

复旦大学 2004 年硕士研究生入学考试试题

考试科目：营销学

一、论述题

1、营销观念受市场和某种思维影响，营销观念（包括社会营销观念）对生产观念、产品观念、推销观念提出挑战，请简述以上几种观念的联系和差异；描述营销观念的概念和内容。

2、高介入度的产品购买决策过程中，消费者的思维过程如何。以购买索尼数码相机为例，针对不同的过程，营销计划的重点和对策如何？

3、企业应该为产品进行差异化的定位，应该怎样在市场选择和传播有效的定位；分销渠道和促销决策会否影响定位，请举例说明。

4、有人说“大众营销正在消失”，为什么大众营销越来越困难？说明细分市场的四个层次及其特点，如何理解“大众化定制营销时代的来临”？

5、菲利浦·科特勒说过：“整合营销传播就是从接受者的角度出发影响整个营销过程的方法”，这种说法是否合理，为什么？举一个你熟悉的营销案例，说明如何制定有效的信息传播战略？

6、“把品牌当成一个人来对待”已经被许多企业所认可，举一个你熟悉的品牌案例，说明如何利用广告进行品牌营销？