

2005年度全国电子商务师市场营销真题 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_2005_E5_B9_B4_E5_BA_A6_c40_64379.htm 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. 由企业的营销部门、生产部门、财务部门、人事部门等组成的系统是 ()
A. 核心市场营销系统
B. 市场营销策略系统
C. 企业内部管理系统
D. 市场营销环境系统
2. 在整个策划中起着核心作用的是 ()
A. 目标
B. 创意
C. 信息
D. 点子
3. 企业的营销中介不包括 ()
A. 中间商
B. 供应商
C. 实体分配机构
D. 营销服务机构
4. 按照客户的规定和要求提供产品或服务的营销称为 ()
A. 定制营销
B. 客户营销
C. 个别营销
D. 服务营销
5. 企业利用原有的市场，通过从不同的角度开发新产品，达到扩大企业业务领域，稳固占有市场的目的，这种增长策略是 ()
A. 同心多样化
B. 水平多角化
C. 集团多样化
D. 水平一体化
6. 高增长率和高市场占有率的战略业务单位属于 ()
A. 明星类
B. 问题类
C. 现金牛类
D. 瘦狗类
7. 企业将几种有关联性的产品放在同一包装内的策略是 ()
A. 配套包装策略
B. 类似包装策略
C. 等级包装策略
D. 再使用包装策略
8. 企业的几大类产品使用同一品牌，这种决策是 ()
A. 统一的个别品牌
B. 个别品牌
C. 统一品牌
D. 个别的统一品牌
9. 如果用销量增长率来判断某产品的生命周期，当增长率在0.1%~10%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. 引入期或成熟期
10. 对现有产

品的质量、特点、外观、款式、包装加以全面或局部改良之后生产出来的产品是（ ） A . 换代新产品 B . 重新定位产品 C . 全新产品 D . 改良产品 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