

2020 年 10 月自考服装市场与营销 00683 真题

一、单项选择题:本大题共 20 小题,每小题 2 分,共 40 分。在每小题列出的备选项中只有一项是最符合题目要求的,请将其选出。

1. 根据马斯洛需求层次论,人类需求的最低需求为

- A. 生理需求
- B. 安全需求
- C. 尊重需求
- D. 自我实现需求

2. 特别注重服装舒适性的消费者类型是

- A. 经济型
- B. 社交型
- C. 经济型的创新
- D. 理论型

3. 国家法律对环境保护的更多干预,要求服装企业必须重视环境保护,这是下列哪项因素对服装企业营销的影响?

- A. 社会文化环境
- B. 自然环境

C. 技术环境

D. 政治法律环境

4. 女士风衣服装品牌将价格按档次分别定为 298 元、498 元、980 元等, 这是

A. 成本倍积定价法

B. 分档定价法

C. 随行就市定价法

D. 尾数定价法

5. 下列不属于非关税壁垒的是

A. 数量限制

B. 质量限制

C. 价格限制

D. 金融控制

6. 风俗习惯在市场细分中属于

A. 人口细分

B. 地理细分

C. 心理细分

D. 行为细分

7. 自动售货属于几级销售渠道?

A. 零级渠道

B. 一级渠道

C. 二级渠道

D. 多层渠道

8. 下面哪个不属于 4Ps 组合?

A. 价格

B. 产品

C. 中间商

D. 促进销售

9. 下列不属于店员营业前准备的是

A. 保持整洁仪表

B. 熟悉价格

C. 整理环境

D. 询问需求

10. 服装企业赞助公益性活动的促销方式是

- A. 广告
- B. 销售推广
- C. 公共宣传
- D. 人员推销

11. 品牌命名的核心内容包括

- A. 必须方便传播
- B. 必须具有个性化特征
- C. 必须体现设计理念
- D. 必须具有可识别性

12. 通常,在流行预测机构发布流行预测时,最早发布的是

- A. 色彩预测
- B. 面料预测
- C. 款式预测
- D. 细节预测

13. 成衣企业一般可分为两类,即制造企业和

A. 批发企业

B. 零售企业

C. 加工企业

D. 外贸企业

14. 牛仔裤和软底鞋的流行符合流行传播的

A. 水平传播理论

B. 下传理论

C. 潮流传播理论

D. 上传理论

15. 赠品属于服装促销方式中的

A. 公共宣传

B. 人员推销

C. 销售推广

D. POP 促销

16. 服装营销中,最令公众兴奋,最能影响顾客购买欲望的促销方法是

A. POP 促销

B. 消费者推广

C. 人员推销

D. 时装表演

17. 在服装企业管理中,服装市场营销研究的是

A. 信息流

B. 人才流

C. 资金流

D. 价值流

18. 不同广告媒体所需费用是有差别的,其中最昂贵的是

A. 报纸

B. 电视

C. 广播

D. 杂志

19. ZARA 奉行的定价策略是

A. 取脂定价

B. 渗透定价

C. 相对低价

D. 随行就市定价

20. 当一种流行达到 时,消费者对它们的需求就会极大,许多服装企业都以不同方式驳样或改制,进行成批生产。

A. 导入期

B. 成长期

C. 鼎盛期

D. 衰退期

二、判断题:本大题共 10 小题,每小题 1 分,共 10 分。 判断下列各题,在答题纸相应位置正确的涂“A”,错误的涂“B”。

21. 我国在 2001 年年末正式加入世界贸易组织。

22. 世界上最大的区域性组织是北美自由贸易区。

23. “服装是布帛的雕塑”说的是服装总体设计三要素中的款式。

24. 巴黎、米兰、纽约、伦敦、首尔是世界五大时装中心。

25. 取脂定价是指利用顾客的求廉心理,对商品采取薄利多销的定价策略。

26. 世界上最大的成衣进口国和消费国是中国。

27. 意大利服装产业以家族经营为主。

28. 世界贸易组织总部设在美国纽约。

29. 市场营销的两个重点是分析市场机会和决定目标消费者。

30. 一级分销渠道是指从生产者到消费者的分销渠道。

三、名词解释题:本大题共 2 小题,每小题 4 分,共 8 分。

31. SPA 型企业

32. 服装营销管理

四、简答题:本大题共 4 小题,每小题 8 分,共 32 分。

33. 简述消费者的纵向意识和横向意识。

34. 服装业的特点是什么?

35. 什么是主动性社会市场导向?

36. 哪些现代传播技术会对流行产生影响?

五、论述题:本大题 10 分。

37. 根据恩格尔、布莱克威尔和米尼阿德提出的消费者决策模型图,消费过程主要遵循哪几个过程?