

<<国试书业·市场营销学试卷>>

图书基本信息

书名：<<国试书业·市场营销学试卷>>

13位ISBN编号：9787802494763

10位ISBN编号：7802494761

出版时间：2010-7

出版时间：中华工商联合出版社有限责任公司

作者：国试书业 编

页数：132

字数：152000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

内容概要

《全国高等教育自学考试同步训练·同步过关》系列紧扣考试大纲，依照最新版本教材，针对自考特点，充分考虑广大考生的需求，灵活整合教材内容，突出重点，有的放矢，为自考生释疑解惑。每一分册均结合本专业本学科的知识结构、学科特点与实践要求，科学梳理知识点，巧妙提炼重点、难点，并选择历年考试中的典型试题加以分析，引领考生优化学习方法，找到正确的解题思路，掌握答题方法技巧，最终帮助考生形成突破，取得成功。

书籍目录

市场营销学标准预测试卷(一)市场营销学标准预测试卷(二)市场营销学标准预测试卷(三)市场营销学标准预测试卷(四)市场营销学标准预测试卷(五)市场营销学标准预测试卷(六)市场营销学标准预测试卷(七)市场营销学标准预测试卷(八)市场营销学标准预测试卷(九)市场营销学标准预测试卷(十)市场营销学标准预测试卷参考答案2007年4月市场营销学全国统考试题及参考答案2008年4月市场营销学全国统考试题及参考答案2009年4月市场营销学全国统考试题及参考答案2010年4月市场营销学全国统考试题及参考答案

<<国试书业·市场营销学试卷>>

章节摘录

- 7.从现代市场营销发展史考察,企业起初实行【 】 A.大量市场营销 B.差异市场营销
C.目标市场营销 D.战略市场营销 8.产品说明书、保证、安装等属于【 】 A.核心产品
B.潜在产品 C.延伸产品 D.期望产品 9.在企业产量过剩、面临激烈竞争或试图改变消
费者需求的情况下,企业的主要定价目标是【 】 A.维持企业生存 B.当期利润最大化 C.
市场占有率最大化 D.产品成本最小化 10.分销渠道不包括【 】 A.供应商 B.商人中间
商 C.生产者 D.最终消费者或用户 11.促销的本质是【 】 A.宣传 B.广告 C.沟
通 D.策划 12.20世纪六七十年代以来,全球经济动荡不定,营销环境日益复杂,许多企业为
了求得长期生存和发展,逐渐改变计划方法,进入了【 】 A.长期计划阶段 B.年度计划阶段
C.战略规划阶段 D.无计划阶段 13.销售分析、市场占有率分析、市场营销费用对销售额
比率分析、财务分析、顾客态度追踪等是的常用方法。
【 】 A.年度计划控制 B.赢利能力控制 C.效率控制 D.战略控制 14.营销道德的最
根本的准则应是【 】 A.追求利益的最大化 B.营销道德法制化 C.维护和增进全社会和人
民的长远利益 D.虔诚的宗教信仰

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>