在于获得并拥有产品本身。

选项：

- A、正确
- B、错误

参考：【错误】

9、判断题：市场营销就是推销和广告。

选项：

- A、正确

B、错误

参考：【**错误**】

2.1 市场环境概念与特点 测验

1、多选题：营销环境具有哪些特征？

选项：

A、客观性

B、多样性

C、差异性

D、相关性

参考：【**客观性#多样性#差异性#相关性**】

2、判断题：宏观环境因素和微观环境因素是并列关系。

选项：

A、正确

B、错误

参考：【**错误**】

2.2 微观环境分析 测验

1、多选题：下面哪些属于企业面临的微观环境因素？

选项：

A、渠道商

B、公众

C、顾客

D、竞争者

参考：【**渠道商#公众#顾客#竞争者**】

2.3 宏观环境分析 测验

1、多选题：宏观营销环境指对企业营销活动造成（ ）和（ ）的主要社会力量。

选项：

A、市场机会

B、环境威胁

C、发展优势

D、发展劣势

参考：【**市场机会#环境威胁**】

2、多选题：下面哪些因素属于宏观营销环境。

选项：

A、自然环境

B、人口环境

C、经济环境

D、社会文化环境

参考：【**自然环境#人口环境#经济环境#社会文化环境**】

2.4 环境分析与营销对策-SWOT分析 测试

1、单选题：SWOT分析法是（ ）提出的？

选项：

- A、菲利普·科特勒
- B、劳特朋
- C、韦里克
- D、彼得德鲁克

参考：【**韦里克**】

2、单选题：某企业应对市场环境采用了利用外部机会，克服内部弱点的战略，那么他采用的是（ ）战略。

选项：

- A、SO
- B、WO
- C、ST
- D、WT

参考：【**WO**】

3、多选题：外界的宏观环境因素往往给企业发展带来（ ）和（ ）。

选项：

- A、机会
- B、威胁
- C、优势
- D、劣势

参考：【**机会#威胁**】

4、判断题：新冠肺炎疫情给企业发展带来的只有威胁和挑战。

选项：

- A、正确
- B、错误

参考：【**错误**】

单元作业

单元测试

1、单选题：指人们对社会生活中各种事物的态度和看法。

选项：

- A、社会习俗
- B、消费心理
- C、价值观念
- D、营销道德

参考：【**价值观念**】

2、单选题：影响消费需求变化的最活跃的因素是。

选项：

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/797114105160006035>