**工商专业第三章、第四章练习题**

**一、单选题**

1、某企业通过市场环境分析发现，该企业的扫描仪业务市场机会高，面临的威胁低。该企业的扫描仪业务属于威胁-机会矩阵图中的（ ）

　　A．冒险业务 　 　B．理想业务

　　C．成熟业务 　　D．困难业务

2、某企业按照顾客购买本品牌产品的忠诚程度，把顾客划分为忠诚顾客和一般客户，则该企业市场细分的变量属于(　)。

A.地理变量 B.人口变量

C.行为变量 D.心理变量

3、某企业把整个市场看成一个目标市场，只向市场投放一种产品，通过大规模分销和大众化广告推销产品。这种目标市场策略属于（ ）

　　A．无差异营销策略　　B．集中性营销策略

　　C．差异性营销策略　　D．市场组合营销策略

4、某服装厂按年龄把消费者分为老年人、中年人和儿童，针对每类消费者设计和生产不同的服装满足其需求，则该企业采用的目标市场策略是(　)。

A.无差异性营销策略 B.差异性营销策略

C.集中性营销策略 D.进攻型营销策略

5、某小型游乐场共有5个游乐项目，每个项目票价分别为30元、40元、30元、50元、50元，通票定价为120元。这种产品组合定价策略为（ ）。

　　A．产品线定价 　　B．备选产品定价

　　C．产品束定价 　　D．副产品定价

6、根据大卫艾克的品牌资产“五星”概念模型，品牌资产的核心是(　)。

A.品牌知名度 B.品牌联想度

C.品牌忠诚度 D.品牌认知度

7、某企业生产刹车油、齿轮油和防冻液三类产品，分别冠以“红云”、“红星”、红箭”品牌，这种品牌战略属于（ ）

A．统一品牌战略　　B．分类家族品牌战略

C．企业名称与个别品牌并用战略　　D．个别品牌战略

8、消费品在新品上市之初或企业本身知名度不高时适合选择的分销渠道模式是（ ）

A．厂家直销模式 B．多家经销模式

C．独家经销模式 D．平台式销售模式

9、某天晚上突然天降大雨，超市门口聚集的顾客纷纷购买了雨伞、雨衣等产品，则雨伞、雨衣是属于(　)。

A.应急物品 B.日用品

C.非渴求品 D.冲动购买品

10、G公司在大城市建立许多分装厂，由分装厂建立经营部，负责向各个零售终端供应产品，则该公司采用的消费品分销渠道模式是(　)。

A.厂家直供模式 B.多家经销模式

C.独家经销模式 D.平台式销售模式

11、话剧类服务产品是针对(　)的服务。

A.无形资产 　　B.人的思想 　　C.人的身体　　D.物体

12、在特许经营中，授权人和受权之间是单纯的买卖关系，授权人具有的权力为(　)。

A.专长权 B.信息权 C.认同权 D.法律权

13、在渠道权力的运用战略中：请求战略的权力来源是(　)。

A.认同权、奖励权、强迫权 B.专长权、信息权、奖励权

C.专长权、奖励权、强迫权 D.法定权、奖励权、强迫权

**二、多选题**

1、下列定价方法中，属于竞争导向定价法的是(　)。

A.密封投标定价法 B.竞争价格定价法

C.成本加成定价法 D.认知价值定价法

E.随行就市定价法

2、服务产品的特征有(　)。

A.所有权可转让 B.不可储存性

C.质量稳定 D.生产与消费过程不可分离

E.无形性

3、下列渠道成员激励中，属于业务激励的有(　)。

A.融资支持 B.交流市场信息

C.合作制订经营计划 D.提供产品、技术动态信息 E.安排经销商会议

4、以下属于对渠道成员进行业务激励的有（ ）

A.佣金总额动态管理 B.融资支持  
C.安排经销商会议 D.合作制订经营计划  
E.公关宴请

5、渠道冲突产生的原因有（ ）

A.角色错位 B.目标差异  
C.观点差异 D.沟通困难 E.期望差异

**三、案例分析题**

甲企业生产经营冰箱、电视、空调、油烟机四类产品，每类产品冠以不同的品牌。目前，该企业决定开发—种智能热水器，经测算，生产这种热水器的年固定成本为24000万元，年变动成本为16000万元。成本加成率为20%，预计年销售量为20万台。智能热水器上市后，该企业为热水器冠以全新的品牌名称。为在短期内获得高额利润.决定将智能热水器的价格定得较高，并且给予经销商折扣：“5/10，n/45"，与此同时，该企业积极开展促销活动，通过电视，网络等媒介实施付费宣传，在大型商场开设陈列柜台、进行现场表演，并且冠名赞助电视综艺节目，向公众推介其智能热水器，扩大品牌影响力。

1、智能热水器上市后，甲企业产品组合宽度为(　)。

A.3 B.4 C.5 D.6

2、智能热水器上市后，甲企业采用的定价策略为(　)。

A.温和定价策略 B.交易折扣

C.现金折扣 D.撇脂定价策略

3、甲企业对智能热水器采用的促销策略为(　)。

A.公共关系 B.广告

C.人员推销 D.销售促进

4、根据成本加成定价法，甲企业智能热水器的价格为(　)元/台。

A.4800 B.2400 C.4000 D.2000

5、甲企业采取的品牌战略属于(　)。

A．统一品牌战略　　B．分类家族品牌战略

C．企业名称与个别品牌并用战略　　D．个别品牌战略

**参考答案**

一、单选题

1、B 2、C 3、A 4、B 5、C 6、C 7、D 8、C 9、A 10、D 11、B 12、A 13、A

二、多选题

1、ABE 2、BDE 3、CE 4、ACD 5、BCDE

三、案例分析题

1、C 2、CD 3、BD 4、B 5、D