

2008国际商务师考试每日一练：1月24日习题商务师考试 PDF  
转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/508/2021\\_2022\\_2008\\_E5\\_9B\\_BD\\_E9\\_99\\_85\\_c29\\_508861.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/508/2021_2022_2008_E5_9B_BD_E9_99_85_c29_508861.htm) 1. “酒香不怕巷子深”是一种

( ) 观念。 A. 生产 B. 产品 C. 推销 D. 社会营销 答案：B  
解析：生产观念、产品观念、推销观念、社会营销观念都是我们介绍的营销管理哲学，另外我们还介绍了市场营销观念。其中产品观念片面强调产品本身，忽视市场需求，以为只要产品质量好就会顾客盈门，“酒香不怕巷子深”就是这种观念的典型反应。显然本题的正确答案是B。 2. 某种酱油的质量不变而重量却增加了，油瓶的外包装上写着“增量不加价”。这种促销方式称为( )。 A. 广告促销 B. 人员推销 C. 关系营销 D. 营业推广 答案：D 解析：以上4个选项是我们所介绍的4种主要的促销方式，其中营业推广是包括优惠券、有奖销售样品赠送等方式在内的一种直接的促销手段。营业推广是通过迅速刺激需求鼓励购买的促销形式。本题所述的“增量不加价”显然是营业推广的方式之一。因而正确答案是D。"#F8F8F8" 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](http://www.100test.com)