

2006 年硕士研究生入学复试试题

科目：市场营销

共 | 页 第 | 页

一、概念题（7×4 分=28 分）

- 1、需求的涵义是什么？
- 2、市场调查？
- 3、产业市场？
- 4、市场细分？
- 5、产品组合及产品组合的四个维度是什么？
- 6、零售？
- 7、促销？

二、简答题（5×6 分=30 分）

- 1、影响消费者行为的因素有那些？（可以用图示的方法阐述）
- 2、服务的特点有哪些？各特点的内涵是什么？
- 3、分销渠道的职能有哪些？
- 4、主要媒体类型及其优点是什么？
- 5、什么是成本加成定价法？计算下题：

某企业生产产品的单位变动成本是 10 元，总固定成本是 30 万元，期望销售量是 5 万个，请计算加成 20% 时的成本加成价格是多少？

三、论述题（2×21 分=42 分）

- 1、阐述营销观念与推销观念的内涵及区别？并用图示进行比较。
- 2、阐述在产品生命周期中，产品进入成长阶段的特点及企业应当采取哪些营销策略？