

<<市场营销习题册>>

图书基本信息

书名：<<市场营销习题册>>

13位ISBN编号：9787504597847

10位ISBN编号：7504597848

出版时间：王翎 中国劳动社会保障出版社 (2012-07出版)

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<市场营销习题册>>

书籍目录

模块一认识市场营销 模块二市场调查与分析 课题1营销环境分析 课题2市场调查 课题3市场分析 模块三营销战略制定 课题1市场细分 课题2目标市场选择 模块四营销策略运用 课题1产品策略运用 课题2价格策略运用 课题3渠道策略运用 课题4促销策略运用 模块五营销管理

<<市场营销习题册>>

章节摘录

版权页：插图：课题3 渠道策略运用 一、填空 1.根据有无中间商参与交换活动，可以将商业模式中的所有通道归纳为两种最基本的销售渠道类型：____和____。

2.间接分销渠道的典型形式是：____。

3.企业使用的同类中间商多，产品在市场上的分销面广，称为____。

企业使用的同类中间商少，分销渠道窄，称为____。

4.____是指介于生产者与消费者之间，专门从事将商品由生产领域向消费领域转移的经济组织或个人。

5.____是指从事商品交易，在商品买卖过程中拥有商品所有权的中间商。

6.____是指接受生产者委托从事销售业务，但不拥有商品所有权的中间商。

7.____是指向生产企业购进产品，然后转售给零售商、产业用户或各种非营利组织。

8.零售商的种类繁多，总体讲主要有以下三类：____、____、____。

9.一般认为，____的模式是比较典型的市场营销渠道模式。

10.企业必须对各种可能的渠道选择方案进行评估。

评估标准有三个，即____、____、____。

二、单项选择 1.某分销渠道内，中间环节越多，说明该渠道（ ）。

A.宽度越广 B.数量越多 C.长度越长 D.同类环节越广 2.大型家具生产企业在推销产品时宜选择（ ）的分销渠道。

A.较宽 B.较窄 C.较长 D.集团联合 3.分销渠道的组成除了制造商和中间商以外，还有（ ）。

A.供应商 B.顾客 C.零售商 D.批发商 4.中间商按其是否有所有权分为（ ）。

A.经销商和批发商 B.代理商和零售商 C.经销商和代理商 D.批发商和零售商 5.分销渠道的地位被视做“（ ）利润源泉”。

A.第一 B.第二 C.第三 D.第四 三、多项选择 1.中间商的基本职能是（ ）。

A.需求调查 B.组织商品流通 C.产品设计 D.改变市场大小 E.商品制造。

<<市场营销习题册>>

编辑推荐

《全国中等职业技术学校市场营销专业教材:市场营销习题册(第3版)》由中国劳动社会保障出版社出版。

<<市场营销习题册>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>