**国际市场营销复习资料**

一、选择题。

参考答案：1-5.CBCBB. 6-10.DACDD. 11-12.BA

1. 多选题。

参考答案：1、ABDE 2、ABCE 3、ACDE 4、CDE 5、ACDE 6、ABCE 7、ACDE

8、BCDE

1. 判断题。

参考答案：1、× 2、√ 3、× 4、× 5、√ 6、√ 7、√ 8、× 9、√

10、× 11、× 12、×

1. 填空题。

参考答案：1、商品交换 2、产品观念 3、营销中间商 4、环保

5、租赁 6、目标市场 7、优质制胜 8、市场竞争力

五、名称解释。

参考答案：

1、后向一体化即收购、兼并原材料供应商拥有或控制企业的市场供应系统。

2、品牌信念指消费者对某品牌优劣程度的总的看法。

3、市场挑战者指在行业中占据第二位及以后位次有能力对市场领导者和其 它竞争者采取攻击行动希望夺取市场领导者地位的公司。

4、竞争导向定价是一种以本企业主要竞争对手的价格为基础和依据的一种定价方法包括随行就市定价法和投标定价法。

1. **简答题。**

**参考答案：**

1、现实市场的形成需要具备以下基本条件

（1），消费者用户一方需要或欲望的存在并拥有其可支配的交换资源。

（2），存在由另一方提供的能够满足消费者用户需求的产品或服务 。

（3），要有促成交换双方达成交易的各种条件如双方接受的价格、时间、空间、信息和服务方式等。 因此市场的发展是一个由消费者买方决定而由生产者卖方推动的动态过程。在组成市场的双方中买方需求是决定性的。

2、组织市场的特点：组织市场主要有购买者比较少、购买数量大、供需双方关系密切、购买者地理位置相对集中、派生需求、需求弹性小、需求波动大、专业人员采购、影响购买的人多、直接购买、互惠购买和租赁等特点。

3、简述成熟期的市场特点及营销策略：产品处于成熟期的不同阶段其市场特点亦不同。在成长成熟期销售增长率缓慢上升在稳定成熟期产品销售稳定市场饱和销售增长率停滞或呈现下降趋势在衰退成熟期全行业产品出现过剩竞争加剧、原有用户的兴趣转向其他产品或替代品销售水平下降。 针对成熟期三个不同阶段的主要市场特点有三种营销策略可供企业选择一种是市场改良策略又称为市场多元化策略即是开发新市场、寻求新用户第二种是产品改良策略也称为“产品再推出”即是指改进产品的品质、服务后再投放市场第三种是营销组合改良策略是指改变定价销售渠道及促销方式等组合要求来延长产品成熟期。

4、促销有哪些作用：促销的作用主要有：1、传递信息提供情报 2、突出特点诱导需求 3、指导消费扩大销售 4、形成偏爱稳定销售。