

项目决策与分析复习重点与习题(第二章) PDF转换可能丢失
图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/92/2021_2022__E9_A1_B9_E7_9B_AE_E5_86_B3_E7_c60_92780.htm 第二章 市场分析与项目

(企业)投资战略 一、考试要求与内容辅导 (一) 考试要求

1. 了解市场分析的目的与作用，项目(企业)投资战略。 2. 掌握市场调查和预测，竞争力的综合分析及营销策略研究，及市场风险分析。(二) 内容辅导 本章的内容是市场分析和项目投资战略。在市场经济条件下，企业配置资源、制定发展战略等都必须根据市场的需要进行确定。因此，企业必须重视市场的调查与分析，包括确定市场调查的内容、方法及范围，对市场营销环境进行分析，目标市场的细分与选择，竞争者分析，客户购买行为分析等方面。只有进行细致深入的市场调查与分析，企业才能在激烈的市场竞争中立于不败之地。在市场激烈的竞争中，企业投资战略至关重要，它关系到企业的生死存亡。所以，选择恰当的企业投资战略以保证投资活动的顺利进行，是企业家们的首要任务。不同的企业在不同的时期选择的投资战略是不同的，这取决于企业和市场两方面的影响。其发展战略表现在战略方向、战略态势、战略类型、战略时机、投资规模等方面，具体操作时，要具体问题具体分析。关于上述内容，教材都作了较为详细的介绍，这里就不一一赘述了。笔者只是在这里提醒诸位注意一下学习方法。这一章的内容，知识点较多，而对某一个知识点的内容，多用对比的方法效果要好一些。比如战略态势中，领导者、声望竞争者、性能竞争者、价值竞争者、跟随者、价格竞争者、经济竞争者等究竟怎样来区分呢？比较

一下不就清楚了吗？二、复习题（一）单项选择题

1. 供需预测中的定性预测常用的典型方法不包括下面的（ ）。
A. 层次分析法 B. 专家法 C. 特尔菲法 D. 类推法
2. 在市场经济条件下，市场确定产品价格的基础是（ ）。
A. 市场价格 B. 特定价格 C. 协调价格 D. 均衡价格
3. 价格形成的主要影响因素是（ ）。
A. 经济政策 B. 消费购买力 C. 供求关系 D. 产品质量
4. 市场调查方法依调查资料来源及资料收集方法可分为（ ）两类。
A. 数据调查和征集调查 B. 文案调查和征集调查
C. 数据调查和实地调查 D. 文案调查和实地调查
5. 下列（ ）方法在实地调查中应用最广。
A. 观察法 B. 实验法 C. 排除法 D. 问卷法
6. 问卷调查中，问卷的设计步骤按顺序为（ ）。
决定问题形式； 决定问题内容； 决定问题先后顺序； 决定问卷版面布局； 试调查； 决定问题用语； 决定问卷调查方式； 确定所要收集的资料； 修改及定稿； 决定检验可*性问题。
A. B. C. D.
7. 项目竞争力分析是研究拟建项目在国内、外市场竞争中获得的可能性和获胜能力，也是确定（ ）。
A. 市场定位 B. 销售渠道 C. 营销策略 D. 拟定价格
8. 下面（ ）一项不属于消费者行为。
A. 购买动机 B. 售后服务 C. 评价待购商品 D. 购买决策
9. 摆在企业家面前的首要问题是（ ）。
A. 为人民服务 B. 顾客是上帝 C. 效益最大化 D. 降低成本
10. 企业的战略态势如图， 分别代表（ ）。
A. 跟随者、价格竞争者、性能竞争者、经济竞争者
B. 领导者、声望竞争者、性能竞争者、经济竞争者
C. 跟随者、价格竞争者、价值竞争者、经济竞争者
D. 领导

者、声望竞争者、价值竞争者、经济竞争者 11. 某企业在同行业中的地位尚可，收益与成长都很高，该企业目前应采取的投资战略类型是（ ）。 A. 维持竞争地位现状，或增加占有率积极投资 B. 达到适当地位并维持或收缩最低限度地增加投资 C. 改善竞争地位，有选择地试验，有选择的投资 D. 维持现有地位，与同行业共同成长

为维持增长率而投资 12. 某企业在同行业中的地位较强，收益与成长适中，该企业目前应采取的投资战略类型是（ ） A. 维持现有地位，与同行业共成长为维持增长率而投资 B. 维持现在地位，与同行业共同成长根据需要增加投资。 C. 达到适当地位并维持或收缩最低限度地增加投资 D. 改善竞争地位，提高占有率积极投资

13. 某企业在同行业中起主导作用，但收益与成长偏低，该企业目前应采取的投资战略类型（ ）。 A. 保持现有地位根据需要增加投资 B. 维持现状或收缩最低限度地增加投资 C. 达到适当地位并维持或收缩最低限度地增加投资 D. 谋求改善地位或放弃有选择地投资或停止追加投资。

14. 产品在成长期的投资优点为（ ）。 A. 推销和研制费低廉，获利丰厚 B. 为企业特殊需要服务 C. 竞争不激烈，易获利 D. 易抢占市场为发展打下基础

15. 产品在导入期的投资缺点为（ ）。 A. 起步迟，市场份额易被竞争企业抢走 B. 利润迅速减少，甚至亏损 C. 竞争易处于劣势，获利期短 D. 风险大，且开始时无利可图，导致亏本

16. 产品在导入期的投资目的为（ ）。 A. 提高质量、信誉，形成特色挤占市场 B. 加速产品定型，引导需求 C. 降低成本，改型换代，增加功能，延长寿命周期 D. 进行速度和产量的竞争，提高市场占有率

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