

东 南 大 学

二〇〇〇年攻读硕士学位研究生入学考试试卷

科目编号: 468

科目名称: 市场营销学

一. 名词解释 (10分)

1. 细分市场
2. 产品生命周期
3. 撇脂(取脂)定价
4. 选择分销
5. 营业推广(销售促进)

二. 判断题 (20分)

1. 在营销实践中,企业只能适应其市场营销宏观环境。
2. 当产品进入产品生命周期阶段的成熟期时,一般宜实行无差异市场营销。
3. 对企业而言,大客户也是最具有获利能力的客户。
4. 有些制造商通过不同渠道将同一产品送到不同市场,这种渠道结构属于双重分销。
5. 企业一般的定价指导思想为:我们需以什么样的价格来回收成本并获取相应的利润。

6. 渠道设计应以确定企业所要达到的市场为起点。
7. 把广告作为市场营销主要促销工具的是消费品与产业用品。
8. 销售竞赛是企业使用于推销人员的一种销售促进工具。
9. 对买方而言，数量折扣比现金折扣更具吸引力。
10. 如果企业的销售增长率率为8%，而同期整个行业的增长率为10%，这意味着企业的市场占有率下降。

三. 填空题 (15分)

1. 企业在选择目标市场涵盖战略时应考虑的主要因素有。

2. 产品整体概念一般包括 _____ 三个层次

3. 常见的促销方式有 _____

4. 分销渠道的管理包括以下一些工作内容：选择渠道成员、

四. 问答题 (55分)

1. 在评价销售促进结果时发现：品牌占有率在促销期间上升至10%，促销后立即跌至2%，经一段时间后又回到促销前的水平（促销前的水平为品牌占有率是6%），请分析这种现象说明了什么？

2. 影响消费者购买行为的主要因素有哪些？

东南大学

二〇〇〇年攻读硕士学位研究生入学考试试卷

科目编号:

科目名称:

3. 论述产品生命周期中介绍期(投入期)的市场营销策略。
4. 论述企业采取差别定价策略所应具备的条件。
5. 某公司欲向某地推出一新产品——生物菌(液态)。此产品的主要功能为:无公害、驱虫、改良土壤、增加肥效、提高种植物产量。目前的目标市场为蔬菜、水果种植户与大户。今后的目标市场为广大农户。此产品可以通过洒在种植物叶面吸收而产生作用,也可通过有机肥料作为载体使用而产生作用。(若将此产品作为生产有机肥的原料,还可降低这种有机肥的生产成本而不影响肥效)目前市场上尚无竞争者。这种生物菌的售价为100元/吨。请你根据市场营销的有关理论,说明如何进行产品的定价,销售渠道设计以及如何进行宣传?