

浙江农林大学继续教育学院考试卷 (A卷)

教学点(分院): 绍兴前进站

课程名称: 市场营销学 层次: 专升本 学习形式: 函授 考试方式: 闭卷
(2023 学年第一学期)

注意事项: 1、本试卷满分 100 分。
2、考试时间 120 分钟。

题号	一	二	三	四	五	六	七	八	得分
得分									
评阅人									

一、简答题(共 5 小题, 每小题 8 分, 共 40 分)

1. 什么是市场细分? 市场细分有哪些作用?

2. 消费者的购买决策包括哪些阶段?

3. 以商品房销售为例, 你认为企业选择广告媒体应考虑的因素及选择的媒体种类。

4. 与消费者市场相比较, 组织市场具有哪些特点?

二、分析论述题(共 2 小题, 每小题 18 分, 共 36 分)

1. 联系实际论述某一类产品进入市场成熟期的特点及企业应采取的营销对策。

学院: _____ 专业班级: _____ 姓名: _____ 学号: _____

装 订 线 内 不 要 答 题

2. 举例说明影响企业降价的原因有哪些? 竞争对手降价后, 企业有哪几种选择?

个重点, 其中的制造环节将慢慢淡出。

3、产品多元化。九阳 2001 年进入电磁炉行业, 自上市以来, 也取得了不凡业绩。2003 年 3 月, 九阳电磁炉荣列“全国市场同类产品六大畅销品牌”。2003 年度九阳位居全国电磁炉行业前两名, 成为电磁炉行业主导品牌。

请结合以上案例, 回答以下问题:

1. 九阳豆浆机长时间占据市场领导者地位的原因是什么? (12 分)

三、案例分析题 (共 24 分)

山东九阳小家电有限公司成立于 1994 年 10 月, 当时工程师王旭宁和他年轻的北方交通大学的师兄弟们下海创业, 发明了集磨浆、滤浆、煮浆等诸功能于一身的九阳全自动豆浆机, 结束了中国人过去一直用石磨做豆浆的时代。九阳牌系列家用豆浆机拥有 23 项国家专利, 年销量突破百万台, 年产值几个亿, 成为全球最大的豆浆机制造商。

九阳豆浆机风行全国, 诱发了投资者跟进效仿热潮。全国各地如雨后春笋般新生了 100 多家豆浆机生产企业, 规模较大的如福建的迪康, 广东的科顺、雄风, 河南的田山等。2001 年 6 月 18 日, 荣事达在沈阳宣布要在 2 年内成为豆浆机的主导品牌。10 天之后, 美的公司也宣布斥资 3000 万进入豆浆机领域, 并计划年内生产能力达到 150 万台, 进入行业前两名。其他曾进入豆浆机行业的大家电企业还有海尔、澳柯玛等。

作为豆浆机行业的主导品牌, 九阳面对纷至沓来的激烈竞争, 并未显得手忙脚乱。采取的主要措施是:

1、技术创新。在 2001 年度投入大量科研经费, 研发了全新的专利“浓香技”, 推出九阳“小海豚”浓香豆浆机, 迅速畅销全国。在品质管理方面, 除进行常规的各项生产检验外, 还单独成立了多个实验室, 如电机实验室、成品实验室等, 对关键配件和整机进行全面实验检测。由于在技术方面不断推陈出新, 2001 年九阳豆浆机销量达到 160 万台, 远远甩开了竞争对手, 市场占有率始终维持在 80%以上, 销量年年第一。

2、战略调整。为了在新技术、新材料、新工艺等方面赶上潮流, 同时降低制造成本, 在北方驻守了近十年后的九阳决定将公司的研发和制造重心南移, 利用当地丰富的 OEM 资源, 将研发、制造和销售三个重点减为两

2. 九阳豆浆机要保持竞争优势应该采取哪些措施? (12 分)