

2006年电子商务市场营销策划模拟题一 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_64202.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

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