

自学考试题典

- 全国高等教育自学考试辅导用书
- 经济管理类专业

市场营销学

SHICHANGYINGXIAOXUE

主 编 郭国庆

吉林大学出版社

自学考试题典

- 全国高等教育自学考试指定用书
- 经济类管理类专业

市场营销学

（适用于市场营销专业专科、本科）

主 编 王 强

高等教育出版社

全国高等教育自学考试辅导用书

ZI XUE KAO SHI TI DIAN

主 编 郭国庆

副主编 郭晓凌 张铁凡

吴剑峰

自学考试题典

市场营销学

(经济管理类专业)

吉林大学出版社

●责任编辑:邵字形

●责任校对:邵字形

●封面设计:郝威

全国高等教育自学考试辅导用书

自学考试题典

市场营销学

(经济管理类专业)

主编 郭国庆

吉林大学出版社出版发行

(长春市解放大路125号)

开本: 850×1168 毫米 1/32

东北师范大学印刷厂印刷

字数: 328 千字

2000年11月第1版

印张: 12.75

2002年3月第2次印刷

ISBN 7-5601-2420-8/F·452

全套定价(专业课): 100.00元

本册定价: 18.50元

《全国高等教育自学考试辅导用书·自学考试题典》书目

公共课程

马克思主义哲学原理

邓小平理论概论

法律基础与思想道德修养

毛泽东思想概论

马克思主义政治经济学原理

大学语文(专科)

大学语文(本科)

大学英语自学教程(上)

大学英语自学教程(下)

政治经济学原理(财经类)

高等数学(一)微积分

高等数学(二)第一分册·线性代数

高等数学(二)第二分册·概率统计

赵家祥

钱淦荣

巩献田

罗正楷

杨达伟

南山

南山

蔡勇

蔡勇

顾学荣

高汝熹

姚慕生

高汝熹

经济类共同课

管理系统中计算机应用

对外经济管理概论

管理学原理

经济法概论

基础会计学

国民经济统计概论

计算机应用基础

汪星明

李南

杨文士

刘文华

王俊生

黄书田

杨明福

会计专业(专科)

成本会计学

财务管理学

管理会计

贺南轩

何清波

蔡淑娥

中级财务会计
中国税制
企业管理概论

杨金观
郝如玉
郑明身

会计专业 (独立本科段)

市场营销学
金融理论与实务
审计学
资产评估
高级财务会计
国际贸易理论与实务
会计制度设计
财务报表分析

郭国庆
周升业
周勤业
刘玉平
李大诚
张玮
张以宽
金中泉

汉语言文学专业 (基础科段)

文学概论
中国现代文学作品选
中国当代文学作品选
中国古代文学作品选 (一)
中国古代文学作品选 (二)
外国文学作品选
现代汉语
古代汉语
写作

齐大卫
汤逸宗
汤逸宗
李忠明
赵山林
刘建军
齐沪扬
徐莉莉
汪祥云

汉语言文学专业 (本科段)

美学原理
中国现代文学史
中国古代文学史 (一)
中国古代文学史 (二)
外国文学史
语言学概论

楼昔勇
汤逸宗
陈洪
陈洪
孟昭毅
沈阳

行政管理专业 (专科段)

政治学概论
社会调查原理与方法
人力资源管理
公文写作与处理
公共关系学
管理心理学
经济管理概论
法学概论
现代管理学
行政管理学
市政学
工商行政管理概论

王惠岩
林彬
陆国泰
饶士奇
廖为建
孔祥勇
余广华
吴祖谋
刘熙瑞
王乐夫
孙亚忠
许光建

计算机及其应用专业 (专科)

计算机应用技术
模拟电路与数字电路
计算机网络技术
计算机组成原理
操作系统概论
数据结构导论
高级语言程序设计
汇编语言程序设计
数据库及其应用
微型计算机及其接口技术

张宁
王佩珠
杨明福
胡越明
谭耀铭
郑诚
迟成文
姚君遗
牛允鹏
孙德文

计算机及其应用专业 (独立本科段)

离散数学
操作系统
计算机系统结构
计算机网络与通信
工程经济

左孝凌
谭耀铭
李学干
冯博琴
陈锡璞

数据结构
数据库原理
面向对象程序设计
软件工程

黄刘生
丁宝康
刘振安
陆丽娜

《全国高等教育自学考试辅导用书·自学纲要》书目

公共课程

马克思主义哲学原理自学纲要	赵家祥
邓小平理论概论自学纲要	钱淦荣
法律基础与思想道德修养自学纲要	巩献田
毛泽东思想概论自学纲要	罗正楷
马克思主义政治经济学原理自学纲要	杨达伟
政治经济学原理（财经类）自学纲要	顾学荣

邮购地址：吉林大学出版社《自学考试辅导丛书》编辑室
（长春市人民大街167号 邮编 130021）

联系电话：0431-5699188

传 真：0431-5699288

目 录

第一部分 市场营销学课程的性质和内容及自学方法	1
第二部分 试题与答案	5
第一章 市场营销导论	5
第二章 市场营销管理	17
第三章 战略计划过程	31
第四章 市场营销管理过程	42
第五章 市场营销环境	55
第六章 市场购买行为	66
第七章 市场营销研究	96
第八章 市场需求测量与预测	106
第九章 产品决策	119
第十章 新产品开发与扩散	150
第十一章 定价决策	175
第十二章 渠道决策	203
第十三章 物流决策	241
第十四章 促销组合与广告决策	256
第十五章 人员推销、销售促进与宣传决策	279
第十六章 市场营销组织与控制	300
第十七章 服务市场营销	324
第十八章 国际市场营销	342
第十九章 国际战略联盟	362
第三部分 模拟试卷	380
模拟试卷 (一)	380
模拟试卷 (二)	391
后记	400

第一部分

市场营销学课程的 性质和内容及自学方法

一、市场营销学课程的性质和内容

市场营销学是一门建立在经济科学、行为科学、现代管理理论基础之上的综合性应用科学，研究以满足消费者需求为中心的企业市场营销活动及其规律性，具有全程性、综合性、实践性的特点。其原理不仅广泛应用于企事业单位和行政机构，而且逐渐应用于微观、中观与宏观三个层次，涉及社会经济生活的各个方面。从工商管理角度讲，市场营销与生产制造、人力资源、财务会计、研究开发一道，构成企业管理的重要职能。从管理学科角度讲，市场营销是工商管理教育的一个重要专业。市场营销学不仅是财经类、管理类各专业的必修课，而且还是人文、哲学、社会科学等专业的重要课程。

市场营销学自学考试已进行多年，这门科学在社会经济发展中的重要性也日益为人们所重视。今年3月，全国人大八届四次会议通过的《中华人民共和国国民经济和社会发展九五计划和

2010年远景目标纲要》对市场营销问题作了许多重要论述。明确指出，国有企业要按照市场需求组织生产，“搞好市场营销，提高经济效益”。还指出，要积极发展“代理制、连锁经营等新的营销方式”，“建立科研、开发、生产、营销紧密结合的机制”等。在谈到国际市场营销问题时，指出：“积极参与和维护全球多边贸易体系，发展双边和多边贸易，相互促进，实现市场多元化。在巩固提高传统市场占用率的基础上，大力开拓新市场，拓展出口渠道。”这是市场营销学引入中国十余年来第一次在政府文件中出现“市场营销”这个字眼，显示了中国政府对市场营销在社会经济发展中作用的重视，同时也对中国的市场营销教育提出了更高的要求。之后不久，国家人事部又出台了营销师职称系列。所有这些都预示着：市场营销科学的春天已经来临。

客观形势的变化给市场营销教育提出了新的要求，也给这门学科的发展提供了良好的机遇。参加《市场营销学》自学考试的广大考生，应从中受到鼓舞、教育和启发，以优异的成绩为跨世纪宏伟目标的实现做出独特的贡献。

二、市场营销学课程的自学方法

从教学实践看，要学好这门课程，需要注意以下几点：

（一）注重基本原理。要在全面系统学习的基础上掌握基本理论、基本知识、基本方法。本课程内容涉及企业市场营销管理的各个方面，知识范围广泛，各章之间既有联系又有很大区别，有的还有相对独立性。自学应考者应首先全面系统地学习各章，记忆应当识记的基本概念、名词，深入理解基本理论，弄懂基本方法的内涵；其次，要认识各章之间的联系，注意区分相近的概念和相类似的问题，并掌握它们之间的联系；再次，在全面系统学习的基础上掌握重点，有目的地深入学习重点章节，但切忌在没有全面学习教材的情况下孤立地去抓重点。

（二）抓住学习重点。学好这门课程，重在掌握基本概念、

基本原理、基本方法。例如，市场营销、关系市场营销、市场营销管理哲学、市场营销管理的任务、市场营销战略、目标市场营销、消费者购买行为、产品生命周期、品牌决策、新产品开发与扩散、市场营销渠道系统、定价方法、促销组合、广告预算、市场营销组织等都是需要特别引起重视的知识要点。要求掌握其含义，与相关概念的联系与区别，以及在市场营销实践中的应用。

（三）讲究学习技巧。市场营销学这门课程的一个重要特点是基本概念多。这就要求考生在学习中善于抓主要矛盾，熟悉和牢记重要的概念，并运用比较或对比的方法，弄清相关概念之间的区别。做到这些，就可以成功地应付名词解释、单项选择、多项选择、判断、简答、论述等各种题型的挑战。由于市场营销学是一门应用性、实践性很强的学科，要求考生能够运用所学知识解决实际问题，所以，考生在掌握教材知识的同时，还要留心市场营销原理在实践中的应用，尤其是实现“两个根本转变”给市场营销带来的机会与挑战，以及市场营销在促进社会主义市场经济发展中的重要作用等。

（四）理论联系实际。要把学习市场营销理论与掌握市场营销实践结合起来。市场营销学本身是一门实践性很强的应用科学，具体讲，也就是，企业市场营销实践经验的概括与总结。这就要求自学应考者在学习市场营销理论的同时掌握市场营销实践的方法与程序，要能够运用所学原理进行研究分析。要重视理论联系实际，密切结合我国社会主义市场经济建设的实践进行学习。本课程阐述的内容来源于企业市场营销实践，与社会主义市场经济建设密切相关。自学应考者在学习中应把课程的内容同我国现实经济生活和我国特定市场营销环境的发展变化联系起来，进行对照比较，分析研究，以增强感性认识，更深刻地领会教材的内容，将知识转化为能力，提高自己分析问题和解决问题的能力。

三、对社会助学的要求

(一) 社会助学者应根据本大纲规定的考试内容和考核目标，认真钻研指定教材，明确本课程与其他课程不同的特点和学习要求，对自学应考者进行切实有效的辅导，引导他们防止自学中的各种偏向，把握社会助学的正确导向。

(二) 要正确处理基础知识和应用能力的关系，努力引导自学应考者将识记、领会同应用联系起来，把基础知识和理论转化为应用能力，在全面辅导的基础上，着重培养和提高自学应考者的分析问题和解决问题的能力。

(三) 要正确处理重点和一般的关系。课程内容有重点与一般之分，但考试内容是全面的，而且重点与一般是相互联系的，不能截然分开。社会助学者应指导自学应考者全面系统地学习教材，掌握全部考试内容和考核知识点，在此基础上再突出重点。总之，要把重点学习同兼顾一般结合起来，切勿孤立地抓重点，把自学应考者引向猜题、押题。

第二部分 试题与答案

第一章 市场营销导论

一、单项选择题（在备选答案中选出一个正确答案，将其标号写在题后括号内）

1. 市场营销最早产生于()。
A. 美国 B. 日本 C. 德国 D. 英国
2. 在美国，最早开设与市场营销有关的课程的大学是()。
A. 宾夕法尼亚大学 B. 密执安大学
C. 哈佛大学 D. 西北大学
3. 市场营销学有许多概念和原理是来自于其他相关学科，例如，“购买过程分为知晓、兴趣、欲望、确信和行动五个阶段”的原理是来自于()。
A. 经济学 B. 管理学 C. 社会学 D. 心理学
4. 市场营销理论最早产生于()。
A. 美国 B. 英国 C. 法国 D. 中国

- 首先使用“市场营销”，并第一个在教材中采用这一术语的营销学专家是()。
A. 琼斯 B. 希巴德
C. 巴特勒 D. 韦尔德
- 1914年，在美国经济联合会上宣读论文《市场营销》，第一次将市场营销的题目公之于众的营销学专家是()。
A. 克拉克 B. 切林顿
C. 韦尔德 D. 艾维
- “销售创造需求”这一思想的最先提出者是()。
A. 科特勒 B. 克拉克 C. 沃恩 D. 尼斯托姆
- 首次提出“市场营销管理”这一命题的营销学专家是()。
A. 麦卡锡 B. 科特勒 C. 梅纳德 D. 霍华德
- “大市场营销”这一概念的最先提出者是()。
A. 科特勒 B. 杰克逊 C. 格罗鲁斯 D. 莱维特
- 从市场营销思想史的角度考察，1946年~1955年美国市场营销学的发展处于()。
A. 萌芽时期 B. 形成和巩固时期
C. 协同和发展时期 D. 分化和扩展时期
- 1986年~1988年期间属于中国市场营销学的()。
A. 传播时期 B. 引进时期 C. 应用时期 D. 扩展时期
- 市场营销学所研究的企业市场营销活动，其中心是()。
A. 实现企业利润 B. 满足生产者需求
C. 满足供应商需求 D. 满足消费者需求
- 市场营销学的母学科是()。
A. 经济学 B. 社会学 C. 历史学 D. 心理学

二、多项选择题（在备选答案中选出二至五个正确答案，将其标号写在题后括号内）

1. 20 世纪初，美国市场营销学界的主要先驱有()。
A. 克鲁希 B. 巴特勒 C. 科特勒
D. 海杰蒂 E. 麦卡锡
2. 市场营销学中来自管理学的概念有()。
A. 简单化 B. 标准化 C. 专业化
D. 理性动机 E. 感性动机
3. 在市场营销文献中我们可以找到心理学界各学派的概念，包括()。
A. 结构主义学派 B. 消费者主义学派 C. 功能主义学派
D. 战略计划学派 E. 精神分析学派
4. 市场营销学所要研究的问题涉及()。
A. 消费者行为 B. 供应商行为 C. 政府部门行为
D. 营销机构行为 E. 企业行为
5. 从市场营销学所研究的内容看，该学科的特点有()。
A. 综合性 B. 实践性 C. 应用性
D. 独立性 E. 民间性
6. 在美国市场营销思想的发展历程中，主要先驱有()。
A. 琼斯 B. 希巴德 C. 李特曼
D. 费斯克 E. 海杰蒂
7. 美国早期市场营销学界的主要学术流派有()。
A. 威斯康星学派 B. 纽约学派 C. 哈佛学派
D. 芝加哥学派 E. 中西部学派
8. 哈佛学派早期的代表人物有()。
A. 切林顿 B. 肖 C. 科普兰
D. 托斯德 E. 博顿

9. 1934年,美国市场营销教师协会定义委员会提出,市场营销职能应包括()。
- A. 管理职能 B. 计划职能 C. 交换职能
D. 物流职能 E. 辅助职能
10. 梅纳德和贝克曼在《市场营销原理》一书中提出,市场营销研究方法包括()。
- A. 产品研究法 B. 机构研究法 C. 历史研究法
D. 成本研究法 E. 职能研究法
11. 科特勒提出的市场营销管理体系包括()。
- A. 分析市场营销机会 B. 确定市场营销战略
C. 制定市场营销战术 D. 组织市场营销活动
E. 执行和控制市场营销努力

三、简答题

1. 市场营销学的发展经历了哪些主要阶段?
2. 社会学概念在市场营销领域有哪些应用?
3. 如何认识市场营销学的性质和内容?
4. 通过对美国早期市场营销思想发展的研究,我们可以得出什么结论?
5. 从管理学引进到市场营销领域的概念有哪些?
6. 经济学对市场营销思想的发展有哪些重要贡献?
7. 心理学对市场营销思想的发展有哪些重要贡献?

【参考答案】

一、单项选择题

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