

2010年初级经济师工商管理预习辅导市场营销与品牌建设(1)  
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\\_647135.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/647/2021_2022_2010_E5_B9_B4_E5_88_9D_c49_647135.htm) 市场营销概述 市场营销的含义  
市场营销，是企业在变化的市场环境中，为满足顾客需要、实现企业目标的商务活动过程，包括市场调研、选择目标市场、产品开发、产品定价、渠道选择、产品促销、产品储运和运输、产品销售、提供服务等一系列与市场有关的企业经营活动。市场营销观念经历了五个阶段 1.生产观念---以生产为中心，“生产什么，就卖什么” 2.产品观念---致力于提高质量，物美价廉，无需大力推销。“酒香不怕巷子深”“一招鲜吃遍天” 3.销售观念---积极推销产品，通过广告等方式促销刺激消费者购买。“卖什么，让人买什么” 4.市场营销观念---寻找市场需要和欲望，满足消费者需求。“顾客需要什么，我们生产什么” 5.社会营销观念---满足消费者和社会的长远利益，从而把消费者、企业、社会有机结合起来。例题：“顾客是上帝”体现的是() A.生产观念 B.产品观念 C.销售观念 D.市场营销观念 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)