

2008年经济师考试初级经济基础练习题:市场营销 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/468/2021_2022_2008_E5_B9_B4_E7_BB_8F_c49_468379.htm (上) 一、单项选择题：1.

市场营销的核心概念是()。 A.促销 B.分销 C.交换 D.市场定位 答案：C

2. 依据美国心理学家马斯洛的理论，人类的各种()按强度由低到高可以分为五个层次：生理的、安全的、社会的、尊重的以及自我实现的()。 A.需要 B.欲望 C.需求 D.愿望 答案：A

3. 市场营销学的研究对象是()。 A. 人类的各种需要 B. 能够满足人们需要的实物 C. 欲望 D. 以满足顾客需求为中心的企业市场营销活动及其规律 答案：D

解析：市场营销学具有综合性和边缘性的特点，它不仅是一门微观管理学科，更是指导企业经营活动的艺术，它的研究对象是以满足顾客需求为中心的企业市场营销活动及其规律。具体而言，是从销售方的角度出发，研究如何在其销售的过程中更好的满足顾客的需要，从而实现企业的各项经营目标。而不是单纯的某一个市场营销的基本概念。

4. 当市场有卖方市场转变为买方市场时，过分强调质量和功能的()会使企业忽视真正的市场需求，导致“市场近视症”。 A.生产观念 B.产品观念 C.推销观念 D.营销观念 答案：B

5. 与营销观念相比，关系营销观念是要为()，包括顾客、供应商、中间商等贡献价值，进而实现本企业的价值。 A.所有的利益相关者 B. 顾客 C. 竞争者 D. 社会大众 答案：A

解析：相比营销观念，关系营销观念的营销目标大大扩展，它不仅需要通过满足需要使企业盈利，而且要为包括顾客、供应商、中间商等所有利益相关者贡献价值，进而实现本企业的价值。使各方互

惠互利，实现各自目标。6. 社会营销观念除了关注企业的利润和顾客的需求之外，还特别强调（ ）。A.推销技巧B.产品质量C.全人类的利益D.人力资源 答案：C

二、多项选择题：7. 需求的产生经历的过程包括（ ）。A.人们基本的要求构成需要 B.需要在被期望获得满足是变成欲望 C.需要在被期望获得满足是变成需求 D.而欲望在有购买力支撑的时候，需求便形成了 E.而需要在有购买力支撑的时候，需求便形成了

答案：ABD 解析：在市场营销的几个基本概念里，要能够区分几个近似的概念，如：需要、欲望和需求，交易和交换等。需要是指人们在想要达成某一目的时感觉到某种匮乏的状态。当人们有了特定的要求并期望获得满足的时候，需要就变成欲望。当有限的资源能够换来可以实现欲望的产品的时候，欲望便成了需求，需求是指有购买能力支持的欲望。8

8. 通过营销，企业提高顾客价值的有效途径有（ ）。A.提高顾客对产品功能的期望 B.降低产品销售价格 C.使顾客的购买更加便利 D.降低顾客对产品功能的期望 E.提高顾客感知到的服务价值

答案：BCE 解析：顾客价值 = 感知的效用 ÷ 成本。价值是产品和服务提供的效用或者利益与购买产品的成本的比值。而期望的高低影响的是顾客满意程度。9. 顾客对某一产品效用或利益的期望一般来自于（ ）。

A.自己以往的购买经验 B.其他顾客的评价 C.营销者的介绍与承诺 D.自己对该产品的满意程度 E.竞争产品的情况 答案：ABCDE

10. 下列有关传统的以产定销型的经营观念与以营销观念为代表的以销定产型的经营观念之间区别的说法正确的是（ ）。A.推销观念以市场为出发点 B.营销观念以市场为出发点 C.推销观念以推销和促销为手段 D.营销观念以整合营销为手段 E.营销观念

认为企业目标是通过顾客满意获得利润 答案：BCDE 解析：营销观念是一种以销定产型的经营哲学，它取代了以推销观念为代表的传统导向，是企业经营思想上的一次革命。分别从出发点、焦点、手段、目标四方面来讨论这两种观念的区别。（下）一、单项选择题：1. 营销管理的实质就是（ ）。 A. 销售管理 B. 品牌管理 C. 需求管理 D. 渠道管理 答案：C 解析：作为营销管理者，其工作不仅是要刺激和扩大市场需求，而且还要依据市场需求的具体情况对需求进行调整、消减甚至消除。2. 企业营销管理的目的是使企业（ ）。 A. 适应市场需求 B. 改变市场需求状况 C. 赢得市场份额 D. 营销活动同复杂多变的市场环境相适应 答案：D 3. 企业中的一个可以相互独立的业务单元称作（ ）。 A. 企业内部环境 B. 营销组织 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