

06助理电子商务师市场营销策划试题五 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/63/2021_2022_06_E5_8A_A9_E7_90_86_E7_94_c40_63399.htm 一、单项选择题（本大题

共20小题，每小题1分，共20分）在每小题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的，请将其代码填写在题后的括号内。错选、多选或未选均无分。

1.对企业开发或业务提升的设计行为，称为市场营销策划中的()。A.基础策划 B.运行策划 C.发展策划 D.微观策划 2.波士顿咨询集团法的保持策略适合于下列业务单位中的()。A.问题类 B.明星类 C.现金牛类 D.瘦狗类

3.为了在现有市场上扩大现有产品的销售，该企业决定改进广告、宣传和推销工作，通过短期削价等措施来实现这一目的，则该企业所实施的增长策略属于()。A.市场渗透 B.产品开发 C.市场开发 D.多角化经营

4.低机会和低风险的业务属于()。A.理想型业务 B.风险型业务 C.成熟型业务 D.困难型业务

5.派调查人员去现场直接察看，属于观察法中的()。A.亲自经历法 B.直接观察法 C.痕迹观察法 D.行为记录法

6.某企业管理层需要了解近来销售额大幅下降的原因，他将主要依赖市场营销信息系统中的()。A.内部报告系统 B.营销情报系统 C.营销调研系统 D.营销决策支持系统

7.下列消费者市场细分变量中，属于人口变量的是()。A.消费者的职业 B.消费者的生活方式 C.消费者的个性 D.消费者所追求的利益

8.生产企业与供应企业之间的联合属于()。A.前向一体化 B.水平联合 C.后向一体化 D.横向联合

9.产品组合的宽度是指一个企业的产品组合中所拥有的()。A.产品的数目 B.产品品种的数目 C.产品项目的数目 D.产品线的数目

10.假设有三个生产商、

三个消费者，在他们之间介入一个中间商，且交易通过中间商交易，交易次数是()。 A.3 B.6 C.7 D.9 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