

2006年电子商务市场营销策划模拟题二 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/64/2021\\_2022\\_2006\\_E5\\_B9\\_B4\\_E7\\_94\\_B5\\_c40\\_64198.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/64/2021_2022_2006_E5_B9_B4_E7_94_B5_c40_64198.htm) 第一部分 选择题 一、单项选择题

(本大题共28小题，每小题1分，共28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. 对企业市场营销管理过程中的某一具体业务的策划是 ( ) A. 中观策划 B. 微观策划 C. 宏观策划 D. 战略策划

2. 由供应商、企业和中介机构组成的系统是 ( ) A. 核心市场营销系统 B. 企业内部管理系统 C. 市场营销策略系统 D. 营销环境系统

3. 下面哪种方法不是实地调研的方法 ( ) A. 观察法 B. 计算机访问法 C. 访问法 D. 案头调研法

4. 使一种产品或一个品牌广泛用于各类顾客群从而谋求市场广域效益的市场营销策略是 ( ) A. 目标市场营销 B. 定制营销 C. 个性营销 D. 反市场细分

5. 企业收购和兼并若干家同种类型的企业，扩大企业生产经营规模，这种增长战略是 ( ) A. 同心多样化 B. 水平一体化 C. 前向一体化 D. 水平多角化

6. 需要投入大量资金以支持业务单位增长的战略业务单位是 ( ) A. 明星类 B. 问题类 C. 现金牛类 D. 瘦狗类

7. 企业为不同质量等级的产品分别设计和使用不同的包装，这种策略是 ( ) A. 类似包装策略 B. 等级包装策略 C. 配套包装策略 D. 组合包装策略

8. 企业对不同的产品使用不同的品牌名称，这种决策是 ( ) A. 多品牌决策 B. 个别品牌决策 C. 统一品牌决策 D. 品牌延伸决策

9. 如果用经验判断法来判断某产品的生命周期，当普及率在5%~50%之间，该产品可能处于生命周期的 ( )

) A . 引入期 B . 成长期 C . 成熟期 D . 衰退期  
10 . 在衰退期企业迅速缩减产品生产，大幅度降低促销费用，增加目前利润，这是 ( ) A . 集中策略 B . 收缩策略 C . 转移策略 D . 维持策略  
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)