

2007年中级工商管理考前压题密卷(四) PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/475/2021_2022_2007_E5_B9_B4_E4_B8_AD_c67_475551.htm 习题四 品牌建设与全面质量管理

1. 进攻战略适用于行业（ ）企业。 A. 第一位 B. 第二、三位 C. 第四位 D. 小规模 答B。防御战略适用于领导者，侧翼战略适用于第三位后的企业。

2. 品牌战略的定位方法有抢先定位、为对手重新定位和（ ）。 A. 关联定位 B. 多元化定位 C. 尾随定位 D. 单一定位 答：A 品牌战略的定位方法有（ ） A. 抢先占位 B. 为竞争对手重新定位 C. 一体化定位 D. 关联定位 E. 非关联定位 ABD 3. 为建设一个商品类目，一个品牌应欢迎其他的品牌，这是打造品牌的（ ）。 A. 延伸法则 B. 副品牌法则 C. 同胞法则 D. 伙伴法则 答D。 4. 拥有较高知名度的企业品牌会吸引消费者反复购买，形成品牌忠诚。这是品牌具有的（ ）。 A. 光环效应 B. 磁场效应 C. 规模效应 D. 辐射效应 答B。可聚集社会资源是光环效应。

5. 产品质量决定于设计质量、制造质量和（ ）等全过程。 A. 维护质量 B. 检验质量 C. 管理质量 D. 使用质量 答D。 6. 一个品牌最重要的特性就是（ ）。 A. 单一性 B. 多元性 C. 二维性 D. 组合性 答A。 7. 通过企业员工对内对外的各种行为及企业的各种生产经营行达传达企业的管理特色的是CI中的（ ）。 A. VI系统 B. MI系统 C. BI系统 D. 信息系统 答：C。三个系统的策划设计内容分别是什么。

8. 我国企业目前质量手段明显不足，（ ）仍然是我国企业控制质量的最常用手段。 A. 质量标准 B. 质量管理 C. 质量体系 D. 质量检验 答：D。 9. 在国际层面上，品牌竞争往往与（ ）相联。 A. 国家创新 B. 国家实力 C. 国际关系 D.

国家形象 答B 10. 在贴近市场领导者的位置发动包抄并夺取其市场份额，这是品牌的（ ） A. 游击战 B侧翼战 C歼击战 D攻击战 答：B 11. 多品牌战略最大的优势是（ ） A. 较强的灵活性 B. 有效占领细分市场 C集中优势力量 D适应市场差异性 答：B 12. 品牌管理的第一步是（ ） A. 建立品牌管理组织 B研发产品 C公关 D市场推广 答：A。 13. （ ）是打造品牌的出路。 A. 广告 B促销 C公关 D研发 答：C。广告不能树立品牌，只能维护品牌 14. 在不同的品牌范围内进行产品线的延伸，母品牌跨越不同行业的延展是品牌（ ） A. 水平延伸 B垂直延伸 C混合延伸 D. 一体化延伸 答：A。垂直延伸指品牌在既有品牌范围内扩充品牌线，在本行业间上下延伸。 15. PDCA的关键环节是（ ） A. 检查阶段 B执行阶段 C计划阶段 D总结阶段 答：D 16. 全面质量管理中必须建立合理的经济界限，这就是所谓的（ ） A. 预防原则 B经济原则 C协作原则 D有限原则 答：B 17. 品牌延伸的优点在于（ ） A. 最大限度利用品牌优势 B减少新品营销成本 C. 充分适应市场差异性 D扩大企业规模 E增强企业竞争力 答ABDE。 18. 强化我国质量管理的对策有（ ） A. 强化质量教育 B加大质量管理投入 C强化标准化管理 D实施ISO9000系列标准 E大力推行品牌战略 答ACDE。 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