

机密 ★ 考试结束前

浙江省 2019 年 10 月高等教育自学考试

房地产营销学试题

课程代码:06570

请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。

选择题部分

注意事项:

1. 答题前,考生务必将自己的考试课程名称、姓名、准考证号用黑色字迹的签字笔或钢笔填写在答题纸规定的位置上。
2. 每小题选出答案后,用 2B 铅笔把答题纸上对应题目的答案标号涂黑。如需改动,用橡皮擦干净后,再选涂其他答案标号。不能答在试题卷上。

一、单项选择题(本大题共 10 小题,每小题 1.5 分,共 15 分)

在每小题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的,请将其选出并将“答题纸”的相应代码涂黑。错涂、多涂或未涂均无分。

1. 市场营销学的研究对象应是:以消费者为中心的企业市场营销活动及其
A. 经济效益 B. 工作效率 C. 规律性 D. 战略策略
2. 对于选购品,企业可使用
A. 广泛分销 B. 选择分销 C. 独家分销 D. 直销
3. 渗透订价法的优点之一是
A. 有利于价格调整 B. 有利于价格竞争
C. 能迅速获得较大利润 D. 能在短期内收回成本
4. 在房地产产品整体概念中物业服务属于
A. 核心产品 B. 延伸产品 C. 形式产品 D. 非产品
5. 房地产新产品一定要具备新构思、新功能、新式样,使消费者感到眼前一亮,与众不同,产生强烈的购买欲望的是房地产新产品开发原则中的
A. 客观原则 B. 特色原则 C. 适销原则 D. 效益原则
6. _____具有速度快、费用低的优点,缺点是难以估计误差。
A. 重点调查法 B. 非随机抽样法
C. 访问调查法 D. 随机抽样法

7. 物业管理的基本业务是

- A. 清洁管理
- B. 日常维修保养和计划修理
- C. 消防安全
- D. 庭院绿化

8. 在房地产产品生命周期各阶段中,竞争最激烈的是

- A. 投入期
- B. 成长期
- C. 成熟期
- D. 衰退期

9. 营销策划的方案必须与企业的实际资源和市场的客观环境相匹配是指房地产营销策划的

- A. 适应性
- B. 可行性
- C. 目标性
- D. 灵活性

10. 影响房地产企业营销渠道选择的因素之一是

- A. 企业的所有制性质
- B. 企业的生产管理水平
- C. 企业的销售市场状况
- D. 消费者对企业的态度

二、多项选择题(本大题共 5 小题,每小题 2 分,共 10 分)

在每小题列出的五个备选项中至少有两个是符合题目要求的,请将其选出并将“答题纸”的相应代码涂黑。错涂、多涂、少涂或未涂均无分。

11. 房地产新产品开发的原则是

- A. 适销原则
- B. 特色原则
- C. 客观原则
- D. 效益原则
- E. 创新原则

12. 房地产产品的辅助区域有哪些?

- A. 厨房
- B. 阳台
- C. 卫生间
- D. 储藏室
- E. 车库

13. 房地产区域营销模式应包含以下____层次。

- A. 地区营销
- B. 片区营销
- C. 城市营销
- D. 区位营销
- E. 整体营销

14. 房地产市场心理定价策略包括

- A. 整数定价
- B. 尾数定价
- C. 声望定价
- D. 分级定价
- E. 招徕定价

15. 办公楼宇的日常管理基本上由____组成。

- A. 营销管理
- B. 前台服务
- C. 安全保卫
- D. 设备管理
- E. 清洁卫生

非选择题部分

注意事项:

用黑色字迹的签字笔或钢笔将答案写在答题纸上,不能答在试题卷上。

三、名词解释题(本大题共 5 小题,每小题 5 分,共 25 分)

16. 整合营销
17. 随行就市定价法
18. 房地产销售推广
19. 集中性目标市场营销战略
20. 品牌

四、简答题(本大题共 5 小题,每小题 6 分,共 30 分)

21. 简述房地产市场间接营销渠道的优缺点。
22. 简述房地产市场细分的理由和作用。
23. 简述品牌营销在房地产发展中的作用。
24. 简述房地产新产品开发的原则和意义。
25. 简述影响房地产企业定价决策的因素。

五、论述题(本大题共 2 小题,每小题 10 分,共 20 分)

26. 联系实际论述房地产产品进入市场成熟期的特点及房地产企业应采取的营销对策。
27. 请任选一个房地产项目(或请你虚拟一个房地产项目),为其作简单的营销策划(简要分析该产品的市场前景;选定一个目标市场;制定简要的营销组合策略。)