

答案：危机公关策划

4. [2]2004年，杜邦公司被曝光其关键原料“特氟龙”可能会致癌，此时杜邦公司应该采取何种营销策划以帮助企业挽回声誉？

() 答案：危机公关策划

5. IBM 公司靠卓越来销售产品，靠IBM 最优的产品和服务而不靠贬低对手或他们的产品及服务来销售产品。这反映了IBM公司的

() 答案：经营道德

6. TCL公司在省会一级市场成立销售分公司，并在分公司本部及地级市二级市场设立经营部，承担当地TCL电视机的销售任务，在县级市和乡村等三四级市场按“每县一店，每镇一店”的方式建立专卖店，这属于哪种分销模式？() 答案：直供零售

7. [A]按照产品市场的地位，可以将产品分为形象产品、利润产品、上量产品和() 四种类型，进而给予适当定价，形成合理的产品价格结构。答案：进攻产品

8. [A]按照产品市场的地位，可以将产品分为形象产品、利润产品、上量产品和() 四种类型，进而给予适当定价，形成合理的产品价格结构。答案：进攻产品

9. [B]包装策划包括三大要素()、构图要素、材料要素。答案：外形要素

10. [B]标志着市场营销策划方法进入成熟期的是()。答案：信息支援型构想法的出现与普及

11. [C]采用现金折扣一般要考虑三个因素：①()；②给予折扣的时间限制；③付清全部货款的期限。是企业理念诉诸战略的行为方式。答案：折扣比例

12. [C]策划的对象有()。答案：以上都是

13. [C]策划的目的是()。答案：制定切实可行的执行方案

14. [C]策划的前提是()。答案：在于充分掌握市场信息

15. [C]策划的手段表现为()。答案：资源

的有效利用和合理配置

16. [C]策划的手段表现于()。答案：资源的有效利用和合理配置

17. [C]策划的手段是()。答案：有效利用和合理配置资源

18. [()] () 策划对象是企业运营过程中出现的问题，目的是提出具有可行性的解决方案。答案：营销诊断书

19. [C]策划人员应根据新情况随机应变，根据不断发展变化的主客观条件随时调整营销战略策略。这反映了策划人员的哪种能力？() 答案：自控和应变能力

20. [C]策划人员应根据新情况随机应变，根据不断发展变化的主客观条件随时调整营销战略和策略。这反映了策划人员的哪种能力？() 答案：自控和应变能力

21. [C]策划书的名称、被策划的客户、策划机构或策划人的名称、策划完成日期及本策划适用时间段和编号等信息应在营销策划书中的哪一部分中提供？() 答案：封面

22. [C]产品策划的首要任务是() 答案：制定策划目标

23. [C]产品策划的要素主要包括市场分析、()、产品营销、售后服务。答案：产品

24. [C]创意的衡量主要包括三个方面：创新性、影响力、() 答案：持续性

25. [C]创意的特征不包括()。答案：丰富的持续性

26. [C]创意的特征不包括()。答案：丰富的复制性

27. [C]创意效果按照内容划分应该包括：经济效果、社会效果和() 答案：心理效果

28. [C]创意效果评价的方法不包括()。答案：创意营销效果的评价

29. [C]创造性思维是指()。答案：个体面对具体问题能够异于他人提出新颖而有效解决问题方案的各种思维形式和方法

30. [C]从策划对象本身的功能上寻找突破口，即增加或减少产品功能，如申请专利发明等。这属于哪一种策划技巧？答案：物质性创新

31. [C]从策划对象的信息承载形式和内容入手的品牌战略或概念炒作属于以下哪一种策划技巧？() 答案：信息性创新

32. [C]从产品或服务的价格和利益上做文章，明增价暗降价和明降价暗增价，如“黄金周”推出的各种折扣促销活动。这属于哪一种策划技巧？答案：利益性创新

33. [C]从某种意义上说，()是营销策划的灵魂。答案：创意

34. [C]从企业层面来看，市场营销策划经历了4个发展阶段，其中市场营销策划的成长期是答案：团队型构想法

35. [D]大数据营销最重要的是()。答案：创意

36. [D]当产品供不应求、成本上升，企业品牌声誉较高且对市场具有一定程度的控制能力时，企业可采用的价格调整策划方式是()。答案：发动提价

37. [D]当产品供不应求、成本上升，企业品牌声誉较高且对市场具有一定程度的控制能力时，企业可采用的价格调整策划方式是()。答案：发动提价

38. [D]当企业生产能力过剩，无法通过产品改良和促销等手段扩大销售，且外部竞争加剧时，企业可采用的价格调整策划方式是()。答案：相应降价

39. [D]德尔菲法是20世纪60年代由美国兰德公司首创和使用的一种策划方法，是()。答案：预测法

40. [“ ”] “迪士尼给人类提供最好的娱乐方式，我们想要一个有意义的公园，一个使家庭团聚的地方，”这反映了企业的什么理念？() 答案：经营方针

41. [D]迪斯尼给人类提供最好的娱乐方式，我们想要一个有意义的公园，一个使家庭团聚的

国开电大 2025《11321 市场营销策划

(本)》期末考试题库小抄(按字母排版)

总题量 (890):单选题(239)多选题(212)判断题(355)主观题(84)

单选题(239)微信号: zydz_9527

1. [1]1998年，新飞研制出无氟节能冰箱。在其他厂家跟进之时，新飞又引进了全面杀菌技术，推出具备超级节能和全面杀菌功能的“双冠王”系列冰箱。这属于哪种战略策划？

() 答案：差异化战略

2. [2]2000年德国世界杯，王老吉以“不怕上火的世界杯”为主题进行营销策划，在世界杯饮料大战中“火”了一把。这属于以下哪种营销策划方式？() 答案：事件营销

3. [2]2004年，杜邦公司被曝光其关键原料“特氟龙”可能会致癌，此时杜邦公司应该采取何种营销策划以帮企业挽回声誉？()

- 地方。这表明了迪斯尼的（ ）。答案：经营方向
42. [D] 迪斯尼给人类提供最好的娱乐方式，我们想要一个有意义的公园，一个使家庭团聚的地方，这反映了企业的（ ）理念。答案：经营思想
43. [D] 定价策划的要素不包括（ ）。答案：收益要素
44. [D] 定价策划一般包含（ ）、价格结构策划、价格体系策划、价格调整策划。答案：终端价格策划
45. [D] 对收集资料加以分析归纳和整理，从中找出广告的诉求点，然后再进一步找出最能吸引消费者的地方，形成比较清晰的基本概念是广告创意策划的（ ）。答案：灵感酝酿阶段
46. [D] 对于策划创意活动来说，逆向思维法的最大作用就在于它可以（ ）。答案：激发创新思想
47. [F] 分销渠道策划的内容包括渠道制度策划、渠道招商策划、分销模式策划、（ ）。答案：分销布局策划
48. [F] 分销渠道的高级目标是（ ）。答案：市场最大化
49. [F] 分销渠道的目标包括基本目标、二级目标和（ ）。答案：高级目标
50. [F] 服务策划主要包括如下要素：服务环境、服务对象、服务内容和（ ）。答案：服务质量
51. [G] 个体面对具体问题，能够异于他人提出新颖而有效解决问题方案的各种思维形式和方法。这属于哪种思维方式？（ ）答案：创造性思维
52. [G] 广告市场调查的内容主要包括：市场环境调查、广告主基本情况调查、（ ）和广告产品调查四个方面。答案：消费者情况调查
53. [G] 广告市场调查的内容主要包括：市场环境调查、广告主基本情况、（ ）和广告产品调查四个方面。答案：消费者情况调查
54. [H] 海底捞在继承川渝餐饮文化原有的“麻、辣、鲜、香、嫩、脆”等特色的基础上，不断创新，以独特、纯正、鲜美的口味和营养健康的菜品赢得了顾客的一致推崇，并在众多的顾客心目中留下了“好火锅自己会说话的良好口碑。这属于哪种战略策划？（ ）答案：差异化战略
55. [H] 合同正文谈判不涉及（ ）答案：附件
56. [J] 将某一领域的原理、方法、技术或构思移植到另一领域而形成新事物的方法属于以下哪一种市场营销策划创意方法？答案：移植参合法
57. [J] 将世界看成一个大市场，为了企业的整体目标，集中组织资源，开发国内与国际营销机会的过程。这种营销属于（ ）。答案：标准化
58. [J] 借助知名品牌的影响力进入市场，托起不知名品牌的策略属于以下哪种品牌策略？答案：联合品牌策略
59. [K] （ ）决定着产品是否能够实现销售的价格，是最主要的价格，是产品定价策划的基础。答案：终端价格
60. [K] 可持续发展的核心在于（ ）答案：公平性
61. [K] （ ）可以为整个营销策划书的实施效果评价提供依据。答案：量化销售目标
62. [K] 控制价格升级的途径有（ ）。答案：降低关税
63. [L] 两分法就是将一份完整的市场营销策划书分为（ ）和策划书正文两部分，然后逐一撰写。答案：场状况分析
64. [L] 绿色产品促销包括推行绿色广告、绿色公共关系、绿色人员推销与（ ）。答案：绿色营业推广
65. [L] 绿色营销包括引进绿色技术、实施绿色设计、生产绿色产品、（ ）、实施绿色营销组合，加强绿色营销管理等方面。答案：引导绿色消费
66. [L] 绿色营销策划是建立在（ ）、绿色市场和绿色经济基础上的、对人类的生态关注给予回应的营销活动。答案：绿色技术
67. [L] 绿色营销的核心是（ ）。答案：提倡绿色消费意识
68. [M] 麦斯威尔咖啡的“滴滴香浓，意犹未尽”，这属于以下哪一种产品定位方式？（ ）答案：品质定位
69. [M] 密集式增长的基本思路是？答案：开发潜伏在现有市场和现有产品类别中的市场机会
70. [M] 名称、（ ）、标准字、标准色是企业识别整体传播系统中的枢纽和核心要素。答案：标志
71. [M] 某公司的策划人员提出一项策划书，在评审会上的整个陈述过程中逻辑严密，滴水不漏。但评审主席却建议将该策划书搁置。经多方了解发现，这位主席直到评审的当天才看到策划书，而其他人早就拿到策划书了，因此主席极其不满。该策划方案在推介过程中，出现的问题表现为（ ）。答案：事前协调不当
72. [M] 某公司拟订了一项新市场开发策划案。在评审会上推出策划案时，简报上所使用的说明有很多公司、图表和数字。策划小组的成员认为这是很容易理解的，但听众和评审委员绝大部分人根本不懂这些东西。该策划方案在推介过程中，出现的问题表现为（ ）答案：未能把握决策者的水平
73. [M] 某时装公司将原定价为800元/套的西服销售给某百货公司10套，双方约定，百货公司在10天内付清货款，时装公司将按照九折收款；如果百货公司在10天以后20天内付清货款，时装公司将按照九五折收款；如果百货公司超过一个月付款，则需向时装公司全额付款。这属于哪种折扣方式？（ ）答案：现金折扣
74. [M] 某时装公司将原定价为800元/套的西服销售给某百货公司10套，双方约定，百货公司在10天内付清货款，时装公司将按照九折收款；如果百货公司在10天以后30天内付清货款，时装公司将按照九八折收款；如果百货公司超过一个月付款，则需向时装公司全额付款。这属于哪种折扣方式？（ ）答案：现金折扣
75. [M] 某时装公司将原定价为800元/套的西服销售给某百货公司10套，双方约定，百货公司在10天内付清货款，时装公司将按照九折收款；如果百货公司在10天以后30天内付清货款，时装公司将按照九五折收款；如果百货公司超过一个月付款，则需向时装公司全额付款。这属于哪种折扣方式？（ ）答案：现金折扣
76. [N] 内部传播的媒介形式有（ ）、企业内部公关或CIS刊物、视听教育用具、宣传海报和例行会议、讲座及仪式等。答案：广告说明书
77. [N] 你和供应商因所供应商品发生了争执。按你公司的观点，从对方的月报表上来看，供货条件有明显错误。此时你该：答案：停付全部货款
78. [N] 你是一位投影仪销售代理人，应邀去当地一家学校商谈购机问题。学校工作人员表示想买一台目录价为22 000元的机器，只是学校拨给的购机费只有17550元。你是：答案：建议对方改买价格比较便宜的型号
79. [N] 你想出售自己的汽车，并得知卖得好的话能够到手24万元，于是想去登广告。某人知道这一消息以后，找上门表示愿意出价6万并付现金购买。此时你将：答案：再讨价
80. [N] 你想买辆旧货车，于是向车主问价。那女子告诉你，她的男朋友说了，起码得卖3万。看样子，他不大情愿对价钱做出让步。你是答案：要求和她的男朋友面谈
81. [N] 你与北京一家CD-ROM出版商进行谈判。对方提出想买下你的“管理教育丛书”出版权，只答应付给版权税50 000元，合同签字时预付一半，其余一半在交稿时付清，而不同意你

所要求的80 000元（付款办法相同）。你是：
答案：提出一个改头换面的建议

82. [N]年度营销策划书的策划对象是：

（ ）**答案：企业下一年的营销工作规划**

83. [P]飘柔突出“头发更飘，更柔顺”；潘婷强调“拥有健康，当然亮泽”；伊卡璐诉求“草本精华”。这属于品牌的哪种价值定位选择方法？（ ）**答案：功能性价值**

84. [Q]企业产品策划的首要任务是（ ）。**答案：制定产品策划的目标**

85. [Q]企业产品定位的基本策略包括（ ）**答案：实体定位策略、观念定位策略**

86. [Q]企业产品组合中所包含的产品项目的总数是？**答案：产品组合的长度**

87. [Q]企业发动降价策划的最主要的原因是什么？（ ）**答案：企业急需回笼大量资金**

88. [Q]企业发动提价策划的最主要的原因是什么？**答案：产品供过于求**

89. [Q]企业几乎所有的产品在包装款式、颜色、图案等都采用统一的包装风格的包装策略是（ ）。**答案：类似包装策略**

90. [Q]企业几乎所有的产品在包装款式、颜色、图案等方面都采用统一的包装风格，给消费者以视觉的冲击，激发消费者购买是属于以下哪种包装策略？**答案：类似包装策略**

91. [Q]企业几乎所有的产品在包装款式、颜色、图案等方面都采用统一的包装风格，给消费者以视觉的冲击，激发消费者购买。这种策略属于以下哪种包装策略？（ ）**答案：类似包装策略**

92. [Q]企业几乎所有的产品在包装款式、颜色、图案等方面都采用统一的风格，给消费者以视觉的冲击，激发消费者购买，其属于以下哪种包装策略？（ ）**答案：类似包装策略**

93. [Q]企业几乎所有的产品在包装款式、颜色、图案等方面都采用统一的包装风格，给消费者以视觉的冲击，激发消费者购买。这种策

略属于以下哪种包装策略？**答案：类似包装策略**

94. [Q]企业将经营活动集中于某一特定的购买群体、产品线的某一部分或某一地域性市场，通过为这个小市场的购买者提供比竞争对手更好、更有效的服务来建立竞争优势的一种战略。这属于哪一种战略策划？（ ）**答案：集中化战略**

95. [Q]企业将新产品投放市场时，将价格定得较低，使新产品以物美价廉的形象吸引消费者，占领市场，以谋取远期稳定利润。这种定价策略是（ ）。**答案：渗透定价**

96. [Q]企业经营道德以“自愿、（ ）、诚实、信用”为基本准则。**答案：公平**

97. [Q]企业生产经营活动的指导思想和基本原则是（ ）。**答案：经营思想**

98. [Q]企业识别系统的基本要素中，企业名称、（ ）、标准字体、标准色是企业识别整体传播系统中的枢纽和核心要素。**答案：品牌标志**

99. [Q]企业形象策划是一个系统工程，通常包含企业理念识别系统策划、企业行为识别系统策划和（ ）。**答案：企业视觉识别系统策划**

100. [Q]企业形象策划在诸方面表现的统一和形象传播上的整合就是企业形象策划的（ ）原则。**答案：统一性**

101. [Q]企业形象的形成取决于（ ）、公众态度和公众舆论。**答案：公众印象**

102. [Q]企业以大大高于成本的价格将新产品投入市场，以便在产品生命周期的最初阶段获取高额利润，尽快收回成本的定价策略是（ ）。**答案：撇脂定价策略**

103. [Q]企业以大大高于成本的价格将新产品投入市场，以便在产品生命周期的最初阶段获取高额利润，尽快收回成本的定价策略是（ ）。**答案：撇脂定价策略**

104. [Q]企业以高档产品进入市场后逐渐增加

一些较低档的产品属于以下哪种品牌策划方式？**答案：向下延伸**

105. [Q]企业以高档产品进入市场后逐渐增加一些较低档的产品属于以下哪种品牌策划方式？（ ）**答案：向下延伸**

106. [Q]企业营销组合中最基本、最核心的因素是？**答案：产品**

107. [Q]企业责任具有复合属性，它可划分为（ ）、社会责任和法律责任。**答案：经济责任**

108. [Q]企业战略定位策划最基本的命题是（ ）。**答案：企业的产业领域定位策划**

109. [Q]企业战略定位的内容不包括（ ）。**答案：企业的创新模式策划**

110. [Q]企业战略定位具体涉及内容不包括（ ）。**答案：企业的创新模式策划**

111. [Q]企业战略定位内容不包括（ ）**答案：企业的创新模式策划**

112. [“ ” “乔依” 香水是世界上最贵的香水”。这属于以下哪一种产品定位方式？（ ）**答案：价格定位**

113. [Q]雀巢咖啡声称“味道好极了”。这属于以下哪一种产品定位方式？（ ）**答案：品质定位**

114. [R]人们从智能相机（“傻瓜相机”）的启发，正试图研制出全智能操作的傻瓜电脑、傻瓜汽车。这属于哪种模仿创造的方法？（ ）**答案：功能性模仿创造**

115. [R]人们根据事物本身的发展过程进行深入的分析和研究是（ ）。**答案：垂直思维**

116. [R]人们受智能相机（“傻瓜相机”）的启发，试图研制出全智能操作的“傻瓜汽车”，这种活动属于（ ）。**答案：功能性模仿创造**

117. [R]人们受智能相机（“傻瓜相机”）的启发，正试图研制出全智能操作的傻瓜电脑、傻瓜汽车，这属于哪种模仿创造的方法？**答案：功能性模仿创造**

118. [R]人们受智能相机（“傻瓜相机”）的启发，正试图研制出全智能操作的像电脑、傻瓜汽车。这属于哪种模仿创造的方法？（ ）**答案：功能性模仿创造**

119. [R]人是策划的主体，如何发挥人的优势需要策划，主要包括（ ）。**答案：以上皆是**

120. [“ ” “人头马一开，好运自然来”。这属于以下哪一种产品定位方式？（ ）**答案：心理定位**

121. [R]如果对方拒绝自己的建议，你将**答案：要求对方提出建议**

122. 商务谈判的中心环节指的是（ ）**答案：磋商阶段**

123. 商务谈判是（ ）的一种**答案：经济谈判**

124. [S]实施产品标准化策略的前提是（ ）。**答案：市场全球化**

125. [S]使用文案调查法得到是？**答案：二手资料**

126. [S]市场定位指的是？**答案：企业根据消费者对某产品的重视程度，给本企业产品规定的市场地位**

127. [S]市场营销策划必须有依据情况变化而相机变化的弹性。这就是市场营销策划的（ ）原则：**答案：权变性**

128. [S]市场营销策划的步骤是：①明确策划问题；②市场调研和预测；③确定策划目标；④制定营销策略组合；⑤撰写营销策划方案。请选择正确的排序（ ）。**答案：①②③④⑤**

129. [S]市场营销策划的关键是成功的创意，以下哪个是衡量创意的标准？**答案：持续性**

130. [S]市场营销策划的目的是（ ）**答案：制定切实可行的执行方案**

131. [S]市场营销策划的内容包括①明确策划问题；②制定营销策略组合；③市场调研和市场预测；④撰写营销策划方案⑤确定策划目标。请选择正确的排序（ ）。**答案：①③⑤②④**

132. [S]市场营销策划的前提是（ ）。**答案：掌握市场信息**

133. [S]市场营销策划的前提是（ ）。答案：充分掌握市场信息

134. [S]市场营销策划的实施有5种模式，其中增长式模式的主要缺点是：（ ）。答案：耗费人力、物力、财力

135. [S]市场营销策划的手段表现在（ ）。答案：资源的有效利用和合理配置

136. [S]市场营销策划的手段是（ ）。答案：资源的有效利用和合理配置

137. [S]市场营销策划的原则不包括（ ）。答案：可行性、服务性

138. [S]市场营销策划的主体不包括（ ）。答案：服务

139. [S]市场营销策划对象主要是（ ）。答案：公司尚未推出的产品、服务、产品线或品牌

140. [“]“市场营销策划方案应具有可操作性和易操作性”是指市场营销策划应遵循（ ）原则。答案：可行性

141. [S]市场营销策划方案在实际中应具有可操作性和易操作性是指市场营销策划具有（ ）。答案：可行性

142. [S]市场营销策划人员的知识素质要求包括（ ）。答案：营销理论知识

143. [S]市场营销策划书的简要提纲是（ ）。答案：目录

144. [S]市场营销策划书的推介的主要步骤不包括（ ）。答案：语言技巧

145. [S]市场营销策划原则不包括（ ）。答案：可行性、服务性

146. [S]市场营销策划组织机构形式包括“家族型”策划组织机构、“智囊团型”策划组织机构、（ ）三种。答案：混合型

147. [S]市场营销（ ）是市场营销策划中其他设计的前提。答案：理念设计

148. [S]市场营销战略的特征不包括（ ）。答案：盈利性

149. [S]市场营销战略环境中市场特性不包括（ ）。答案：市场规模

150. [S]市场营销战略类型包括（ ）。答案：以上皆是

151. [（]（ ）是导入企业形象系统的最佳时机。答案：企业开业

152. [（]（ ）是规模相当大的、成本低、毛利低、销售量大的自我服务的经营机构，其目的是满足顾客对食品和家庭日用品的全部需要。答案：超级市场

153. [（]（ ）是企业根据总成本和预期销售量确定一个目标收益率，以此作为产品定价的标准。答案：目标收益定价法

154. [（]（ ）是企业理念诉诸战略的行为方式。答案：行为识别系统

155. [（]（ ）是企业形象鲜明、富有特色、有魅力的表现，是企业实施差别化战略所追求的目标。答案：独树一帜

156. [（]（ ）是一个与市场营销相互作用的系统，它利用一种或多种广告媒体，对各个地区的交易及可衡量的反映施加影响。答案：直复市场营销

157. [（]（ ）是影响生产企业、中间商、最终消费者和产品市场前途的重要因素。答案：价格

158. [S]受许方向特许方购买了特许经营权的同时，也购买了在一个地区内再建若干家分店的特许权，这属于哪种特许方式？答案：区域开发特许经营

159. [“]“思念”饺子在节日前后的产品销量占其全年销量的一半以上。这属于以下哪种营销策划方式？（ ）答案：节日营销

160. [T]提高想象力的主要途径不包括（ ）。答案：提升想象的思维

161. [T]提炼和规划品牌核心价值不包括（ ）。答案：战略性价值

162. [T]体式策划包括点式策划、（ ）和面式策划三种形式。答案：线式策划

163. [T]体式策划包括（ ）、线式策划和面式策划三种形式。答案：点式策划

164. [T]通过对已知事物的认知而联想到未知事物，并根据已知事物的属性去推测未知事物也有类似属性的方法是属于以下哪一种市场营销策划创意方法？答案：联想类比法

165. [T]通过有效途径，使企业的总成本低于竞争对手的成本，以获得同行业平均水平以上的利润。这属于哪一种战略策划？（ ）答案：成本领先战略

166. [W]王老吉的世界杯营销是属于以下哪一种营销方式？答案：事件营销

167. [W]王老吉的世界杯营销属于以下哪一种营销方式？（ ）答案：事件营销

168. [W]为方便顾客夏天及时洗衣服，海尔集团推出了“小小神童”洗衣机，这种做法是？答案：产品开发

169. [W]为了让使用者在使用时适合正常的运动特性，产品设计需要体现出？答案：人体工程学原则

170. [“]“五谷道场”打出“非油炸，更健康”的口号。这属于以下哪一种定位方式？（ ）答案：是非定位

171. [X]习惯性创意思的培养途径有（ ）。答案：开发右脑

172. [X]下一年度分析与预测包括（ ）答案：以上皆是

173. [X]新产品概念策划的具体内容包括：①信息准备；②创意想象；③概念汇总与筛选；④概念接受度测试。请选择正确的排序（ ）答案：①②③④

174. [X]新产品概念策划的具体内容包括①信息准备；②创意想象；③概念汇总；④概念筛选；⑤概念接受度测试。请选择正确的排序（ ）答案：①②③④⑤

175. [X]新产品概念的策划步骤具体包括①信息准备；②创意想象；③概念汇总与筛选；④概念接受度测试。请选择正确的排序（ ）答案：①②③④

176. [X]星巴克让消费者感受到家的感觉，

这属于哪种营销方式？（ ）。答案：体验营销

177. [X]星巴克让消费者感受到家的感觉，这是属于哪种营销方式？（ ）答案：体验营销

178. [X]许多冰箱生产厂家近年来高举“环保”、“健康”旗帜，纷纷推出无氟冰箱。它们所奉行的市场营销管理哲学是？答案：D. 社会市场营销观念

179. [Y]一家保险公司想请你为他们办一期脱产销售培训班。谈判时，他们觉得你所报总费用太多，要求你削减一些。话中暗示，要是费用降不下去，只好不办班了，连后续的三期也不打算办了。你是：答案：告诉对方，你办的培训班一向以成绩卓著著称，其高层人士经过培训后必可为企业带来重大效益，所以所报费用绝不能减

180. [Y]以市场营销目的的划分，市场营销战略类型包括（ ）。答案：以上皆是

181. [Y]以下（ ）不属于需求导向定价法。答案：拍卖式定价法

182. [Y]以下哪一项不是构成倾销的条件？（ ）答案：排挤竞争对手或者独占市场

183. [Y]以下哪一项不是构成倾销的条件？（ ）答案：排挤竞争对手或者独占市场

184. [Y]以下哪一项不属于产品策划的要素？（ ）答案：价格定位

185. [Y]以下哪一项不属于常见的公关促销策划方式？（ ）答案：事件公关策划

186. [Y]以下哪一项不属于创意效果评定的内容？答案：管理效果

187. [Y]以下哪一项不属于促销人员组织需要考虑的内容？（ ）答案：促销人员的激励

188. [Y]以下哪一项不属于服务策划的策略？（ ）答案：服务绿色化策略

189. [Y]以下哪一项不属于广告预算的内容？（ ）答案：新产品开发费用

190. [Y]以下哪一项不属于零售业态策划？（ ）答案：电话营销策划

191. [Y]以下哪一项不属于市场营销策划的策划

技巧？（）答案：管理创新

192. [Y] 以下哪一项不属于市场营销策划的技巧？（）答案：管理创新

193. [Y] 以下哪一项不属于售业态策划？（）答案：电话营销策划

194. [Y] 以下哪一项不属于网络营销？（）答案：网上招标

195. [Y] 以下哪一项不属于营销策划经费预算的内容？答案：材料损耗费

196. [Y] 以下哪一项不属于营销策划书正文的内容？（）答案：概要

197. [Y] 以下哪一项不属于营销诊断书的结构？（）答案：概要

198. [Y] 以下哪一项不属于自销模式策划的形式？答案：多家经销

199. [Y] 以下哪一项不属于组织促销人员需要考虑的内容？（）答案：促销人员的激励

200. [Y] 以下哪一项属于市场营销调研中不可控的调研因素？（）答案：宏观环境调研

201. [Y] 以下哪一种不属于服务策划的策略？（）答案：服务绿色化策略

202. [Y] 以下哪一种不属于竞争导向定价法？（）答案：需求导向定价法

203. [Y] 以下哪一种不属于需求导向定价法？（）答案：拍卖式定价法

204. [Y] 以下哪一种不属于直复营销方式？答案：绿色营销

205. [Y] 以下哪一种商品不适合便利店的商品结构？（）答案：家用电器

206. [Y] 以下哪一种是不适合便利店的商品品类？（）答案：家用电器

207. [Y] 以下哪一种是属于不适合便利店的商品结构？（）答案：家用电器

208. [Y] 以下哪种策略能够最近距离的接近客户，把握顾客需求动态，第一时间对消费者需求做出反应？答案：以顾客为中心策略

209. [Y] 以下哪种国际市场进入方式的风险最大？（）答案：直接投资

210. [Y] 以下哪种属于统一品牌策略？

（）答案：企业生产的产品统一使用一个品牌

211. [Y] 以下哪种属于统一品牌策略？答案：企业生产的产品统一使用一个品牌

212. [Y] 以下哪种属于统一品牌策略？（）答案：企业生产的产品统一使用一个品牌

213. [Y] 以下哪个不是企业视觉识别系统的基本要素？（）答案：产品价格

214. [Y] 以消费者满意为中心的理念的营销策划活动表现为（）。答案：以消费者需求为中心研究和设计产品

215. [Y] 以消费者满意为中心的理念指导下的营销策划活动表现为：（）答案：以消费者需求为中心研究和设计产品

216. 一般来说，（）适用于那些交易条件比较规范、明确，谈判双方比较了解的谈判。答案：书面谈判

217. [Y] 营销策划的功能主要表现在（）。答案：整合资源、指导实战、规避风险

218. [Y] 营销策划的灵魂是（）答案：创意

219. [Y] 营销策划方案的书面表达形式包括营销策划案和（）。答案：营销企划书

220. [Y] 营销策划书的策划对象是（）。答案：公司尚未推出的产品、服务、产品线或品牌

221. [Y] 营销策划书的基本结构中涵盖了策划书主体内容和要点的是答案：目录

222. [Y] 营销经费预算遵循的基本原则不包括（）。答案：管理性原则

223. [Y] 营销诊断书的核心部分是（）答案：完善措施

224. [Y] 营销诊断书的核心部分是（）。答案：完善措施

225. [Y] 有位才华横溢的年轻女演员想在电视台的黄金时间的节目中露露脸。此时，她遇见了一位电视剧制片人，那人答应让她在一

部侦探片里担任主角，但对她来说，不出名的演员不能拿最高级的演出费，但如果她愿意“廉价”出演，则片子一上电视，她马上就能出名。那以后再参加演出，片酬就会“车载斗量”了。你看她是该：答案：既然叫当主角就得拿主角的价码

226. [Y] 运用最广泛的培训方法，费用低，并能增加受训人员的实用知识的培训方法是（）。答案：课堂培训法

227. [Z] 在波士顿矩阵图中，为企业其他业务单位的发展提供资金支持的是？答案：现金牛类业务单位

228. [Z] 在节能冰箱风行之时，新飞引进了全面杀菌技术，并推出具备超级节能和全面杀菌功能的“双冠王”系列冰箱。这属于哪一种战略策划？答案：差异化战略

229. [Z] 在节日期间，传授与节日相关的知识，把知识、教育和娱乐融为一体，使节日消费群体感受到一种关怀，以吸引顾客，建立品牌忠诚度是（）。答案：传授知识策略

230. [Z] 在节日期间，传授与节日相关的知识，把知识、教育和娱乐融为一体，使节日消费群体感受到一种关怀，以吸引顾客，建立品牌忠诚度。这就是（）。答案：传授知识策略

231. [Z] 在企业市场营销组合策略中，网上销售属于？答案：分销策略

232. [Z] 在市场营销策划过程中，（）是策划的主体答案：人

233. [Z] 赞助公关策划需要坚持的原则有（）。答案：以上皆是

234. [Z] 找出事物发展的线索或规律，再根据以前的资料及目前的情况预测其发展趋势，然后根据预测的结果进行策划是（）。答案：预测法

235. [Z] 中国联通提出“让一切自由联通”，这反映了企业的什么理念？（）答案：经营方针

236. [Z] 中国市场营销策划业的发展不包括（）。答案：营销策划更专业化，更注重实效性

237. [Z] 中国市场营销策划业的发展现状及问题不包括（）。答案：营销策划缺乏专业化、实效性

238. [Z] 专门经营或授权经营制造商品牌，适应消费者对品牌选择需求和中间商品牌的零售业态。这种零售业态属于（）答案：仓储式商场

239. [“] “作中国人自己的搜索引擎，最大的中文搜索引擎”。这反映了企业的什么理念？（）答案：经营方针

多选题(212) 微信号：zydz_9527

1. CIS策划主要包含以下几个子系统答案：企业理念识别系统;企业视觉识别系统;企业行为识别系统

2. CIS导入的效果评估可从哪些方面进行？（）答案：企业内部;外部环境;营运业绩;目标检讨

3. CIS导入的效果评估可从哪些方面进行？（）答案：企业内部;外部环境;营运业绩;目标检讨

4. CIS 导入的效果评估可哪些方面进行？答案：企业内部;外部环境;营运业绩

5. CIS导入的效果评估可以从答案：企业内部;企业外部;营运业绩;目标检讨

6. CIS效果一般从哪几方面进行评估？（）答案：企业内部;企业外部;营运业绩;目标检讨

7. CIS效果一般从哪几方面进行评估？（）答案：企业内部;外部环境;营运业绩;目标检讨

8. E-mail营销的基本因素包括（）。答案：电子邮件传递信息;信息对用户有价值;用户许可

9. E-mail营销的三个基本因素包括（）。答案：用户许可;电子邮件传递信息;信息对用户有价值

10. [A] 按市场营销目的划分，市场营销战略类型包括？答案：以盈利为目的的战略;以竞争为目的的战略;以市场拓展为目的的战略

11. [A] 按特许权授予方式不同, 可以将特许连锁

- 分为哪些类型?() 答案: 一般特许;委托特许;复合特许经营
12. [A]按特许权授予方式不同,可以将特许连锁分为哪些类型? () 答案: 一般特许;委托特许;区域开发特许经营;复合特许经营
13. [A]按特许权授予方式不同,可以将特许连锁分为哪些类型 () 答案: 一般特许;委托特许;复合特许经营
14. [A]按照策划活动承担者归属不同,市场营销策划可以分为以下几类 ()。答案: 内部自行策划;委托外部策划;内外协作策划
15. [A]按照企业市场营销策划的目标不同,市场营销策划可以分为以下哪几类? () 答案: 市场营销战略策划;市场营销战术策划
16. [B]包装策划包括以下 () 要素。答案: 外形要素;构图要素;材料要素
17. [B]包装策划的策略包括 ()。答案: 组合包装策略;类似包装策略;等级包装策略;再使用包装策略
18. [B]包装策划的策略有 ()。答案: 组合包装策略;类似包装策略;再使用包装策略;等级包装策略
19. [B]包装策划主要 () 要素答案: 外形要素;构图要素;材料要素
20. [B]比较常见的观念定位有 ()。答案: 心理定位;逆向定位;观念转换定位
21. [B]比较常见的节日营销策略包括 ()。答案: 折价策略;超前策略;造势策略;公共关系策略
22. [B]比较常见的结算政策包括 () 答案: 预付货款政策;现款提货政策;授信额度政策;赊销政策
23. [C]采用撇脂定价策略需要具备下列哪些条件: () 答案: 有充足的市场需求量;需求弹性小;小规模的生产成本下仍有充足利润;高价短期内不会吸引更多竞争者
24. [C]产品策划的目标是最大限度地实现企业的社会价值和产品的市场价值,具体内容包括? 答案: 提高市场占有率;实现利润最大化;超越竞争对手
25. [C]产品策划的内容包括 ()。答案: 新产品策划;包装策划;服务策划
26. [C]产品策划的内容包括: () 答案: 新产品策划;品牌策划;包装策划;服务策划
27. [C]产品策划的任务是: 答案: 确定目标;确定企业产品营销的全方位定位;确定产品市场定位;确定实现产品营销的全方位定位
28. [C]产品策划的任务是: () 答案: 确定目标;确定企业产品营销的全方位定位;确定产品市场定位;确定实现产品营销的全方位定位
29. [C]产品策划的任务是通过 () 来实现的。答案: 确定目标;确定企业产品营销的全方位定位;确定产品市场定位;确定实现产品营销的全方位定位
30. [C]产品策划的要素包括答案: 市场分析;产品定位;产品营销;售后服务
31. [C]常见的新产品定价策略主要有 () 答案: 撇脂定价策略;渗透定价策略;温和定价策略;限制进入定价策略
32. [C]常见的新产品定价策略主要有 () 答案: 撇脂定价策略;渗透定价策略;温和定价策略
33. [C]常见的直复营销方式包括: () 答案: 电话营销;直邮营销;目录营销;电视营销
34. [C]成本导向定价法主要有以下几种 ()。答案: 成本加成定价法;目标收益定价法;收支平衡定价法
35. [C]创意的激发途径包括 () 答案: 培养创新意识,克服惰性思维;突破思维定势,训练发散思维;寻求诱发灵感的契机,提高想象力;走出熟悉的领域
36. [C]创意的激发途径包括 () 答案: 培养创新意识,克服惰性思维;突破思维定势,训练发散思维;寻求诱发灵感的契机,提高想象力
37. [C]创意的形式包括 ()。答案: 直观思维和逆向思维;形象思维与抽象思维;联系思维与倾向思维;垂直思维和水平思维
38. [C]创意可以从哪些方面来衡量 ()。答案: 创新性;持续性;影响力
39. [C]创意效果评定的方法按照创意效果的内容包括 ()。答案: 创意经济效果的评定;创意社会效果的评定;创意心理效果的评定
40. [C]创意效果评定的方法包括 () 答案: 创意经济效果的评定;创意社会效果的评定;创意心理效果的评定
41. [C]创意效果评定的原则有 () 答案: 目标性原则;可靠性原则;经济性原则;综合性原则
42. [C]创意效果评价的原则包括 ()。答案: 综合性原则;目标性原则;可靠性原则;经济性原则
43. [C]创意作为一种辩证性思维,具有不同于其他思维的特征,具体包括 ()。答案: 积极的求异性;睿智的灵感;敏锐的洞察力;丰富的想象力
44. [C]促销人员的激励方式包括 ()。答案: 环境激励;物质激励;目标激励;精神激励
45. [C]促销人员的培训方法主要有 () 答案: 课堂培训法;会议培训法;模拟培训法;实地培训法
46. [C]促销人员的培训方法主要包括: () 答案: 课堂培训法;会议培训法;模拟培训法;实地培训法
47. [C]促销人员的组织结构主要有? 答案: 产品型组织结构;市场型组织结构;客户型组织结构
48. [C]促销人员的组织需要考虑的内容包括 ()。答案: 促销人员在不同销售区域的配置;促销人员的组织类型;促销人员数量的确定
49. [C]促销人员组织需要考虑的内容包括 () 答案: 促销人员在不同销售区域的配置;促销人员的组织类型;促销人员数量的确定
50. [D]大数据区别于传统数据的基本特性是? 答案: 数据规模大;数据类型多样性;数据处理快速化;价值密度低
51. [D]大数据营销的步骤包括 () 答案: 采集和处理数据;建模分析数据;解读数据和应用
52. [D]大数据营销的特点有 ()。答案: 多平台;时效性;关联性
53. [D]电子邮件营销的基本因素包括 ()。答案: 用户许可;用电子邮件传递信息;信息对用户有价值
54. [D]定价策划的目标 : 答案: 利润最大化;提高市场占有率;维持价格稳定
55. [D]定价策划的目标一般有哪几种? ()。答案: 利润最大化;提高市场占有率;提高企业及产品形象;维持价格稳定
56. [D]定价策划的目标有 ()。答案: 提高市场占有率;提高企业及产品形象;维持价格稳定
57. [D]定价策划的目标主要有 () 答案: 利润最大化;提高市场占有率;提高企业及产品形象;维持价格稳定
58. [D]定价策划的要素包括 ()。答案: 成本要素;需求要素;竞争要素
59. [D]定价策划的要素有 () 答案: 成本要素;需求要素;竞争要素
60. [D]定价策划的要素主要包括答案: 成本要素;需求要素;竞争要素
61. [D]定价策划的原则答案: 目的性原则;创新性原则;合理性原则;适时性原则
62. [D]定价策划的原则有 ()。答案: 合理性原则;整体性原则;有效沟通原则
63. [D]定价策划目标有利润最大化目标和 ()。答案: 提高市场占有率目标;提高企业及产品形象目标;应对竞争目标;维持价格稳定目标

标

64. [D]定价策划一般包含以下几个任务 ()。答案: 终端价格策划;价格结构策划;价格体系策划;价格调整策划
65. [D]定价策划主要包括: ()。答案: 新产品定价策划;产品定价调整策划
66. [D]对营销策划人员进行激励时,应注意以下事项 ()。答案: 准确地把握激励时机;适当地注意激励频率;恰当地把握激励程度
67. [D]对营销策划人员进行激励时,应注意以下事项 ()。答案: 准确地把握激励时机;适当地注意激励频率;恰当地运用激励程度
68. [F]发散性思维的特点包括 () 答案: 流畅性;变通性;独特性
69. [F]返利政策具体内容包括 ()。答案: 返利标准;返利期限;返利形式;返利条件
70. [F]分销模式策划的分类有 () 答案: 自销模式策划;经销模式策划;代理模式策划
71. [F]分销模式策划主要包括答案: 自销模式策划;经销模式策划;代理模式策划
72. [F]分销模式策划主要包括以下几类: 答案: 经销模式策划;代理模式策划;渠道招商策划
73. [F]分销渠道策划的内容包括 ()。答案: 分销布局策划;分销模式策划;渠道招商策划;渠道制度策划
74. [F]分销渠道的目标包括: () 答案: 保证货畅其流;保证价格稳定;促使市场最大
75. [F]分销渠道的目标是 ()。答案: 市场最大化;价格稳定;货畅其流
76. [F]服务策划的要素包括: () 答案: 服务环境;服务对象;服务内容;服务质量
77. [F]服务策划的要素有 ()。答案: 服务环境;服务对象;服务内容
78. [F]服务策划的要素有 ()。答案: 服务环境;服务对象;服务内容;服务质量
79. [G]根据自销环节的多少,自销模式可分

为 ()。答案: 直销;自销;直供零售

80. [G]公关促销策划的分类有 () 答案: 营销公关策划;赞助公关策划
81. [G]构成企业理念形象的主要因素是: 答案: 企业经营哲学;企业经营宗旨;企业经营思想
82. [G]构成倾销的条件主要包括 () 答案: 产品出口价值低于正常价值;产品对进口国的产品造成实质性的损害和威胁;倾销与实质性损害、威胁和阻碍存在无法分割的因果关系
83. [G]构成倾销的条件主要包括 ()。答案: 产品出口价值低于正常价值;产品对进口国的产品造成实质性的损害和威胁;倾销与实质性损害、威胁和阻碍存在无法分割的因果关系
84. [G]关联产品组合定价主要包括以下几种方法 () 答案: 互补品定价;任选产品定价;副产品定价
85. [G]关联产品组合定价主要包括以下哪几种方法? () 答案: 互补品定价;任选产品定价;副产品定价
86. [G]广告方案策划包括 ()。答案: 广告媒体的选择;广告发布的时机;广告促销的频率;广告促销的排期
87. [G]国际市场进入方式包括 () 答案: 贸易式进入;契约式进入;直接投资式进入;国际战略联盟
88. [G]国际市场进入方式包括 ()。答案: 贸易式进入;契约式进入;直接投资式进入;国际战略联盟
89. [J]价策划的任务是 ()。答案: 价格结构策划;价格调整策划;终端价格策划;价格体系策划
90. [K]可持续发展理念下的企业营销策划活动的主要表现为 ()。答案: 重视研究资源的最优利用和可持续利用;寻求经济行动与环境之间的动态平衡;绿色营销
91. [K]控制价格升级常用的方法主要有

- ()。答案: 降低制造成本;降低关税;缩短分销渠道;利用自由贸易区降低成本
92. [L]联想类比法包括 ()。答案: 因果类比法;结构类比法
93. [L]绿色公关的主要对象是 ()。答案: 客户;环保集团成员;法律团体;企业内部人员
94. [L]绿色营销的特点表现为? 答案: 提倡绿色消费意识;实行绿色促销策略;采用绿色标志;培育绿色文化
95. [L]绿色营销的特点有 ()。答案: 培育绿色文化;采用绿色标志;实行绿色促销策略;提倡绿色消费意识
96. [L]绿色营销有 () 特点。答案: 提倡绿色消费意识;实行绿色促销策略;采用绿色标志;培育绿色文化
97. [N]内部传播的媒介形式有 () 和讲座及仪式等。答案: 广告说明书;企业内部公关或CIS刊物;视听教育用具;宣传海报和例行会议
98. [P]品牌策划的策略包括 () 答案: 统一品牌策略;多品牌策略;主副品牌策略;联合品牌策略
99. [P]品牌策划的策略包括: () 答案: 统一品牌策略;多重品牌策略;主副品牌策略;联合品牌策略
100. [P]品牌策划的要素包括 () 答案: 品牌名称;品牌标志;品牌个性;诚信品牌
101. [P]品牌策划的要素有 ()。答案: 品牌名称;品牌标志;品牌个性;品牌诚信
102. [P]品牌策划的要素主要包括 () 答案: 品牌名称;品牌标志;品牌个性;品牌诚信
103. [P]品牌策划的要素包括 ()。答案: 品牌名称;品牌标志;品牌个性;品牌诚信
104. [Q]企业的责任具有复合属性,它可划分为 ()。答案: 经济责任;社会责任;法律责任
105. [Q]企业定价策划应把握以下原则: 目的性原则、创新性原则、整体性原则、 () 和有效沟通性原则。答案: 适时性原则;合理

性原则

106. [Q]企业经常采用的大数据互联网营销方法有 ()。答案: 博客营销;论坛营销
107. [Q]企业经用的大数据互联网方法有 () 答案: 电话营销;博客营销;论坛营销;邮寄营销
108. [Q]企业理念识别系统包括 () 答案: 经营方向;经营思想;经营道德;经营作风
109. [Q]企业理念识别系统包括企业的 () 和经营风格等内容。答案: 经营方向;经营思想;经营道德;经营作风
110. [Q]企业识别系统计划制定后,需进行对内对外的传播。对内传播的内容一般包括以下哪几项? () 答案: 介绍CIS导入的意义和原因;介绍本企业的CIS计划;宣传新理念;说明企业标志
111. [Q]企业网站策划的功能主要包括: () 答案: 产品或服务展示;信息发布;网上销售
112. [Q]企业行为识别的传播与推广活动主要有 ()。答案: 编制说明书;完善内部媒体;编制员工手册;张贴宣传海报
113. [Q]企业行为识别的传播与推广活动主要有 () 和开展公司内部的沟通活动、促进自我启发、公关活动、公益活动。答案: 编制说明书;完善内部媒体;编制员工手册;张贴宣传海报
114. [Q]企业形象策划包括 ()。答案: 企业理念识别系统策划;企业行为识别系统策划;企业视觉识别系统策划
115. [Q]企业形象策划包括 () 答案: 企业理念识别系统策划;企业视觉识别系统策划;企业行为识别系统策划
116. [Q]企业形象策划的原则有 ()。答案: 战略性原则;文化性原则;个性化原则;传播化原则
117. [Q]企业形象的形成功取决于 (ACD) 因素答案: 公众印象;公众态度;公众舆论
118. [Q]企业形象三大识别系统策划通常包含 () 子系统的策划。答案: 企业理念识别系统

- 策划;企业行为识别系统策划;企业视觉识别系统策划
119. [Q]企业一般可利用以下哪些时机导入企业形象系统? () 答案: 企业建成或改制重组;企业推出新产品 ;企业创业周年纪念;企业重要人事变动
120. [Q]企业一般可利用以下时机导入企业形象系统 () 答案: 企业建成或改制重组;企业推出新产品;企业创业周年纪念;企业重要人事变动
121. [Q]企业在市场中的地位一般有几类 () 答案: 市场领导者;市场跟随者;市场挑战者;市场补缺者
122. [Q]企业在市场中的地位一般有几类 () 答案: 市场领导者;市场追随者;市场挑战者;市场补缺者
123. [Q]企业责任具复合属性,它可划分为 () 。答案: 经济责任;法律责任;社会责任
124. [Q]企业责任具有复合属性,它可划分为 () 。答案: 经济责任;法律责任;社会责任
125. [Q]企业战略定位策划的内容包括 () 答案: 企业的产业领域定位策划;企业在行业中的市场地位策划;企业盈利模式策划;企业发展战略定位策划
126. [Q]契约式进入主要有工程承包模式和 () 。答案: 许可证模式;特许经营模式;合同制造模式;管理合同模式
127. [Q]请指出以下适合作为市场营销策划的切入线索 () 。答案: 政治线索;经济线索;科技线索;文化线索
128. [Q]渠道制度策划的对象包括哪几方面? () 答案: 销售权限政策;价格政策;结算政策;返利政策
129. [R]如果将特许连锁经营按照特许内容划分,可分为 () 。答案: 商品商标特许经营;经营模式特许经营
130. [S]社会责任理念下的企业营销策划活动的主要表现为 () 。答案: 给消费者提供合格的产品和服;重视环境问题;实现绿色生产;用正当的营销手段,给社会带来利益
131. [S]实地调研法有 () 答案: 访问法;观察法
132. [S]实验调研法有以下几种 () 。答案: 实验室实验法;市场实验法;模拟实验法
133. [S]市场营销策划按照策划的对象分类,可以分为答案: 企业策划;产品策划;服务策划;活动策划
134. [S]市场营销策划创意的方法包括 () 。答案: 模仿创造法;移植参合法;联想类比方;逆向思维法
135. [S]市场营销策划创意的方法有 () 答案: 模仿创造法;移植参合法;联想类比方
136. [S]市场营销策划的步骤包括:明确策划问题、市场调研和环境分析、 () 答案: 市场预测;确定策划目标;制定营销策略组合;撰写营销策划方案
137. [S]市场营销策划的方法包含 () 答案: 系统法;体式法;人文法
138. [S]市场营销策划的方法有以下几种 () 。答案: 人文法;系统法;体式法
139. [S]市场营销策划的功能包括 () 答案: 指导实战;整合资源 ;规避风险
140. [S]市场营销策划的功能是: () 答案: 指导实战;规避风险;整合资源
141. [S]市场营销策划的功能是 () 。答案: 指导实战;规避风险;整合资源
142. [S]市场营销策划的功能主要表现在 () 。答案: 整合资源;规避风险;指导实践
143. [S]市场营销策划的目标分类有 () 答案: 市场营销战略策划;市场营销战术策划
144. [S]市场营销策划的人文法包括 () 。答案: 调查法;集思广益法;经验法
145. [S]市场营销策划的特性包括 () 答案: 创新性;可行性;权变性;复杂性
146. [S]市场营销策划的原则主要有? 答案: 创新性原则;可行性原则;权变性原则;系统性原则
147. [S]市场营销策划的主体是 () 。答案: 个人;科研机构;专业咨询策划公司;高级专业研究人员
148. [S]市场营销策划方案实施的模式 () 答案: 转化性模式;合作性模式;文化性模式;增长性模式
149. [S]市场营销策划方法中的人文法主要包括 () 答案: 集思广益法;调查法;经验法
150. [S]市场营销策划经费预算原则包括 () 。答案: 效益性原则;充足性原则;弹性原则
151. [S]市场营销策划经费预算主要包括答案: 市场调研费;信息收集费;人力投入费;策划报酬
152. [S]市场营销策划理念包括 () 。答案: 以消费者满意为中心的理念;知识营销为主导的理念;社会责任为准则的理念;可持续发展为方向的理念
153. [S]市场营销策划人文法包括 () 。答案: 集思广益法;调查法;经验法
154. [S]市场营销策划人员必须具备哪些方面的素质? () 答案: 道德素质;身体和心理素质;知识素质
155. [S]市场营销策划人员激励方法有 () 答案: 激励的方法;情感激励法;工作激励法;薪酬激励法
156. [S]市场营销策划书的作用包括 () 答案: 准确、完整地反映营销策划的内容;充分、有效地说服决策者;执行和控制的依据;提高企业及产品形象
157. [S]市场营销策划书的作用主要表现于 () 。答案: 准确、完整地反映营销策划的内容;充分、有效地说服决策者;执行和控制的依据
158. [S]市场营销策划书的作用主要表现在 () 答案: 准确、完整地反映营销策划的内容;充分、有效地说服决策者;执行和控制的依据
159. [S]市场营销策划推介的主要步骤包括答案: 自我说服;模拟演练;事前协调
160. [S]市场营销策划需要寻找合适的切入线索,它们包括 () 答案: 政治线索;经济线索;科技线索;文化线索
161. [S]市场营销策划组织机构的设置原则答案: 统一指挥原则;统一命令与分层管理原则;精简高效原则;适度弹性原则
162. [S]市场营销策划组织机构主要的构成人员有 () 。答案: 策划总监;主策划人;市场调查人员;文案撰写人
163. [S]市场营销战略的特征包括 () 。答案: 目标性;竞争性;动态性
164. [S]市场营销战略环境主要包括 () 答案: 宏观环境;市场环境;行业动向和竞争
165. [S]事件营销的特点表现为: () 答案: 免费性;目的性;风险性
166. [S]视觉识别系统的基本要素包括 () 答案: 企业名称;企业品牌标志;企业品牌标准字;企业标准色
167. [T]提炼和规划品牌核心价值,可以从以下几个方面进行选择? () 答案: 自我表现价值;情感性价值;功能性价值
168. [X]消费者满意为中心理念指导下的企业营销策划活动的主要表现为: () 答案: 以消费者需求为中心研究和设计产品;不断完善产品服务系统,最大限度地使消费者感到安心和便利;重视消费者的意见;让消费者参与企业决策
169. [X]消费者满意为中心理念指导下的企业营销策划活动的主要表现有 () 。答案: 以消费者需求为中心研究和设计产品;不断完善产品服务系统,最大限度地使消费者感到安心和便利;让消费者参与企业决策
170. [X]消费者满意为中心理念指导下的企业营销策划活动的主要表现有: () 答案: 以消费者需求为中心研究和设计产品;重视消费者的意

见;让消费者参与企业决策

171. [X]消费者满意为中心理念指导下的企业营销策划活动的主要表现有 () 答案: 以消费者需求为中心研究和设计产品

;不断完善产品服务系统, 最大限度的使消费者感到安心和便利

172. [X]新产品定价方法包括 () 答案: 成本导向定价方法;需求导向定价方法;竞争导向定价方法

173. [X]新产品营销策划主要包括 () 。 答案: 新产品包装策划;新产品定价策划;新产品分销策划

174. [X]新闻公关策划常用的策略包括 () 。 答案: 热点移用;借助名人;小题大做;感情放大

175. [X]新闻公关策划的原则 答案: 整体性原则;真实性原则;公正性原则;实效性原则

176. [X]新闻公关策划的原则是 () 。 答案: 整体性原则;真实性原则;公正性原则;实效性原则

177. [X]许多产品的差异化、多样化主要是体现在外形上, 如产品的 () 等方面。 答案: 形式;包装;品牌

178. [X]许可电子邮件营销的主要方法包括 () 答案: 邮件列表;新闻邮件;电子刊物

179. [X]训练发散思维的主要方式? 答案: 非逻辑思维训练;模糊性思维训练;变通性思维训练;求异性思维训练

180. [X]训练发散思维的主要方式 () 。 答案: 非逻辑思维训练;放纵模糊性思维训练;变通性思维训练;求异性思维训练

181. [Y]一个品牌是由 () 要素组成的。 答案: 品牌名称;品牌标志

182. [Y]一个完善的市场调研方案一般包括以下几方面内容 () 。 答案: 调研目的及要求;调研对象;调研内容;调研地区范围

183. [Y]一个完整的新产品概念由哪些因素组成? () 答案: 场景;目标消费层;益处

184. [Y]一个完整的新产品概念由下列哪些因素组成? () 答案: 场景;目标消费层;益处

185. [Y]以竞争为目的的市场营销战略主要有 () 。 答案: 成本领先战略;差异化战略;集中化战略

186. [Y]以市场拓展为目的的战略就是以追求市场最大化为目标, 继而追求利润最大化的战略, 主要有 () 基本途径。 答案: 垄断性营销;渗透性营销;开发新产品营销

187. [Y]以下哪几点是有效的企业使命说明书需要具备的条件? () 答案: 市场导向;切实可行;鼓舞人心

188. [Y]以下哪几项属于营销策划书正文的必要部分? () 答案: 环境分析;营销目标;行动方案

189. [Y]以下哪种情况下企业可以进行企业形象策划实施? 答案: 企业处理或改制重组;企业推出新产品;企业开拓国际化经营

190. [Y]以下哪种情况下企业可以进行企业形象策划实施? () 答案: 、企业成立或改制重组;企业推出新产品;企业开拓国际化经营;企业发生重要人事变动

191. [Y]以下哪些内容属于网络营销? () 答案: 网上市场调查;网络消费者行为分析;网络产品和服务策略;网络促销与网络广告

192. [Y]以下哪些属于企业视觉识别系统的应用要素? () 答案: 办公用品;产品包装;建筑外观

193. [Y]以下哪些属于企业视觉识别系统的应用要素? 答案: 办公用品;产品包装;企业外部建筑环境

194. [Y]以下属于服务策划的要素有 () 答案: 服务环境;服务内容;服务质量

195. [Y]以消费者满意为中心的理念指导下的企业市场营销策划活动的主要表现有 () 。 答案: 以消费者需求为中心研究和设计产品;不断完善产品服务系统, 最大限度地使消费者感到安心和便利;重视消费者的意见

196. [Y]以消费者满意为中心的理念指导下的企业市场营销策划活动主要表现为? 答案: 以消费者需求为中心研究和设计产品;不断完善产品服务系统, 最大限度地使消费者感到安心和便利;重视消费者的意见和建议, 让消费者参与企业决策

197. [Y]以知识营销为主导的理念指导下企业营销策划活动的主要表现为? 答案: 知识是资本;知识经济导致社会分工变革;依靠知识来提高产品的附加值;全面实施管理方式和管理手段的创新, 以人性化管理为主要方式

198. [Y]一般来说, 选择商业伙伴的标准主要有 () 。 答案: 企业实力;经营业态;企业形象

199. [Y]一般来说, 营销诊断书的基本结构包括: () 答案: 企业营销现状和问题;原因分析;完善措施

200. [Y]一般情况下, 可从以下哪些方面来衡量创意? () 答案: 创新性;影响力;持续性

201. [Y]营销策划经费预算原则包括: 答案: 效益性原则;经济性原则;充足性原则

202. [Y]营销策划经费预算主要包括 () 答案: 市场调研费;信息收集费;人力投入费;策划报酬

203. [Y]营销策划人员的认识素质是指 () 等能力的综合。 答案: 观察力;注意力;记忆力;想象力

204. [Y]营销策划书的正文的内容包括 () 。 答案: 界定问题;环境分析;营销战略;行动方案

205. [Y]营销策划书正文的内容包括 () 。 答案: 界定问题;环境分析;营销战略;行动方案

206. [Y]营销策划组织机构设置的原则有 () 。 答案: 统一指挥原则;统一命令与分层管理原则;合理分工原则;精简高效原则

207. [Y]营销策划组织机构设置的原则有

() 和适度弹性原则。 答案: 统一指挥原则;统一命令与分层管理原则;合理分工原则;精简高效原则

208. [Y]营销诊断书的结构包括 () 。 答案: 企业营销现状和问题;原因分析;完善措施

209. [Y]运用工业化方法进行服务策划时, 需要注意的事项包括: () 。 答案: 建立明确的劳动分工;应用各种软、硬技术代替个人劳动;服务标准化;服务人员行为的规范化

210. [Z]在营销战略策划中, 可以选择的产品定位的基本策略包括 () 。 答案: 实体定位策略;观念定位策略

211. [Z]知识营销理念下的企业营销策划活动的主要表现为 () 。 答案: 知识成为主导资本;知识经济导致社会分工变革;依靠知识来提高产品的附加值, 使产品适销对路;全面实施管理方式和管理手段的创新, 以人性化管理为主要方式

212. [Z]直复营销方式包括 () 。 答案: 电话营销;直邮营销;目录营销

判断题 (355) 微信号: zydz_9527

1. CIS导入和实施人员应对CIS的推行情况进行随时了解, 对企业员工进行随时的或定期系统的询问调查, 询问的内容包括总体评价和具体作业两个方面的问题。 答案: 对

2. CIS委员会是企业进行CIS塑造工作的最高决策机构。 答案: 对

3. CIS委员会是企业进行企业形象塑造工作的最高决策机构。 () 答案: 正确

4. [A]按照创意9步骤划分法, 寻找灵感是创意的第一步。 () 答案: 错误

5. [B]包装策划的方法很多, 但必须有固定的模式。 答案: 错

6. [B]便利店的商品结构一般以奢侈品牌为主。 () 答案: 错误

7. [B]便利店是以满足顾客便利性需求为主要目的的零售业态。 () 答案: 正确

8. [B]标准化策划强调通过产品的差异和营销的

- 针对性满足全球不同顾客的需要。（ ）**答案：错误**
9. [B]病毒性营销主要利用用户的口碑宣传，常用于进行网站推广和品牌推广等。（ ）**答案：正确**
10. [C]仓储式商场又称为仓库商店、货仓式商场等，是一种集商品销售与商品储存于一个空间的零售业态。**答案：对**
11. [C]策划的技巧没有固定的程式，因此是无规律和混乱的，通过总结无法寻找其中的一些重要线索和应用规律。（ ）**答案：错误**
12. [C]策划的前提在于充分掌握市场信息。（ ）**答案：正确**
13. [C]策划和计划既有联系，又有区别。策划强调阶段性成果，计划强调动态的过程。**答案：错**
14. [C]策划就是计划。**答案：错误**
15. [C]策划就是通常所称的计划。（ ）**答案：错误**
16. [C]策划其实就是指计划。（ ）**答案：错误**
17. [C]策划强调动态的过程。（ ）**答案：正确**
18. [C]策划人的知识结构包括营销理论、营销实务以及策划相关的知识。**答案：正确**
19. [C]策划人员必须具备较强的分析、判断与决策能力。（ ）**答案：正确**
20. [C]策划人员的自控和应变能力是指策划人员应根据新情况随机应变，根据不断发展变化的主客观条件随时调整营销战略和策略。（ ）**答案：正确**
21. [C]策划是指人们为了达到某种预期的目标，借助科学方法、系统方法和创造性思维，对策划对象的环境因素进行分析，对企业资源进行组合和优化配置，所进行的调查、分析、创意、设计并制定行动方案的行为。（ ）**答案：正确**
22. [C]策划主体可以是个人，也可是机构、组织。（ ）**答案：正确**
23. [C]差异化战略的缺点主要表现为应变能力差、依赖性强、风险较大。（ ）**答案：错误**
24. [C]差异化战略的缺点主要表现于目标市场依赖性太大，风险大。（ ）**答案：错误**
25. [C]产品策划的目标是最大限度地实现产品的市场价值。**答案：错**
26. [C]产品定价必须以消费者需求的经济价值为基础。（ ）**答案：正确**
27. [C]产品定位的关键是产品的差异化，通过差异化使产品能在消费者心中形成独一无二的印象。（ ）**答案：正确**
28. [C]产品定位是指企业产品在消费者心目中得到一个独特的有价值的位置。**答案：正确**
29. [C]产品定位是指企业在消费者心目中得到一个独特的有价值的位置。（ ）**答案：正确**
30. [C]产品定位是指为产品市场中确定明确、恰当的位置。（ ）**答案：正确**
31. [C]超级市场是指专门经营或授权经营某一主要品牌商品（制造商品品牌和中间商品品牌）为主的零售业态。（ ）**答案：错误**
32. [C]成本领先战略是指通过有效途径，使企业的总成本低于竞争对手的成本，以获得同行业平均水平以上的利润。**答案：对**
33. [C]成本领先战略是指通过有效途径，使企业的总成本低于竞争对手的成本，以获得同行业平均水平以上的利润。（ ）**答案：正确**
34. [C]成本是产品定价的最低经济界限。**答案：对**
35. [C]成本是产品定价的最低经济界限。（ ）**答案：正确**
36. [C]成功的包装是宣传介绍企业和树立良好企业形象的最便利的途径。**答案：对**
37. [C]成功的包装是宣传介绍企业和树立良好企业形象的最便利的途径。（ ）**答案：正确**
38. [C]创意经济效果一般都是进行事后评定，而用事前评定是错误的。**答案：错**
39. [C]创意社会效果是指创意对消费者心理活动的影响程度。（ ）**答案：错误**
40. [C]创意社会效果是指创意在消费者心理活动的影响程度。（ ）**答案：错误**
41. [C]创意社会效果主要针对创意对消费者的感知效果、认知效果和心理变化效果等进行评价。**答案：错**
42. [C]创意是人们主体的意象与客体的表象的结合。（ ）**答案：正确**
43. [C]创意是人们主体意象与客体表象的结合。（ ）**答案：正确**
44. [C]创意是市场营销策划的生命。**答案：对**
45. [C]创意是一种想象力，它来源于对生活的积累。（ ）**答案：正确**
46. [C]创意效果评定必须坚持目标性原则。（ ）**答案：正确**
47. [C]从广告信息传播角度看，广告人员是运载广告信息，实现广告主与广告目标对象之间联系沟通的一种物质技术手段。**答案：错**
48. [C]从广告信息传播角度看，广告人员是运载广告信息，实现广告主与广告目标对象之间联系沟通的一种物质技术手段？**答案：否**
49. [C]从广告信息传播角度看，广告人员是运载广告信息，实现广告主与广告目标对象之间联系沟通的一种物质技术手段。（ ）**答案：错误**
50. [C]从某种意义上说，创意是营销策划的灵魂。（ ）**答案：正确**
51. [C]从市场营销策划原则来看，营销策划不需要系统地分析诸多因素的影响。**答案：错**
52. [C]促销策划分为广告促销策划、人员促销策划、节日营销策划和事件营销策划4项内容。（ ）**答案：错误**
53. [C]促销策划分为广告促销策划、人员促销策划、营业推广策划和公关促销策划四项内容。**答案：对**
54. [C]促销人员的多少直接关系到企业销售绩效，所以，在一个销售团队中促销人员越多越好。**答案：错误**
55. [D]大数据营销真正实现了精确营销，将精确营销变为现实？**答案：是**
56. [D]大数据营销真正实现了精确营销，将精确营销变为现实。（ ）**答案：正确**
57. [D]戴尔不通过中间环节直接将产品卖给最终消费者的方式属于直销模式。（ ）**答案：正确**
58. [D]当产品的市场需求大于供给时，价格应低一些。**答案：错误**
59. [D]低成本战略是指企业必须通过有效途径使其生产成本低于竞争对手，以获得同行业平均成本以上的利润。（ ）**答案：错误**
60. [D]电话营销具有立即性与直接性，可以直接针对产品特性与顾客反应进行沟通。**答案：对**
61. [D]电话营销使用电话向消费者传递信息，因此，具有成本低、时间短的特点。（ ）**答案：错误**
62. [D]电话营销适用于价格较高、购买隐蔽的商品。（ ）**答案：错误**
63. [D]电视营销是以电视作为向消费者进行商品推介展示的营销渠道。（ ）**答案：正确**
64. [D]调研表是市场调研的基本工具，调研表的设计质量直接影响到市场调研的质量。**答案：对**
65. [D]调研表是市场调研的基本工具，调研表的设计质量直接影响到市场调研的质量。**答案：正确**
66. [D]定价策划的任务就是终端价格策划。

() 答案: 错误

67. [D] 短信营销一般可以用来进行市场调查、新产品宣传和公司形象宣传等。() 答案: 错误

68. [D] 对策划人员的薪酬激励单指金钱激励。() 答案: 错误

69. [D] 对策划人员的薪酬激励就是指金钱激励。() 答案: 错误

70. [D] 对促销人员的激励应更注重精神激励, 而非物质激励。() 答案: 错误

71. [D] 多品牌策略容易造成自身品牌的过度竞争。() 答案: 正确

72. [D] 多元化指坚持原来的产业方向不变, 通过市场空间的拓展, 实现企业市场规模的扩大。() 答案: 错误

73. [D] 多重品牌策略容易造成与自身品牌的过度竞争。() 答案: 正确

74. [F] 费用较高、保密性差是委托外部策划的主要缺点。答案: 正确

75. [F] 分销布局策划指根据流通环境和分销目标, 选择零售业态、分销模式和渠道结构模式。() 答案: 错误

76. [F] 分销调研的主要内容包括推销人员分配、广告信息决定等。() 答案: 错误

77. [F] 分销调研的主要内容推销人员分配、广告信息决定等。答案: 错误

78. [F] 分销渠道的任务就是要完成产品的交易。答案: 错

79. [F] 分销渠道的任务就是要完成产品的交易。答案: 错误

80. [F] 分销渠道是指在产品或服务的生产者与最终消费者之间起流通作用的一整套相互依存的组织, 又称销售渠道或营销渠道。答案: 对

81. [F] 分销渠道是指在产品或服务的生产者与最终消费者之间起流通作用的一整套相互依存的组织, 又称销售渠道或营销渠道? 答案: 否

82. [F] 分销渠道是指在产品或服务的生产者与最终消费者之间起流通作用的一整套相互依存的组织, 又称销售渠道或营销渠道。

() 答案: 错误

83. [F] 服务策划包括服务环境、服务对象、服务内容和服务质量四个要素。() 答案: 正确

84. [F] 服务差异化策略包括服务的多样化和特色化。() 答案: 正确

85. [F] 服务差异化策略可以同时满足针对不同顾客和需求提供不同的服务以及提供独特的个性服务两类。答案: 对

86. [G] 高露洁牙膏强调“双氟加钙”可以保护牙齿不受虫侵害就属于产品的品质定位。() 答案: 错误

87. [G] 格力集团将空调作为主要经营业务, 而且只限于做家用空调, 不生产中央空调、汽车空调等, 这属于专业化定位。() 答案: 正确

88. [G] 格力空调只做家用空调而不生产其他产品一这属于专业化经营战略。() 答案: 正确

89. [G] 个性化是大数据营销的一个重要特点。答案: 对

90. [G] 个性化是大数据营销的一个重要特点。() 答案: 正确

91. [G] 根据销售地与渠道特征提炼命名概念, 不利于新产品未来更好的销售。答案: 错误

92. [G] 根据销售地与渠道特征提炼命名概念, 不利于新产品未来更好地销售? 答案: 否

93. [G] 根据销售地与渠道特征提炼命名概念, 不利于新产品未来更好地销售。() 答案: 错误

94. [G] 工业化的服务策划方法一般适用于技术密集型、标准化和较大规模的服务策划。答案: 对

95. [G] 广告创意是广告策划人按照一定的原则和方法所进行的构思与想象, 是表现广告主题并最终形成美好意境的一种创造性思维活动。() 答案: 正确

96. [G] 广告媒体选择要考虑到产品定位、消费者习惯、广告目标、广告预算费用等。() 答案: 正确

97. [G] 广告视觉媒体包括报纸、杂志、广播、录音带和电话等。答案: 错

98. [G] 广告视觉媒体包括报纸、杂志、广播、录音带和电话等。答案: 正确

99. [G] 广告招商一般在市场开发中后期采用。() 答案: 错误

100. [G] 广告招商一般在市场开发中后期的目标市场采用。答案: 错

101. [G] 国际战略联盟指两个或两个以上的企业为了相互需要, 分担风险并为实现共同目的而建立的一种合作关系。答案: 对

102. [G] 国际战略联盟指两个或两个以上的企业为了相互需要, 分担风险并为实现共同目的而建立的一种合作关系。() 答案: 正确

103. [H] 行业动向和竞争是企业市场营销战略环境的重要组成部分。答案: 对

104. [H] 行业动向和竞争是企业市场营销战略环境的重要组成部分。答案: 正确

105. [H] 好的创意可以帮助企业树立独树一帜的企业形象。() 答案: 正确

106. [“] “鹤立鸡群”是差异化战略追求的最高目标。() 答案: 正确

107. [H] 互联网具有双向信息沟通的特点, 操作简单、高效, 并且费用低廉。() 答案: 正确

108. [H] 环境保护是企业社会责任的主要内容之一。答案: 正确

109. [H] 会议培训法属于单向沟通, 即主讲教师或销售专家组织销售人员就议题进行讨论的方法。() 答案: 错误

110. [H] 会展营销的主要参与者是组织者、参展商和赞助商。答案: 错

111. [H] 会展营销的主要参与者是组织者、参展商和赞助商。() 答案: 错误

112. [J] 集中性全球统一定价是指由跨国公司总部集中定出全球统一价格或价格指导线, 海外子公司只拥有一定限度的价格调整权。() 答案: 正确

113. [J] 季节折扣是出售者向时令商品的购买者提供的一种优惠价格。() 答案: 错误

114. [J] 技术核分离法是一种将工业化方法和顾客化方法有机结合的新型服务策划方法。答案: 对

115. [J] 技术核分离法中的后台对应与顾客的低接触部分。答案: 对

116. [“] “家族型”策划组织机构指由家族抽调部分营销人员成立专门策划班子进行企业市场营销研究, 对企业市场营销战略和策略做出规划和策划, 再通过企业营销职能部门来组织实施策划方案。答案: 对

117. [J] 建立营销组织结构的目的是通过优化营销资源配置实现营销利润最大化。答案: 对

118. [J] 节日是制造舆论的好时机, 因此策划新闻是节日营销的有力工具。答案: 对

119. [J] 节日是制造舆论的好时机, 因此策划新闻是节日营销的有力工具。() 答案: 正确

120. [J] 节日营销策划、事件营销策划和体验营销策划是比较常见的营业推广策划方式。() 答案: 正确

121. [J] 结算政策直接影响到生产企业的资金周转和经济效益, 包括预付货款、先货后款、授信额度和赊销四种方式。答案: 错

122. [J] 借助名人是属于比较典型的赞助公关策划的一种类型。() 答案: 错误

123. [J] 进行产品定位的关键是产品的差异化, 即使产品能在消费者心中形成独一无二的印象。() 答案: 正确

124. [J] 进行产品定位的关键是产品的差异化,

使产品能够在消费者心目中形成独一无二的印象。**答案：对**

125. [J]经费预算是策划书的一项重要内容，详细、科学的经费预算能节约成本，使营销策划获得良好的经济效益。（）**答案：正确**

126. [L]类似包装策略的优点是可以让消费者感到实惠，引起消费者重复购买。（）**答案：错误**

127. [L]离开了创意，策划就只能算做计划。（）**答案：正确**

128. [L]理解价值定价法的关键是要正确判断消费者对产品价值的理解和接受程度。**答案：对**

129. [L]利润产品是确保企业盈利的主要产品，其技术、功能和质量有相当的吸引力，一般为中高价位。（）**答案：正确**

130. [L]利润最大化利润目标是指企业在一定时期内综合考虑各种因素后，以总收入减去总成本的最大差额为基点，确定单位商品的价格，以取得最大利润的一种定价目标。**答案：对**

131. [L]垄断竞争市场上，企业只能消极地接受价格，无法对价格的最终确定施加影响。（）**答案：错误**

132. [L]垄断性营销常用提高产品技术性能与功能、品牌战略、高价策略、渠道的专有性等方式形成垄断，防止竞争者进入。（）**答案：正确**

133. [L]垄断性营销决定了产品功能的不可替代性、特殊性、技术创新性等，具有很小的利润空间。**答案：错**

134. [L]绿色广告的功能在于强化和提高人们的环保意识，将消费和个人生存危机及人类生存危机联系起来。（）**答案：正确**

135. [L]绿色营销是可持续发展理念的实施。**答案：对**

136. [M]贸易式进入国际目标市场的风险相对较大，且不利于增加本国就业、增加本国外汇

收入。**答案：错**

137. [M]贸易式进入国际目标市场的风险相对较小，且有利于增加本国就业、增加本国外汇收入。（）**答案：正确**

138. [M]萌芽期的营销策划以个人构想为主要特征。（）**答案：正确**

139. [M]敏锐的洞察力是创意者提出构想和成功地解决问题的基础。**答案：对**

140. [M]敏锐的洞察力是创意者提出构想和成功地解决问题的基础？**答案：是**

141. [M]敏锐的洞察力是创意者提出构想和成功地解决问题的基础。（）**答案：正确**

142. [M]明确商业伙伴的选择表示是选择商业伙伴的起点和前提条件。**答案：对**

143. [M]模仿创造法是指将多种因素通过建立某种关系组合在一起而形成组合优势的方法。（）**答案：错误**

144. [M]模仿创造法是指通过模仿已知事物来构造未知事物的方法。**答案：对**

145. [M]模仿创造法是指通过模仿已知事物来构造未知事物的方法。（）**答案：正确**

146. [M]目标市场是指企业决定进入的、具有共同需要和特征的购买者集合。（）**答案：正确**

147. [M]目录是营销策划书正式内容前的情况说明部分，是对策划书的高度概括。（）**答案：错误**

148. [M]目录营销适用于价格较高、购买隐蔽的商品。（）**答案：错误**

149. [N]能力是能胜任某种任务的主观条件。（）**答案：错误**

150. [P]培养创意意识要从培养习惯性创意意识和强化习惯性创意意识两个方面着手？**答案：否**

151. [P]培养创意意识要从培养习惯性创意意识和强化习惯性创意意识两个方面着手。（）**答案：错误**

152. [P]培育绿色文化是绿色营销的重要特

点。**答案：错**

153. [P]品类其实就是指产品的类别。（）**答案：错误**

154. [P]品牌标志是品牌策划的关键要素，即指品牌中能用语言称呼的部分。（）**答案：错误**

155. [P]品牌标志是指品牌中能识别但不能用语言读出的部分，它能给消费者带来视觉上的冲击，可以通过图形符号、文字、特殊颜色、个性包装等多方面体现。（）**答案：正确**

156. [P]品牌策划的要素主要包括品牌名称、品牌标志、品牌个性和品牌诚信。（）**答案：正确**

157. [P]品牌策划要以消费者的需求和消费心理为中心，以刺激消费者购买为目的。（）**答案：正确**

158. [P]品牌的垂直延伸是指原有核心品牌跨越不同的行业，覆盖不同品类的延展。**答案：错**

159. [P]品牌的垂直延伸是指原有核心品牌跨越不同的行业，覆盖不同品类的延展。**答案：正确**

160. [P]品牌定位的目的在于树立良好的品牌形象，对消费者产生魅力，使消费者产生购买欲望，作出购买决策，充分体验品牌定位所表达的情感诉求。**答案：对**

161. [P]品牌个性是品牌传播和品牌记忆的载体，体现了企业文化和企业价值观。（）**答案：错误**

162. [P]品牌核心价值定位是指给品牌的目标消费者一个欣赏和购买的理由。**答案：对**

163. [P]品牌名称是能识别但不能用语言读出的部分，它能给消费者带来视觉上的冲击，可以通过图形符号、文字、特殊颜色、个性包装等多方面体现。（）**答案：正确**

164. [P]品牌向上延伸指原有核心品牌跨越不同的行业，覆盖不同品类的延展。（）**答**

案：错误

165. [P]品牌延伸策略容易造成自身品牌的过度竞争。（）**答案：错误**

166. [P]普适性原则是指市场营销策划必须具有依据情况变化而变化的弹性。（）**答案：错误**

167. [Q]企业被动调价是指在竞争对手率先调价之后，本企业在价格方面所作的反应。**答案：对**

168. [Q]企业标志是企业视觉识别系统中的核心部分。（）**答案：正确**

169. [Q]企业厂房是企业理念识别系统的应用要素。（）**答案：错误**

170. [Q]企业的经营思想是人们在经营活动中应该遵循的，靠社会舆论、传统习惯和内心信念来维系的行为规范的总和。**答案：错**

171. [Q]企业的所有市场营销策划活动都应该由市场营销策划组织机构来完成。**答案：对**

172. [Q]企业定价时，应将成本同产量、销量、资金周转等因素综合起来考虑。**答案：正确**

173. [Q]企业进入国际目标市场时，无须考虑竞争者的营销战略。（）**答案：错误**

174. [Q]企业进入国际目标市场时，无须考虑竞争者的营销战略。（）**答案：错误**

175. [Q]企业进行定价策划时，必须了解价格变动对市场需求的影响程度。（）**答案：正确**

176. [Q]企业理念是企业价值的集中体现。（）**答案：正确**

177. [Q]企业名称、企业品牌、品牌标志等属于企业视觉识别系统的基本要素。（）**答案：正确**

178. [Q]企业名称是企业视觉识别系统中的核心部分。**答案：错**

179. [Q]企业内部自行策划费用较高、保密性差。（）**答案：错误**

180. [Q]企业社会责任包括劳工权益、环境保护、产品安全和社会贡献四部分。**答案：对**

181. [Q]企业社会责任包括劳工权益、环境保护、产品安全和社会贡献四部分。（）**答案：**

正确

182. [Q]企业使用统一品牌策略能够使企业节省品牌开发成本、便于品牌传播。() 答案: 正确

正确

183. [Q]企业视觉形象由企业的基本标识及应用标识、产品外观包装、厂容厂貌、机器设备等构成。() 答案: 正确

184. [Q]企业外部建筑环境是企业行为识别系统的应用要素。() 答案: 错误

185. [Q]企业网站管理主要涉及网站的推广和维护。() 答案: 正确

186. [Q]企业网站是企业开展网络营销的基础。() 答案: 正确

187. [Q]企业网站需要按照“先电子商务,后内容”的原则进行建设。() 答案: 错误

188. [Q]企业为树立企业形象而开展的公关活动、比赛活动、文艺活动、娱乐活动、宣传活动、庆典活动、赞助活动、社会公益活动等做的策划属于活动策划。() 答案: 正确

189. [Q]企业行为形象是最外在、最易表现的部分,它是理念形象的载体和外化。答案: 正确

190. [Q]企业行为形象由经营哲学、经营宗旨、经营信念、经营思想和价值观等精神因素构成。() 答案: 错误

191. [Q]企业形象的形成功取决于三个因素:公众印象、公众态度和公众舆论。答案: 对

192. [Q]企业形象的形成功取决于三个因素:公众印象、公众态度和公众舆论。答案: 正确

193. [Q]企业形象三个层次中,视觉形象是最外在、最容易表现的部分,它和行为形象都是理念形象的载体和外化。() 答案: 正确

194. [Q]企业形象由产品形象、组织形象、员工形象、文化形象、环境形象和社区形象等构成。答案: 对

195. [Q]企业以低档或中档产品进入市场,之后渐次增加中档或高档产品属于品牌的向上延伸。() 答案: 正确

196. [Q]企业以低档或中档产品进入市场,之后渐次增加中档或高档产品属于品牌的向下延伸。() 答案: 错误

197. [Q]企业应通过边际收益分析对市场营销策划经费投入的充足性做出测算和评估。() 答案: 正确

198. [Q]企业营销策划无须重视环境问题。() 答案: 错误

199. [Q]企业战略定位是企业以什么服务于社会、以什么立足于市场的本源性和战略性思考。() 答案: 正确

200. [Q]企业制定定价策划就必须了解价格变动对市场需求的影响程度。答案: 对

201. [Q]企业制定转移价格的基本方法是以成本为基础或以市价为基础制定。() 答案: 正确

202. [Q]契约式进入方式属于进入国际市场的高级阶段。() 答案: 错误

203. [Q]情感性价值选择是指从产品实体角度进行的核心价值选择。() 答案: 错误

204. [Q]渠道招商策划指确定商业伙伴的选择标准,采取一定的招商方式选择合适的分销商。() 答案: 正确

205. [Q]渠道制度策划指的是如何激励和规范分销商的销售行为。答案: 正确

206. [Q]全球统一定价可以统一企业的社会形象,具有较大的灵活性。() 答案: 错误

207. [R]任何策划方案都是在目的的驱动下进行的,定价策划当然也必须遵循目的性原则,不同的目的应使用不同的定价策略。答案: 对

208. [R]任何策划方案都是在目的的驱动下进行的,定价策划当然也必须遵循目的性原则,不同的目的应使用不同的定价策略。() 答案: 正确

209. [R]如果说理念识别系统是CIS的想法的话,那么,行为识别系统就是CIS的“做法”,它把抽象的企业理念落实到具体的生

产经营活动中。答案: 对

210. [R]如果说理念识别系统是CIS的想法的话,那么,行为识别系统就是CIS的“做法”,它把抽象的企业理念落实到具体的生产经营活动中? 答案: 是

211. [R]如果说理念识别系统是CIS的想法的话,那么,行为识别系统就是CIS的“做法”,它把抽象的企业理念落实到具体的生产经营活动中。() 答案: 正确

212. [S]设置市场营销策划组织机构必须坚持适度弹性原则。答案: 对

213. [S]设置营销策划组织机构必须坚持适度弹性原则。() 答案: 正确

214. [S]渗透定价策略是通过牺牲短期利润来取得市场占有率,要求在得到利润之前先取得巨额销售量。答案: 对

215. [S]实施产品标准化策略的前提是市场全球化。() 答案: 正确

216. [S]使用统一品牌策略,如果品牌下的一个产品出现问题,会影响到整个品牌的声誉。答案: 正确

217. [S]使用统一品牌策略,如果品牌下的一个产品出现问题,会影响到整个品牌的声誉。答案: 正确

218. [S]市场调研第一个阶段是产品调研。() 答案: 正确

219. [S]市场分析是企业执行产品策划的基础工作。() 答案: 正确

220. [S]市场竞争环境会影响产品的定价策划。() 答案: 正确

221. [S]市场营销策划必须依据环境的变化相机变化。() 答案: 正确

222. [S]市场营销策划的方法包括人文法、系统法和体式法等。答案: 对

223. [S]市场营销策划的方法包括人文法、系统法和整体策划法等。() 答案: 正确

224. [S]市场营销策划的功能主要表现为整合资源、指导实践和规避风险。答案: 对

225. [S]市场营销策划的目的是制定切实可行的执行方案。答案: 对

226. [S]市场营销策划的目的是制定切实可行的执行方案。() 答案: 正确

227. [S]市场营销策划的目的是资源的有效利用和合理配置。() 答案: 错误

228. [S]市场营销策划的前提在于充分掌握市场信息。答案: 对

229. [S]市场营销策划的权变性是指策划方案在实际中应具有可操作性和易操作性。() 答案: 错误

230. [S]市场营销策划的权变性是指市场营销策划方案在实际中应具有可操作性和易操作性。() 答案: 错误

231. [S]市场营销策划的实施仅涉及营销策划部门,与其他部门无关。答案: 错

232. [S]市场营销策划的实施一般可分为两个基本工作阶段,即模拟策划实施阶段和分工具体实施阶段? 答案: 是

233. [S]市场营销策划的实施一般可分为两个基本工作阶段,即模拟策划实施阶段和分工具体实施阶段。() 答案: 正确

234. [S]市场营销策划的主体只能是个人。答案: 错

235. [S]市场营销策划的主体只能是机构和组织。答案: 错误

236. [S]市场营销策划的组织机构是指企业内部为开展市场营销策划业务活动而设计的相应职位及部门。答案: 对

237. [S]市场营销策划方案实施的模式有五种,即指令性模式、转化性模式、合作性模式、文化性模式和增长性模式。答案: 对

238. [S]市场营销策划人员素质包括道德素质、法律素质、身体和心理素质。答案: 错

239. [S]市场营销策划是策划的一个分支,是策划在市场营销管理中的运用。答案: 对

240. [S]市场营销策划是策划的一个分支,是策划在市场营销管理中的运用。() 答案: 正确

241. [S] 市场营销策划是一项系统工程。 () 答案: 正确
242. [S] 市场营销策划是一项要求投入智力的高难度的脑力劳动, 是一项非常复杂的智力运作工程。 答案: 对
243. [S] 市场营销策划书的撰写中, 最好能寻找一定的理论依据。 () 答案: 正确
244. [S] 市场营销策划书是市场营销策划方案的书面表达形式。 () 答案: 正确
245. [S] 市场营销策划书是营销策划方案的书面表达形式。 () 答案: 正确
246. [S] 市场营销策划指策划者为了达到一定的营销目标, 在充分进行市场调查和分析的基础上, 通过有效配置和运用自身有限的资源, 对企业营销活动所作的谋划。 答案: 对
247. [S] 市场营销策划中, 主策划人全面负责监督和管理市场营销策划组织的各项工作。 答案: 错
248. [S] 市场营销策划最早源于法国。 () 答案: 错误
249. [S] 市场营销调研的内容分为两大类, 即客观因素的调研和主观因素的调研。 答案: 错
250. [S] 市场营销调研的内容分为两大类, 即客观因素的调研和主观因素的调研。 () 答案: 错误
251. [S] 市场营销宏观环境是指那些给企业造成市场营销机会和形成威胁的外部因素, 包括人口环境、经济环境、自然环境、科技环境、法律环境以及社会和文化环境, 是企业不可控制的变量。 答案: 对
252. [S] 市场营销是为实现企业的营销战略所进行的战术、措施、项目与程序的策划。 答案: 对
253. [S] 市场营销战略的策划与实施是为了实现企业的任务和目标。 答案: 对
254. [S] 市场营销战略是企业总体战略的一部分, 市场营销战略的策划与实施是为了实现企业任务和目标。 () 答案: 正确
255. [S] 市场营销战略是指企业为实现长远经营目标, 对其营销活动制定的一种长期性、全局性、系统性的筹划谋略与行动总方案。 答案: 对
256. [S] 市场营销战术策划具有方向性、全局性和综合性特点。 () 答案: 错误
257. [S] 市场营销战术策划注重企业营销活动的可操作性, 是为实现企业的营销战略所进行的战术、措施、项目与程序的策划。 () 答案: 正确
258. [S] 市场追随者是指在相关产品的市场上, 市场占有率最高的企业。 () 答案: 错误
259. [S] 事件营销具有免费性和风险性的特点。 () 答案: 正确
260. [S] 事件营销是指通过把握新闻的规律, 制造具有新闻价值的事件, 并通过具体的操作让这一新闻事件得以传播, 从而达到促销的效果。 答案: 对
261. [S] 事件营销指通过制造和传播具有新闻价值的事件, 从而达到促销的效果。 答案: 正确
262. [S] 数量折扣指依据中间商在产品分销过程中所处不同的环节, 承担不同的功能、责任和风险, 企业据此给予不同的折扣。 () 答案: 错误
263. [T] 谈判者唯一感兴趣的事只有取胜 答案: 错
264. [T] 特许连锁中, 特许方必须拥有独具特色的商品或服务, 拥有一定的市场。 () 答案: 正确
265. [T] 体验营销就是满足消费者体验消费需要的营销活动。 答案: 对
266. [T] 体验营销就是满足消费者体验消费需要的营销活动。 答案: 正确
267. [T] 体验营销由于涉及较多顾客情感因素, 因此需要企业及时予以把控的过程。在体验管理阶段, 企业应对体验的实现予以密切的监控, 力保体验营销能朝着既定的目标和状态进行。 答案: 错
268. [T] 通常情况下, 策划文案撰写多由主策划人完成, 其他撰写人员只负责提供相关信息。 () 答案: 错误
269. [W] 网络视频营销即企业将各种视频短片放到互联网上, 宣传企业和企业品牌、产品及服务信息的营销手段。 () 答案: 正确
270. [W] 危机结束后, 需要对危机管理经验进行总结, 并进行企业形象的重建。 () 答案: 正确
271. [W] 违反国家计划而签订的合同, 不具有法律效力。 () 答案: 对
272. [W] 委托外部策划保密性好、灵活方便、节省费用, 且策划迅速。 () 答案: 错误
273. [W] 温和定价策略是指企业以大大高于成本的价格将新产品投入市场, 以便在产品生命周期的最初阶段获取高额利润, 尽快收回成本, 然后逐渐降低价格的策略。 答案: 错
274. [W] 文案撰写人只负责文案的部分撰写, 无须了解整个策划过程。 () 答案: 错误
275. [W] 文案撰写人只负责文案的撰写, 无须了解整个策划过程。 () 答案: 错误
276. [W] 文献调研法是一种获取二手资料的调查研究方法。 () 答案: 正确
277. [X] 习惯性创意意识是指不需要主观意识的主动、特别的干预就能有效的支配人的创意活动的意识。 答案: 对
278. [X] 现代市场营销策划是以个人构想为主要特征的。 () 答案: 错误
279. [X] 现金折扣的前提是商品的销售方式为赊销或分期付款。 () 答案: 正确
280. [X] 现金折扣是指卖方为了鼓励买方大量购买, 或集中购买其一家产品, 根据购买者所购买的数量给予一定的折扣。 () 答案: 错误
281. [X] 新产品定价不仅要考虑某一新产品, 还需要统筹考虑企业整体的产品结构。 () 答案: 正确
282. [X] 新产品概念必须体现“产品表现与消费者期望的一致性”。 () 答案: 正确
283. [X] 新闻公关指用公共关系的手段, 及时妥善处理与化解企业遇到的危机, 以消除公众对立情绪, 避免媒体负面报道。 () 答案: 错误
284. [X] 行为识别系统的基本要素包括企业名称、企业品牌标志和企业品牌标准字等。 () 答案: 错误
285. [X] 形象产品是指在企业产品价格结构中以最高价位来支撑企业品牌形象的代表性产品, 一般技术含量最高、功能最全。 答案: 对
286. [X] 需求导向定价法指企业以本行业的一般价格水平作为定价标准来确定企业产品的价格。 () 答案: 错误
287. [X] 许可营销是指发起人通过提供有价值的信息和服务, 利用用户之间的主动传播来实现网络营销信息传递的方式。它主要利用用户的口碑宣传。 () 答案: 错误
288. [Y] 一个完整的新产品概念是由场景、目标消费层和益处三个因素组成。 答案: 对
289. [Y] 以消费者满意为中心的理念要求企业全部活动以不断提高消费者满意度为行动指针, 切实从消费者利益、消费者的观点来考虑与分析消费者的需求。 答案: 对
290. [Y] 以盈利为目的的战略就是以追求利益最大化为目标的战略, 主要有囤积居奇利多销两种途径。 答案: 错误
291. [Y] 以盈利为目的的战略就是以追求利益最大化为目标的战略, 主要有囤积居奇与薄利多销两种途径。 () 答案: 错误
292. [Y] 一般来说, 策划方案至少应包括四部分的内容: 策划方案名称、策划目标、策划方案正文和附件。 答案: 错
293. [Y] 一般特许指受许方向特许方购买了特许

- 经营权的时，也购买了在一个地区内再建若干家分店的特许权。（）**答案：错误**
294. [Y] 营销策划的实施仅涉及营销策划部门，与其他部门无关。**答案：错误**
295. [Y] 营销策划更专业化，更注重实效性，更加关注企业的现实利润。**答案：错**
296. [Y] 营销策划是营销目的出发点的，它是营销策划的依据和基础。**答案：错**
297. [Y] 营销策划书不会因对象和内容的差异而在形式和体裁上有所差异。（）**答案：错误**
298. [Y] 营销策划书的策划对象是公司尚未推出的产品、服务、产品线或品牌。（）**答案：错误**
299. [Y] 营销策划书在推出之前，要自己先进行审核评定，自己先把关。**答案：对**
300. [Y] 营销策划中，主策划人全面负责监督和管理营销策划委员会（小组）的各项工作。（）**答案：错误**
301. [Y] 营销经费预算遵循效益性、经济性、充足性和弹性原则。（）**答案：正确**
302. [Y] 营销战略策划指市场营销具体项目的策划，如市场调研策划、品牌策划等。（）**答案：错误**
303. [Y] 营销诊断书的策划对象是企业在运营过程中出现的问题，目的是提出可行性解决方案。**答案：对**
304. [Y] 营销诊断书的策划对象是企业在运营过程中出现的问题，目的是提出可行性解决方案。（）**答案：正确**
305. [Y] 营销诊断书的目的是提出下一年的营销工作规划。（）**答案：错误**
306. [Y] 影响力是衡量创意是否具有价值的首要标准。（）**答案：错误**
307. [Y] 拥有独具特色的商品或服务、拥有一定的市场是特许连锁中特许方必须具备的条件。**答案：对**
308. [Y] 拥有独具特色的商品或服务、拥有一定的市场是特许连锁中特许方必须具备的条件。**答案：正确**
309. [Y] 优越的店址条件是特许方选择加盟店必不可少的参考条件。**答案：正确**
310. [Y] 运用图表有助于阅读者理解策划书的内容，它的主要优点在于有强烈的直观效果，用其进行比较分析、概括归纳、辅助说明等非常有效。**答案：对**
311. [Z] 在差别产品市场，竞争者降价会夺去本企业较多的市场占有率，并对本企业的销售造成实质性的损害。（）**答案：错误**
312. [Z] 在观念定位中，大多数方法都具有观念转换的意味，观念转换在根本上就是要促成消费者从一种固有的观念模式转向另一种新的观念模式。**答案：对**
313. [Z] 在企业形象策划过程中，调查阶段是必不可少的。**答案：正确**
314. [Z] 在企业形象的三个子系统中，视觉形象是最深层次、最核心的部分。**答案：错**
315. [Z] 在企业形象的三个子系统中，视觉形象是最深层次、最核心的部分。**答案：正确**
316. [Z] 在市场营销策划书中必须有结束语，它主要起到与前言呼应的作用，使营销策划书有一个圆满的结束。**答案：错**
317. [Z] 在推出市场营销策划书之前，有一件事情是绝对不可忽略的，那就是首先要把握决策人的理论水平。**答案：对**
318. [Z] 在营销组合里，价格是直接影响销售收入的因素。**答案：对**
319. [Z] 在营销组合里，价格是直接影响销售收入的因素。**答案：正确**
320. [Z] 赞助公关策划需要坚持社会效益原则、传播效果原则和量力而行原则。（）**答案：正确**
321. [Z] 真正意义上的E-mail营销并不需要得到用户的许可。（）**答案：错误**
322. [Z] 知识营销本质是企业在营销过程中注入知识含量与文化内涵，帮助消费者增加产品知识，提高消费素质。**答案：对**
323. [Z] 知识营销本质是企业在营销过程中注入知识含量与文化内涵，帮助消费者增加产品知识，提高消费素质？**答案：是**
324. [Z] 知识营销本质是企业在营销过程中注入知识含量与文化内涵，帮助消费者增加产品知识，提高消费素质。（）**答案：正确**
325. [Z] 知识营销的本质是企业在营销过程中注入现代信息技术。（）**答案：错误**
326. [Z] 直接出口是指企业通过本国的中间商向目标市场销售产品。（）**答案：错误**
327. [Z] 直接投资式进入方式是指通过向目标国出口商品进入国际市场的方式。（）**答案：错误**
328. [Z] 直邮营销具有立即性与直接性，可以直接针对产品特性与顾客反应进行沟通。（）**答案：错误**
329. [Z] 直邮营销适用于价格较高、购买隐蔽的商品。**答案：正确**
330. [Z] 只有对事实达成一致意见，才能开始谈判。**答案：错**
331. [Z] 制订推广计划的目的是要协助实现销售目标。（）**答案：错误**
332. [Z] 制定销售服务政策的主要目的在于尽最大努力做到使客户满意。**答案：对**
333. [Z] 制定销售服务政策的主要目的在于尽最大努力做到使客户满意。（）**答案：正确**
334. [Z] 中国联通提出“让一切自由联通”，这反映了企业的经营方针。（）**答案：正确**
335. [Z] 中国市场营销策划活动最早出现在20世纪90年代后期。**答案：错**
336. [Z] 中国市场营销策划活动最早出现在20世纪90年代后期。（）**答案：错误**
337. [Z] 中小企业一般多采用被动跟随型定价，以避免与大企业针锋相对地竞争。（）**答案：正确**
338. [Z] 重视消费者的意见，但是不能让消费者参与企业决策。**答案：错**
339. [Z] 主策划人一般应由企业的总经理、营销副总经理或策划部经理担任。**答案：正确**
340. [Z] 主策划人在策划过程中起关键性作用。（）**答案：正确**
341. [Z] 专卖店的商品结构般以奢侈品牌为主。（）**答案：错误**
342. [Z] 专卖店是以满足顾客便利性需求为主要目的的零售业态。（）**答案：错误**
343. [Z] 专卖店一般多设在居民住宅区、交通要道、娱乐场所及机关、团体、企事业单位办公区消费者较集中的地方。（）**答案：错误**
344. [Z] 转移价格可以帮助跨国公司减轻税赋和克服政府管制。（）**答案：正确**
345. [Z] 撰写策划书需要确定公司现在和未来的经营方针和主要政策，主要包括以下7项：确定目标市场与产品定位；营销策略是追求利润；制定价格策略；确定销售方式；广告表现与广告预算；促销活动的重点与原则；公关活动的重点和原则。**答案：错**
346. [Z] 自控能力是指个体控制自我情绪的能力，应变能力是指应付突发情况的能力？**答案：是**
347. [Z] 自控能力是指个体控制自我情绪的能力，应变能力是指应付突发情况的能力。（）**答案：正确**
348. [Z] 自销模式是指产品销售全部或基本上由企业自己的销售队伍及销售网络来承担的销售模式。**答案：对**
349. [Z] 自销模式是指产品销售全部或基本上由企业自己的销售队伍及销售网络来承担的销售模式。（）**答案：正确**
350. [Z] 自由贸易区是控制价格升级的一种重要方式。**答案：对**
351. [Z] 自由贸易区是控制价格升级的一种重要方式。（）**答案：正确**
352. [Z] 组合包装策略指企业根据产品的质量将

产品分级，不同等级的产品采用不同的包装材料 and 设计。（） **答案：错误**

353. [Z]最好的危机公关是将危机消灭在萌芽状态，避免危机的发生和出现。 **答案：对**

354. [Z]最好的危机公关是将危机消灭在萌芽状态，避免危机的发生和出现。 **答案：正确**

355. [Z]最后期限有助于谈判的进行 **答案：错**

主观题 (84) 微信号：zydz_9527

1. 1996年，新飞在国内首家大批量推出了全无氟环保冰箱，掀起了...

2. 2000年德国世界杯，王老吉以“不怕上火的世界杯”为主题，结...

3. 2020年3月26日，华为发布了新旗舰P40系列，P40Pr...

4. 20世纪50年代初，IBM已经成为电脑的代名词，宣传公司知名...

5. 3000元港币的打火机珠海九洲城里有只3000元港币的打火机...

6. IBM公司的企业形象设计20世纪50年代初，IBM已经成为电...

7. 案例资料：张裕集团在宜昌的营销策划一、市场分析 经...

8. 案例资料：张裕集团在宜昌的营销策划一、市场分析经过几年的...

9. 按照策划的对象分类，市场营销策划有几种类型？

10. 产品策划的要素主要有哪些？

11. 产品上市策划包括哪些步骤？

12. 创意的激发途径包括哪几种？

13. 创意的激发途径有哪些？

14. 创意的激发途径主要有哪些？

15. 创意的思维包括哪些内容？

16. 创意的形式有哪些？

17. 创意激发的常见方法主要有哪些？

18. 大数据营销的特点有哪些？

19. 定价策划时需要考虑的要素有哪些？

20. 方形西瓜多少年来，人们只知道西瓜是圆的，而今，日本有人生产出...

21. 分销渠道策划的内容主要包括什么？

22. 广告促销排期主要有哪几种策略？

23. 喝汤得金戒指汤中投放金戒指是新开业的宁波绿洲汤馆推出的一种促...

24. 简述分销模式策划的几种主要模式。

25. 简述绿色营销策划的主要步骤。

26. 简述绿色营销的特点。

27. 简述企业理念识别系统的主要内容。

28. 简要阐述品牌策划的要素。

29. 简要说明广告促销策划的程序。

30. 简要说明企业战略定位策划的内容。

31. 简要说明企业战略定位的策划内容。

32. 进行市场营销策划一般包括哪几个步骤？

33. 可口可乐101分销系统的危机在可口可乐和百事可乐竞争最为激烈...

34. 控制价格升级的方法主要有哪些？

35. 联想类比法包括哪些类型？

36. 论述市场营销策划的技巧。

37. 罗林洛克啤酒的独特包装20世纪80年代后期，美国啤酒业竞争加...

38. 绿色营销的特点是什么？

39. 美国艾士隆公司董事长布希耐在一次外出时，偶然发现几个孩子正在...

40. 美国政府曾经对“自由女神”像进行了一次大修，修复工程完成后产...

41. 品牌建立一般有哪几种方式？

42. 奇瑞汽车的营销战略策划2006年7月，在第四届广州国际车展中...

43. 企业标志和品牌标志统称为标志。那么如果按构成要素对标志进行分...

44. 企业定价策划应把握哪些原则？

45. 企业进入国际市场有哪几种方式？

46. 企业品牌定位策划的主要内容有哪些？

47. 企业视觉识别系统的基本要素有哪些？

48. 请简述分销渠道策划的内容。

49. 请简要阐述品牌策划的要素。

50. 请简要说明广告促销策划的程序。

51. 请简要说明企业战略定位策划的内容。

52. 渠道招商策划中，对商业伙伴的选择一般有哪些标准？

53. 什么是差异化战略？有什么优缺点？

54. 什么是大数据营销？大数据营销主要有哪些？

55. 什么是大数据营销？大数据营销主要有哪些特点？

56. 什么是网络营销？它包括哪些内容？

57. 市场营销策划的步骤？

58. 市场营销策划的步骤是什么？

59. 市场营销策划的步骤有哪些？

60. 市场营销策划的含义是什么？

61. 市场营销策划的目的是什么？

62. 市场营销策划的特征如何？

63. 市场营销策划的演变有哪些特征？

64. 市场营销策划的作用？

65. 市场营销策划人员应具备哪些素质？

66. 市场营销策划书的推介有哪些技巧？

67. 市场营销策划书推介的步骤有哪些？

68. 试对报纸、杂志、广播和电视四大广告媒体的优劣势进行论述。

69. 试述当前中国市场营销策划业存在的主要问题及对策。

70. 试述市场营销策划的技巧。

71. 说明企业视觉识别系统的基本要素有哪些？

72. 说起公牛电器，大家第一时间会想到移动插座。这个并不起眼，家家...

73. 为鼓励消费者自带水杯、减少一次性纸杯使用量，星巴克推出了免费...

74. 为励消费者自带水杯、减少一次性纸杯使用量，星巴克推出了免费喝...

75. 小米成立之初，创始团队讨论过至少上百个名字，比如红星、千奇、...

76. “小说旅馆”在美国，有一家名叫西尔维亚·奇的小旅馆，共有20...

77. 新产品定价的策略有哪些？

78. 新产品定价的方法有哪些？

79. 营销策划书的正文包括哪些内容？

80. 营销调研项目主要有几种类型？

81. 营销经费预算遵循的基本原则主要有哪些？

82. 营业推广策划包括哪些分类？

83. 在分销渠道策划中，结算政策直接影响生产企业的资金周转和经济效...

84. 在营业推广策划中，什么是事件营销策划？有什么特点？

1. [1]1996年，新飞在国内首家大批量推出了全无氟环保冰箱，掀起了一股全国范围内的绿色消费浪潮；1998年，新飞又紧抓环保时机，研制出了比普通冰箱...新高。与对手相比，新飞在冰箱市场上的一次次成功，就是得益于这样不拘一格的战略策划。

问题：新飞采取了何种竞争战略策划？试对其优缺点进行分析。

答案：新飞采用了差异化战略。

优点表现为：市场广阔，扩大销量，增强竞争，适应性强。

缺点表现为：经营管理水平要求高，生产成本、存货成本、促销成本增加。

2. [2]2000年德国世界杯，王老吉以“不怕上火的世界杯”为主题，结合王老吉产品特性进行产品推广，令王老吉在硝烟弥漫的世界杯饮料大战中火了一把。

世...销，罐装王老吉进一步巩固了其作为凉茶第一品牌的地位。

问题：（1）王老吉采用了哪种营销策划方式？（2）结合案例，讨论这种营销策划方式的特点。

答案：在2006年德国世界杯期间，王老吉采用了事件营销（也可称为事件驱动营销）的策略。以下是这种营销策划方式的特点，结合王老吉的案例进行讨论：

免费性：

赠品和活动：王老吉在活动中提供了特别设计的赠品，如点子冰杯、OK脖枕、吉娃三种，这些赠品都与世界杯和球迷生活紧密相关。这种赠品不仅增加了产品的吸引力，还能够增加消费者的参与感和忠诚度，但消费者并不需要直接支付额外费用。

目的性：

品牌曝光和关联：王老吉的活动明确围绕“不怕上火的世界杯”这一主题展开，充分利用世界杯期间球迷对消费品的高需求和关注度。通过将产品特性与大众关注的事件紧密结合，王老吉成功地提升了品牌在消费者心目中的形象，并强化了产品在夏季消费场景中的地位。

风险性：市场反应不确定性：尽管事件营销可以带来显著的品牌曝光和市场占有率提升，但其成功依赖于消费者对事件的接受和对品牌信息的积极反应。如果消费者对活动主题或产品理念的接受度不高，或者活动执行不到位，可能会导致品牌形象受损或者销售表现不如预期。

王老吉通过事件营销的方式，在2006年世界杯期间成功地将产品特性与大众关注的事件紧密结合，通过免费赠品、主题活动和路演等方式，有效地提升了品牌在市场中的曝光度和消费者的认知度，进一步巩固了其作为凉茶市场领导品牌的地位。然而，这种营销策略也需要谨慎执行，以确保活动达到预期的市场效果和品牌形象的提升。

3. [2]2020年3月26日,华为发布了新旗舰P40系列,P40Pro+的顶配定价折合人民币10845元,这是历代P系列最贵的一次。相比过去,这次华...万人交定金。

问题:华为P40Pro+新产品上市,采用的是哪种新产品定价策略?结合案例,讨论三种新产品定价策略各自的优缺点及各自适用的产品。

答案:华为P40Pro+新产品上市,采用的是撇脂定价策略。常见的新产品定价策略有撇脂定价策略、渗透定价策略和温和定价策略。

撇脂定价策略的优势：一是产生丰厚利润；二是树立高品质形象；三是协调市场供求；四是有利于维持企业竞争优势。缺点：风险较大、竞争者进入、缩短产品生命周期等。

渗透定价策略的优势：低价薄利，不易诱发竞争；长期占领市场等。缺点：本利回收期较长；价格变动余地小等。

温和定价策略介于以上两者之间，适合竞争力

较弱的中小企业采用，以及日用小商品定价。

4. [2]20世纪50年代初，IBM已经成为电脑的代名词，宣传公司知名度的诉求已无必要。怎样使IBM公司跻身于世界性大企业之列？当时的BM公司董事长小...，可以说是“先锋、科技、智慧”的代名词，以蓝色构成的标志也成功地树立了高科技“蓝色巨人”的形象。

问题：结合案例说明企业形象策划的重要意义。

答案：企业形象就是企业展现出来的一张名片，企业的产品，人员一切都是在为企业的形象做宣传，好的企业形象可以让人产生信赖，在员工招募以及客户洽谈上有着十分重要的作用。所以策划企业形象十分重要，相对于通品牌的竞争，比如蒙牛和伊利同样是牛奶产业，不同的口碑会产生不同的人群和结果，因此企业形象的策划是企业必不可少的一个环节。在案例中八条纹的IBM标准字，鲜明地表现了BM的经营哲学：品质感与时代感，可以说是“先锋、科技、智慧”的代名词，以蓝色构成的标志也成功地树立了高科技“蓝色巨人”的形象。

企业形象策划的具有以下的重要意义：

第一，企业品牌形象策划可作为一种企业的长期发展战略。

第二，企业品牌形象策划让消费者有效的识别自己的企业品牌。

第三，企业品牌为企业自身创造最大的利益。

第四，企业品牌可作为企业的一种无形资产。

第五，改善企业自身的生存与发展环境。

第六，企业品牌可提升企业核心竞争力。

第七，企业品牌持续增加企业销售量和销售质量。

5. [3]3000元港币的打火机

珠海九洲城里有只3000元港币的打火机。观

光客听到这个消息·无不为之乍舌。如此昂贵的打火机.该是什么样了呢？于是，许...清清的店堂一下子热闹了，果汁、汽水、大众咖啡等饮料格外畅销。

问题：珠海九洲城和日本东京都滨松町咖啡屋为什么这样为产品定价？适用条件是什么？

答案：他们运用的是一种“高价招徕法”。适用条件如下：

（1）将少数几种本小利薄的日用品低价出售，使消费者受此吸引而经常光顾本店。

（2）把相互有补充关系的商品区别定价，有意识地把主要的耐用商品价格定得低些，把从属的、消耗大的商品价格定得高一些。由于主要商品价值大，消费者购买次数少，对价格又比较敏感，所以适当降低这种商品的价格，既能使消费者满意，商场损失也不大。最主要的是以此种商品的低价招徕消费者。诱导消费者购买主要商品后，继续大批量地购买消耗大的从属性的附件和材料等，就可以保证商场获得最大的整体利益。

（3）对同一商场销售的商品，按不同的原则定价，将有些商品价格调高，有些商品价格调低，以便招徕顾客。

（4）高价引客。既然招徕定价是针对消费者对不同商品的消费心理，以及不同消费者的消费特点灵活定价的一种方式，所以招徕并非一定是超低价，有时，超高价也能起到很好的引起消费者注意的作用。就像珠海某商城里有种3000多元港币一只的打火机，引起了人们的兴趣，许多人都想看看这“高贵”的打火机到底是什么样子，于是，该商城里平添了不少前来一睹打火机为快的人。

6. IBM公司的企业形象设计

20世纪50年代初，IBM已经成为电脑的代名词，宣传公司知名度的诉求已无必要。怎样使IBM公司跻身于世界性大企业之...真阅读以上资料，回答以下问题：

（1）结合案例说明企业形象策划的重要意义。

（2）IBM的视觉识别是否充分表达出了企业的经营理念？为什么？

答案：（1）企业形象就是企业展现出来的一张名片，企业的产品，人员一切都是在为企业的形象做宣传，好的企业形象可以让人产生信赖，在员工招募以及客户洽谈上有着十分重要的作用。所以策划企业形象十分重要，相对于通品牌的竞争，比如蒙牛和伊利同样是牛奶产业，不同的口碑会产生不同的人群和结果，因此企业形象的策划是企业必不可少的一个环节。

（2）从IBM 的视觉识别的主要特点说明其充分表达出了企业的经营理念。一个好的视觉识别设计，需要将企业精神、企业特色和风格充分表达出来。在案例中，IBM八条纹的IBM标准字，鲜明地表现了BM的经营哲学：品质感与时代感，可以说是“先锋、科技、智慧”的代名词，以蓝色构成的标志也成功地树立了高科技“蓝色巨人”的形象。

7. [A]案例资料：张裕集团在宜昌的营销策划

一、市场分析 经过几年的发展，国内红酒市场竞争日趋激烈，特别是在北京、上海、广东等经济发达省市...通路上采取了哪些营销策略？（答题要求：字数500~800之间。要求观点明确，理论联系实际，有自己的见解。层次清楚，语言简洁通畅，不得抄袭。）

答案：答：1. 由于宜昌是个旅游城市，住店的游客很多，消费能力也很强，因此宜昌各酒店的酒类销售特别火爆。在酒店点酒，客人之间会相互影响，酒店与酒店之间也会相互影响，因此张裕决定将酒店渠道作为开发宜昌市场的突破口。80 / 20原则是张裕夺取酒店渠道时的妙招，即将80%的精力、资源用于数量上只占20%，却起着领导80%消费潮流的酒店上。在拿下一些重要酒店终端后，进入其余的小型酒店或其它销售渠道的工作一下变得十分顺利了。在确定目标后，重要的是时机的选择。宜昌酒店行业有个惯例：农历正月十五前是厨师、餐

饮店主管调整时期,许多新的主管人员将在此时上任,张裕便利用这种人事变动的时机开发酒店,因为新上任的主管往往容易被突破,而且新任主管一般都还没有产生品牌偏好。在对待主要竞争对手方面,张裕的策略也别出心裁:X品牌由于进入市场早,在宜昌酒店行业的领先地位较为稳固,消费额较高,如果与其硬拼,困难很大。除X品牌之外,酒店内销量大的便是洋酒,但品牌较为分散,难以形成合力,再加上部分洋酒本身存在着牟取暴利、假冒伪劣现象严重等致命弱点。因此决定:先挤占洋酒在酒店的份额,再猛攻X品牌。张裕高级解百纳干红是抵抗洋酒的主打产品,其内在品质完全能与任何进口酒相媲美,而售价又比洋酒低许多,优良的性价比首先便赢得了许多敢于尝鲜的消费者。同时,张裕加强做好酒店的共管和宣传工作,推广张裕的品牌形象及红酒知识。另一方面,将媒体上刊发的有关洋酒牟取暴利、假冒伪劣现象严重的报道给顾客参阅,如此一对比,顾客们心中自然就有数了。凑巧的是,1999年7月,法国葡萄酒出现了震惊世界的“疯牛病事件”,国家有关部门宣布暂停进口红酒的销售并进行抽检,随着国内大大小小媒体的频繁曝光,及有关报纸、电视、广播媒体的报道,洋酒开始走下坡路。虽然此后证明,国内市场的洋酒并未出现受疯牛病毒污染的情况,但张裕的解百纳干红早已取代洋酒,成为宜昌酒店行业的“新宠”。

2. 张裕在构建营销通路上采取了这些营销策略:1. 价格策略低价策略布局高端寻求突破。一是大卖场——扩大品牌影响,走销量。二是连锁超市——维护品牌形象,与知名品牌比肩。三是品酒室——锁定“贵”客,培养忠诚度。2. 分销渠道深度分销,慎选代理商终端制胜大卖场、连锁超市、品酒室。为避免代理商拖欠货款,张裕实行了信誉保证金制度,在具体操作方式上借鉴“王朝”模式,要求代理商根据自己的销售情况,向品牌出让方交纳10万~100万元不等的保证金,品牌出让方以此为发货依据。代理商于规定期限内返款,保证金

不动,年终还有利息;超过期限返款,以保证金冲抵。通过实施这一制度,淘汰了一批无实力、无诚信的经销商,使一批有实力、善经营、讲信誉的经销商显现出来,优化了经销商资源,实现了强强联合、厂商双赢。3. 促销策略感官体验策略视觉、味觉和嗅觉情感体验策略思考体验策略行动体验策略。感官体验策略(1)视觉体验。张裕公司的葡萄酒主要采用商场专柜、星级酒店、酒吧、专卖店、超市及直销等方式进行销售,同时辅以一定的宣传手段,与消费者进行沟通。因而对消费者来说,公司的可视元素,包括产品的外包装、专柜及店面、网站、宣传资料等,成为他们对企业及产品最初印象的来源。张裕公司在这些方面都进行了精心的设计,如公司的卡斯特酒,其销售包装采用两层,外层是原木包装,给人以质朴而又不失高贵之感,内瓶采用的深色的瓶身,酒标用的是具有欧式风格的酒庄建筑,简单大方又标明酒的来源。公司的其他产品的包装也都经过精心设计,瓶标图案大多采用能够体现公司文化感、历史感的图片,如张裕具有百年历史的地下大酒窖、年代久远具有西方特点的张裕公司大门、公司巴拿马获奖证书、古典人物造型以及上个世纪30年代上海市场张裕葡萄酒专柜。这些设计均传递出沉稳、厚重的历史感,充分展现了“百年张裕、传奇品质”的风范,体现出张裕品牌独有的文化,给消费者以优质、信赖之感。(2)味觉和嗅觉体验。与白酒、啤酒的豪饮文化不同,葡萄酒的消费讲究的是品饮,通过味觉与嗅觉的鉴赏,消费者能够知道酒的品质、风格、酿造的品种与产地。张裕公司在营销的过程中,经常请消费者进行现场品尝,并由专业人士教给消费者品酒的知识与技巧,让消费者在品味中体验张裕的产品。

8. [A] 案例资料:张裕集团在宜昌的营销策划一、市场分析
经过几年的发展,国内红酒市场竞争日趋激

烈,特别是在北京、上海、广东等经济发达省市,市场发...007 年 7月。讨论题:

1、张裕是如何依靠代理商进入宜昌市场的?(50分)

2、张裕在构建营销通路上采取了哪些营销策略?(50分)

答案:答:张裕经分析市场,确认原因是产品定位、品牌建设没有做到位;对代理商依赖性太强,而代理商对张裕重视不够造成开发终端工作迟缓。因此必须选择新的代理商:既有足够宽的销售网络又有经营实力和较高管理水平,同时对张裕品牌认同和重视。

由于宜昌是个旅游城市,住店的游客很多,消费能力也很强,因此宜昌各酒店的酒类销售特别火爆。在酒店点酒,客人之间会相互影响,酒店与酒店之间也会相互影响,因此张裕决定将酒店渠道作为开发宜昌市场的突破口。80/20原则是张裕夺取酒店渠道时的妙招,即将80%的精力、资源用于数量上只占20%,却起着领导80%消费潮流的酒店上。在拿下一些重要酒店终端后,进入其余的小型酒店或其它销售渠道的工作一下变得十分顺利了。在确定目标后,重要的是时机的选择。宜昌酒店行业有个惯例:农历正月十五前是厨师、餐饮店主管调整时期,许多新的主管人员将在此时上任,张裕便利用这种人事变动的时机开发酒店,因为新上任的主管往往容易被突破,而且新任主管一般都还没有产生品牌偏好。在对待主要竞争对手方面,张裕的策略也别出心裁:X品牌由于进入市场早,在宜昌酒店行业的领先地位较为稳固,消费额较高,如果与其硬拼,困难很大。除X品牌之外,酒店内销量大的便是洋酒,但品牌较为分散,难以形成合力,再加上部分洋酒本身存在着牟取暴利、假冒伪劣现象严重等致命弱点。因此决定:先挤占洋酒在酒店的份额,再猛攻X品牌。

张裕高级解百纳干红是抵抗洋酒的主打产品,其内在品质完全能与任何进口酒相媲

美,而售价又比洋酒低许多,优良的性价比首先便赢得了许多敢于尝鲜的消费者。同时,张裕加强做好酒店的共管和宣传工作,推广张裕的品牌形象及红酒知识。另一方面,将媒体上刊发的有关洋酒牟取暴利、假冒伪劣现象严重的报道给顾客参阅,如此一对比,顾客们心中自然就有数了。凑巧的是,1999年7月,法国葡萄酒出现了震惊世界的“疯牛病事件”,国家有关部门宣布暂停进口红酒的销售并进行抽检,随着国内大大小小媒体的频繁曝光,及有关报纸、电视、广播媒体的报道,洋酒开始走下坡路。虽然此后证明,国内市场的洋酒并未出现受疯牛病毒污染的情况,但张裕的解百纳干红早已取代洋酒,成为宜昌酒店行业的“新宠”。

1. 运用整合营销方式发掘潜在市场
名牌不等于市场,驰名商标未必是市场占有率第一的品牌。百年酝酿的酒香,要想经得起市场的骇浪,还需要一些现代化改革。张裕人逐渐认识到,建立现代市场营销管理体制是唯一的出路。因此,公司自1995年开始确立“营销兴企”的发展战略,由单纯的生产型企业向生产经营型企业转变,变推销为营销。在这种新的经营模式中,张裕公司把消费者视为“圆心”,紧紧围绕它进行市场营销管理。为此,张裕将主要的领导力量、优秀人才、资金都集中投向这一部分,重点宣传“张裕”百年品牌,努力塑造企业形象,在全国同行业中取得了很好的销售业绩。

张裕公司的整合营销思路正是从顾客的这一角度出发,在积极借鉴国外经验的基础上,针对本企业及我国的实际情况,有选择地加以吸收,并进行改进。在对自身及众多同行进行分析论证后,张裕人找到了自己的价值长处——浓厚的历史文化沉淀。

2. 加强海外合作,放眼葡萄酒高端市场张裕拥有中国最好的葡萄酒销售网络及品牌影响力,这正是卡斯特最需要的,而卡斯特拥有全球性的市场资源以及生产和营销顶级红酒的经验,也正是张裕国际化最急需的。张裕进军国际市

场所有的不利因素,卡斯特都可以帮助其改造。曲为民称,张裕以前的产品结构一直不合理,和卡斯特合作后,张裕将对产品结构进行调整,加快高档产品的开发。所以,张裕公司与卡斯特公司的合作,决不是民族品牌被洋品吃掉,而是一次双赢的合作。

3. 借酒庄旅游,巧打文化营销牌卖葡萄酒要有文化支撑。从实质上讲,葡萄酒品牌的成功就是一种文化的胜利,没有一个酒种,比葡萄酒更需要文化上的心理支持。葡萄酒的市场接受过程,实际上就是一种文化观念的建构过程,只有当葡萄酒所代表的健康生活观、品位、高雅等文化因素深入消费者心中,它才可能被大规模接受。因此在某种意义上,推销葡萄酒就是推销文化。如何建构具有东方个性的酒庄酒文化,并把它推销出去——百年张裕采取了无孔不入的文化渗透营销策略。

4. 顺应时代潮流,以绿色营销树企业形象张裕公司适时地推出了“绿色营销”方略,其焦点是使企业的市场营销活动更加顾及环境的保护,引导消费者转向自然、健康的消费观念。着眼点是通过借用“绿色文化”来推销产品,树立企业形象,取得了良好的综合效果。

9. [A]按照策划的对象分类,市场营销策划有几种类型?

答案:市场营销策划按照策划的对象类型:

- (1) 企业策划。
- (2) 产品策划。
- (3) 服务策划。
- (4) 活动策划。

10. [C]产品策划的要素主要有哪些?

答案: (1) 市场分析;

- (2) 产品定位;
- (3) 产品营销;
- (4) 售后服务。

11. [C]产品上市策划包括哪些步骤?

答案: 1. 市场调研的回顾

2. 产品研发的跟踪

3. 产品试销的分析

4. 上市目标的界定

5. 上市策略的研讨

6. 上市方案的确定

7. 上市工作的启动

8. 上市执行的监控

9. 上市策略的修正

10. 上市工作的总结

12. [C]创意的激发途径包括哪几种?

答案: (1) 培养创意思维,克服惰性思维;

- (2) 突破思维定式,训练发散思维;
- (3) 寻求诱发灵感的契机,提高想象力。

13. [C]创意的激发途径有哪些?

答案: (1) 培养创意思维,克服惰性思维;

- (2) 突破思维定势,训练发散思维;
- (3) 寻求诱发灵感的契机,提高想象力。

14. [C]创意的激发途径主要有哪些?

答案: (1) 培养创意思维,克服惰性思维; (2) 突破思维定势,训练发散思维; (3) 寻求诱发灵感的契机,提高想象力

15. [C]创意的思维包括哪些内容?

答案: (1) 创造性思维;

- (2) 发散性思维;
- (3) 系统性思维。

16. [C]创意的形式有哪些?

答案: (1) 直观思维与逆向思维;

- (2) 形象思维与抽象思维;
- (3) 联系思维与倾向思维;
- (4) 垂直思维与水平思维;
- (5) 灵感思维与顿悟思维。

17. [C]创意激发的常见方法主要有哪些?

答案: 答: 创意的激发途径有以下几种: (1) 培养创意思维,克服惰性思维。 (2) 突破思维定式,训练发散思维。 (3) 寻求诱发灵感的契机,提高想象力。

18. [D]大数据营销的特点有哪些?

答案: (1) 多平台;

- (2) 时效性;
- (3) 个性化;
- (4) 关联性;
- (5) 性价比高。

19. [D]定价策划时需要考虑的要素有哪些?

答案: 定价策划的要素,有企业内部要素、也

有外部要素;有主观要素,也有客观要素。一般来说,主要包括成本要素、需求要素、竞争要素。

20. [F]方形西瓜

多少年来,人们只知道西瓜是圆的,而今,日本有人生产出了方形西瓜,实乃破天荒的事情。

西瓜如何由圆变方的呢? 不说不知道,一说就明了。... 易损坏,不利于长途运输和贮藏,不能获得最佳经济效益。西瓜由圆变方独特新奇,销路大增,获利可观。

问题: 你从“西瓜变方”的故事中得到哪些启示?

答案: 在激烈的市场竞争中,一个企业或经营者,必须充分运用独创思维,想他人未想,做他人未做之事,求新破旧,用新产品来吸引消费者。

西瓜由圆变方告诉我们“人无我有,人有我新”。只有多研制和生产独具特色的新产品,不仅可以满足市场需要,而且也能使经营者生产者自身获得最大的经济效益。

从西瓜变方的故事中,我们可以得到几个启示:

创新思维的重要性: 在激烈的市场竞争中,创新是企业生存和发展的关键。日本人通过改变传统的西瓜形状,提出了方形西瓜的概念,从而解决了传统圆形西瓜在存储、运输和使用上的一些不便,创造了全新的市场机会。

市场需求和适应能力: 经营者应该密切关注市场需求的变化,并灵活调整自己的产品或服务。日本人的方形西瓜不仅仅是形状的变化,更是对市场需求的精准把握和适应,因此获得了消费者的青睐和经济效益。

独特性和竞争优势: 通过引入独特的产品或服务,企业可以在市场中脱颖而出,建立竞争优势。方形西瓜的引入不仅仅是形态上的创新,更是在产品功能和实用性上的优化,这种独特性使得产品不仅占据了市场空白,

还为消费者带来了全新的体验和价值。

经济效益的最大化: 创新不仅可以满足市场需求,还能带来经济效益的最大化。方形西瓜的成功案例表明,通过独特的创新产品,企业不仅能够提高销售量和市场份额,还能增加利润,实现经济上的可持续发展。

21. [F]分销渠道策划的内容主要包括什么?

答案: (1) 分销布局策划;

- (2) 分销模式策划;
- (3) 渠道招商策划;
- (4) 渠道制度策划。

22. [G]广告促销排期主要有哪几种策略?

答案: 1. 持续性排期

2. 季节性排期

3. 突发性排期

4. 周期性排期

23. [H]喝汤得金戒指

汤中投放金戒指是新开业的宁波绿洲汤馆推出的一种促销招术: “每10碗汤中必有金戒指。” 如10月30日那天共出售汤179碗,有19... 打响知名度,并以汤作点缀,用广东汤来带动宁波菜的消费,用金戒指助兴,以吸引顾客到此消费。

问题: 你认为上述案例中的促销举措能成功吗? 为什么?

答案: 我认为绿洲汤馆的促销举措不能成功,反而会弄巧成拙。一个成功的市场营销策略需要具备 5 大要素。分别是洞察、定位、创意、传播、运营,这五个部分又要在具体操作时完成不同的任务。

一是洞察。消费者洞察,是要发现消费者真实的需求和偏好,并将之应用于企业的营销实务,它是发现新的市场机会、找到新的战略战术,从而提高营销成效和摆脱市场肉搏的有效途径。绿洲汤馆就没有洞察到消费者的真实需求,把重点放在了促销上,从而很难赢得广大消费者的喜爱和推崇。

二是定位。品牌定位是市场定位的核心和集中表现。企业一旦选定了目标市场,就要设计并

塑造自己相应的产品，品牌及企业形象，以争取目标消费者的认同。由于市场定位的最终目标是为了实现产品销售，而品牌是企业传播产品相关信息的基础，品牌还是消费者选购产品的主要依据，因而品牌成为产品与消费者连接的桥梁，品牌定位也就成为市场定位的核心和集中表现。绿洲汤馆没有把塑造自己的品牌作为重点，反而将汤里投放金戒指作为促销重点，这样会让顾客觉得汤很不卫生，不仅很难留住老顾客，也会留下不好的口碑，很难招来新顾客。

三是创意。创意是什么？创意是传统的叛逆；是打破常规的哲学；是大智大勇的同义；是导引递进升华的圣圈；是一种智能拓展；是一种文化底蕴；是一种闪光的震撼；是破旧立新的创造与毁灭的循环；是宏观微照的定势，是点题造势的把握；是跳出庐山之外的思路，超越自我，超越常规的导引；是智能产业神奇组合的经济魔方；是思想库、智囊团的能量释放；是深度情感与理性的思考与实践；是思维碰撞、智慧对接；是创造性的系统工程；是投资未来、创造未来的过程。简而言之，创意就是具有新颖性和创造性的想法。文中的绿洲汤馆创意不够，而且也很难让消费者接受，很难取得成功。

四是传播。品牌传播，就是企业以品牌的核心价值为原则，在品牌识别的整体框架下，选择广告、公关、销售、人际等传播方式，将特定品牌推广出去，以建立品牌形象，促进市场销售。品牌传播是企业满足消费者需要，培养消费者忠诚度的有效手段，是目前企业家们高擎的一面大旗。绿洲汤馆宣传的重点不对，应该把宣传汤的营养价值作为重点，所以即使会被人熟知，也很难被接受。

五是运营和维护。品牌运营就是企业以品牌为核心所做的一系列综合性策划工作，它是一个复杂的系统工程。随着市场竞争的日趋激烈，企业间的竞争越发明显地表现为品牌的竞争，企业能否培育出自有的知名品牌，将直接决定一个企业在市场上的竞争力。同时也是企业针

对外部环境的变化给品牌带来的影响所进行的维护品牌形象、保持品牌的市场地位和品牌价值的一系列活动的统称。绿洲汤馆没有维护和建立自己的品牌，随着市场竞争的激烈，很难有一席之地。

总之，我不认为绿洲汤馆的促销举措能取得成功，反而我认为当前市场竞争如此激烈，树立一个好的口碑，拥有自己的品牌，才是营销策略的重点。汤中投放金戒指，只会让消费者觉得不卫生，不愿意再次消费。所以，想要在激烈的市场竞争中立于不败之地，要洞察到消费者的真实需求，找到自己的市场定位，为自己树立一个符合市场、容易让消费者记得住的牌品，通过各种途径宣传自己，并运营维护好自己的企业，才能在激烈的市场竞争中有一席之地。

24. [J]简述分销模式策划的几种主要模式。
答案：分销模式策划主要包括以下几类：1、自销模式策划：是指产品销售全部或基本上由企业自己的销售队伍及销售网络来承担的销售模式。根据自销环节的多少，又可以分为以下3种形式：（1）直销：是指生产企业不通过中间环节，直接将产品卖给最终消费者的方式，如计算机行业的戴尔公司。（2）自销：是指生产企业自己构建从批发到零售的分销体系，并承担产品从出厂到零售终端过程中所有责任的方式。这种自销方式很少被采用。（3）直供零售。是指生产企业直接将产品卖给零售商，自行发挥批发商功能，但没有取代而是利用了零售商的零售功能的方式。这是采用最普遍的自销方式。2、经销模式策划：是企业的产品销售基本上有经销商承担的销售模式。由于企业在同一市场层级选取的经销商数量不同，经销模式又可以分为区域总经销制和区域多家经销制两种形式。3、代理模式策划：是指生产企业与具有较强销售网络和分销能力的中间商以契约的方式建立稳定的代理销售关系。代理模式可以使生产企业迅速进入市场，有效规避经营

风险，且运营成本较低。与其它方式相比，代理模式更适于迅速运作大市场。对代理模式可以进行以下分类：（1）独家代理与多家代理（2）总代理与分代理

25. [J]简述绿色营销策划的主要步骤。

答案：1、树立绿色营销观念。

2、设计绿色产品。

3、制定绿色产品的价格。

4、绿色营销的渠道策略。

5、搞好绿色营销的促销活动。

26. [J]简述绿色营销的特点。

答案：（1）提倡绿色消费意识；

（2）实行绿色促销策略；

（3）采用绿色标志；

（4）培育绿色文化。

27. [J]简述企业理念识别系统的主要内容。

答案：（1）经营方向；

（2）经营思想；

（3）经营道德；

（4）经营作风；

（5）经营风格。

28. [J]简要阐述品牌策划的要素。

答案：品牌策划的要素有：

（1）品牌名称；

（2）品牌标志；

（3）品牌个性；

（4）品牌诚信。

29. [J]简要说明广告促销策划的程序。

答案：（1）广告市场调查；

（2）确定广告目标和广告定位；

（3）确定广告媒体策略；

（4）确定广告主题及创意；

（5）广告文案创作；

（6）确定广告表现策略；

（7）确定广告预算方案；

（8）撰写广告策划书。

30. [J]简要说明企业战略定位策划的内容。

答案：企业战略定位是对企业以什么服务社会、以什么立足于市场的本源性和战略性思

考。它是涉及企业生存本源的核心思考。是有关企业使命和企业愿景方面的哲学思考。其内容包括：产业领域定位策划、市场地位定位策划、赢利模式定位策划和企业发展战略定位策划。

31. [J]简要说明企业战略定位的策划内容。

答案：（1）企业的产业领域定位策划；

（2）企业在行业中的市场地位策划；

（3）企业盈利模式策划；

（4）企业发展战略定位策划。

32. [J]进行市场营销策划一般包括哪几个步骤？

答案：（1）分析市场机会。（2）选择目标市场（3）设计营销战略（4）策划营销方案（5）管理营销活动

33. [K]可口可乐101分销系统的危机

在可口可乐和百事可乐竞争最为激烈的珠三角许多城市，百事可乐的海报、吊旗、店牌等密集于超市的显眼之处，而可口可乐... 占领先机，可口可乐在广东等市场节节败退。

问题：结合所学分销策划的理论知识以及百事可乐渠道构建的方式，尝试提出“101分销系统”的改进措施。

答案：措施如下：

1. 在101系统提倡的“区域精耕”的基础上进行“通路精耕”。所谓“区域精耕”就是将一个区域划成越来越小的块，每个小块由一个配送商负责配送，也就是说在同一区域发展越来越多的配送商和每个配送商的配送范围越来越小。这种做法有利于可口可乐更好的服务于终端客户和建立更完善配送体系，这一点是市场发展的大势所趋，一定要坚持。

“通路精耕”简单来讲就是将渠道细分，并由不同的业务员负责不同的渠道，这种做法有利于提高工作效率和各渠道均衡发展。符合市场形势发展的变化。可口可乐要想在和百事的竞争中立于不败之地，必须要朝这个方向走！

2. 精简销售部门的架构，尤其是渠道部。渠道

部人员进行分工，增设渠道经理职位，不同的渠道经理负责不同的渠道事务，以针对不同的渠道制定不同的渠道策略和把业务员从繁多的渠道事务中解脱出来。渠道经理的职责包括：计划、预算。控制渠道费用；策划、监控渠道促销；制定渠道事务工作流程；评估渠道业务员的工作；渠道开发等等。

3. “产品精耕”，可口可乐的产品线是丰富的，除了碳酸饮料外，还有茶饮料、果汁饮料、水。可以考虑在“区域精耕”和“通路精耕”的基础上再进行“产品精耕”。将配送商按产品再进行一次分类，使业务员和配送商的工作进一步专业化，充分发挥各方面的优势，从而更加提高工作效率，真正实现对市场的无缝覆盖！

34. [K]控制价格升级的方法主要有哪些？

答案：（1）降低制造成本
（2）降低关税
（3）缩短分销渠道
（4）利用自由贸易区降低成本
（5）散件运输

35. [L]联想类比喻法包括哪些类型？

答案：(1)直接类比喻法；
(2)结构类比喻法；
(3)因果类比喻法；
(4)拟人类比喻法。

36. [L]论述市场营销策划的技巧。

答案：（1）寻找合适的切入线索：

①政治线索②经济线索③科技线索④文化线索。

（2）采用恰当的切入形式：

①物质性创新②利益性创新③信息性创新④时间性创新⑤顾客性创新。

37. [L]罗林洛克啤酒的独特包装

20世纪80年代后期，美国啤酒业竞争加剧，罗林洛克啤酒通过独特的包装策略摆脱了困境。罗林洛克啤酒使用一种绿色长颈瓶...认真阅读上述材料，回答以下问题：

从包装策划的三大要素（外形、构图、材料）

谈罗林洛克啤酒的包装设计为什么能够成功？

这个案例对你有什么启发？

答案：包装设计的三要素为外形，构图，材料。外形要素指的是商品包装展示面的外形，包括展示面的大小、尺寸和形状。新颖的形态能够在一定程度上对视觉起到引导的作用，并且能给消费者留下深刻的影响。在本材料中罗林洛克啤酒的包装瓶突破原有的包装形态，采取长颈瓶的形态，能够马上抓住消费者的眼光。同时，长颈瓶的设计在一定程度上体现了包装的形式美法，而且还结合了自身的功能特点，达到了完美统一的形象。构图要素指的是将商品包装展示面的商标、图形、文字组合排列到一起的一个完整的画面。一个设计的适当、美观的作品是一个优秀的好作品。在本案例中在啤酒的包装箱重点突出它的绿色长颈瓶与罗林洛克啤酒是用山区泉水酿制的这个事实。包装箱上照片质量很高，色彩鲜艳、图像清晰，消费者很容易从30英尺外认出罗林洛克啤酒。以上两个点，涉及到商标设计、图形设计和色彩设计。从商标设计入手，使得观察者能够在较短时间内理解内在意义，并且传达“酒”的内容，简单精炼。在图形设计上采取绘画手法，比其余的更直观，欣赏趣味浓。同时也更能够取舍，提炼、概括商品的特点。从色彩设计看，色彩醒目，对比强烈，能够有强的吸引力和竞争力，以唤起消费者的欲望，促进销售。材料要素主要是指商品包装所用到的材料表面的纹理和质感。在本案例中，使用适合的材料包装成高贵感，体现商品的质量和品牌，同时展示出去整体功能，使消费者能够较快知道本啤酒也能够用于装饰，一物多用。

启示：包装设计应该应商品制宜，突出商品的特色，促进销量。同时也需要注意设计过程中的外形、构图、材料要素要素的结合。在外形上突破原有模式，新颖独特且实用。在构图上构图合理且适宜，颜色适宜且能突

出产品内容，浑然一体。在材料上突出品牌与质量，促进销量。

38. [L]绿色营销的特点是什么？

答案：（1）提倡绿色消费意识：

（2）实行绿色促销策略：

（3）采用绿色标志：

（4）培育绿色文化。

39. [M]美国艾士隆公司董事长布希耐在一次外出时，偶然发现几个孩子正在玩一只肮脏且异常丑陋的昆虫，孩子们对这只昆虫的喜欢程度简直到了爱不释手的地步。布...丰厚的利润，并在美国掀起了行销“丑陋玩具”的热潮。

问题：市场营销策划有哪些常见的切入形式？“丑陋玩具”采用的是哪种切入形式？对你有何启发？

答案：（1）物质性创新：

（2）利益性创新：

（3）信息性创新：

（4）时间性创新：

（5）顾客性创新。

“丑陋玩具”采用的是顾客性创新，在日常策划中，还可以从顾客方面寻找策划的切入点。从顾客的特殊需要切入。一般商品只能满足大众的需要，而不能满足部分人的特殊需要。当这种特殊需要不止一次出现时，这意味着一个回报丰厚的市场就要产生。不管这个市场有多大，它对策划人来说都是有价值的。

40. [M]美国政府曾经对“自由女神”像进行了一次大修，修复工程完成后产生了200吨的建筑垃圾。州政府只好刊登告示，愿意出50万美金悬赏能妥善处理垃圾的...纪念品。不到三个月，所有纪念品销售一空。在扣除了成本费用之后，这位商人净赚200多万美元。问题：结合案例，试分析如何对创意的效果进行评定？

答案：“没有垃圾，只有放错地方的资源。”这位商人在清理女神废料中的做法和结果充分证明了这一点，这也是循环经济所追求的理念。循环经济作为一种以工业经济为基础的全新发展模式，强调物尽其用，即资源的再使用和再循环。对看似无用的“垃圾”进行回收利用，既减少了污染，又节约了能源，实现了环境效益和经济效益的双赢，可谓一举两得。踩着别人足迹走路的人，永远不会留下自己成功的脚印。要想成功，必须要有创意，在创意中成功，靠创意持续成功。只有拥有与别人不一样的想法才能脱颖而出，才能超越自己，超越对手们的竞争。

41. [P]品牌建立一般有哪几种方式？

答案：1. 广告宣传：通过在各类媒体上投放广告，包括电视、网络、杂志、户外等，提升品牌的曝光度和知名度。

2. 品牌定位：确定产品或服务的定位和差异化优势，使消费者能够清晰地理解品牌的核心价值和特点。

3. 品牌故事：讲述品牌的故事和历史，塑造品牌的情感共鸣和认同感，吸引消费者建立品牌情感连接。

4. 社交媒体营销：利用社交平台、博客和在线社区等渠道，与消费者进行互动，传播品牌理念，建立品牌形象。

5. 产品质量和服务：通过提供高品质的产品和优质的售后服务，树立品牌的信誉和口碑。

6. 品牌赞助和活动：参与或举办相关领域的活动、赛事或展会，借助赞助和合作推广品牌形象。

42. [Q]奇瑞汽车的营销战略策划

2006年7月，在第四届广州国际车展中，奇瑞以14.4万辆的半年度销售业绩进入全国四强；在“2006年上半年汽车品...年上半年达到了6.59万辆的业绩，排名第六。

问题：根据所学的市场营销定位策划的理论知

识，从外部环境的发展趋势，策划奇瑞营销战略的调整方向。

答案：外部环境的发展趋势：1、人口环境分析。人口规模不断扩大，对于汽车的需求量基数不断增加，致使汽车市场规模扩大。地理位置优越，公司总部设于武汉，便于奇瑞（CIVC）行销于人口密集的东部沿海和广大中部地区。虽然人口老龄化加快，但年轻人的购买力正在不断增强，购车者年龄趋于年轻化。现代家庭规模变小，乘车自驾游成为一种潮流，且人们越来越追求环保，环保节能的奇瑞（CIVIC）正可满足这种需求。

2、经济环境分析。我国国民经济发展迅速，居民可支配收入不断增加，社会购买力成倍的增长，整个汽车市场对于中级轿车的需求仍是供小于求。消费者信贷业务不断发展完善，贷款购车已经成为一种新的消费方式。

3、自然资源分析。中国的自然环境趋于恶化，环境污染日益严重。油价不断上涨，环保节能的奇瑞（CIVIC）无疑是购车的首选。策划奇瑞营销战略的调整方向，我认为从以下三个方面出发：

1、市场总定位。奇瑞Civic适合于城市中成功的白领青年男、女性，即具有轿车之感的城市SUV。

2、形象定位。运动时尚、性能好、价格适中。中国奇瑞Civic：属于时尚运动型车，混合双动力，省油而不省动力，并且在节能环保方面做得相当出色。

3、环保定位要抓牢，现在不管是国家还是消费者，对于环保节能，都非常重视。

43. [Q]企业标志和品牌标志统称为标志。那么如果按构成要素对标志进行分类，标志一般可以分为哪几类？

答案：按构成要素进行分类，标志一般可以分为：文字标志、图形标志、组合标志。

44. [Q]企业定价策划应把握哪些原则？

答案：成本原则
市场需求原则

价值定位原则

弹性定价原则

竞争定价原则

盈利目标原则

45. [Q]企业进入国际市场有哪几种方式？

答案：（1）贸易式进入；
（2）契约式进入；
（3）直接投资式进入；
（4）国际战略联盟式进入。

46. [Q]企业品牌定位策划的主要内容有哪些？

答案：（1）产品品类定位策划；
（2）目标市场定位策划；
（3）品牌核心价值定位策划。

47. [Q]企业视觉识别系统的基本要素有哪些？

答案：企业视觉识别系统的基本要素包括：企业名称、企业品牌标志、企业品牌标准字、企业专用印刷字体、企业标准色、企业象征造型与图案、企业宣传标语和口号等。其中，名称、标志、标准字、标准色是企业识别整体传播系统中的枢纽和核心要素

48. [Q]请简述分销渠道策划的内容。

答案：（1）分销布局策划；
（2）分销模式策划；
（3）渠道招商策划；
（4）渠道制度策划。

49. [Q]请简要阐述品牌策划的要素。

答案：品牌策划的要素有：
（1）品牌名称；
（2）品牌标志；
（3）品牌个性；
（4）品牌诚信。

50. [Q]请简要说明广告促销策划的程序。

答案：广告促销策划的程序如下：

- （1）告市场调查；
- （2）确定广告目标和广告定位；
- （3）确定广告媒体策略；
- （4）确定广告主题及创意；
- （5）广告文案创作；
- （6）确定广告表现策略；
- （7）确定广告预算方案；
- （8）撰写广告策划书。

51. [Q]请简要说明企业战略定位策划的内容。

答案：（1）企业的产业领域定位策划；
（2）企业在行业中的市场地位策划；
（3）企业盈利模式策划；
（4）企业发展战略定位策划。

52. [Q]渠道招商策划中，对商业伙伴的选择一般有哪些标准？

答案：渠道招商策划中，对商业伙伴的选择一般有以下标准：

- （1）实力优先；
- （2）业态对路；
- （3）形象吻合；
- （4）文化认同。

53. [S]什么是差异化战略？有什么优缺点？

答案：差异化战略，企业凭借自身的技术优势和管理优势生产出在性能、质量方面优于市场上现有水平的产品，或者在销售方面，通过特色宣传、灵活促销、周到的售后服务，在消费者心目中树立良好的形象。

54. [S]什么是大数据营销？大数据营销主要有哪些？

答案：大数据营销是利用大数据技术和分析方法来实现精准营销、个性化营销和数据驱动的营销策略的过程。通过收集、整合和分析海量的数据，企业可以更深入地了解消费者行为、趋势和偏好，从而制定更有效的营销策略和推广方案。

大数据营销主要包括以下几个方面：

1. ****用户画像分析****：通过大数据分析建立用户的详细画像，包括消费习惯、兴趣爱好

好、行为路径等，从而实现精准的目标用户定位。

2. ****个性化营销****：基于对用户画像的分析，针对不同用户群体推出个性化的营销内容、产品推荐和定制化服务，提高用户参与度和购买转化率。

3. ****预测性营销****：利用大数据分析预测市场趋势、需求变化和产品热度，帮助企业调整营销策略和产品组合，提前应对市场变化。

4. ****实时营销****：通过对实时数据的监控和分析，及时调整营销活动和推广策略，以更快地响应市场变化和用户需求。

5. ****社交媒体营销****：利用大数据分析社交媒体上的用户行为和话题趋势，进行精准的社交媒体营销，提升品牌在社交平台上的曝光度和影响力。

通过这些大数据营销手段，企业可以更精准地洞察市场和用户，提高营销效果，降低营销成本，实现更好的营销业绩。

55. [S]什么是大数据营销？大数据营销主要有哪些特点？

答案：答：大数据营销是基于多平台的大量数据，依托大数据技术的基础上，应用于互联网广告行业的营销方式。大数据营销的特点包括：（1）多平台。（2）时效性。（3）个性化。（4）性价比高。（5）关联性。

56. [S]什么是网络营销？它包括哪些内容？

答案：网络营销是以国际互联网络（也包括企业内部网和外部网）为基础，利用数字化的信息和网络媒体的交互性来辅助实现营销目标的一种新型的营销方式。

网络营销内容主要包括：

- （1）网上市场调查；
- （2）网络消费者行为分析；
- （3）网络营销策略的制定。

57. [S]市场营销策划的步骤？

答案：答：1. 市场分析：对目标市场进行全面的研究和分析，包括目标客户、竞争对手、市场趋势等方面的调研，以了解市场情况和潜在

机会。2. 确定目标市场：根据市场分析的结果，确定适合企业产品或服务的目标市场，明确目标客户的特征和需求。

3. 确定市场定位：根据目标市场的需求和竞争环境，确定企业在市场中的定位和差异化策略，明确企业的核心竞争优势。

4. 设定营销目标：根据市场定位和企业战略目标，设定具体的营销目标，如销售额增长率、市场份额增加等。

5. 制定营销策略：根据市场分析和目标市场的需求，制定合适的营销策略，包括产品策略、定价策略、渠道策略和推广策略等。

6. 实施营销计划：将制定好的营销策略转化为具体的行动计划，包括制定详细的营销活动计划、资源配置和时间安排等。

7. 监测和评估：定期监测和评估营销活动的执行效果，分析市场反馈和销售数据，及时调整和优化策略，确保达到营销目标。

58. [S] 市场营销策划的步骤是什么？

答案：(1) 了解现状；
(2) 分析情况；
(3) 制定目标；
(4) 制定营销战略；
(5) 制定行动方案；
(6) 预测效益；
(7) 设计控制和应急措施；
(8) 撰写市场营销策划书。

59. [S] 市场营销策划的步骤有哪些？

答案：市场营销策划的步骤有：明确策划问题、市场调研和环境分析、市场预测、确定策划目标、制定营销策略组合、撰写营销策划方案

60. [S] 市场营销策划的含义是什么？

答案：市场营销策划是指策划者为了达到一定的营销目标，在充分的市场调查和分析基础之上，通过有效的配置和运用自身有限的资源，对企业营销活动所作的谋划。

61. [S] 市场营销策划的目的是什么？

答案：市场营销策划的目的是制定切实可行的

执行方案。市场营销策划服务于企业市场营销，策划的目的即制定一套对企业市场营销活动具有现实指导意义的操作方案，为企业营销和发展提供解决的思路，并能指导营销工作人员开展营销活动，以实现企业营销特定的目标。

62. [S] 市场营销策划的特征如何？

答案：(1) 创新性；
(2) 可行性；
(3) 权变性；
(4) 复杂性；
(5) 系统性；

63. [S] 市场营销策划的演变有哪些特征？

答案：市场营销策划的演变有以下特征：
(1) 逐步由分散的点子、创意案例和经验上升为系统的策划理论，并不断揭示市场营销策划的内在本质和探索市场营销的规律性问题。
(2) 由个体策划人独立完成向知识高度密集的智囊策划和法人组织策划转变。
(3) 市场营销策划从依附性向独立性发展。
(4) 营销策划更专业化，更注重实效性，更加关注企业的长远发展。

64. [S] 市场营销策划的作用？

答案：答：1. 了解市场需求：通过市场营销策划，企业可以深入了解目标市场的需求、趋势和竞争状况，从而更好地把握市场机会。2. 确定目标市场：市场营销策划帮助企业明确目标市场，并准确把握目标客户的特征和需求，有针对性地开展产品开发和营销活动。3. 提升竞争力：通过市场营销策划，企业可以明确自身的核心竞争优势，并制定差异化的营销策略，提升产品或服务的竞争力，赢得市场份额。4. 制定营销目标：市场营销策划帮助企业设定具体的营销目标，如销售额增长率、市场份额增加等，为企业的发展提供明确的方向和目标。5. 指导资源配置：市场营销策划可以帮助企业合理配置营销资源，包括人力、财务和物流等，确保资

源的有效利用，提高市场活动的效果。6. 优化营销活动：通过市场营销策划，企业可以制定详细的营销活动计划，并监测和评估活动的执行效果，及时调整和优化策略，提高市场营销的效果和效率。

65. [S] 市场营销策划人员应具备哪些素质？

答案：1. 道德素质。道德素质主要包括思想政治素质和职业道德素质。
2. 知识素质。策划人员的知识结构应是一个系统，由营销策划工作所需的专业知识及其相关知识构成。包括营销理论知识、营销实务知识、相关学科知识、企业和相关组织知识。
3. 身体和心理素质。具体有良好的认识素质、情感和意志素质、个性心理特征。

66. [S] 市场营销策划书的推介有哪些技巧？

答案：1. 介绍的技巧：
清晰简洁的开场：在介绍开始时，要用简洁明了的语言概述策划书的核心内容和目标。确保开场语言能够吸引听众的注意力，让他们对你的策划书产生兴趣。
突出关键亮点：强调你的市场营销策划书的独特之处和创新点。可以选择几个最引人注目的亮点或关键数据，这样可以快速吸引并留住听众的注意力。

问题导向的引入：可以通过引入一个普遍的行业问题或挑战来建立起策划书的必要性和紧迫性。这种方式能够帮助听众更好地理解你提出的解决方案的重要性。

2. 回答问题的技巧：

倾听并理解问题：在回答问题之前，确保仔细倾听问题并理解其核心。可以重述问题，确认自己正确理解了问题的内容。
简明扼要的回答：尽量用简明扼要的语言回答问题，避免过多的废话或绕圈子的表达。清晰地回答问题能够让你的回答更具说服力和效果。

举例说明：如果可能，可以通过具体的案例或数据来支持你的回答。这不仅能够增加回

答的可信度，还能让听众更好地理解你的思路和方法。

3. 演示工具的技巧：

简洁而视觉吸引力的设计：选择简洁明了的演示模板和设计风格，确保文字内容不过多，而图表和图片可以清晰传达关键信息。

重点突出：在演示过程中，通过使用大标题、重点标注或强调功能来突出你的市场策略的核心内容。这有助于听众更容易理解和记住你的信息。

交互式演示：如果条件允许，可以考虑使用交互式演示工具或演示方式，例如动态图表、投影映射或在线演示工具，以增强参与感和互动性。

67. [S] 市场营销策划书推介的步骤有哪些？

答案：(1) 自我说服，
(2) 模拟演练；
(3) 进行事前协调；
(4) 突出策划书的“卖点”，
(5) 准备报告中使用的工具；
(6) 把握决策者的水平；
(7) 找到提案的恰当时机；
(8) 提案汇报。

68. [S] 试对报纸、杂志、广播和电视四大广告媒体的优劣势进行论述。

答案：答：(1) 报纸广告的优势特点是覆盖面广、读者稳定，对信息的传递及时，能够给顾客留下深刻的印象，能够长期保存，形成重复的传播效果；劣势是印刷质量较低，报纸的读者不一定对广告感兴趣。

(2) 杂志广告的优势是有明确的宣传对象，印刷精致，善于表达产品的质地，可以长期保存，提高了重复阅读率；劣势是周期长，时效性差，制作成本较高。

(3) 广播广告的优势是信息传播及时、迅速，通过语言和音响效果表达广告的效果，可以给听众一个清晰的印象；劣势是仅依靠声音传播，不易保存，缺乏直观性，易被曲解。

(4) 电视广告的优势是集声音、形象, 音乐于一体, 是当今广告媒体中最重要的, 覆盖面广, 影响力深, 及时迅速, 感染力强; 劣势是传播的信息不易保存, 广告针对性差, 费用投入高。

69. [S]试述当前中国市场营销策划业存在的主要问题及对策。

答案: 存在的问题主要表现在以下方面:

- (1) 市场营销策划人员素质良莠不齐;
- (2) 本土市场营销策划企业竞争力不强;
- (3) 行业发展缺乏规范性。

发展对策:

- (1) 成立行业协会, 加强行业自律;
- (2) 加强法制建设, 在法律规范的框架下, 促进市场营销策划业发展;
- (3) 培养人才、壮大队伍;
- (4) 建立现代企业制度, 完善公司治理结构;
- (5) 建立战略联盟, 强强联合、优势互补;
- (6) 全球化思考, 专业化运作。

70. [S]试述市场营销策划的技巧。

答案: (1) 寻找合适的切入线索。

①政治线索; ②经济线索; ③科技线索; ④文化线索。

(2) 采用恰当的切入形式。

①物质性创新; ②利益性创新; ③信息性创新; ④时间性创新; ⑤顾客性创新。

71. [S]说明企业视觉识别系统的基本要素有哪些?

答案: 企业视觉识别系统的基本要素包括: 企业名称、企业品牌标志、企业品牌标准字、企业专用印刷字体、企业标准色、企业象征造型与图案、企业宣传标语和口号等。其中, 名称、标志、标准字、标准色是企业识别整体传播系统中的枢纽和核心要素。

72. [S]说起公牛电器, 大家第一时间会想到移动插座。这个并不起眼, 家家户户都用, 也谈不上什么高科技含量的产品, “公牛”把它做到了极致。2017年, 公牛... 场景, 对品牌

传播起到了非常重要的作用。

问题: “公牛”分销布局策划选择的哪一种形式? 结合案例, 讨论三种分销布局形式各自的特点及其适用的产品。

答案: “公牛”分销布局策划选择的多渠道分销布局形式。

分销渠道的三种模式为:

1、垂直渠道系统:

垂直分销渠道模式的优势是: 合理管理库存, 削减分销成本, 便于把握需求动向, 易于安排生产与销售, 渠道控制力强, 有利于阻止竞争者加入, 商品质量有保障, 服务水平高。缺陷是: 维持系统的成本较高, 经销商缺乏独立创造性。

2、水平渠道系统:

水平渠道系统的优势:

①资源共享; ②节省费用; ③降低风险。

水平渠道系统的劣势:

①复杂; ②稳定性差

3、多渠道系统。

优点: 多渠道零售则专注于产品, 多个渠道各自独立运作, 客户可以在不同的渠道购买到相同产品。卖方可以利用这种灵活性, 有些顾客喜欢在线购买, 而其他顾客可能更青睐于实体零售。

缺点: 多渠道零售使产品选择和目标市场变得多样化。在实体店中销量很高的商品可能在电商平台上表现不佳。尽管多渠道零售不像全渠道那样可以无缝对接, 但它更灵活、覆盖面更广。

73. [W]为鼓励消费者自带水杯、减少一次性纸杯使用量, 星巴克推出了免费喝咖啡活动: 4月22日当天上午11点至12点, 星粉只要自带水杯到星巴克门店, 就可以免费喝咖啡。星巴克通过免费送咖啡的形式, 以激发大众参与互动的欲望。

问题: 星巴克推出的这一营销活动属于哪类营销? 结合案例, 讨论该类营销的主要特点。

答案: 星巴克推出的这一营销活动属于绿色

营销。

绿色营销的主要特点:

以环保为核心价值: 核心是环保, 此活动鼓励自带水杯, 减少一次性纸杯使用, 减少资源浪费, 践行可持续发展理念。

满足消费者绿色需求: 迎合消费者环保意识提升的趋势, 满足其环保消费需求, 且提供了参与环保行动的独特消费体验。

注重品牌形象塑造: 树立品牌的环保形象, 提升消费者对品牌的认同感。

74. [W]为励消费者自带水杯、减少一次性纸杯使用量, 星巴克推出了免费喝咖啡活动: 4月22日当天上午11点至 12 点, 星粉只要自带水杯到星巴克门店, 就可以免费喝咖啡。星巴克通过免费送咖啡的形式, 以激发大众参与互动的欲望。

问题: 星巴克推出的这一销活动属于哪类营销? 结合案例, 讨论该类营销的主要特点

答案: 这一营销活动属于优惠营销。优惠营销是一种以价格为主要营销策略, 以改善企业的竞争竞争报价, 如优惠券、促销、折扣、礼品、奖励等形式吸引顾客, 加强与客户的联系的行为。优惠营销的主要特点是注重实惠, 能以无形的方式提升顾客的购买力, 利用特定的价格、优惠和折扣促使消费者产生省钱或节制开支的欲望, 吸引潜在客户参与整个营销活动。优惠营销的优点是可以快速吸引客户, 减少竞争性价格影响, 有助于短期业绩, 更低的价格能够提高销量, 从而提升企业的利润; 并且可以有效建立吸引的客户忠诚度, 增强与客户的关系, 而且该形式的营销活动能够有效将客户吸引至服务项目。

75. [X]小米成立之初, 创始团队讨论过至少上百个名字, 比如红星、千奇、安童、玄德、灵犀等。

最后选定小米, 因为小米是五谷之一, 温润滋养, 是人们耳熟能详的名字, 显得亲切平和。问题: 小米提炼命名概念属于哪一类

别? 结合案例, 讨论与其他类别命名概念提炼相比该类别的优势。

答案: 小米提炼命名概念属于“与消费者有关”类别。该类从消费者心理出发, 给消费者一个记忆点, 让消费者能感觉有利可图, 能从中受益。其他类别有“与主品牌有关”、“与商品系列有关”、“与营销战略有关”、“与竞争对手有关”、“与产地、销售地、渠道有关”、“与消费群体文化有关”、“与表现形式有关”, 至少讨论三种以上类别。

(请评阅者根据学生的观点、学生引用提炼命名概念内容的正确性、回答的思路和逻辑性、阐述的清晰以及论证的充分程度酌情给分。)

76. [“】“小说旅馆”

在美国, 有一家名叫西尔维亚·奇的小旅馆, 共有20间客房, 其布置和摆设都极为奇特。每个房间的设计都以世界一位著名作家为主题。旅客... 作家名作品的精辟句子和情节, 从而引起一连串遐想。这家“小说旅馆”吸引了众多爱好读书的游客, 生意十分兴隆。

问题: 为什么“小说旅馆”生意兴隆?

答案: “小说旅馆”生意兴隆的原因是这个旅馆与其它旅馆相比独具特色。由此, 不禁使人想到那句“特色是金”的俗语。消费者由于其社会地位、经济收入、个人爱好的不同, 形成了不同的消费层次和消费特点。依据消费者各不相同的消费需求, 开设具有鲜明特色的服务项目, 在市场竞争中具有独特的魅力。那些适应市场规律, 真正满足了某一消费群体需求的“特色店”, 大多是能取得成功的。

要搞出特色, 必须进行认真的市场调查和分析研究, 切实掌握消费者心理, 了解消费者需求。

“小说旅馆”之所以生意兴隆, 无非是由于其独特的经营策略满足了那些爱好读书的游客而已。

我国是一个人口众多的大国, 人们的消费需求各不相同, 这为经营者提供了无数的商业机会, 经营者理应在经营特色上多一些招数。

77. [X]新产品定价的策略有哪些?

答案：（1）撇脂定价策略；
（2）渗透定价策略；
（3）温和定价策略。

78. [X] 新产品定价的方法有哪些？

操作，让这一新闻事件得以传播，从而达到促销效果的促销方式。

事件营销的特点包括：免费性；目的性；风险性。

答案：（1）成本导向定价法；
（2）需求导向定价法；
（3）竞争导向定价法。

79. [Y] 营销策划书的正文包括哪些内容？

答案：销策划书的正文的内容包括：
（1）界定问题；（2）环境分析；（3）问题和机会；（4）营销目标；（5）营销战略；
（6）营销组合策略；（7）行动方案；（8）财务分析（9）策划控制方案。

80. [Y] 营销调研项目主要有几种类型？

答案：答：（1）探索性调研。
（2）描述性调研。
（3）因果关系调研。
（4）预测性调研。

81. [Y] 营销经费顶算遵循的基本原则主要有哪些？

答案：（1）效益性原则。
（2）经济性原则。
（3）充足性原则。
（4）弹性原则。

82. [Y] 营业推广策划包括哪些分类？

答案：（1）节日营销策划；
（2）事件营销策划；
（3）会展营销策划；
（4）体验营销策划。

83. [Z] 在分销渠道策划中，结算政策直接影响生产企业的资金周转和经济效益，那么比较常见的结算政策包括哪几种方式？

答案：比较常见的结算政策包括：
预付货款政策、现款提货政策、授信额度政策、赊销政策

84. [Z] 在营业推广策划中，什么是事件营销策划？有什么特点？

答案：事件营销策划，是指通过把握新闻的规律，制造具有新闻价值的事件，并通过具体的