



2019 年北京建筑大学专升本市场营销学考试真题

一、单项选择题：(每题 2 分，共计 20 分)

1.()要求市场营销者在制定市场营销政策时，要兼顾三方面利益，即企业利润、消费者需要的满足和社会利益。

A.推销观念 B.社会市场营销观念 C.生产观念 D.市场营销观念

2. 顾客总价值与顾客总成本之间的差额就是()。

A.企业让渡价值 B.企业利润 C.顾客让渡价值 D.顾客利益

3. 市场增长率和相对市场占有率都较低的经营单位是()。

A.问号业务 B.明星业务 C.现金牛业务 D.瘦狗类业务

4. 市场营销环境是企业营销职能外部()的因素和力量，包括宏观环境和微观环境。

A.可改变 B.不可捉摸 C.可控制 D.不可控制

5. 购买商品和服务供自己消费的个人和家庭，被称为()。

A.生产者市场 B.消费者市场 C.转售市场 D. 组织市场



6. ()是实现市场定位目标的一种手段。

A.产品差异化 B.市场集中化 C.无差异营销 D.市场细分化

7. 人员推销的缺点主要表现为()。

A.成本低，顾客量大 B.成本高，顾客量大

C.成本低，顾客有限 D.成本高，顾客有限

8. 消费者的购后评价主要取决于()。

A.心理因素 B. 产品质量和性能发挥状况

C. 付款方式 D. 他人态度

9. 品牌暗示了购买或使用产品的()类型。

A.生产者 B.经销商 C.消费者 D. 代理商

10. 按照单位成本加上一定百分比的加成来制定产品销售价格的定价方法称之为()定价法。

A.成本加成 B.目标 C.认知价值 D.诊断



二、判断题：(每题 1 分，共计 10 分，在括号中用“对”或“错”表示)

- ()1.产品利益和效用属于产品核心层。
- ()2.促销的目的是与顾客建立良好的关系。
- ()3.真正折扣商店以低价销售产品，所以其经营产品的品质一般不会很高。
- ()4.在组成市场的双方中，买方的需求是决定性的。
- ()5.构成顾客总成本之一的非货币成本，包括时间成本、精力成本和体力成本。
- ()6.前向一体化是指收购、兼并上游的供应商，拥有或控制自己的供应系统。
- ()7.市场营销就是推销和广告。
- ()8. 不同亚文化群的消费者有相同的生活方式。
- ()9.顾客也是企业最重要的环境因素。
- ()10.企业利润水平与市场占有率同向增长。



三、名词解释：(每题 4 分，共计 20 分)

1.分销渠道

2.促销

3.市场细分

4.品牌

5.市场

四、简答题：(每题 5 分，共计 30 分)

1.简述目标市场战略的内容。

2.简述影响定价的主要因素。

3. 简述影响消费者购买行为的因素。

4.简述微观营销环境的内容。

5.简述分销渠道的职能。

6.简述选择广告媒体考虑的影响因素。



五、论述题：(每题 10 分，共计 20 分)

1. 论述市场定位战略。
2. 论述产品成熟期的市场特点及营销策略。