

市场营销学-中央财经大学-中国大学MOOC慕课答案

市场营销的概念随堂测验

1、单选题：不属于以企业为中心的观念的是（）

选项：

- A、生产观念
- B、产品观念
- C、推销观念
- D、市场营销观念

参考：【**市场营销观念**】

2、多选题：在市场营销学中，行业和市场够成了肩带的市场营销系统。其中，以下哪一种或者多种流联接了买方和卖方（）

选项：

- A、产品流
- B、服务流
- C、信息流
- D、促销流

参考：【**产品流#服务流#信息流#促销流**】

市场营销观念的演变随堂测验

1、单选题：以下是市场营销学成为独立学科的里程碑的是（）

选项：

- A、《销售学》
- B、《关于分销的若干问题》
- C、《美国农产品营销》
- D、《市场营销学原理》

参考：【**《销售学》**】

2、多选题：得益于中国传统的系统、整体世界观和独到的社会科学研究方法，中国先贤在早于西方两千多年前就对营销本质有了更科学的把握。东方营销观将人类的营销置于（）的逻辑体系当中。

选项：

- A、个体交换
- B、社会公平
- C、生态和谐
- D、完全平等

参考：【**个体交换#社会公平#生态和谐**】

第一单元 单元作业

第一单元 课堂测验

1、单选题：人类经济学家波兰尼（polanyi, 1992）将这种处在原始社会阶段的人类早期交换称之为（），即以社会义务作为物品和劳务交换的基础，这种交换的本质是非营利性的。

选项：

- A、互换经济
- B、互惠经济
- C、原始经济
- D、依存经济

参考：【互惠经济】

2、单选题：《市场营销活动和经济行动》中的“功能主义”是（）提出的。

选项：

- A、约翰·霍华德
- B、罗·奥尔德逊
- C、麦卡锡
- D、菲利普·科特勒

参考：【罗·奥尔德逊】

3、单选题：提出4P's理论的是（）

选项：

- A、菲利普·科特勒
- B、罗伯特·劳特朋
- C、唐·舒尔茨
- D、杰罗姆·麦卡锡

参考：【杰罗姆·麦卡锡】

4、单选题：提出“内部营销”理论的是（）

选项：

- A、菲利普·科特勒
- B、罗伯特·劳特朋
- C、格朗鲁斯
- D、杰罗姆·麦卡锡

参考：【格朗鲁斯】

5、单选题：市场营销的核心活动是（）

选项：

- A、交换
- B、销售
- C、推销
- D、营销

参考：【交换】

6、单选题：所谓市场营销，就是在变化的市场环境中，旨在满足消费需要、实现企业目标的商务活动过程，包括市场调研、选择目标市场、产品开发、产品促销等一系列与市场有关的企业业务经营活动。这是（）下的定义。

选项：

- A、菲利普·科特勒
- B、罗伯特·劳特朋
- C、克里斯丁·格隆罗斯

D、杰罗姆·麦卡锡

参考：【**克里斯丁·格隆罗斯**】

7、单选题：提出“关系营销”观点的是（）

选项：

A、菲利普·科特勒

B、杰克森

C、罗伯特·劳特朋

D、杰罗姆·麦卡锡

参考：【**杰克森**】

8、单选题：下列说法正确的是（）

选项：

A、交易是交换的基本组成部分

B、交换是一个事件

C、交易不一定以货币为媒介

D、交易不涉及时间地点

参考：【**交易是交换的基本组成部分**】

9、单选题：以下市场营销流程的步骤顺序正确的是（） ①营销策略的执行与控制；②STP战略（市场细分、目标市场选择和市场定位）；③销策略设计；④营销环境分析+企业资源评估。

选项：

A、①②③④

B、②③①④

C、③②①④

D、④②③①

参考：【**④②③①**】

10、单选题：许多企业常面临因季节、月份、周、日、时对产品或服务需求的变化，而造成生产能力和商品的闲置或过度使用。这是哪一种需求的定义？（）

选项：

A、充分需求

B、下降需求

C、不规则需求

D、潜在需求

参考：【**不规则需求**】

11、单选题：属于不对称又不平等的市场环境的是（）

选项：

A、正常市场

B、掠夺性市场

C、垄断性市场

D、欺诈性市场

参考：【**掠夺性市场**】

12、单选题：功利交换假定是以以下哪种假设为前提的（）

选项：

A、经济人假设

- B、社会人假设
- C、复杂人假设
- D、简单人假设

参考：【**经济人假设**】

13、单选题：《关于分销的若干问题》是（ ）的著作。

选项：

- A、阿切·W·肖(Arch.W.Shaw)
- B、巴特勒(Ralph Star.Bulter)
- C、约翰·B·斯威尼(John B.Swirniy)
- D、赫杰特齐(J.E.Hagerty)

参考：【**阿切·W·肖(Arch.W.Shaw)**】

14、单选题：中国最早的营销学教材是（ ）

选项：

- A、《外国商业概论》
- B、《销售学原理》
- C、《市场学原理》
- D、《市场营销》

参考：【**《市场学原理》**】

15、单选题：以下营销理论发展顺序正确的是（ ）

选项：

- A、4C's→4P's→4R's
- B、4P's→4R's→4C's
- C、4R's→4C's→4P's
- D、4P's→4C's→4R's

参考：【**4P's→4C's→4R's**】

16、单选题：提出4C's理论的是（ ）

选项：

- A、菲利浦·科特勒
- B、罗伯特·劳特朋
- C、唐·舒尔茨
- D、杰罗姆·麦卡锡

参考：【**罗伯特·劳特朋**】

17、单选题：提出4R's理论的是（ ）

选项：

- A、菲利浦·科特勒
- B、罗伯特·劳特朋
- C、唐·舒尔茨
- D、杰罗姆·麦卡锡

参考：【**唐·舒尔茨**】

18、单选题：市场营销学中所介绍的内容，主要是一些反映一般规律、解决一般问题、具有普遍指导意义的基本知识、基本概念与基本方法。以上是指的营销的（ ）特点。

选项：

- A、基础性与原理性
- B、实践性与应用性
- C、综合性与交叉性
- D、科学性与艺术性

参考：【**基础性与原理性**】

19、单选题：以下是市场营销观念出现的背景的是（）

选项：

- A、市场需求旺盛，供应能力不足
- B、买方市场
- C、消费者欢迎高质量、多功能、有特色的产品
- D、卖方市场

参考：【**买方市场**】

20、单选题：以下属于社会营销观念目的的是（）

选项：

- A、致力产品质量和品质提高
- B、运用推销与促销来刺激需求的产生
- C、发现需求并满足需求
- D、企业营销=顾客需求+社会利益+盈利目标

参考：【**企业营销=顾客需求+社会利益+盈利目标**】

21、多选题：原初交换中互助或互惠属性的存在条件是（）

选项：

- A、人类早期的生产力水平和分工水平低
- B、交换双方有相互依存的刚性
- C、原初交换的过程双方有最基本的信息对称
- D、原初交换中双方有平等的身份
- E、原初交换中人们没有任何交换原则

参考：【**人类早期的生产力水平和分工水平低#交换双方有相互依存的刚性#原初交换的过程双方有最基本的信息对称#原初交换中双方有平等的身份**】

22、多选题：西方市场营销学的产生和发展大致可划分为以下哪些阶段（）

选项：

- A、消费者行为导向时期
- B、营销管理导向时期
- C、商品属性导向时期
- D、营销科学与工程导向时期
- E、营销方法导向时期

参考：【**消费者行为导向时期#营销管理导向时期#营销科学与工程导向时期**】

23、多选题：以下属于美国著名市场营销学教授菲利普·科特勒对市场营销学的贡献的有（）

选项：

- A、率先提出从营销管理角度论述市场营销理论和应用
- B、出版《市场营销管理：分析、计划与控制》
- C、全面、系统地发展了现代市场营销理论
- D、提出了大市场营销理论，即6P战略

E、提出“内部市场营销”的理论

参考：【出版《市场营销管理：分析、计划与控制》#全面、系统地发展了现代市场营销理论#提出了大市场营销理论，即6P战略】

24、多选题：以下属于国内外学者对市场营销概念下的定义的是（）

选项：

A、市场营销是创造、沟通与传送价值给顾客，及经营顾客关系以便让组织与其利益关系人受益的一种组织功能与程序。

B、市场营销是个人和集体通过创造并同他人交换产品和价值以满足需求和欲望的一种社会和管理过程。他强调营销的价值导向。

C、市场营销既是一种组织职能，也是为了组织自身及利益相关者的利益而创造、传播、传递客户价值，管理客户关系的一系列过程。

D、市场营销是计划和执行关于商品、服务和创意的观念、定价、促销和分销，以创造符合个人和组织目标的交换的一种过程。

E、市场营销，就是在变化的市场环境中，旨在满足消费需要、实现企业目标的商务活动过程，包括市场调研、选择目标市场、产品开发、产品促销等一系列与市场有关的企业业务经营活动。

参考：【市场营销是创造、沟通与传送价值给顾客，及经营顾客关系以便让组织与其利益关系人受益的一种组织功能与程序。#市场营销是个人和集体通过创造并同他人交换产品和价值以满足需求和欲望的一种社会和管理过程。他强调营销的价值导向。#市场营销既是一种组织职能，也是为了组织自身及利益相关者的利益而创造、传播、传递客户价值，管理客户关系的一系列过程。#市场营销是计划和执行关于商品、服务和创意的观念、定价、促销和分销，以创造符合个人和组织目标的交换的一种过程。#市场营销，就是在变化的市场环境中，旨在满足消费需要、实现企业目标的商务活动过程，包括市场调研、选择目标市场、产品开发、产品促销等一系列与市场有关的企业业务经营活动。】

25、多选题：可以从以下哪几个方面理解市场营销的定义（）

选项：

A、宏观和微观方面

B、产品生产前和生产后

C、企业整体的角度和战略高度

D、企业活动的全过程

E、市场营销就是推销和销售

参考：【宏观和微观方面#产品生产前和生产后#企业整体的角度和战略高度#企业活动的全过程】

26、多选题：以下属于市场营销职能的是（）

选项：

A、商品销售

B、市场调查与研究

C、生产与供应

D、创造市场需求

E、协调平衡公共关系

参考：【商品销售#市场调查与研究#生产与供应#创造市场需求】

27、多选题：商品销售对与企业和社会的基本功能是（）

选项：

A、将企业生产的产品推向消费领域

B、从消费者那里获得货币，以便对商品生产中的劳动消耗予以补偿

C、为消费者创造需求

D、协调企业和社会的关系

E、使企业发展迅速

参考：【将企业生产的产品推向消费领域#从消费者那里获得货币，以便对商品生产中的劳动消耗予以补偿】

28、多选题：协调平衡公共关系需要正确处理以下哪些关系（）

选项：

A、即商品生产经营与企业“社会化”的关系

B、获取利润与满足顾客需要的关系

C、满足个别顾客需要与增进社会福利的关系

D、满足企业股东与员工之间的关系

E、满足企业员工与消费者的私人关系

参考：【即商品生产经营与企业“社会化”的关系#获取利润与满足顾客需要的关系#满足个别顾客需要与增进社会福利的关系】

29、多选题：以下属于市场营销学特点的是（）

选项：

A、综合性与交叉性

B、实践性与应用性

C、管理性与经营性

D、基础性与原理性

E、科学性与艺术性

参考：【综合性与交叉性#实践性与应用性#管理性与经营性#基础性与原理性#科学性与艺术性】

30、多选题：以下是菲利普·科特勒提出的市场营销管理任务的是（）

选项：

A、刺激消费者对产品的需求

B、影响需求水平

C、影响需求构成

D、影响需求时机

E、影响整个市场

参考：【刺激消费者对产品的需求#影响需求水平#影响需求构成#影响需求时机】

31、多选题：以下属于社会责任营销作用的是（）

选项：

A、利于制定正确的企业使命

B、利于提升企业软竞争力

C、利于企业获得差异化优势

D、利于企业开拓国际市场

E、利于企业从社会问题中发现商机

参考：【利于制定正确的企业使命#利于提升企业软竞争力#利于企业获得差异化优势#利于企业开拓国际市场#利于企业从社会问题中发现商机】

32、多选题：“顾客让渡价值”理论全面地分析了顾客的购买利益和购买成本，给企业的市场经营活动提供了以下哪几方面的启示（）

选项：

A、顾客支付的不仅仅是货币成本

- B、产品创新可增加顾客总价值
- C、顾客购买产品或劳务只考虑其购买成本即可
- D、产品价值中的各要素构成比例在不同时期也相同
- E、顾客考虑各种各样的因素

参考：【**顾客支付的不仅仅是货币成本#产品创新可增加顾客总价值**】

33、多选题：以下属于正常的市场环境下的营销模式的是（）

选项：

- A、低地位平等+低信息对称
- B、高地位平等+低信息对称
- C、高地位平等+高信息对称
- D、低地位平等+高信息对称
- E、以上营销模式内部可以再细分

参考：【**低地位平等+低信息对称#高地位平等+低信息对称#高地位平等+高信息对称#低地位平等+高信息对称#以上营销模式内部可以再细分**】

34、多选题：以下属于市场营销研究先驱者的是（）

选项：

- A、阿切·W·肖(Arch.W.Shaw)
- B、巴特勒(Ralph Star.Bulter)
- C、约翰·B·斯威尼(John B.Swirniy)
- D、赫杰特齐(J.E.Hagerty)
- E、罗·奥尔德逊(Wraoe Alderson)

参考：【**阿切·W·肖(Arch.W.Shaw)#巴特勒(Ralph Star.Bulter)#约翰·B·斯威尼(John B.Swirniy)#赫杰特齐(J.E.Hagerty)**】

35、多选题：以下属于营销管理类型的是（）

选项：

- A、交易营销
- B、关系营销
- C、价值营销
- D、价值网络营销
- E、大数据营销

参考：【**交易营销#关系营销#价值营销#价值网络营销#大数据营销**】

36、多选题：以下属于以顾客和社会利益为中心的营销观念的是（）

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
- E、推销观念

参考：【**产品观念#市场营销观念**】

37、多选题：社会营销观念对企业的市场营销策略的要求是（）

选项：

- A、不择手段获取最大利益

- B、满足消费者的需求
- C、获得合理的企业利润
- D、符合整个社会的长远利益
- E、获取最多的客户

参考：【**满足消费者的需求#获得合理的企业利润#符合整个社会的长远利益**】

38、多选题：以下是市场营销观念的支柱的是（）

选项：

- A、市场中心
- B、顾客导向
- C、协调的市场营销
- D、利润
- E、市场份额

参考：【**市场中心 #顾客导向#协调的市场营销#利润**】

39、多选题：根据对中国古代先贤关于“噬嗑”的内涵的解释中，互助包括了哪些含义（）

选项：

- A、这种互助蕴含着自愿的原则，即交换双方的交换地位是平等的，任何一方都无法用直接或间接的手段强迫另一方进行交易。
- B、这种互助还包含着公平的原则，即交换双方彼此交换的产品原则上应该凝结了等量的无差别人类劳动，任何一方在不得以有失公允的手段以较少的劳动换取另一方更多的劳动。
- C、这种互助从小范围来说是为了增加交换双方的福利，或至少不减少任何一方的福利。从大的范围来说，是为了促进整个人类社会的更好生存和发展。
- D、这种互助本质上是为了满足自己的私欲，所以不需要在乎别人。
- E、这种互助在一定程度上受到交易双方个人力量大小的影响。

参考：【**这种互助蕴含着自愿的原则，即交换双方的交换地位是平等的，任何一方都无法用直接或间接的手段强迫另一方进行交易。#这种互助还包含着公平的原则，即交换双方彼此交换的产品原则上应该凝结了等量的无差别人类劳动，任何一方在不得以有失公允的手段以较少的劳动换取另一方更多的劳动。#这种互助从小范围来说是为了增加交换双方的福利，或至少不减少任何一方的福利。从大的范围来说，是为了促进整个人类社会的更好生存和发展。**】

40、多选题：营销的本质特征应该是（）

选项：

- A、建立持续交易的条件
- B、使企业最快的发展
- C、获得最大利润
- D、建立持续交易的基础
- E、获得最大的市场份额

参考：【**建立持续交易的条件#建立持续交易的基础**】

41、判断题：产品的交换半径越小，越容易带来产品信息的不对称。

选项：

- A、正确
- B、错误

参考：【**错误**】

42、判断题：市场营销学最初产生于英国。

选项：

A、正确

B、错误

参考：【**错误**】

43、判断题：在美国最早使用“市场营销”术语的学者是韦尔达、巴特勒和斯威尼。

选项：

A、正确

B、错误

参考：【**正确**】

44、判断题：在消费行为导向时期，市场营销学逐渐从经济学中独立出来，同管理科学、行为科学、心理学、社会心理学等理论相结合，使市场营销管理理论更加成熟。

选项：

A、正确

B、错误

参考：【**错误**】

45、判断题：西方的营销学之后和中国传统文化以及企业的实践紧密结合，才能创造出具有本土特色的理论体系。

选项：

A、正确

B、错误

参考：【**正确**】

46、填空题：人类经济学家波兰尼定义的“互惠经济”，其物品和劳务交换的基础是，这种交换的本质是。

参考：【**社会义务 非营利性的**】

47、填空题：市场营销学产生于。

参考：【**20世纪初期，美国**】

48、填空题：我国市场营销学研究的三个阶段分别是：，，。

参考：【**引进与传播时期（1978—1991），应用与扩展时期（1992—2000），国际化与本土时期（2000年至今）**】

49、填空题：杰罗姆·麦卡锡在《基础营销》中将企业的营销要素归结为四个基本策略的组合——4P，分别代表、、、。

参考：【**产品，价格，分销，促销**】

50、填空题：现代市场营销的职能包括商品销售、、、和协调平衡公共关系五大职能。

参考：【**市场调查与研究、生产与供应、创造市场要求**】

消费者行为分析随堂测验

1、填空题：很多人在购买巧克力时，会一次购买几种不同品牌的产品，或者每次购买不同品牌的产品。这种购买行为属于（）的购买行为。

参考：【**多样化寻求**】

2、填空题：消费者的的购买决策会受到以下因素的影响：（）和（）。

参考：【**消费者的情感体验 消费者与商家的互动**】

组织市场分析随堂测验

1、填空题：组织市场的需求是衍生性需求，组织市场各增值阶段的需求都是由（）派生出来的。

参考：【**消费者市场需求**】

2、填空题：组织市场的购买类型主要有三种：（）

参考：【**直接重购、修正重购和新购**】

第二单元 单元作业

第二单元 单元测验

1、单选题：美国市场营销学家和社会学家（）从营销的角度，将美国社会分成六个阶层（上上层、上下层、中上层、中下层、下上层、下下层）。

选项：

- A、罗森伯格
- B、华纳
- C、麦卡锡
- D、菲特勒

参考：【**华纳**】

2、单选题：人们可能还受到一些他们并不是其中一员的群体的影响，这些群体被称为（），即人们认同这个群体的价值观和行为方式，渴望与他们保持一致。

选项：

- A、参照群体
- B、意见领袖
- C、渴望群体
- D、成员群体

参考：【**渴望群体**】

3、单选题：人们对需要的解释目前接受最广泛的是（）

选项：

- A、阿尔德佛生存、关系、成长理论
- B、麦克莱兰的成就需要理论
- C、大卫·麦克莱兰(David McClelland)等人的三种需要理论
- D、马斯洛需要层次理论

参考：【**马斯洛需要层次理论**】

4、单选题：修正重构的特点是（）

选项：

- A、按照以往惯例直接再次采购
- B、对产品规格、价格、发货条件等加以调整

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/856140224231010042>