

06助理电子商务师市场营销策划试题二 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\\_63405.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/63/2021_2022_06_E5_8A_A9_E7_90_86_E7_94_c40_63405.htm) 一、单项选择题(在每小题的

备选答案中有一个正确的答案，将正确答案的序号写在题干的括号内。每小题1分，共28分)1.在市场营销策划的诸因素中，属于策划核心的是( ) A.目标 B.信息 C.程序 D.创意2.企业市场营销策划中的基础策划包括市场调研策划和( ) A.市场营销环境策划 B.市场营销策略策划 C.企业战略策划 3.在波士顿集团市场增长矩阵模型中，市场增长率高、市场占有率高的业务单位是( ) A.明星类业务 B.问题类业务 C.现金牛类业务 D.瘦狗类业务4.困难型业务单位是属于( ) A.高机会和低威胁的业务单位 B.高机会和高威胁的业务单位 C.低机会和高威胁的业务单位 D.低机会和低风险的业务单位5.在市场调查中，通过对特定活动的实际运行进行观察来收集资料的方法是( ) A.实地访问法 B.观察法 C.实验法 D.问卷调查法6.对市场营销调研人员的管理是指( ) A.调研前管理 B.调研过程中管理 C.调研后管理 D.整个过程管理7.在企业市场营销组合策略中最基础也是最关键的因素是( ) A.产品 B.价格 C.分销 D.促销8.企业市场营销活动的中心目标是( ) A.实现最大利润 B.实现最大的市场占有率 C.打败其他竞争对手 D.满足消费者需求9.企业将几种有关联性的产品放在同一包装物内的包装策略是( ) A.类似包装策略 B.配套包装策略 C.再使用包装策略 D.附赠品包装策略10.能够综合反映本企业与主要竞争对手实力对比状况，体现企业产品市场占有率的稳定及发展情况的指标是( ) A.产品的行业销售增长率 B.企业产品市场占有率 C.企业产品的相对

市场占有率 D.利润率 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)