

试卷代号:1321

座位号

--	--

国家开放大学(中央广播电视大学)2016年秋季学期“开放本科”期末考试

市场营销策划(本) 试题

2017年1月

题 号	一	二	三	四	五	总 分
分 数						

得 分	评卷人

一、单项选择题(在各题的4个选项中,只有一项是最优答案,请将你选出的最优答案的序号填写在题中的括号内。本题共10小题,每小题2分,共20分)

1. 以下哪一项不属于营销策划经费预算的内容? ()。
A. 市场调研费
B. 信息收集费
C. 人力投入费
D. 材料损耗费
2. 以下哪一项不属于创意效果评定的内容? ()。
A. 经济效果
B. 管理效果
C. 社会效果
D. 心理效果
3. 企业发动提价策划的最主要的原因是什么? ()。
A. 产品供过于求
B. 产品成本上升
C. 企业急需回笼大量资金
D. 开拓新市场
4. 王老吉的世界杯营销是属于以下哪一种营销方式? ()。
A. 节日营销
B. 体验营销
C. 会展营销
D. 事件营销

5. 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? ()。

- A. 模仿创造法
- B. 移植参合法
- C. 联想类比法
- D. 逆向思维法

6. 以下哪一项不属于自销模式策划的形式? ()。

- A. 多家经销
- B. 自销
- C. 直供零售
- D. 直销

7. 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? ()。

- A. 差异化战略
- B. 成本领先战略
- C. 集中化战略
- D. 国际化战略

8. “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? ()。

- A. 心理定位
- B. 逆向定位
- C. 是非定位
- D. 观念转换定位

9. 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()。

- A. 未找到提案的恰当时机
- B. 未能把握决策者的水平
- C. 事前协调不当
- D. 未能突出策划书的“卖点”

10. 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()。

- A. ①②③④
- B. ②①③④
- C. ②①④③
- D. ④③②①

得 分	评卷人

二、多项选择题(以下各题的4个选项中,至少有两个是正确的,请选出它们并将其序号填入题后括号内。选错、多选、少选均不得分,本题共10小题,每题2分,共20分)

11. 市场营销策划人文法包括()。
 - A. 集思广益法
 - B. 调查法
 - C. 体式法
 - D. 经验法
12. 市场营销策划方案实施的模式()。
 - A. 转化性模式
 - B. 合作性模式
 - C. 文化性模式
 - D. 增长性模式
13. 市场营销策划的特性包括()。
 - A. 创新性
 - B. 可行性
 - C. 权变性
 - D. 复杂性
14. 品牌策划的策略包括()。
 - A. 统一品牌策略
 - B. 多品牌策略
 - C. 主副品牌策略
 - D. 联合品牌策略
15. E-mail 营销的基本因素包括()。
 - A. 产品质量保证
 - B. 电子邮件传递信息
 - C. 信息对用户有价值
 - D. 用户许可
16. 促销人员的组织需要考虑的内容包括()。
 - A. 促销人员在不同销售区域的配置
 - B. 促销人员的组织类型
 - C. 促销人员数量的确定
 - D. 促销人员的激励
17. 渠道制度策划的对象包括哪几方面?()。
 - A. 销售权限政策
 - B. 价格政策
 - C. 结算政策
 - D. 返利政策
18. 一个完整的新产品概念由哪些因素组成?()。
 - A. 场景
 - B. 目标消费层
 - C. 品牌
 - D. 益处

19. 常见的新产品定价策略主要有()。
- A. 撇脂定价策略
- B. 渗透定价策略
- C. 温和定价策略
- D. 限制进入定价策略
20. 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是()。
- A. 以消费者需求为中心研究和设计产品
- B. 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
- C. 重视消费者的意见
- D. 让消费者参与企业决策

得 分	评卷人

三、判断题(请根据你的判断,正确的在题后括号内划“√”,错误的划“×”。本题共 10 小题,每小题 2 分,共 20 分)

21. 萌芽期的市场营销策划以个人构想为主要特征。()
22. 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。()
23. 多品牌策略容易造成自身品牌的过度竞争。()
24. 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。()
25. 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。()
26. 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。()
27. 当产品的市场需求大于供给时,价格应低一些。()
28. 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。()
29. 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。()
30. 对促销人员的激励应更注重精神激励,而非物质激励。()

得 分	评卷人

四、简答题(简要回答下列各题。本题共 2 小题,每小题 12 分,共 24 分)

31. 市场营销策划的目的是什么?
32. 请简要说明企业战略定位策划的内容。

得 分	评卷人

五、论述题(16 分)

33.

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 名顾客喜得金戒指。但市民对汤中投放金戒指这一举措,褒贬不一。

绿洲汤馆为在竞争激烈的宁波餐饮市场中争得一席之地,从 10 月 25 日起,推出汤中投放金戒指这一举措。目前该馆汤的品种有 24 种,低档的如“啤酒炖风爪”每碗 10 元;高档的如“清宫秘制佛跳墙”,每碗 168 元。金戒指为 18K 女细戒,每只重 0.7 克左右,成本价 100 元。投放前由酒精及高温沸水消毒,在汤馆财务部监督下,一般每轮到第 9 碗或第 10 碗汤时投放。即顾客不管点什么档次的汤,凡满 10 碗可得到 100 元的“馈礼”。

绿洲汤馆部经理说:此举措是为了企业开业初期打响知名度,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?

试卷代号:1321

国家开放大学(中央广播电视大学)2016年秋季学期“开放本科”期末考试

市场营销策划(本) 试题答案及评分标准

(供参考)

2017年1月

一、单项选择题(在各题的4个选项中,只有一项是最优答案,请将你选出的最优答案的序号填写在题中的括号内。本题共10小题,每小题2分,共20分)

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

二、多项选择题(以下各题的4个选项中,至少有两个是正确的,请选出它们并将其序号填入题后括号内。多选、少选均不得分,本题共10小题,每题2分,共20分)

- | | | | | |
|---------|----------|----------|----------|----------|
| 11. ABD | 12. ABCD | 13. ABCD | 14. ABCD | 15. BCD. |
| 16. ABC | 17. ABCD | 18. ABD | 19. ABC | 20. ABCD |

三、判断题(请根据你的判断,正确的在题后括号内划“√”,错误的划“×”。本题共10小题,每小题2分,共20分)

- | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 21. √ | 22. √ | 23. √ | 24. × | 25. × |
| 26. √ | 27. × | 28. × | 29. × | 30. × |

四、简答题(每小题12分,共计24分)

31. 市场营销策划的目的是什么?

答: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。

(12分)

32. 请简要说明企业战略定位策划的内容。

答:(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。(12分)

五、论述题(共计16分)

33. 此题是开放式答案,学生可以从促销策略及其策划等角度谈自己的看法。评阅者根据学生答题情况酌情给分。评阅标准:学生的观点、学生引用理论的正确性、回答的思路、阐述的清晰以及论证的充分程度等。

试卷代号:1321

座位号

国家开放大学(中央广播电视大学)2017年春季学期“开放本科”期末考试

市场营销策划(本) 试题

2017年6月

题 号	一	二	三	四	五	总 分
分 数						

得 分	评卷人

一、单项选择题(在各题的4个选项中,只有一项是最优答案,请将你选出的最优答案的序号填写在题中的括号内。本题共10小题,每小题2分,共20分)

1. 市场营销策划人员的知识素质要求包括()。
A. 营销理论知识
B. 道德素质
C. 身体素质
D. 心理素质
2. 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?()。
A. 模仿创造法
B. 移植参合法
C. 联想类比法
D. 逆向思维法
3. 控制价格升级的途径有()。
A. 降低关税
B. 采用成品运输
C. 增加分销渠道
D. 控制营销成本
4. 以下哪一项属于市场营销调研中不可控的调研因素?()。
A. 产品调研
B. 分销渠道调研
C. 物流调研
D. 宏观环境调研

5. 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()。

A. ①②③④⑤

B. ②①③④⑤

C. ②①⑤④③

D. ⑤④③②①

6. 创造性思维是指()。

A. 从不同方向、途径去设想,探求多种答案,最终使问题获得解决的思维方法

B. 以系统论为思维基本模式的思维形态

C. 通过联想和迁移对同一问题形成尽可能多的答案,并设法寻找各种解决途径的方法

D. 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

7. 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

()

A. 组合包装策略

B. 类似包装策略

C. 等级包装策略

D. 再使用包装策略

8. 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?()。

A. 物质性创新

B. 利益性创新

C. 信息性创新

D. 时间性创新

9. 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?

()

A. 向上延伸

B. 向下延伸

C. 双向延伸

D. 水平延伸

10. 市场营销策划的前提是()。

A. 制定切实执行的执行方案

B. 资源的有效利用和合理配置

C. 充分掌握市场信息

D. 规避市场风险

得 分	评卷人

二、多项选择题(以下各题的4个选项中,至少有两个是正确的,请选出它们并将其序号填入题后括号内。选错、多选、少选均不得分,本题共10小题,每题2分,共20分)

11. 企业责任具复合属性,它可划分为()。
 - A. 国家形象
 - B. 经济责任
 - C. 法律责任
 - D. 社会责任
12. 训练发散思维的主要方式()。
 - A. 非逻辑思维训练
 - B. 放纵模糊性思维训练
 - C. 变通性思维训练
 - D. 求异性思维训练
13. 促销人员的激励方式包括()。
 - A. 环境激励
 - B. 物质激励
 - C. 目标激励
 - D. 精神激励
14. 分销渠道的目标包括()。
 - A. 保证货畅其流
 - B. 保证价格稳定
 - C. 促使市场最大
 - D. 降低成本
15. 营销诊断书的结构包括()。
 - A. 企业营销现状和问题
 - B. 原因分析
 - C. 完善措施
 - D. 概要
16. 绿色营销的特点有()。
 - A. 培育绿色文化
 - B. 采用绿色标志
 - C. 实行绿色促销策略
 - D. 提倡绿色消费意识
17. 企业在市场中的地位一般有几类()。
 - A. 市场领导者
 - B. 市场追随者
 - C. 市场挑战者
 - D. 市场补缺者

18. 构成倾销的条件主要包括()。
- A. 产品出口价值低于正常价值
 - B. 产品出口价格低于国内价格
 - C. 产品对进口国的产品造成实质性的损害和威胁
 - D. 倾销上与实质性损害、威胁和阻碍存在无法分割的因果关系
19. 服务策划的要素有()。
- A. 服务环境
 - B. 服务对象
 - C. 服务内容
 - D. 服务质量
20. 事件营销的特点表现为()。
- A. 免费性
 - B. 目的性
 - C. 风险性
 - D. 时间性

得 分	评卷人

三、判断题(请根据你的判断,正确的在题后括号内划“√”,错误的划“×”。本题共 10 小题,每小题 2 分,共 20 分)

- 21. 策划就是通常所称的计划。()
- 22. 市场营销策划书是营销策划方案的书面表达形式。()
- 23. 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。()
- 24. 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。()
- 25. 成本是产品定价的最低经济界限。()
- 26. 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。()
- 27. 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。()
- 28. 主策划人在策划过程中起关键性作用。()
- 29. 格力空调只做家用空调而不生产其他产品——这属于专业化经营战略。()
- 30. 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。()

得 分	评卷人

四、简答题(简要回答下列各题。本题共 2 小题,每小题 12 分,共 24 分)

31. 市场营销策划按照策划的对象分类有几种类型?

32. 创意的激发途径有哪些?

得 分	评卷人

五、论述题(16 分)

33. 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,无不为之咋舌。如此昂贵的打火机,该是什么样子的呢?于是,许多人慕名前来一睹打火机的“风采”。

这只名曰“星球大战”的打火机看上去极为普通,它真值这个价钱吗?站在柜台前的观光者人人都表示怀疑,就连售货员对此亦未知可否地一笑了之。他被搁置在柜台里很长时间无人问津,但它旁边的 3 元港币一只的打火机却是购者踊跃。许多走出九洲城的游客坦诚相告:我原是来看那只“星球大战”的,不想却买了这么多东西。

无独有偶,日本东京都滨松町的一家咖啡屋,竟然推出了 5000 日元一杯的咖啡,就连一掷千金的豪客也大惊失色。然而消息传开,抱着好奇心理的顾客蜂拥而至,使往常冷冷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?

试卷代号:1321

国家开放大学(中央广播电视大学)2017年春季学期“开放本科”期末考试

市场营销策划(本) 试题答案及评分标准

(供参考)

2017年6月

一、单项选择题(在各题的4个选项中,只有一项是最优答案,请将你选出的最优答案的序号填写在题中的括号内。本题共10小题,每小题2分,共20分)

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

二、多项选择题(以下各题的4个选项中,至少有两个是正确的,请选出它们并将其序号填入题后括号内。选错、多选、少选均不得分,本题共10小题,每题2分,共20分)

- | | | | | |
|----------|----------|----------|----------|---------|
| 11. BCD | 12. ABCD | 13. ABCD | 14. ABC | 15. ABC |
| 16. ABCD | 17. ABCD | 18. ACD | 19. ABCD | 20. ABC |

三、判断题(请根据你的判断,正确的在题后括号内划“√”,错误的划“×”。本题共10小题,每小题2分,共20分)

- | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 21. × | 22. √ | 23. √ | 24. √ | 25. √ |
| 26. × | 27. √ | 28. √ | 29. √ | 30. √ |

四、简答题(每小题12分,共计24分)

31. 市场营销策划按照策划的对象分类有几种类型?

- (1)企业策划。
- (2)产品策划。
- (3)服务策划。
- (4)活动策划。(12分)

32. 创意的激发途径有哪些?

- (1)培养创意意识,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。(12分)

五、论述题(共计16分)

33. 此题是开放式答案,学生可以从定价策略、促销策略及其策划等角度谈自己的看法。评阅者根据学生答题情况酌情给分。评阅标准:学生的观点、学生引用理论的正确性、回答的思路、阐述的清晰以及论证的充分程度等。

试卷代号:1321

座位号

国家开放大学(中央广播电视大学)2017年秋季学期“开放本科”期末考试

市场营销策划(本) 试题

2018年1月

题 号	一	二	三	四	五	总 分
分 数						

得 分	评卷人

一、单项选择题(在各题的4个选项中,只有一项是最优答案,请将你选出的最优答案的序号填写在题中的括号内。本题共10小题,每小题2分,共20分)

1. 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?()。

- A. 创新能力
- B. 表达能力
- C. 自控和应变能力
- D. 社交能力

2. 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;如果百货公司在20天以后30天以内付清货款,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?()。

- A. 现金折扣
- B. 数量折扣
- C. 季节折扣
- D. 价格折让

3. 营销策划书的策划对象是()。
- A. 公司尚未推出的产品、服务、产品线或品牌
 - B. 企业在运营过程中出现的问题
 - C. 企业下一年的营销工作规划
 - D. 企业下一季度的营销工作规划
4. 策划的目的是()。
- A. 充分掌握市场信息
 - B. 有效利用和合理配置资源
 - C. 制定切实可行的执行方案
 - D. 策划主体必须具备较高的综合素质
5. 企业战略定位策划最基本的命题是()。
- A. 企业发展战略定位策划
 - B. 企业在行业中的市场地位策划
 - C. 企业盈利模式策划
 - D. 企业的产业领域定位策划
6. 以下哪一项不属于市场营销策划的策划技巧?()。
- A. 物质性创新
 - B. 管理创新
 - C. 利益性创新
 - D. 信息性创新
7. 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,这属于以下哪种包装策略?()。
- A. 组合包装策略
 - B. 类似包装策略
 - C. 等级包装策略
 - D. 再使用包装策略
8. “人头马一开,好运自然来”。这属于以下哪一种产品定位方式?()。
- A. 心理定位
 - B. 逆向定位
 - C. 是非定位
 - D. 观念转换定位
9. 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?()。
- A. 发散性思维
 - B. 辐射性思维
 - C. 系统性思维
 - D. 创造性思维
10. 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?()。
- A. 一般特许
 - B. 委托特许
 - C. 区域开发特许经营
 - D. 复合特许经营

得 分	评卷人

二、多项选择题(以下各题的 4 个选项中,至少有两个是正确的,请选出它们并将其序号填入题后括号内。选错、多选、少选均不得分,本题共 10 小题,每题 2 分,共 20 分)

11. 市场营销策划的功能主要表现在()。
 - A. 整合资源
 - B. 规避风险
 - C. 市场调查
 - D. 指导实践
12. 创意可以从哪些方面来衡量()。
 - A. 创新性
 - B. 持续性
 - C. 影响力
 - D. 突发性
13. 定价策划的目标一般有哪几种?()。
 - A. 利润最大化
 - B. 提高市场占有率
 - C. 提高企业及产品形象
 - D. 维持价格稳定
14. 提炼和规划品牌核心价值,可以从以下几个方面进行选择?()。
 - A. 自我表现价值
 - B. 情感性价值
 - C. 功能性价值
 - D. 企业个性价值
15. 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哪几类()。
 - A. 产品策划
 - B. 委托外部策划
 - C. 内外协作策划
 - D. 内部自行策划
16. 产品策划的任务是()。
 - A. 确定目标
 - B. 确定企业产品营销的全方位定位
 - C. 确定产品市场定位
 - D. 确定实现产品营销的全方位定位

17. 市场营销策划需要寻找合适的切入线索,它们包括()。

- A. 政治线索
- B. 经济线索
- C. 科技线索
- D. 文化线索

18. 绿色营销的特点表现为()。

- A. 提倡绿色消费意识
- B. 实行绿色促销策略
- C. 采用绿色标志
- D. 培育绿色文化

19. 分销模式策划主要包括以下几类()。

- A. 自销模式策划
- B. 渠道招商策划
- C. 代理模式策划
- D. 经销模式策划

20. 一般来说,营销诊断书的基本结构包括()。

- A. 企业营销现状和问题
- B. 原因分析
- C. 实施控制
- D. 完善措施

得 分	评卷人

三、判断题(请根据你的判断,正确的在题后括号内划“√”,错误的划“×”。本题共 10 小题,每小题 2 分,共 20 分)

21. 知识营销的本质是企业营销过程中注入现代信息技术。()

22. 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。()

23. 企业理念是企业价值的集中体现。()

24. 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。()

25. 对策划人员的薪酬激励就是指金钱激励。()

26. 事件营销具有免费性和风险性的特点。()

27. 企业以低档或中档产品进入市场,之后逐渐增加中档或高档产品属于品牌的向上延伸。()

28. 企业网站需要按照“先电子商务,后内容”的原则进行建设。()

29. 转移价格可以帮助跨国公司减轻税赋和克服政府管制。()

30. 专卖店是以满足顾客便利性需求为主要目的零售业态。()

得 分	评卷人

四、简答题(简要回答下列各题。本题共 2 小题,每小题 12 分,共 24 分)

- 31. 营销经费顶算遵循的基本原则主要有哪些?
- 32. 企业进入国际市场有哪几种方式?

得 分	评卷人

五、论述题(16 分)

33. 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。在小西瓜上套上事先做好的一定规格的方形模具,西瓜在后期生长中就按照人们意愿,长成方形了。

传统的西瓜若人喜爱,但是日本人认为圆西瓜占据存放空间、好滚动、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?

试卷代号:1321

国家开放大学(中央广播电视大学)2017年秋季学期“开放本科”期末考试

市场营销策划(本) 试题答案及评分标准

(供参考)

2018年1月

一、单项选择题(在各题的4个选项中,只有一项是最优答案,请将你选出的最优答案的序号填写在题中的括号内。本题共10小题,每小题2分,共20分)

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

二、多项选择题(以下各题的4个选项中,至少有两个是正确的,请选出它们并将其序号填入题后括号内。多选、少选均不得分,本题共10小题,每题2分,共20分)

- | | | | | |
|----------|----------|----------|---------|---------|
| 11. ABD | 12. ABC | 13. ABCD | 14. ABC | 15. BCD |
| 16. ABCD | 17. ABCD | 18. ABCD | 19. ACD | 20. ABD |

三、判断题(请根据你的判断,正确的在题后括号内划“√”,错误的划“×”。本题共10小题,每小题2分,共20分)

- | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 21. × | 22. × | 23. √ | 24. √ | 25. × |
| 26. √ | 27. √ | 28. × | 29. √ | 30. × |

四、简答题(每小题12分,共计24分)

31. 营销经费顶算遵循的基本原则主要有哪些?

答:(1)效益性原则。

(2)经济性原则。

(3)充足性原则。

(4)弹性原则。(12分)

32. 企业进入国际市场有哪几种方式?

答:企业进入国际市场的方式有:

(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。(12 分)

五、论述题(共计 16 分)

33. 此题是开放式答案,学生可以从创新性思维、产品策划、市场定位、营销理念等角度谈自己的看法。评阅者根据学生答题情况酌情给分。评阅标准:学生的观点、学生引用理论的正确性、回答的思路、阐述的清晰以及论证的充分程度等。

试卷代号:1321

座位号

--	--

国家开放大学(中央广播电视大学)2018 年春季学期“开放本科”期末考试

市场营销策划(本) 试题

2018 年 7 月

题 号	一	二	三	四	五	总 分
分 数						

得 分	评卷人

一、单项选择题(在各题的 4 个选项中,只有一项是最优答案,请将你选出的最优答案的序号填写在题中的括号内。本题共 10 小题,每小题 2 分,共 20 分)

1. 以消费者满意为中心的理念的营销策划活动表现为()。
- A. 以消费者需求为中心研究和设计产品

B. 在营销过程中注入知识含量与文化内蕴

C. 寻求经济行动与环境之间的动态平衡

D. 提供安全和性能良好的产品和服务
2. 以下哪一项不属于产品策划的要素?()
- A. 市场分析

B. 产品定位

C. 价格定位

D. 售后服务
3. 以下哪一项不属于营销诊断书的结构?()
- A. 企业营销现状和问题

B. 原因分析

C. 完善措施

D. 概要
4. 以下哪一项不是构成倾销的条件?()
- A. 产品出口价值低于正常价值

B. 产品对进口国的产品造成实质性的损害和威胁

C. 与实质性损害、威胁和阻碍存在着无法分割的因果关系

D. 排挤竞争对手或者独占市场

5. 以下哪一种是属于不适合便利店的商品结构? ()。

- A. 家用电器 B. 饮料
- C. 小百货 D. 速成食品

6. 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? ()

- A. 自我表现价值 B. 情感性价值
C. 功能性价值 D. 企业个性价值

7. 以下哪一项不属于服务策划的策略? ()。

- A. 服务承诺化策略
B. 服务技巧化策略
C. 以顾客为中心策略
D. 服务绿色化策略

8. “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? ()

- A. 事件营销 B. 节日营销
C. 体验营销 D. 会展营销

9. 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()。

- A. 维持价格
B. 相应降价
C. 维持原价和增加价值
D. 发动提价

10. 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的图表和数字。策划小组的成员认为这是很容易理解的,但是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()。

- A. 未找到提案的恰当时机
B. 未能把握决策者的水平
C. 准备报告中使用道具不当
D. 未能突出策划书的“卖点”

得 分	评卷人

二、多项选择题(以下各题的4个选项中,至少有两个是正确的,请选出它们并将其序号填入题后括号内。选错、多选、少选均不得分,本题共10小题,每题2分,共20分)

11. 市场营销策划的主体是()。
 - A. 个人
 - B. 科研机构
 - C. 专业咨询策划公司
 - D. 高级专业研究人员
12. 市场营销策划的功能是()。
 - A. 收集充分的市场信息
 - B. 指导实战
 - C. 规避风险
 - D. 整合资源
13. 市场营销策划书的作用包括()。
 - A. 准确、完整地反映营销策划的内容
 - B. 充分、有效地说服决策者
 - C. 执行和控制的依据
 - D. 提高企业及产品形象
14. 营销策划组织机构设置的原则有()。
 - A. 统一指挥原则
 - B. 统一命令与分层管理原则
 - C. 合理分工原则
 - D. 精简高效原则
15. 创意的形式包括:()。
 - A. 直观思维和逆向思维
 - B. 形象思维与抽象思维
 - C. 联系思维与倾向思维
 - D. 垂直思维和水平思维
16. 分销渠道策划的内容包括()。
 - A. 分销布局策划
 - B. 分销模式策划
 - C. 渠道招商策划
 - D. 渠道制度策划
17. 比较常见的结算政策包括()。
 - A. 预付货款政策
 - B. 现款提货政策
 - C. 授信额度政策
 - D. 赊销政策
18. 许可电子邮件营销的主要方法包括()。
 - A. 邮件列表
 - B. 新闻邮件
 - C. 发布网络广告
 - D. 电子刊物

19. 企业一般可利用以下时机导入企业形象系统()。
- A. 企业建成或改制重组
 - B. 企业推出新产品
 - C. 企业创业周年纪念
 - D. 企业重要人事变动
20. 可持续发展理念下的企业营销策划活动的主要表现为()。
- A. 重视研究资源的最优利用和可持续利用
 - B. 寻求经济行动与环境之间的动态平衡
 - C. 绿色营销
 - D. 用正当的营销手段,给社会带来利益

得 分	评卷人

三、判断题(请根据你的判断,正确的在题后括号内划“√”,错误的划“×”。本题共 10 小题,每小题 2 分,共 20 分)

21. 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。()
22. 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。()
23. 营销策划的实施仅涉及营销策划部门,与其他部门无关。()
24. 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。()
25. 策划强调动态的过程。()
26. 中国联通提出“让一切自由联通”,这反映了企业的经营方针。()
27. 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。()
28. 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。()
29. 企业内部自行策划费用较高、保密性差。()
30. 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。()

得 分	评卷人

四、简答题(简要回答下列各题。每小题 12 分,共 24 分)

- 31. 市场营销策划书的推介有哪些技巧?
- 32. 市场营销策划的特征如何?

得 分	评卷人

五、论述题(16 分)

33. “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。旅客通过房间中的摆设联想到不同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?

试卷代号:1321

国家开放大学(中央广播电视大学)2018年春季学期“开放本科”期末考试

市场营销策划(本) 试题答案及评分标准

(供参考)

2018年7月

一、单项选择题(在各题的4个选项中,只有一项是最优答案,请将你选出的最优答案的序号填写在题中的括号内。本题共10小题,每小题2分,共20分)

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

二、多项选择题(以下各题的4个选项中,至少有两个是正确的,请选出它们并将其序号填入题后括号内。多选、少选均不得分,本题共10小题,每题2分,共20分)

- | | | | | |
|----------|----------|---------|----------|----------|
| 11. ABCD | 12. BCD | 13. ABC | 14. ABCD | 15. ABCD |
| 16. ABCD | 17. ABCD | 18. ABD | 19. ABCD | 20. ABC |

三、判断题(请根据你的判断,正确的在题后括号内划“√”,错误的划“×”。本题共10小题,每小题2分,共20分)

- | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 21. × | 22. √ | 23. × | 24. × | 25. √ |
| 26. √ | 27. √ | 28. × | 29. × | 30. × |

四、简答题(每小题12分,共计24分)

31. 市场营销策划书的推介有哪些技巧?

答:市场营销策划书的推介的技巧包括:

- (1)介绍的技巧;
- (2)回答问题的技巧;
- (3)演示工具的技巧。

展开论述酌情3分。(12分)

32. 市场营销策划的特征如何?

答:(1)创新性;

(2)可行性;

(3)权变性;

(4)复杂性;

(5)系统性;

本题回答其中 5 个特征得 8 分,展开论述得 2 分。(12 分)

五、论述题(共计 16 分)

33. 此题是开放式答案,学生可以从市场竞争、市场定位、消费者需求等角度谈自己的看法。评阅者根据学生答题情况酌情给分。评阅标准:学生的观点、学生引用理论的正确性、回答的思路、阐述的清晰以及论证的充分程度等。

试卷代号:1321

座位号

--	--

国家开放大学(中央广播电视大学)2018年秋季学期“开放本科”期末考试

市场营销策划(本) 试题

2019年1月

题 号	一	二	三	四	五	总 分
分 数						

得 分	评卷人

一、单项选择题(在各题的4个选项中,只有一项是最优答案,请将你选出的最优答案的序号填写在题中的括号内。本题共10小题,每小题2分,共20分)

1. 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。

- A. 推销绿色产品

B. 引导绿色消费
- C. 引导绿色环保

D. 关注可持续经营

2. 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()原则。

- A. 创新性

B. 权变性
- C. 可行性

D. 系统性

3. ()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。

- A. 独树一帜

B. 引人注目
- C. 名扬四海

D. 借冕播誉

4. 企业战略定位的内容不包括()。
- A. 企业发展战略定位策划 B. 企业在行业中的市场地位策划
- C. 企业盈利模式策划 D. 企业的创新模式策划
5. 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。
- A. 小黑板 B. 电子邮件
- C. 广告说明书 D. 邮件
6. 新产品概念策划的具体内容包括①创意想象;②信息准备;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()。
- A. ②①③④⑤ B. ①②③④⑤
- C. ②①④③⑤ D. ④③②①⑤
7. ()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。
- A. 目标收益定价法 B. 成本加成定价法
- C. 收支平衡定价法 D. 边际成本定价法
8. ()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。
- A. 百货商店 B. 超级市场
- C. 专业商店 D. 专卖店
9. 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()。
- A. 造势策略 B. 传授知识策略
- C. 强连接策略 D. 公共关系策略
10. 实施产品标准化策略的前提是()。
- A. 市场标准化 B. 市场本地化
- C. 市场差异化 D. 市场全球化

得 分	评卷人

二、多项选择题(以下各题的4个选项中,至少有两个是正确的,请选出它们并将其序号填入题后括号内。多选、少选均不得分,本题共10小题,每题2分,共20分)

11. 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: ()。
- A. 以消费者需求为中心研究和设计产品
B. 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
C. 不断降低产品价格
D. 重视消费者的意见
12. 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、()。
- A. 市场预测
B. 确定策划目标
C. 制定营销策略组合
D. 撰写营销策划方案
13. 创意效果评价的原则包括()。
- A. 综合性原则
B. 目标性原则
C. 可靠性原则
D. 经济性原则
14. 实地调研法有()。
- A. 访问法
B. 观察法
C. 市场实验法
D. 模拟实验法
15. 企业一般可利用以下时机导入企业形象系统()。
- A. 企业成立或改制重组
B. 企业推出新产品
C. 企业创业周年纪念
D. 企业重要人事变动
16. 一个完整的新产品概念由下列哪些因素组成?()
- A. 场景
B. 目标消费层
C. 品牌
D. 益处
17. 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。
- A. 适时性原则
B. 合理性原则
C. 动态性原则
D. 前瞻性原则

得 分	评卷人

四、简答题(简要回答下列各题。本题共 2 小题,每小题 12 分,共 24 分)

- 31. 请简要阐述品牌策划的要素。
- 32. 说明企业视觉识别系统的基本要素有哪些?

得 分	评卷人

五、案例分析题(认真分析以下案例,并回答问题。16 分)

33. 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,并漆上显眼的艺术装饰,使包装在众多啤酒中引人注目。部分消费者认为瓶子是手绘的,因为瓶子的独特有趣而愿意把它摆在桌子上;还有消费者认为装在这种瓶子里的啤酒更好喝。

该公司也重新设计了啤酒的包装箱,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。

包装使罗林洛克啤酒具有了高贵的品质感,塑造了品牌新形象,且对增加啤酒销量发挥了巨大作用。

请认真阅读上述材料,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?

试卷代号:1321

国家开放大学(中央广播电视大学)2018年秋季学期“开放本科”期末考试

市场营销策划(本) 试题答案及评分标准

(供参考)

2019年1月

一、单项选择题(每小题2分,共计20分)

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

二、多项选择题(每小题2分,共计20分)

- | | | | | |
|---------|----------|----------|----------|----------|
| 11. ABD | 12. ABCD | 13. ABCD | 14. AB | 15. ABCD |
| 16. ABD | 17. AB | 18. ABCD | 19. ABCD | 20. ACD |

三、判断题(每小题2分,共计20分)

- | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 21. √ | 22. × | 23. × | 24. √ | 25. √ |
| 26. √ | 27. √ | 28. × | 29. √ | 30. √ |

四、简答题(每小题12分,共计24分)

31. 请简要阐述品牌策划的要素。

品牌策划的要素有:

- (1)品牌名称:(2分)指品牌中能用语言称呼的部分。(1分)
- (2)品牌标志:(2分)指品牌中能识别但不能用语言读出的部分。(1分)
- (3)品牌个性:(2分)指品牌要有自己的闪光点 and 风格,要具有差异性。(1分)
- (4)品牌诚信:(2分)指品牌带给消费者的承诺。(1分)

32. 说明企业视觉识别系统的基本要素有哪些?

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。(8分)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。(4分)

五、案例分析题(共计 16 分)

33. 此题是开放式答案,学生可运用包装策划的相关原理进行分析。着重从包装策划的三大要素即外形要素、构图要素、材料要素如何适应产品特点和消费特点的角度谈成功的原因。评阅者根据学生答题情况酌情给分。

(评阅标准:学生的观点、学生引用理论的正确性、回答的思路、阐述的清晰以及论证的充分程度等。)

试卷代号:1321

座位号

国家开放大学2019年春季学期期末统一考试

市场营销策划(本) 试题

2019年7月

题 号	一	二	三	四	五	总 分
分 数						

得 分	评卷人

一、单项选择题(在各题的4个选项中,只有一项是最优答案,请将你选出的最优答案的序号填写在题中的括号内。本题共10小题,每小题2分,共20分)

1. 策划的手段表现为()。
 - A. 资源的重复利用和合理配置
 - B. 资源的有效利用和服务配置
 - C. 资源的重复利用和服务配置
 - D. 资源的有效利用和合理配置
2. 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?()
 - A. 创新能力
 - B. 表达能力
 - C. 自控和应变能力
 - D. 社交能力
3. 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?()
 - A. 形态性模仿创造
 - B. 功能性模仿创造
 - C. 结构性模仿创造
 - D. 原理性模仿创造

4. 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？（ ）
 - A. 品质定位
 - B. 类别定位
 - C. 价格定位
 - D. 功效定位
5. （ ）是导入企业形象系统的最佳时机。
 - A. 企业重组
 - B. 企业开业
 - C. 企业改制
 - D. 企业推出新产品
6. 企业以高档产品进入市场后逐渐增加一些较低档的产品，这属于以下哪种品牌策划方式？（ ）
 - A. 向上延伸
 - B. 向下延伸
 - C. 双向延伸
 - D. 水平延伸
7. 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。
 - A. 竞争产品
 - B. 创新产品
 - C. 服务产品
 - D. 进攻产品
8. （ ）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。
 - A. 成本
 - B. 价格
 - C. 分销模式
 - D. 结算
9. 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？（ ）
 - A. 新闻公关策划
 - B. 事件公关策划
 - C. 危机公关策划
 - D. 体验营销策划
10. 大数据营销最重要的是（ ）。
 - A. 创意
 - B. 创新
 - C. 科技
 - D. 技术

得 分	评卷人

二、多项选择题(以下各题的4个选项中,至少有两个是正确的,请选出它们并将其序号填入题后括号内。多选、少选均不得分,本题共10小题,每题2分,共20分)

11. 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()。
 - A. 内部自行策划
 - B. 委托外部策划
 - C. 内外协作策划
 - D. 产品策划
12. 营销策划人员的认识素质是指()等能力的综合。
 - A. 观察力
 - B. 注意力
 - C. 记忆力
 - D. 想象力
13. 市场营销策划书的作用包括()。
 - A. 准确、完整地反映营销策划的内容
 - B. 提高企业及产品形象
 - C. 执行和控制的依据
 - D. 充分、有效地说服决策者
14. 在营销战略策划中,可以选择的产品定位的基本策略包括()。
 - A. 服务定位策略
 - B. 实体定位策略
 - C. 观念定位策略
 - D. 概念定位策略
15. 绿色公关的主要对象是()。
 - A. 客户
 - B. 环保集团成员
 - C. 法律团体
 - D. 企业内部人员
16. 以下属于服务策划的要素有()。
 - A. 服务环境
 - B. 管理模式
 - C. 服务内容
 - D. 服务质量
17. 定价策划的要素包括()。
 - A. 成本要素
 - B. 需求要素
 - C. 竞争要素
 - D. 收益要素

18. 返利政策具体内容包括()。
- A. 返利标准 B. 返利期限
C. 返利形式 D. 返利条件
19. 事件营销的特点表现为()。
- A. 免费性 B. 目的性
C. 风险性 D. 时间性
20. 契约式进入主要有工程承包模式和()。
- A. 许可证模式 B. 特许经营模式
C. 合同制造模式 D. 管理合同模式

得 分	评卷人

三、判断题(请根据你的判断,正确的在题后括号内划“√”,错误的划“×”。本题共 10 小题,每小题 2 分,共 20 分)

21. 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。()
22. 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。
()
23. 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。()
24. 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。()
25. 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。
()
26. 多重品牌策略容易造成与自身品牌的过度竞争。()
27. 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。()
28. 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。()
29. 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。()
30. 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。()

得 分	评卷人

四、简答题(简要回答下列各题。本题共 2 小题,每小题 12 分,共 24 分)

31. 创意的激发途径包括哪几种?
32. 渠道招商策划中,对商业伙伴的选择一般有哪些标准?

得 分	评卷人

五、案例分析题(认真分析以下案例,并回答问题。16 分)

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,而可口可乐却被陈列在次重要的位置。可口可乐 101 分销系统面临极大危机。

101 分销系统是指可口可乐装瓶厂在某地区(通常以镇为单位)找一家批发商为合作伙伴,该批发商负责该地区可口可乐产品的配送,并赚取一定数量的配送费。可口可乐装瓶厂则负责派驻业务员在该地区进行业务推广,双方各司其职,共同发展。这是可口可乐公司在 2000 年根据中国国情设计出来的渠道系统,严格的“区域细耕”和零售终端促销在当时起到了提高分销效率和降低渠道成本的效果,使可口可乐迅速渗透到中国的各级市场,实现了 3A 战略,即“买的到、乐的买、买得起”。

随着中国的商业流通环境发生翻天覆地的变化,大型超市成为居民购物消费的主流场所;中小超市遍地开花,逐渐成为本地居民消费购物的主流场所;网吧成为年轻人消费饮料的重要场所;工厂成为打工一族消费的主要场所;传统渠道例如杂货店、批发部日趋衰落。101 系统已无法适应新兴渠道的变化。按区域划分的业务员难以兼顾到区域内所有渠道的产品推广,这使可口可乐渠道建设发展不均衡,超市渠道明显优于网吧、餐饮渠道,且业务员个人素质限制了其新兴渠道的拓展;可口可乐渠道缺乏快速市场反应能力……

与此同时,百事可乐却进行“通路精耕”,即将大卖场以外的渠道进行细分,包括小店、批发、小超市、餐饮、网吧、工厂、学校等类型,派不同的业务员专门负责一到两种类型的渠道。最终的结果表现为,百事在渠道开发中占得先机,可口可乐在广东等市场节节败退。

请认真阅读上述资料,回答以下问题:

结合所学的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”的具体改进措施。

试卷代号:1321

国家开放大学2019年春季学期期末统一考试

市场营销策划(本) 试题答案及评分标准

(供参考)

2019年7月

一、单项选择题(每小题2分,共计20分)

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

二、多项选择题(每小题2分,共计20分)

- | | | | | |
|---------|----------|----------|---------|----------|
| 11. ABC | 12. ABCD | 13. ACD | 14. BC | 15. ABCD |
| 16. ACD | 17. ABC | 18. ABCD | 19. ABC | 20. ABCD |

三、判断题(每小题2分,共计20分)

- | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 21. √ | 22. × | 23. √ | 24. × | 25. × |
| 26. √ | 27. √ | 28. √ | 29. × | 30. √ |

四、简答题(每小题12分,共计24分)

31. 创意的激发途径包括哪几种?

(1)培养创意意识,克服惰性思维;(4分)

(2)突破思维定式,训练发散思维;(4分)

(3)寻求诱发灵感的契机,提高想象力。(4分)

32. 渠道招商策划中,对商业伙伴的选择一般有哪些标准?

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分)即商业伙伴在目标市场拥有完善的分销网络,拥有较高的市场地位与通路竞争优势。(1分)

(2)业态对路:(2分)即商业伙伴在经营业态方面符合分销要求,能承担产品从企业顺利、快速、大量传送到消费者的分销功能。(1分)

(3)形象吻合:(2分)即商业伙伴与企业的实力和形象较为接近,能做到平等合作。(1分)

(4)文化认同:(2分)即商业伙伴只有认同生产企业的文化价值观念、经营理念和经营策略,才能共同开拓市场,谋求共同成长。(1分)

五、案例分析题(共计 16 分)

33. 此题是开放式答案,学生可运用企业分销策划的有关理论谈自己对可口可乐分销系统的改进建议。评阅者根据学生答题情况酌情给分。

(评阅标准:学生的观点、学生引用理论的正确性、回答的思路、阐述的清晰以及论证的充分程度等。)

试卷代号:1321

座位号

国家开放大学2019年秋季学期期末统一考试

市场营销策划(本) 试题

2020年1月

题号	一	二	三	四	五	总分
分数						

得分	评卷人

一、单项选择题(在各题的4个选项中,只有一项是最优答案,请将你选出的最优答案的序号填写在题中的括号内。本题共10小题,每小题2分,共20分)

1. 中国市场营销策划业的发展现状及问题不包括()。
A. 市场营销策划人员素质良莠不齐 B. 本土市场营销策划企业竞争力不强
C. 行业发展缺乏规范性 D. 营销策划缺乏专业化、实效性
2. 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策略,这反映了策划人员的哪种能力?()
A. 创新能力 B. 表达能力
C. 自控和应变能力 D. 社交能力
3. 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()。
A. 激发逆向思想 B. 激发创新思想
C. 创造逆向思想 D. 创造创业思想
4. 企业战略定位具体涉及内容不包括()。
A. 企业的创新模式策划 B. 企业在行业中的市场地位策划
C. 企业盈利模式策划 D. 企业发展战略定位策划
5. 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()。
A. 企业管理识别系统策划 B. 企业宣传识别系统策划
C. 企业文化识别系统策划 D. 企业视觉识别系统策划

6. 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,该包装策略是()。

- A. 组合包装策略
- B. 类似包装策略
- C. 等级包装策略
- D. 再使用包装策略

7. 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()。

- A. 维持价格
- B. 相应降价
- C. 维持原价和增加价值
- D. 发动提价

8. 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?()

- A. 一般特许
- B. 委托特许
- C. 区域开发特许经营
- D. 复合特许经营

9. 以下哪一项不属于促销人员组织需要考虑的内容?()

- A. 促销人员在不同销售区域的配置
- B. 促销人员的组织类型
- C. 促销人员数量的确定
- D. 促销人员的激励

10. 大数据营销最重要的是()。

- A. 创意
- B. 创新
- C. 科技
- D. 技术

得 分	评卷人

二、多项选择题(以下各题的4个选项中,至少有两个是正确的,请选出它们并将其序号填入题后括号内。多选、少选均不得分,本题共10小题,每题2分,共20分)

11. 企业的责任具有复合属性,它可划分为()。

- A. 经济责任
- B. 社会责任
- C. 法律责任
- D. 文化责任

12. 营销策划组织机构设置的原则有()和适度弹性原则。

- A. 统一指挥原则
- B. 统一命令与分层管理原则
- C. 合理分工原则
- D. 精简高效原则

13. 创意效果评定的方法按照创意效果的内容包括()。

- A. 创意经济效果的评定
- B. 创意社会效果的评定
- C. 创意心理效果的评定
- D. 创意营销效果的评定

14. 实地调研法有()。
- A. 访问法 B. 观察法
C. 市场实验法 D. 模拟实验法
15. 内部传播的媒介形式有()和讲座及仪式等。
- A. 广告说明书 B. 企业内部公关或 CIS 刊物
C. 视听教育用具 D. 宣传海报和例行会议
16. 包装策划的策略包括()。
- A. 组合包装策略 B. 类似包装策略
C. 等级包装策略 D. 再使用包装策略
17. 关联产品组合定价主要包括以下几种方法()。
- A. 互补品定价 B. 任选产品定价
C. 副产品定价 D. 产品功能配置组合定价
18. 如果将特许连锁经营按照特许内容划分,可分为()。
- A. 商品商标特许经营 B. 商品专卖特许经营
C. 经营模式特许经营 D. 经营连锁特许经营
19. 新闻公关策划的原则是()。
- A. 整体性原则 B. 真实性原则
C. 公正性原则 D. 实效性原则
20. 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。
- A. 形式 B. 内容
C. 包装 D. 品牌

得 分	评卷人

三、判断题(请根据你的判断,正确的在题后括号内划“√”,错误的划“×”。本题共 10 小题,每小题 2 分,共 20 分)

21. 中国市场营销策划活动最早出现在 20 世纪 90 年代后期。()
22. 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。()
23. 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。()
24. 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。()

25. 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。()

26. 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。

()

27. 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。()

28. 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。()

29. 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。()

30. 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。()

得 分	评卷人

四、简答题(简要回答下列各题。本题共 2 小题,每小题 12 分,共 24 分)

31. 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?

32. 营销策划书的正文包括哪些内容?

得 分	评卷人

五、案例分析题(认真分析以下案例,并回答问题。16 分)

33. “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。旅客通过房间中的摆设联想到该作家的精辟句子和情节,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?

试卷代号:1321

国家开放大学2019年秋季学期期末统一考试

市场营销策划(本) 试题答案及评分标准

(供参考)

2020年1月

一、单选题(每小题2分,共计20分)

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

二、多选题(每小题2分,共计20分)

- | | | | | |
|----------|----------|---------|----------|----------|
| 11. ABC | 12. ABCD | 13. ABC | 14. AB | 15. ABCD |
| 16. ABCD | 17. ABC | 18. AC | 19. ABCD | 20. ACD |

三、判断题(每小题2分,共计20分)

- | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 21. × | 22. √ | 23. √ | 24. × | 25. √ |
| 26. √ | 27. √ | 28. × | 29. √ | 30. √ |

四、简答题(每小题12分,共计24分)

31. 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?

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(12分)

32. 营销策划书的正文的内容包括哪些内容?

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。(12分,答出任意8个即可满分)

五、案例分析题(共计16分)

33. 此题是开放式答案,学生可以从市场竞争、市场定位、消费者需求等角度谈自己的看法。评阅者根据学生答题情况酌情给分。评阅标准:学生的观点、学生引用理论的正确性、回答的思路、阐述的清晰以及论证的充分程度等。

试卷代号:1321

座位号

国家开放大学2020年春季学期期末统一考试

市场营销策划(本) 试题

2020年7月

题 号	一	二	三	四	五	总 分
分 数						

得 分	评卷人

一、单项选择题(在各题的4个选项中,只有一项是最优答案,请将你选出的最优答案的序号填写在题中的括号内。本题共10小题,每小题2分,共20分)

1. 策划的手段表现于()。
A. 资源的重复利用和合理配置
B. 资源的有效利用和服务配置
C. 资源的重复利用和服务配置
D. 资源的有效利用和合理配置
2. 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()。
A. 逻辑法
B. 预测法
C. 抓主法
D. 类比法
3. 人们根据事物本身的发展过程进行深入的分析和研究是()。
A. 垂直思维
B. 水平思维
C. 灵感思维
D. 顿悟思维
4. 市场营销战略环境中市场特性不包括()。
A. 变动性
B. 竞争性
C. 市场规模
D. 非固定性
5. 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。这反映了企业的什么理念?()
A. 经营方向
B. 经营思想
C. 经营道德
D. 经营作风

6. 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()。

A. ①②③④⑤

B. ②①③④⑤

C. ②①④③⑤

D. ④③②①⑤

7. 以下哪一种不属于需求导向定价法?()

A. 顾客导向定价法

B. 市场导向定价法

C. 理解价值定价法

D. 拍卖式定价法

8. ()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。

A. 百货商店

B. 超级市场

C. 专业商店

D. 专卖店

9. 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()。

A. 资料准备阶段

B. 灵感酝酿阶段

C. 创意产生阶段

D. 完善验证阶段

10. 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()。

A. 绿色网络推广

B. 绿色市场推广

C. 绿色营业推广

D. 绿色专卖店推广

得 分	评卷人

二、多项选择题(以下各题的4个选项中,至少有两个是正确的,请选出它们并将其序号填入题后括号内。多选、少选均不得分,本题共10小题,每题2分,共20分)

11. 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()。

A. 以消费者需求为中心研究和设计产品

B. 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

C. 不断降低产品价格

D. 重视消费者的意见和建议,让消费者参与企业决策

12. 市场营销策划的方法有以下几种()。

A. 人文法

B. 系统法

C. 经验法

D. 体式法

13. 训练发散思维的主要方式()。

- A. 非逻辑思维训练
- B. 模糊性思维训练
- C. 变通性思维训练
- D. 求异性思维训练

14. 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。

- A. 垄断性营销
- B. 渗透性营销
- C. 集中化营销
- D. 开发新产品营销

15. 视觉识别系统的基本要素包括()。

- A. 企业名称、企业品牌
- B. 品牌标志、品牌字体
- C. 企业图案、企业造型
- D. 吉祥物

16. 包装策划包括以下()要素。

- A. 外形要素
- B. 构图要素
- C. 材料要素
- D. 颜色要素

17. 定价策划的要素包括()。

- A. 成本要素
- B. 需求要素
- C. 竞争要素
- D. 收益要素

18. 分销模式策划主要包括以下几类()。

- A. 自销模式策划
- B. 经销模式策划
- C. 代理模式策划
- D. 渠道招商策划

19. 促销人员的培训方法主要有()。

- A. 课堂培训法
- B. 会议培训法
- C. 模拟培训法
- D. 实地培训法

20. 绿色营销的特点表现为()。

- A. 提倡绿色消费意识
- B. 实行绿色促销策略
- C. 采用绿色标志
- D. 培育绿色文化

得 分	评卷人

三、判断题(请根据你的判断,正确的在题后括号内划“√”,错误的划“×”。本题共 10 小题,每小题 2 分,共 20 分)

21. 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。()

22. 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。()

23. 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。()
24. 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。()
25. 企业理念是企业价值的集中体现。()
26. 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。()
27. 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。()
28. 广告招商一般在市场开发中后期采用。()
29. 广告视觉媒体包括报纸、杂志、广播、录音带和电话等。()
30. 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。()

得 分	评卷人

四、简答题(简要回答下列各题。本题共 2 小题,每小题 12 分,共 24 分)

31. 在营业推广策划中,什么是事件营销策划? 有什么特点?
32. 渠道招商策划中,对商业伙伴的选择一般有哪些标准?

得 分	评卷人

五、案例分析题(认真分析以下案例,并回答问题。16 分)

33. 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列? 当时的 IBM 公司董事长小托马斯·瓦特逊认为:必须在世界计算机行业树立一个引人注目的 IBM 形象,而这个形象的灵魂应该是公司奉行的开拓和创造精神。他就此事与该公司的首席设计顾问艾略特·诺伊斯进行商讨。诺伊斯当时作了一番富有哲理的阐述,堪称 CI 设计的经典之语。

“虽然贵公司具有较强的开拓精神和现代意识的创造精神,但是如果不被大众了解,就等于什么都没有! 贵公司在今后参与市场竞争、开发世界市场的工作中,应有意识地在消费者心目中留下一个具有视觉冲击力的形象标记,也就是说,需要设计一个足以体现贵公司的开拓精神、创造精神和富有鲜明个性的公司标志。贵公司的全称‘INTERNATIONALBUSINESS-

MACHINES’,这样长的名称不但难记忆,而且不易读写,显然,这是贵公司在形象宣传上的一大障碍,非解决不可。我的想法是,把贵公司的诸多优势进行横向分析,选择出一个共同的焦点而提炼升华,然后达到设计图案的完美统一,那么,其标志的视觉感染力和理性内涵是不言而喻的。”

诺伊斯的阐述使瓦特逊深受启发,随即委托著名设计师保罗·兰德设计出了一直沿用至今的 IBM 字体标志,并把这个标志展开使用在所有的应用项目上。八条纹的 IBM 标准字,鲜明地表现了 IBM 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。

请认真阅读以上资料,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?

试卷代号:1321

国家开放大学2020年春季学期期末统一考试

市场营销策划(本) 试题答案及评分标准

(供参考)

2020年7月

一、单选题(每小题2分,共计20分)

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

二、多选题(每小题2分,共计20分)

- | | | | | |
|---------|---------|----------|----------|----------|
| 11. ABD | 12. ABD | 13. ABCD | 14. ABD | 15. ABCD |
| 16. ABC | 17. ABC | 18. ABC | 19. ABCD | 20. ABCD |

三、判断题(每小题2分,共计20分)

- | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 21. √ | 22. √ | 23. √ | 24. × | 25. √ |
| 26. × | 27. √ | 28. × | 29. × | 30. √ |

四、简答题(每小题12分,共计24分)

31. 在营业推广策划中,什么是事件营销策划?有什么特点?

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。(6分)

事件营销的特点包括:免费性;目的性;风险性。(6分)

32. 渠道招商策划中,对商业伙伴的选择一般有哪些标准?

商业伙伴的选择标准包括:

(1)实力优先;(2)业态对路;(3)形象吻合;(4)文化认同。(12分)

五、案例分析题(共计16分)

33. 参考要点:

(1)可结合本案例,从企业形象策划的含义谈成功的企业形象策划的意义。包括树立和传播良好企业整体形象,有助于实现企业目标等。

(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。

(本题为开放性试题,请评阅者根据学生回答情况酌情给分。评阅标准:学生的观点、学生引用理论的正确性、回答的思路、阐述的清晰以及论证的充分程度等。)(16分)

试卷代号:1321

座位号

国家开放大学2020年春季学期期末统一考试

市场营销策划(本) 试题

2020 年 9 月

题 号	一	二	三	四	五	总 分
分 数						

得 分	评卷人

一、单项选择题(在各题的 4 个选项中,只有一项是最优答案,请将你选出的最优答案的序号填写在题中的括号内。本题共 10 小题,每小题 2 分,共 20 分)

1. 营销策划的功能主要表现在()。
- A. 整合资源、提升服务、规避风险

B. 整合资源、指导实战、规避风险

C. 整合资源、提升服务、提高销售

D. 整合资源、指导实战、提高销售
2. 以下哪一项不属于营销策划经费预算的内容?()
- A. 市场调研费

B. 信息收集费

C. 人力投入费

D. 材料损耗费
3. ()是企业形象鲜明、富有特色、有魅力的表现,是企业实施差异化战略所追求的目标。
- A. 独树一帜

B. 引人注目

C. 名扬四海

D. 借冕播誉
4. 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?()
- A. 成本领先战略

B. 差异化战略

C. 集中化战略

D. 国际化战略
5. 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()。
- A. 企业管理识别系统策划

B. 企业宣传识别系统策划

C. 企业文化识别系统策划

D. 企业视觉识别系统策划

6. 以下哪一项不属于产品策划的要素? ()

- A. 市场分析
- B. 产品定位
- C. 价格定位
- D. 售后服务

7. ()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。

- A. 目标收益定价法
- B. 成本加成定价法
- C. 收支平衡定价法
- D. 边际成本定价法

8. ()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。

- A. 成本
- B. 价格
- C. 分销模式
- D. 结算

9. 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。

- A. 相似商品价格调查
- B. 市场占有率调查
- C. 消费者情况调查
- D. 市场波动调查

10. 绿色营销的核心是()。

- A. 实行绿色促销策略
- B. 提倡绿色消费意识
- C. 采用绿色标志
- D. 培育绿色文化

得 分	评卷人

二、多项选择题(以下各题的4个选项中,至少有两个是正确的,请选出它们并将其序号填入题后括号内。多选、少选均不得分,本题共10小题,每题2分,共20分)

11. 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()。

- A. 内部自行策划
- B. 委托外部策划
- C. 内外协作策划
- D. 产品策划

12. 市场营销策划的原则主要有()。

- A. 创新性原则
- B. 可行性原则
- C. 权变性原则
- D. 系统性原则

13. 创意的激发途径包括()。

- A. 培养创意意识,克服惰性思维
- B. 突破思维定势,训练发散思维
- C. 寻求诱发灵感的契机,提高想象力
- D. 走出熟悉的领域

14. 按市场营销目的划分,市场营销战略类型包括()。

- A. 以盈利为目的的战略
- B. 以竞争为目的的战略
- C. 以市场拓展为目的的战略
- D. 以建立品牌为目的的战略

15. 企业行为识别的传播与推广活动主要有()和开展公司内部沟通活动、促进自我启发、公关活动、公益活动。

- A. 编制说明书

B. 完善内部媒体
- C. 编制员工手册

D. 张贴宣传海报

16. 产品策划的任务是通过()来实现的。

- A. 确定目标

B. 确定企业产品营销的全方位定位
- C. 确定产品市场定位

D. 确定实现产品营销的全方位定位

17. 定价策划一般包含以下几个任务()。

- A. 终端价格策划

B. 价格结构策划
- C. 价格体系策划

D. 价格调整策划

18. 分销渠道策划的内容包括()。

- A. 分销布局策划

B. 分销模式策划
- C. 渠道招商策划

D. 渠道制度策划

19. 促销人员的组织结构主要有()。

- A. 产品型组织结构

B. 市场型组织结构
- C. 客户型组织结构

D. 服务型组织结构

20. 大数据营销的步骤包括()。

- A. 采集和处理数据

B. 建模分析数据
- C. 解读数据和应用

D. 应用数据和推广

得 分	评卷人

三、判断题(请根据你的判断,正确的在题后括号内划“√”,错误的划“×”。本题共 10 小题,每小题 2 分,共 20 分)

21. 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。()

22. 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。()

23. 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。()

24. “鹤立鸡群”是差异化战略追求的最高目标。()

25. 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。()
26. 市场分析是企业执行产品策划的基础工作。()
27. 市场竞争环境会影响产品的定价策划。()
28. 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。()
29. 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。()
30. 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。()

得 分	评卷人

四、简答题(简要回答下列各题。本题共 2 小题,每小题 12 分,共 24 分)

31. 市场营销策划的步骤有哪些?
32. 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?

得 分	评卷人

五、案例分析题(认真分析以下案例,并回答问题。16 分)

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,而可口可乐却被陈列在次重要的位置。可口可乐 101 分销系统面临极大危机。

101 分销系统是指可口可乐装瓶厂在某地区(通常以镇为单位)找一家批发商为合作伙伴,该批发商负责该地区可口可乐产品的配送,并赚取一定数量的配送费。可口可乐装瓶厂则负责派驻业务员在该地区进行业务推广,双方各司其职,共同发展。这是可口可乐公司在 2000 年根据中国国情设计出来的渠道系统,严格的“区域细耕”和零售终端促销在当时起到了提高分销效率和降低渠道成本的效果,使可口可乐迅速渗透到中国的各级市场,实现了 3A 战

略,即“买的到、乐的买、买得起”。

随着中国的商业流通环境发生翻天覆地的变化,大型超市成为居民购物消费的主流场所;中小超市遍地开花,逐渐成为本地居民消费购物的主流场所;网吧成为年轻人消费饮料的重要场所;工厂成为打工一族消费的主要场所;传统渠道例如杂货店、批发部日趋衰落。101系统已无法适应新兴渠道的变化。按区域划分的业务员难以兼顾到区域内所有渠道的产品推广,这使可口可乐渠道建设发展不均衡,超市渠道明显优于网吧、餐饮渠道,且业务员个人素质限制了其新兴渠道的拓展;可口可乐渠道缺乏快速市场反应能力……

与此同时,百事可乐却进行“通路精耕”,即将大卖场以外的渠道进行细分,包括小店、批发、小超市、餐饮、网吧、工厂、学校等类型,派不同的业务员专门负责一到两种类型的渠道。最终的结果表现为,百事在渠道开发中占领先机,可口可乐在广东等市场节节败退。

请认真阅读上述资料,回答以下问题:

结合所学的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”的具体改进措施。

试卷代号:1321

国家开放大学2020年春季学期期末统一考试

市场营销策划(本) 试题答案及评分标准

(供参考)

2020年9月

一、单选题(每小题2分,共计20分)

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

二、多选题(每小题2分,共计20分)

- | | | | | |
|----------|----------|----------|---------|----------|
| 11. ABC | 12. ABCD | 13. ABC | 14. ABC | 15. ABCD |
| 16. ABCD | 17. ABCD | 18. ABCD | 19. ABC | 20. ABC |

三、判断题(每小题2分,共计20分)

- | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 21. √ | 22. √ | 23. × | 24. √ | 25. √ |
| 26. √ | 27. √ | 28. √ | 29. × | 30. √ |

四、简答题(每小题12分,共计24分)

31. 市场营销策划的步骤有哪些?

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(12分)

32. 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?

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。(12分)

五、案例分析题(共计16分)

33. 此题是开放式答案,学生可运用企业分销策划的有关理论谈自己对可口可乐分销系统的改进建议。评阅者根据学生答题情况酌情给分。评阅标准:学生的观点、学生引用理论的正确性、回答的思路、阐述的清晰以及论证的充分程度等。

试卷代号:1321

座位号

--	--

国家开放大学2020年秋季学期期末统一考试

市场营销策划(本) 试题

2021年1月

题 号	一	二	三	四	五	总 分
分 数						

得 分	评卷人

一、单项选择题(在各题的4个选项中,只有一项是最优答案,请将你选出的最优答案的序号填写在题中的括号内。本题共10小题,每小题2分,共20分)

1. 市场营销策划的前提是()。
 - A. 掌握市场信息
 - B. 掌握客户信息
 - C. 掌握商品信息
 - D. 掌握服务信息
2. “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。
 - A. 创新性
 - B. 权变性
 - C. 可行性
 - D. 系统性
3. 创意的特征不包括()。
 - A. 积极的求异性
 - B. 睿智的灵感
 - C. 敏锐的洞察力
 - D. 丰富的复制性
4. 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?()。
 - A. 成本领先战略
 - B. 差异化战略
 - C. 集中化战略
 - D. 国际化战略
5. 企业生产经营活动的指导思想和基本原则是()。
 - A. 经营思想
 - B. 经营方向
 - C. 经营作风
 - D. 经营道德

6. 企业产品策划的首要任务是()。

- A. 确定产品市场定位
- B. 确定产品宣传口号
- C. 制定产品市场价格
- D. 制定产品策划的目标

7. ()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。

- A. 成本价格
- B. 收益价格
- C. 终端价格
- D. 价格波动

8. 分销渠道的目标包括基本目标、二级目标和()。

- A. 三级目标
- B. 终极目标
- C. 高级目标
- D. 销售目标

9. 星巴克让消费者感受到家的感觉,这属于哪种营销方式?()。

- A. 节日营销
- B. 事件营销
- C. 会展营销
- D. 体验营销

10. 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。

- A. 绿色文化
- B. 绿色网络
- C. 绿色技术
- D. 网络技术

得 分	评卷人

二、多项选择题(以下各题的4个选项中,至少有两个是正确的,请选出它们并将其序号填入题后括号内。多选、少选均不得分,本题共10小题,每题2分,共20分)

11. 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()。

- A. 知识是资本
- B. 知识经济导致社会分工变革
- C. 依靠知识来提高产品的附加值
- D. 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

12. 市场营销策划方法中的人文法主要包括()。

- A. 集思广益法
- B. 调查法
- C. 经验法
- D. 系统法

13. 一般情况下,可从以下哪些方面来衡量创意?()

- A. 创新性
- B. 效益性
- C. 影响力
- D. 持续性

14. 市场营销战略的特征包括()。
- A. 目标性 B. 竞争性
C. 动态性 D. 盈利性
15. 企业理念识别系统包括企业的()和经营风格等内容。
- A. 经营方向 B. 经营思想
C. 经营道德 D. 经营作风
16. 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()。
- A. 提高市场占有率 B. 实现利润最大化
C. 超越竞争对手 D. 垄断市场
17. 定价策划目标有利润最大化目标和()。
- A. 提高市场占有率目标 B. 提高企业及产品形象目标
C. 应对竞争目标 D. 维持价格稳定目标
18. 分销渠道的目标包括()。
- A. 降低成本 B. 保证价格稳定
C. 促使市场最大化 D. 保证货畅其流
19. 广告方案策划包括()。
- A. 广告媒体的选择 B. 广告发布的时机
C. 广告促销的频率 D. 广告促销的排期
20. 大数据区别于传统数据的基本特性是()。
- A. 数据规模大 B. 数据类型多样性
C. 数据处理快速化 D. 价值密度低

得 分	评卷人

三、判断题(请根据你的判断,正确的在题后括号内划“√”,错误的划“×”。本题共 10 小题,每小题 2 分,共 20 分)

21. 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。()
22. 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。()
23. 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。()
24. 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。()
25. CIS 委员会是企业进行企业形象塑造工作的最高决策机构。()
26. 产品定位是指为产品在市场确定明确、恰当的位置。()

27. 成本是产品定价的最低经济界限。()

28. 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。()

29. 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。()

30. 大数据营销真正实现了精确营销,将精确营销变为现实。()

得 分	评卷人

四、简答题(简要回答下列各题。本题共 2 小题,每小题 12 分,共 24 分)

31. 什么是差异化战略? 有什么优缺点?

32. 企业视觉识别系统的基本要素有哪些?

得 分	评卷人

五、案例分析题(认真分析以下案例,并回答问题。16 分)

33. 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,并漆上显眼的艺术装饰,使包装在众多啤酒中引人注目。部分消费者认为瓶子是手绘的,因为瓶子的独特有趣而愿意把它摆在桌子上;还有消费者认为装在这种瓶子里的啤酒更好喝。

该公司也重新设计了啤酒的包装箱,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。包装使罗林洛克啤酒具有了高贵的品质感,塑造了品牌新形象,且对增加啤酒销量发挥了巨大作用。

请认真阅读上述材料,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?

试卷代号:1321

国家开放大学2020年秋季学期期末统一考试

市场营销策划(本) 试题答案及评分标准

(供参考)

2021年1月

一、单选题(每小题2分,共计20分)

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

二、多选题(每小题2分,共计20分)

- | | | | | |
|----------|----------|---------|----------|----------|
| 11. ABCD | 12. ABC | 13. ACD | 14. ABC | 15. ABCD |
| 16. ABC | 17. ABCD | 18. BCD | 19. ABCD | 20. ABCD |

三、判断题(每小题2分,共计20分)

- | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 21. √ | 22. × | 23. √ | 24. √ | 25. √ |
| 26. √ | 27. √ | 28. × | 29. √ | 30. √ |

四、简答题(每小题12分,共计24分)

31. 什么是差异化战略?有什么优缺点?

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。(12分)

32. 企业视觉识别系统的基本要素有哪些?

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。(12分)

五、案例分析题(共计16分)

33. 此题是开放式答案,学生可运用包装策划的相关原理进行分析。着重从包装策划的三大要素即外形要素、构图要素、材料要素如何适应产品特点和消费特点的角度谈成功的原因。评阅者根据学生答题情况酌情给分。

评阅标准:学生的观点、学生引用理论的正确性、回答的思路、阐述的清晰以及论证的充分程度等。