

经济师考试初级工商管理复习题-价格决策 PDF转换可能丢失
图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/493/2021_2022__E7_BB_8F_E6_B5_8E_E5_B8_88_E8_c67_493111.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

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