

1999 年上海交通大学饭店营销学试题
考研加油站收集整理 <http://www.kaoyan.com>

1999 年上海交通大学饭店营销学试题

一.概念原理简答

1. 饭店市场的“营销阶段”实质是什么?
2. 饭店这一商品的内容有哪些?
3. 饭店营销的外部环境(微观方面)有哪些?
4. 饭店销售部通过什么方式与前厅、客房、餐饮部协调?
5. 90年代以来,国际旅游的出游结构发生了什么变化?给经营者什么启示?
6. 何谓文饰心理?给营销人员什么启示?
7. 何时产生复杂性购买行为?
8. 何谓市场细分(分割)?旅游业常用的分割方法(标准)是什么?
9. 饭店商品的组合策略有哪些(举出三例)?
10. 价格与价值的关系是怎么样的?
11. 何谓 AIDA 推销法?
12. 作为一名推销员,在拜访顾客时的活动要点(具体 1,2,3.....)是什么?

每道题 3 分, 12 × 3 分共 36 分.

二 简答题(点到即止, 不须赘述)

1. 生产消费同时性是什么意思? 对经营者的启示是什么?
2. 旅游商品的购买过程如何? 最后一个阶段对经营者有何启示?
3. 有人说:“饭店的市场机会绝对存在。” 对不对? 为什么?
4. 饭店多效分析的作用何在?
5. 饭店一般饮料价格多在 6.00 元、6.50 元、7.00 元、7.50 元, 其理论依据是什么?
6. 何谓包围策略? 属于 4P's 中的哪一个 P's 策略?
7. 何谓潜在需求, 营销管理的对策是什么?

每题 6 分, 7 × 6 分共 42 分.

三 案例操作题(简述具体 1, 2, 3…… 不须赘述)

1. 何谓市场定位, 并且以兴建一个饭店为例说明如何正确的市场定位.
2. 某乡几个自来营业额低迷, 营销经理让你调查原因何在, 并决定采用问卷调查, 请你设计不少于 4 道问题的问卷并说明样本应如何选择(亦为具体的 1, 2, 3, 勿需作文章).

每题 11 分 2 × 11 分共 22 分.