

### 试题 2-【野人老师自编模拟题】- 市场营销

主要的市场营销组合工具称为市场营销的 4P, 指产品、定价、渠道和 ( )。

- A. 促销      B. 支付      C. 环境      D. 政治

【答案】A

【解析】P707, 主要的市场营销组合工具称为市场营销的 4P: 产品 (Product)、定价 (Price)、渠道 (Place) 和促销 (Promotion)。

### 试题 3-【野人老师自编模拟题】- 市场营销

下面不属于市场营销的宏观环境的是 ( )。

- A. 组织      B. 人口      C. 政治与社会      D. 技术

【答案】A

【解析】P708, 微观环境: 市场营销的微观环境通常包括: 组织、供应商、营销中介、客户、竞争者、公众等。

宏观环境: 市场营销的宏观环境通常包括人口、经济、自然、技术、政治与社会, 以及文化等。

### 试题 4-【野人老师自编模拟题】- 市场营销

组织购买的主要类型包括 ( )。

①直接重购 ②调整重购 ③新购 ④间接重购

- A. ①②③④      B. ①②④      C. ①③④      D. ①②③

【答案】D

【解析】P712, 组织购买有 3 种主要类型: 直接重购、调整重购、新购。所以选择 D。

### 试题 5-【2024 年上半年-第 1 批次】- 市场营销控制

某企业管理层采取纠偏措施缩小目标与实际业绩之间的差距。该企业正在执行 ( ) 阶段的营销活动。

- A. 市场营销执行      B. 市场营销组织      C. 市场营销分析      D. 市场营销控制

【答案】D

【解析】P714, 市场营销控制。由于在营销计划的执行过程中会发生许多意想不到的情况, 市场营销者必须进行持续的市场营销控制, 即评价市场营销战略和计划的结果, 并采取纠偏措施以确保既定目标的实现。市场营销控制的步骤包括: ①管理层首先要设定具体的营销目标; ②衡量其市场业绩, 找到造成预期业绩和实际业绩之间缺口的原因; ③管理层采取纠偏措施缩小目标与实际业绩之间的差距, 包括改变行动计划, 或者改变目标本身。