

2006年之电子商务师市场信息学试题三 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/64/2021_2022_2006_E5_B9_B4_E4_B9_8B_c40_64174.htm 一、填空题(本大题共10小题，每空1分，共16分)请在每小题的空格中填上正确答案。错填、不填均无分。

1．市场是某种产品的所有_____和_____所组成的群体。2．企业市场营销活动的两个中心工作是通过寻找、评价市场机会来_____和科学地制定和实施_____决策。3．马斯洛“需求层次”理论中，最高层次的需要是_____的需要，最低层次的需要是_____需要。4．在生产者市场，购买者对生产资料的需求是从消费者对_____的需求中派生出来的。5．市场细分就是根据消费者_____将市场划分为两个或两个以上的子市场的工作过程。6．从购买者的地理位置看生产者市场要比消费者市场更为_____。7．按消费品的购买特征可具体分为_____、_____和特殊消费品。8

．_____是在原有产品基础上，部分采用新材料、新技术而制成的性能有显著提高的新产品。9．企业定价的三维环境一般包括生产要素的供应者、_____、_____和_____等四个要素。10．渠道成员的管理策略主要是由_____来制定的。

二、判断题(本大题共10小题，每小题1分，共10分)判断下列各题，正确的在题后括号内打“”，错的打“×”。1．我国古代就有许多富有哲理的营销思想，因此，市场营销学应起源于中国。()2．认识需要是购买决策过程的第一阶段，即认识到某种尚未被满足的需要的存在。()3．收入水平不同，直接决定人们的消费结构和购买习

惯与行为。()4．产品生命周期就是指产品的经济生命和自然生命的历程。()5．著名品牌商品比无品牌商品的价格弹性要大。()6．声望定价是利用消费者的求新心理而制定的价格策略。()7．所谓营销渠道就是指产品或服务的实体从生产领域流转至消费领域所经过的通道。()8．竞争环境的变化是直复营销发展的外部动力。()9．现金牛类业务单位往往是有较高增长率、较低占有率的经营单位或业务。()10．直接出口可通过企业设在东道国的分支机构来进行。() 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