

市场营销习题集

陈广亮 编



3.5-44

中国商业出版社

(京)新登字 073 号

图书在版编目(CIP)数据

商贸系列教材习题集/满相忠,良言编. —北京:中国
商业出版社,1995.10

ISBN 7-5044-2967-8

I. 商… I. ①满… ②良… III. 商业经济-专业学校-
习题-教材 N. F7

中国版本图书馆 CIP 数据核字(95)第 14734 号

责任编辑:宋郑军 良 言

责任校对:刘满张

中国商业出版社出版发行

(100053 北京广安门内报国寺1号)

新华书店总店北京发行所经销

山东汶上新华印刷厂印刷

* * *

1995年10月第1版 1995年10月第1次印刷

787×1092毫米 32开 36印张 800千字

印数:1—5000套 定价:39.80元

* * *

(如有印装质量问题可更换)

编 审 说 明

为配合商贸系列教材的使用,帮助广大教师和学生教好与学好这些课程,华东财贸教材服务中心根据教材的教学要求,组织编写了《商贸系列教材习题集》。经审定,可与教材配套使用。

该套习题集由刘复国、满相忠主编,良言策划;本册由陈广亮编写。

由于水平有限,本书定有不足之处,欢迎广大读者批评指正,以便再版修订。

中华全国供销合作总社

人事教育部

一九九五年八月十日

目 录

第一章 绪论

一、概念题	(1)
二、填空题	(1)
三、判断题	(2)
四、选择题	(2)
五、问答题	(3)

第二章 市场与市场观念

一、概念题	(5)
二、填空题	(5)
三、判断题	(6)
四、辨析题	(7)
五、选择题	(8)
六、问答题	(9)

第三章 市场营销环境

一、概念题	(11)
二、填空题	(12)
三、判断题	(13)
四、辨析题	(14)
五、选择题	(15)
六、问答题	(15)

第四章 市场细分与目标市场选择

一、概念题.....	(17)
二、填空题.....	(17)
三、判断题.....	(18)
四、辨析题.....	(19)
五、选择题.....	(21)
六、问答题.....	(22)
七、案例题.....	(24)

第五章 消费者需求与购买研究

一、概念题.....	(27)
二、填空题.....	(27)
三、判断题.....	(29)
四、辨析题.....	(31)
五、选择题.....	(33)
六、问答题.....	(34)

第六章 商品策略

一、概念题.....	(36)
二、填空题.....	(37)
三、判断题.....	(39)
四、辨析题.....	(41)
五、选择题.....	(44)
六、问答题.....	(45)
七、案例题.....	(47)

第七章 订价策略

一、概念题.....	(50)
二、填空题.....	(51)
三、判断题.....	(52)

四、辨析题.....	(54)
五、选择题.....	(57)
六、问答题.....	(59)
七、案例题.....	(60)
第八章 分销渠道策略	
一、概念题.....	(64)
二、填空题.....	(65)
三、判断题.....	(66)
四、辨析题.....	(68)
五、选择题.....	(70)
六、问答题.....	(72)
七、案例题.....	(75)
第九章 促销策略	
一、概念题.....	(76)
二、填空题.....	(77)
三、判断题.....	(79)
四、辨析题.....	(81)
五、选择题.....	(83)
六、问答题.....	(85)
七、案例题.....	(87)
第十章 市场营销组合	
一、概念题.....	(92)
二、填空题.....	(92)
三、判断题.....	(93)
四、辨析题.....	(93)
五、选择题.....	(95)

六、问答题.....	(95)
第十一章 市场营销管理与控制	
一、概念题.....	(97)
二、填空题.....	(98)
三、判断题.....	(99)
四、辨析题	(101)
五、选择题	(102)
六、问答题	(104)
第十二章 国际市场开发	
一、概念题	(107)
二、填空题	(108)
三、判断题	(108)
四、辨析题	(109)
五、选择题	(110)
六、问答题	(111)

第一章 绪 论

一、概念题

1. 市场营销

2. 营销活动

3. 市场营销活动规律

二、填空题

1. 市场营销是_____的产物。

2. 一般认为,市场营销学是一门_____的应用学科。

3. 市场营销学作为一门独立学科,于 19 世纪末 20 世纪初产生于_____。它的发展大致经历了四个阶段,即:_____、_____、_____、_____。

4. 1912 年,美国哈佛大学_____教授写出了第一部以“市场营销学”命名的教科书,标志着市场营销学已经作为一门独立的学科登上了科学的舞台。

5. 第一部研究市场营销原理的著作是1923年_____著的《市场营销学原理》一书,较系统地论述了_____的职能和重要作用。

6. 1937年,美国市场营销学家与企业家共同组成了现在的美国市场营销学学会,简称_____。

7. _____的理论使市场营销学成为一门具有比较完整体系的学科。

8. 市场营销是专门研究_____及其_____的学科。

9. 市场营销学的结构体系可分为三大块,即_____、_____、_____。

三、判断题(对的划√,错的划×)

1. 市场营销学是一门综合的经营管理学科,也是一门边缘学科。()

2. 市场营销学以营销活动及其规律为研究对象,必然会涉及到市场供求矛盾。()

3. 市场营销学的全部内容的研究是以了解消费者的需求为起点,以满足消费者的需求为终点。()

4. 市场营销活动只受其内在规律的制约,并不受一般经济规律的制约。()

四、选择题(选择正确的答案填在括号内)

1. 在市场营销学的产生发展中,将市场营销理论与实业界相结合的阶段是()

A. 形成阶段

B. 成长阶段

C. 发展阶段

D. 现代化阶段

2. 将信息论、控制论和运筹学理论首先运用于市场营销

理论的人是()

A. 赫杰特齐

B. 依贝

C. 麦克塞

D. 科特勒

3. 市场营销学开始进入我国的时间是()

A. 1975 年

B. 1978 年

C. 1980 年

D. 1982 年

五、问答题.

1. 我国市场营销学的形成和发展经历了哪几个阶段?

2. 市场营销学研究的主要内容是什么?

3. 为什么要学习市场营销学？其研究方法主要有哪些？

第二章 市场与市场观念

一、概念题

1. 现货市场

2. 期货市场

3. 市场观念

4. 现代市场营销观念

二、填空题

1. _____是指一定时间、一定地点,进行商品交换的场所;_____是指一定经济范畴下社会交换供需关系中交换关系的总和。

2. 营销市场是由_____、_____和_____有机组成的总和。

3. 在现货市场中,无论是立即交货还是直接交货,都必须注意下列事项:①_____;②_____;③_____;④_____。

4. 对总体市场按不同的标志划分为多种类型的市场就是_____。

5. 对市场进行划分,按流通区域可划分为_____和_____;按经营商品的特点可划分为_____、_____、_____、_____和_____等;按商品流通环节可划分为_____和_____;按购买者的目的可划分为_____、_____和_____。

6. 西方市场观念的发展演变过程大体经历了五个阶段,即_____、_____、_____、_____、_____。

7. 新旧市场观念最根本的变化是以生产者为中心转变为以_____ ,这是市场营销学的一场重大变革。

三、判断题(对的划√,错的划×)

1. 没有生产力的发展,没有劳动分工的出现,没有交换的产生,就不会有市场的存在。 ()

2. 有支付能力的需求才是有意义的市场。 ()

3. 只要人口多,市场容量就会大。 ()

4. 存在买方和卖方,有可供交换的商品,是现实市场的基本条件。 ()

5. 市场是沟通生产和消费的桥梁,是商品供求双方发生

关系的场所。 ()

6. 在商品经济条件下,竞争只是在不同的国家、不同的时间存在。 ()

7. 现代市场是一个国际化的市场。 ()

8. 在人类社会产生初期,虽然还没有市场,但已有了市场观念。 ()

9. 西方市场观念中的生产观念是在买方市场条件下产生的。 ()

10. 西方市场观念中的推销观念是在卖方市场向买方市场过渡期间产生的。 ()

四、辨析题(判断正误,并说明理由)

1. 人口是构成市场的最基本条件。

2. 消费者需求并非是唯一的市场机会。

3. 市场营销观念的出现是企业经营思想的一次重大革命。

五、选择题(选择正确的答案填在括号内)

1. 在对市场进行划分时,以消费者为划分对象的是 ()

- A. 按流通区域划分
- B. 按经营商品的特点划分
- C. 按竞争程度划分
- D. 按购买者目的划分

2. 从市场营销学的角度看,一般被称之为无形市场的是 ()

- A. 狭义市场
- B. 广义市场
- C. 国际市场
- D. 国内市场

3. 以消费者需求为中心的市场观念是 ()

- A. 生产观念
- B. 推销观念
- C. 市场营销观念
- D. 社会营销观念

4. 把消费者利益、社会利益和企业利益结合起来的
市场观念是 ()

- A. 推销观念
- B. 市场营销观念
- C. 生态营销观念
- D. 社会营销观念

5. 我国市场观念中的以销定产,提出的年代是 ()

- A. 50年代
- B. 60年代
- C. 70年代
- D. 80年代

6. 以产定销奉行的是 ()

A. 生产观念

B. 推销观念

C. 市场营销观念

D. 社会营销观念

六、问答题

1. 如何理解市场概念？

2. 简述我国市场观念的发展过程。

3. 新旧市场观念有哪些区别？

4. 确立现代市场营销观念的意义和方法是什么？