

经济师考试初级工商管理强化练习[3] PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/261/2021_2022__E7_BB_8F_E6_B5_8E_E5_B8_88_E8_c49_261876.htm

1. 高价“撇脂”策略适用于（ ）。 A. 生命周期短的产品 B. 产品价格弹性大的产品 C. 具有较大潜在市场的产品 D. 花色品种变化快的时尚产品 E. 具有特色工艺的高科技产品 答案：ADE
2. 在超市中，特意将某种酸奶的价格定0.99元/瓶，以吸引顾客的定价策略是（ ）定价。 A. 整数 B. 声望 C. 位数 D. 习惯 答案：C
3. 影响定价的企业自身因素有（ ）。 A. 产品数量 B. 销售数量 C. 需求弹性 D. 供给弹性 答案：B
4. 定价目标主要有（ ）。 A. 追求盈利最大化 B. 短期利润最大化 C. 提高市场的占有率 D. 满足消费者的需求 E. 适应价格竞争 答案：ABCE
5. 下列属于心理定价策略的有（ ）。 A. 现金折扣法 B. 促销让价法 C. 声望定价法 D. 习惯定价法 E. 满意定价法 答案：CD
6. 零售商与批发商的区别包括（ ）。 A. 服务对象不同 B. 在流通中所处的地位不同 C. 交易数量和频率不同 D. 营业网点的设置不同 E. 所需资金不同 答案：ABCD
7. 广告的特点包括（ ）。 A. 公众性 B. 可信性 C. 表现性 D. 渗透性 E. 非人格化 答案：ACDE
8. 广告的特点有（ ）。 A. 公开性 B. 可信高 C. 具有新闻价值 D. 表现力强 E. 非人格化 答案：ADE
9. 销售促进的特点有（ ）。 A. 信息沟通有障碍 B. 刺激性强 C. 具有长期性 D. 邀请作用强 E. 具有渗透性 答案：CD
10. 企业对推销人员的管理活动包括以下（ ）环节。 A. 招聘 B. 组织 C. 控制 D. 激励 E. 培训 答案：ADE
11. 羽毛球拍的价格上升带来羽毛球

需求量减小，这一现象可以通过（ ）来解释。A．需求的价格弹性 B．需求的收入弹性 C．需求的影响弹性 D．需求的交叉弹性 答案：D

12．代理商的主要特点有（ ）。A．对经营的商品没有所有权 B．买卖差价是主要收入来源 C．一般需要较多启动资金 D．主要承担经纪人职能 E．经营的专业性通常很强 答案：AD

13．公共关系区别于其他促销工具的特征主要有（ ）。A．利用专业化的人员 B．可信性高 C．具有一定的新闻价值 D．耗费的时间成本较高 E．容易消除消费者的回避心理 答案：BCE

14．三星公司最近推出了一款带有500万象素摄像头的手机，你认为这一产品最适合的定价策略是（ ）。A．满意定价策略 B．高价“撇脂”策略 C．低价“渗透”策略 D．现金折扣策略 答案：B

15．下列属于市场经营观的是（ ）。A．生产观念 B．产品观念 C．销售观念 D．市场营销观念 E．直销观念 答案：ABD

16．市场调查的程序是（ ）。A．收集信息>确定目标>分析研究 B．确定目标>分析研究>收集信息 C．分析研究>收集信息>确定目标 D．确定目标>收集信息>分析研究 答案：D

17．非全面调查包括（ ）。A．普查 B．重点调查 C．抽样调查 D．典型调查 E．具体调查 答案：BCD

18．市场的微观环境包括（ ）。A．企业内部各组成部分 B．企业的供应者和营销中间人 C．顾客和销售人员 D．社会公众和竞争者 E．销售人员和竞争者 答案：ABD

19．所谓市场营销，就是在不断变化的市场环节环境中，旨在最大限度地满足顾客（ ），保证企业经营目标实现的商务活动过程。A．实际需要 B．物质需要 C．消费需求 D．生产需要 答案：C

20．市场细分的客观基础包括（ ）。A．市场需求的多样性 B．消费需求的差异性 C．购买行

为的差异性 D . 购买动机的差异性 E . 市场需求的相似性 答案 : BCDE

21 . 消费者市场细分的已经有 () 。 A . 按地域细分 B . 按人口细分 C . 按行为细分 D . 按最终用户细分 E . 按心理细分 答案 : ABCE

22 . 以下 () 形式属于按人口细分 。 A . 按年龄细分 B . 按性别细分 C . 按职业细分 D . 按个性细分 E . 按社会阶层细分 答案 : ABC

23 . 包装策略包括 () 。 A . 类似包装策略 B . 等同包装策略 C . 配套包装策略 D . 等级包装策略 E . 单独包装策略 答案 : ACD

24 . 产品的生命周期 , 是指产品的 () 。 A . 使用寿命 B . 市场寿命 C . 经济寿命 D . 服务寿命 答案 : B

25 . 初入市场且规模较小的企业一般应采取的定位策略是 () 。 A . 迎头定位 B . 避强定位 C . 重新定位 D . 谨慎定位 答案 : B

26 . 宝洁公司生产 “ 海飞丝 ” 、 “ 飘柔 ” 、 “ 潘婷 ” 等多种品牌的洗发水 , 并在各品牌产品的包装上都注有公司名称 “ P&G ” 的策略属于 () 。 A . 个别品牌策略 B . 统一品牌策略 C . 个别品牌与统一品牌并列策略 D . 合并品牌策略 答案 : C

27 . 某企业采用环保再生纸包装低档水杯 , 用进口合成塑料包装高档水杯、并在外包装上附加水杯垫 , 它所采取的包装策略有 () 。 A . 类似包装策略 B . 配套包装策略 C . 再使用包装策略 D . 等级包装策略 E . 附赠品包装策略 答案 : DE

100Test 下载频道开通 , 各类考试题目直接下载。详细请访问
www.100test.com