1．对于原材料出口型经济表述正确的是（   ）。

选择一项：

A. 国外进口的奢侈品往往缺乏市场

B. 市场体系最为完备

C. 经济往往处于起飞阶段

D. 外国进口商品是消费者主要的消费选择

2．由面对面互动所形成的、具有亲密的人际关系和浓厚的感情色彩的社会群体被称为（  ）。

选择一项：

A. 次级群体

B. 非正式群体

C. 初级群体

D. 正式群体

3．关于从众的表述正确的是（  ）。

选择一项：

A. 从众最关键的变量是群体规模

B. 从众与群体人数完全呈正比例变动

C. 当情境模糊不清时消费者更容易从众

D. 居于较高地位的群体成员容易从众

4．先向对方提出一个小要求，再向对方提出一个大要求，那么对方接受大要求的可能性会增加的顺从技巧被称为（  ）。

选择一项：

A. 滚雪球技巧

B. 脚在门内技巧

C. 门前技巧

D. 折扣技巧

5．空巢期Ⅱ阶段的消费者表现为（   ）。

选择一项：

A. 消费者经济状况最好，可能购买娱乐品和奢侈品

B. 消费者收入大幅度减少，消费更趋理性和谨慎，娱乐品和奢侈品占比下降

C. 消费日趋理性，决策慎重，已经形成比较稳定的购买习惯

D. 对新产品感兴趣并且倾向于购买有广告的产品

6．企业以电子信息技术为基础，以计算机网络为媒体和手段而进行的各种营销活动的总称，被称为（  ）。

选择一项：

A. 网络营销

B. 多渠道营销

C. 整合营销

D. 关系营销

7．心理上的认同感是消费者作出购买品牌和产品决策的先决条件，（  ）正在，也必将成为消费的主流。

选择一项：

A. 集团消费

B. 家庭消费

C. 个性化消费

D. 社会消费

8．在网络营销中，不适宜采用的定价策略主要有（  ）。

选择一项：

A. 撇脂定价策略

B. 自动调价、议价策略

C. 折扣定价策略

D. 个性化定价策略

9．网络营销是一种无媒介销售，网络营销的分销链比传统的渠道要短，一般属于（  ）。

选择一项：

A. 零级渠道

B. 一级渠道

C. 三级渠道

D. 二级渠道

10．网络营销可实现由信息收集至收款、售后服务的一条龙服务，形成全程化营销渠道。这是网络营销特征的（  ）。

选择一项：

A. 高效性

B. 经济性

C. 跨时空

D. 整合性

11．在影响人们绿色消费的诸因素中，﹙  ﹚是最重要的因素。

选择一项：

A. 需求

B. 个性心理

C. 社会环境

D. 收入

12．所谓创造产品的绿色价值，实质上是提高绿色产品的（  ）。

选择一项：

A. 耐用性

B. 舒适感

C. 性价比

D. 质量

13．在我国，造成消费者权利益受损的原因较多，但（  ）是造成消费者权益受损的根本原因。

选择一项：

A. 体制因素

B. 公民素质

C. 法律、法规因素

D. 社会环境因素

14．提高消费者自我保护意识，提高消费者素质和引导消费观念更新等，是对消费者权益的（  ）。

选择一项：

A. 消极保护

B. 事中保护

C. 常规保护

D. 积极保护

15．按照我国有关法律规定，当发生损害消费者权益的问题时，应该本着（  ）的原则来处理。

选择一项：

A. 谁经销，谁负责

B. 采购者负责

C. 谁生产，谁负责

D. 生产者负责

二、多项选择题

1．随着人们收入水平的增加，消费结构的良性变动反映为（  ）。

选择一项或多项：

A. 商品性消费比重下降，自给性消费比重上升

B. 发展资料和享受资料的比重逐步上升

C. 服务性支出比重上升，商品性支出比重下降

D. 新建扩建投资比重下降，维修投资比重上升

E. 食品比重逐步下降

2．关于文化的表述正确的是（  ）。

选择一项或多项：

A. 文化是行为规范

B. 文化包括精神层面，不包括物质层面

C. 文化与个体的自我认同、自我概念、心理表征及意义系统联系

D. 文化代表特定的生活方式

E. 文化代表一个群体的传统

3．社会群体的特征包括（  ）。

选择一项或多项：

A. 经常性的社会互动

B. 具有明确的行为规范

C. 相对稳定的成员关系

D. 具有共同一致的群体意识

E. 群体共同的价值观

4．从众的影响因素包括（  ）。

选择一项或多项：

A. 群体规模

B. 群体凝聚力

C. 地位因素

D. 情境因素

E. 群体规范

5．家庭消费的特征包括（  ）。

选择一项或多项：

A. 家庭消费的阶段性

B. 家庭消费的效价性

C. 家庭消费的相对稳定性

D. 家庭消费的遗传性

E. 家庭消费的欲求性

6．网络营销产生的基础包括（  ）。

选择一项或多项：

A. 消费观念的转变

B. 广告促销

C. 市场竞争

D. 市场营销组合

E. 科技创新

7．在实际的网络营销过程中，折扣价格策略多采用（  ）形式。

选择一项或多项：

A. 功能折扣

B. 业务折扣

C. 季节折扣

D. 数量折扣

E. 现金折扣

8．网络促销是一种（ ）的促销，可通过信息和交互式交谈与消费者建立长期良好的关系。

选择一项或多项：

A. 社会化

B. 人性化

C. 强势

D. 高成本

E. 低成本

9．网络营销的特点决定了它不能满足某些特定的消费需求和心理愿望，主要包括（  ）。

选择一项或多项：

A. 方便购买的需要

B. 购物过程中的心理满足

C. 荣誉与炫耀性心理需要

D. 全方位了解商品的需求

E. 人际交往的心理需要

10．关于网络营销表述正确的是（  ）。

选择一项或多项：

A. 网络营销根据其实现的方式有广义与狭义之分

B. 网络营销是一种技术手段的革命，也包含了更深层的观念转换

C. 实现了真正的世界市场

D. 为消费者提供了极大的便利与满足，实现了现代营销的宗旨

E. 是具有极大经济潜力和实用价值的全新领域

11．可持续发展，是指既满足当代人的需要，又不损害后代人满足其需要的能力的发展，是一个涉及（  ）几大系统的复合性发展观念。

选择一项或多项：

A. 社会

B. 消费

C. 生产

D. 自然

E. 经济

12．按照产品与环境的关系可将绿色产品分为（  ）。

选择一项或多项：

A. 无形绿色产品

B. 中间绿色产品

C. 有形绿色产品

D. 相对绿色产品

E. 绝对绿色产品

13．影响绿色消费行为的主要因素有（  ）。

选择一项或多项：

A. 社会时尚

B. 绿色教育因素

C. 社会文化因素

D. 生产水平

E. 消费者自身因素

14．就实质而言，绿色营销是一种（  ）负责任的营销活动。

选择一项或多项：

A. 对生产

B. 对经营

C. 对自然

D. 对企业

E. 对社会

15．绿色消费是一个广义的概念。它是一种以“（  ）”为宗旨，有益于人类健康和社会环境的新型消费方式。

选择一项或多项：

A. 环保

B. 健康

C. 和谐

D. 自然

E. 绿色

16．绿色消费的行为特征是消费者行为特征的发展与延伸，并无本质差异，主要表现为：（  ）等方面。

选择一项或多项：

A. 引致效应

B. 绿色需要

C. 简约主义

D. 绿色消费的社会性

E. 绿色消费的理智性

17．造成消费者利益受损的若干社会发展过程的原因中，除一般所说的经济因素外，还包括（  ）。

选择一项或多项：

A. 体制因素

B. 公民素质

C. 科技发展

D. 法律、法规因素

E. 社会环境

18．消费者监督的主要形式包括（  ）等监督方式。

选择一项或多项：

A. 消费者维权活动

B. 政府监督机构

C. 法律监督

D. 组织监督

E. 舆论监督

19．消费者的自我保护方法主要包括（  ）。

选择一项或多项：

A. 假一罚三

B. 交涉协商

C. 实行三包

D. 举报投诉

E. 法律诉讼

20．消费者权益受损是由内外因素造成的，常见的消费者权益受损的内因有（  ）等。

选择一项或多项：

A. 趋利心理

B. 消费者的陈规陋习与迷信

C. 观念滞后

D. 消费知识不足

E. 信息误导

三、判断题

1．温和的通货膨胀对经济的发展是有利的。

选择一项：

对

错

2．商品的消费数量与消费者的收入水平总是正相关的。

选择一项：

对

错

3．初级群体指的是其成员为了某种特定的目标集合在一起，通过明确的规章制度结成正规关系的社会群体。

选择一项：

对

错

4．满巢期Ⅲ阶段的消费者经济状况最好，可能购买娱乐品和奢侈品，对新产品不感兴趣，也很少受到广告的影响。

选择一项：

对

错

5．中国人的消费具有关系取向、权威取向和他人取向。

选择一项：

对

错

6．网络应用于企业经营时的一个突出的现象是：能使大企业变小，小企业变大，即所有企业在网上均表现为网址和虚拟环境。在消费者心目中缩小中小企业与大企业的差距。

选择一项：

对

错

7．安全性是消费者现阶段网上购物的最大心理疑虑和行为障碍。

选择一项：

对

错

8．在网络营销中，企业营销调研人员无法通过监控在线服务掌握、了解访问者主要浏览哪些企业、哪类产品的主页，挑选和购买何种产品等基本情况。

选择一项：

对

错

9．一个经营良好的网络市场甚至可以做到“零库存”，实现信息时代流通的即时制。

选择一项：

对

错

10．由于我国特殊的经济结构，部分行业的垄断经营色彩浓重，也是对消费者权益构成侵害的重要原因之一。

选择一项：

对

错

11．消费者的自我保护显得尤其重要，能够真正做到有效的保护自我，一般要从两个方面入手：一是提高自我保护手段，二是自我保护的方法。

选择一项：

对

错

12．应当把打假作为盈利手段，打假是公民的责任，也是致富的渠道。

选择一项：

对

错

13．在我国易受假冒伪劣商品伤害的群体主要是老年人与少年儿童群体。

选择一项：

对

错

14．消费者教育的目的在于引导消费者进行正确、健康的消费，在消费过程中保护个人应该享有的权利及社会公共消费利益。

选择一项：

对

错

15．假冒伪劣商品的最终受害者虽然是购买商品的消费者，但在现阶段促成假冒伪劣商品泛滥的原因之一是交易双方的诚信与素质。

选择一项：

对

错

四、简答题

1．企业在进行网络营销时，可采取哪些方面的服务策略？

答题要点：提供良好的服务是实现网络营销的重要环节，也是提高用户满意度和树立网络企业形象的重要方面。

企业在进行网络营销时，可采取以下方面的服务策略：

（1）建立完善的数据库系统。以消费者为中心，充分考虑消费者所需要的服务以及可能要求的服务。

（2）提供网上自动服务系统。依据用户的需要，自动、适时地通过网络提供服务。

（3）建立网络消费者论坛。通过网络了解消费者的意见、建议，并进行调查，借以掌握和了解其对于产品特性、品质、包装和样式的想法，协助产品的开发和改造。

2．什么是绿色产品？我国绿色产品消费中存在的主要问题是什么？

答题要点：（1）绿色产品。绿色产品是指构成产品的原材料、生产加工过程和产品使用中都不会或很少对环境造成污染的产品，以及比传统的竞争产品更符合保护生态环境或社会环境要求的产品及服务。

（2）我国绿色产品消费中存在的主要问题有：①消费水平限制；②绿色意识不足；③盲目绿色消费；④绿色体制、绿色传播不足。