

2010年初级经济师工商管理预习辅导市场营销与品牌建设(3)  
经济师考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文  
[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/647/2021\\_2022\\_2010\\_E5\\_B9\\_B4\\_E5\\_88\\_9D\\_c49\\_647133.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/647/2021_2022_2010_E5_B9_B4_E5_88_9D_c49_647133.htm) 市场营销的任务 (1)负需求，进行转化型市场营销 负需求指大部分人对某产品不满意或厌恶，并予以排斥或回避。需要做出针对性的改进。(2)无需求，进行刺激性市场营销 无需求指消费者对产品不了解、未感到需要等原因而漠不关心，不欲购买。需要采取各种促销广告等方式引起消费者注意，了解产品，增加购买欲望。(3)潜在需求，进行开发性市场营销。潜在需求指现有产品或服务未能满足需求，或消费者为意识到或不急于购买的隐而未见的的需求。需要开发相应的产品或服务。(4)下降需求，进行整合性市场营销。下降需求指市场对某种产品的需求低于正常水平，存在下降或衰退趋势。需要采取针对性措施。(5)不规则需求，进行同步性市场营销。不规则需求指有些产品或服务的市场需求在一定时间内发生较大波动。需要掌握需求变化规律。(6)充分需求，进行维持性市场营销。充分需求指产品或服务目前的需求水平、时间与企业预期值一致。需要保障市场供应和产品质量。(7)过度需求，进行多向性市场营销。过度需求指某种产品或服务的市场需求超过了企业所能供给的水平状况，出现了供不应求，需要增加投资，提高供给等措施。(8)无益或有害需求，进行逆向性市场营销。无益或有害需求是指市场对某些无益或有损消费者或社会利益的产品或服务的需求。如烟、酒、毒品等。例题：同步性市场营销适用于() A.负需求 B.潜在需求 C.不规则需求 D.充分需求 答案：C 例题：()是指产品或服务目前的需求水平、时间与企

业预期值一致。需要保障市场供应和产品质量。 A.负需求 B.潜在需求 C.不规则需求 D.充分需求 答案：D 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)