

# 华中科技大学

## 二〇〇二年招收硕士研究生入学考试试题

考试科目: 《市场营销》

适用专业: 企业管理

(除画图题外,所有答案都必须写在答题纸上,写在试题上及草稿纸上无效,考完后试题随答题纸交回)

### 一、名词解释(每题3分,共15分)

- |           |           |
|-----------|-----------|
| 1. 宏观市场营销 | 2. 微观营销环境 |
| 3. 市场定位   | 4. 市场竞争   |
| 5. 招徕定价   |           |

### 二、单项选择题(每题2分,共20分)

1. 从营销理论的角度而言,企业市场营销的最终目标是\_\_\_\_\_。
- A、获取利润                      B、求得生存与发展
- C、满足消费者的需求与欲望      D、把商品推销给消费者
2. 市场营销学的核心观念是\_\_\_\_\_。
- A、需求      B、交换      C、创新      D、促销
3. 顾客总价值与顾客总成本之间的差额就是\_\_\_\_\_。
- A、企业利润                      B、企业让渡价值
- C、顾客利益                      D、顾客让渡价值
4. 战略经营单位是企业值得为其专门制定一种经营战略的\_\_\_\_\_经营单位。
- A、最小      B、最大      C、一般      D、盈利
5. 某位顾客在选购34英寸纯平面电视时,在长虹、康佳、海尔、TCL、海信、乐华之间进行选择,最终选定长虹,这些公司之间是\_\_\_\_\_。
- A、属类竞争者                      B、产品形式竞争者
- C、品牌竞争者                      D、愿望竞争者

试卷编号: 467

共 3 页  
第 1 页

准考证号:

报考学科、专业:

姓名:

密封线内不要答题

6. 组织(产业)市场需求的波动幅度\_\_\_\_\_消费者市场需求的波动幅度。

A、大于      B、小于      C、等于      D、都不是

7. 运用直线趋势法对某企业连续 7 年的销售额建立的直线趋势方程为  $y=0.8+0.4x$  (亿元), 则第 8 年可能实现的销售额预测值是\_\_\_\_\_。

A、2 亿元      B、2.4 亿元      C、1.6 亿元      D、1.2 亿元

8. 就每一特定市场而言, 最佳营销组合只能是\_\_\_\_\_的结果。

A、综合平衡      B、精心策划      C、市场细分      D、统筹兼顾

9. 市场规模主要由\_\_\_\_\_来决定。

A、人口状况      B、收入水平  
C、生产能力与需求      D、人口与收入水平

10. 建立营销道德最根本的是确立并实施\_\_\_\_\_。

A、生产观念      B、市场营销观念  
C、社会营销观念      D、关系营销观念

### 三、简答题(每题 5 分, 共 15 分)

1. 简述竞争者分析的基本过程。
2. 简述产品成长期的特点及营销策略。
3. 简述定制市场营销的基本原理。

### 四、论述题(每题 10 分, 共 20 分)

1. 论述市场营销理论对企业发展的意义。
2. 论述整合营销中的 4C 观念及对营销工作的启示。

### 五、案例分析(每题 15 分, 共 30 分)

#### 1. 国产笔记本电脑如何提高品牌价值?

目前, 国内消费者对国际品牌笔记本电脑品牌如: IBM、东芝、康柏等越来越熟悉。因为, 这些国际知名厂商很早以前就开始在中国的电视、报刊等媒体大做广告, 并利用一切机会不遗余力地宣传产品, 提高其品牌知名度。从目前的情况看, 这些国际知名厂商的笔记本电脑已经占领了国内笔记本电脑市场较大份额。作为国产笔记本电脑的后来者, 实达电脑科技有限公司近期推出了其最新产品——“风采” 6000 系列笔记本电脑, 该产品机型巧小(整个机身面积只有一张 A4 复印纸大)、12.1 英寸彩显、重量只有 2.1 千克、内置 24 速光驱、并内置 56Kbps.v90 调制解调器, 以及远红外传输端口, 使用者无论何时何地, 都能轻松上网。并配备长效锂电

池,在满负荷工作状态下可以连续使用两小时等诸多功能。目前,实达电脑希望与您共同探讨如下问题:

- ①分析消费者购买笔记本电脑的行为及决策过程。
- ②如何树立国产笔记本电脑在消费者心目中的地位?如何提高品牌价值?
- ③国产笔记本电脑作为一个后来者,较国外同类产品有何优势,又有何劣势?
- ④“风采”6000如何才能尽快开拓国内市场?

## 2. 健康书包怎样轻松闯市场?

北京乐贝尔科贸有限公司是一家集新产品研制开发、生产销售于一体的专业企业,该公司自1996年以来一直致力于学生、儿童用品的研制与开发,于1998年研制开发成功了“新型测重健康书包”并分别于1996年与1998年申请了两项专利。

“新型测重健康书包”是由书包本体和一个内置的测重装置及科学严谨的“安全背负值”组成的,主要功能在于可以使学生、家长、老师随时对所背书包的重量进行测重;随时对书包是否超重,是否影响学生、儿童的身体健康、正常发育进行检测、监督,并及时加以调整使其背负重量始终保持在合理背负重量范围内,积极的预防了学生、儿童由于所背书包过重,而引发的含胸、驼背、斜肩等骨骼的发育异常现象。

“乐贝尔”新型测重健康书包就是从根本上解决了学生书包越来越重的问题。主要面料、附料都为国外进口,具有易清洗和较强的防雨、耐低温等特性,适用于不同地区的学生、儿童背负。

北京乐贝尔科贸有限公司现阶段亟待解决以下几个问题,请谈谈个人见解,帮助他们解决在经营中遇到的问题:

- ①“乐贝尔”新型测重健康书包的市场定位?
- ②制定本书包的销售策划方案,如何运用低成本的运营方式尽快开拓市场?
- ③书包的卖点及广告宣传应如何表现?
- ④“乐贝尔”新型测重健康书包的品牌战略将如何建立?