

2011年初级经济师考试经济基础知识预习讲义(22) PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/648/2021_2022_2011_E5_B9_B4_E5_88_9D_c49_648176.htm 导读：百考试题网为帮助考生备考2011年经济师考试，特整理2011年初级经济师考试经济基础知识预习讲义供考生参考。 点击查看：#0000ff>2011年初级经济师考试经济基础知识预习讲义汇总

第二十一章 市场营销策略

一、目标营销战略 为企业的一个业务单位或产品制定目标营销战略，包括在市场研究和预测的基础上进行市场细分、选择目标市场和市场定位等几个步骤，这是企业营销战略的核心，也是决定营销成败的关键。 【例1多选题】在市场研究和预测的基础上进行()等几个步骤，这是企业营销战略的核心，也是决定企业营销成败的关键。 A.市场细分 B.选择目标市场 C.市场定位 D.营销组合 E.营销分析 [答案]ABC

(一) 市场细分 掌握市场细分的含义。市场细分就是根据顾客的购买习惯和购买行为的差异，将具有不同消费需求的顾客群体划分为若干个子市场，它是目标营销战略的前提。

1.市场细分的前提和必要性 前提：顾客需求的异质性是市场细分的前提。 必要性：顾客需求多样化、买方市场的全面形成以及卖方竞争的日益激化。

2.市场细分标准(掌握常用的市场细分变量)

(1)消费者市场细分 市场细分的前提是需求的异质性，使消费者产生不同需求的因素概括起来有四大类：地理区域、人口统计、消费心理、消费行为。

地理区域因素 地理区域因素在饮食、服装等产品和服务上表现得尤为突出。

人口统计因素 人口统计因素是细分消费者市场的重要指标。因为：第一，人口统计变量比较稳定，获得这类资料也比较容易。

第二，由于人口统计因素与消费者的欲望、偏好和使用频率等有十分显著的因果关系。【例1单选题】(2007年)人口统计因素很久以来一直是细分消费者市场的重要指标，这是由于()。 A.人口统计变量比较稳定 B.获得人口统计资料比较容易 C.人口统计因素与消费者行为有十分显著的因果关系 D.市场竞争日益激烈 E.心理年龄比生理年龄在市场细分中发挥了更大的作用 [答案]ABC 消费心理因素 消费者的生活方式、购买动机、个性等心理因素对其消费需求也有重要的影响，因此也常被用作市场细分的标准。 消费行为因素 包括购买时机、寻求利益、使用频率和品牌忠诚程度等行为变量。注意：并不是每种变量都能有效地细分市场，尤其是在市场竞争愈加激烈的今天，企业在市场细分时就更倾向于同时考虑多个变量的影响。(2)工业品市场细分 其细分标准多为与客户有关的变量，如客户的地理位置、用户规模、产品用途等。【例1单选题】(2005年、2007年)目标营销战略的前提是()。 A.市场细分 B.选择目标市场 C.市场定位 D.营销组合 [答案]A 【例2单选题】所谓()就是根据顾客的购买习惯和购买行为的差异，将具有不同消费需求的顾客群体划分为若干个子市场，它是目标营销战略的前提。 A.市场细分 B.选择目标市场 C.市场定位 D.营销组合 [答案]A 【例3单选题】(2004年)市场细分的前提是()。 A.需求的差异性 B.竞争激烈 C.企业面对卖方市场 D.产品的同质性 [答案]A 【例4单选题】市场细分不是根据产品分类进行的，而是从()的角度划分的。 A.营销策略 B.顾客需求 C.销售渠道 D.品牌效应 [答案]B

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