

电子商务员资格考试市场营销试卷答案 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/61/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_61556.htm 一、单项选择题 1. B2.

A3. B 4. D 5. C 6. B 7. B 8. C 9. C 10. A 11. D 2. A 3. D 14. B 15. B 6.

D 17. B 18. B 19. B 20. B 二、多项选择题 21. A C 22. A B C 3. A B

D 24. A C D 25. B C D 三、名词解释 26. 市场研究：指运用科学

方法，有目的、有计划地搜集、整理和分析与企业市场营销有关的各种情报、信息和资料，目的在为营销决策提供充分、可靠的依据。

27. 渗透定价法，是以低价投放新产品，吸引大量顾客取得较大市场份额，通过降低生产成本，薄利多销，实现盈利目标。

28. 直复营销：是一种为了在任何地方产生可度量的反应和达成交易而使用一种和多种广告媒体相互作用的市场营销体系。

29. 产品分销渠道：指将产品从制造者手中转至消费者手中所经过的由各中间商连接起来形成的通道。

30. 顾客服务：顾客服务就是在包括售前、售中和售后三个连贯的销售阶段向顾客提供连续、有效的服务。

四、简答题 31. 表现为以下几个方面：(1) 产品特点不同。有形产品是可见的，而服务是无形的，难以展示，无法给出标准的服务样品或利用通常的推销方法，因而消费者在购买服务之前难以感知、判断其质量和效果，只能凭借服务设施、环境、经验、品牌和推销宣传信息来选购。这要求服务公司能够利用良好的信誉、较高的企业知名度。(2) 人是产品的一部分。服务的过程是服务提供者和顾客共同参与、广泛接触的过程，服务绩效的好坏不仅取决于服务提供者的素质，也与顾客的行为密切相关。(3) 服务本身无法储存，因此，一旦出了差错，

就会对经营产生负面影响。(4) 时间的重要性。服务的时间性很强，当顾客提出要求时，无论白天还是晚上，都需马上提供。此外，服务营销应注意尽可能缩短顾客等候服务的时间。(5) 地点的重要性。服务企业不像生产企业那样通过物流渠道把产品从工厂运送到顾客手里，因此，服务提供地点要尽量靠近顾客。(6) 服务评价问题。由于人是服务的一部分，服务的质量很难像有形产品那样用统一的质量标准来衡量。而主要是一种个人的感受，即服务质量是服务的实际产出质量和顾客期望的比较值。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