

2011年初级经济师考试经济基础知识预习讲义(19) 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_648179.htm 导读：百考试题为帮助考生备考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

第十八章 市场营销概述 一、市场营销的基本概念 市场营销学是一门综合性应用科学，它的研究对象是以满足顾客需求为中心的企业市场营销活动及其规律。掌握市场营销的概念。市场营销是从销售方的角度出发，研究在将其产品或服务销售到顾客手里的全过程中，如何使产品或服务更好地满足顾客的需要，价格合理、购买便利，从而实现企业的各项经营目标。【例题单选题】(2005年)市场营销的研究对象是以()为中心的企业市场营销活动及其规律。 A.提高品牌知名度 B.满足顾客需求 C.提高交易效率 D.制定发展战略 [答案]B

掌握并区分以下基本概念：需要、欲望、需求、产品、顾客认知价值、顾客满意程度、交换、交易和市场。(一)需要、欲望和需求 1.需要 需要是指人们在想要达成某一目的时感觉到某种匮乏的状态。需要描述的是人类的基本要求。 2.欲望 欲望是指人们为满足某一特定需要所选取的形式，这种形式与其所处的环境及其个人特性有密切关系。 3.需求 需求是有购买能力支持的欲望，即需求必须既是有购买欲望又有购买能力的有效需求。需求的产生过程：需要欲望需求【例题单选题】(2005年、2006年)需要是指人们在想要达成某一目的时感觉到某种()的状态。 A.满足 B.知晓 C.匮乏 D.矛盾 [答案]C

(二)产品 产品是销售一方

产品是销售一方

的企业向市场提供的任何可以满足顾客上述愿望的东西，包括实物产品、服务、信息、场所、人员、组织等。

(三)顾客认知价值与满意程度 价值的大小和满意程度的高低是人们选择产品的主要依据。

1.顾客认知价值 顾客认知价值是产品或服务给顾客带来的全部利益与他为此所需要付出的全部成本之差，或者说是所得与所付之差。 $顾客认知价值 = 顾客总利益 - 顾客总成本$ 因此，通过营销努力提高给顾客带来的好处，降低顾客的购买成本是企业提高顾客认知价值的有效途径。

2.顾客满意程度 顾客满意程度取决于顾客对某项产品所感知到的效用或利益与其期望值相比较的结果。 顾客的期望一般来自以下几个方面：自己以往的购买经验、其他顾客的评价、营销者的介绍与承诺以及竞争产品的情况。一个成功的企业应该努力正确设定顾客的期望标准。 只是一般满意的顾客往往不具有忠诚度，兴趣很容易转移到其它新产品上.而较高的满意度往往会造就高的顾客忠诚度，忠诚度高的顾客一般不会轻易放弃他们所熟知的产品。 【例题1多选题】(2008年)提高顾客认知价值的途径有()。 A.提高产品质量 B.加强售后服务 C.节省顾客购买时间 D.提高顾客对产品效用的期望值 E.加大产品销售时的价格折扣 [答案]ABCE 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