国家开放大学

期末考试考前复习资料

4010

《渠道管理》

伯仲教育

伯仲教育

伯仲教育国开期末复习资料，仅供我校大专本科学员期末复习使用，严禁外传。

请直接打印，已按题目首字拼音字母排版

《渠道管理》开放大学期末考试笔
适用：【笔试】【课程号：】
总题量（85）： 单选(28) 多选(21) 简答(8) 论述(3) 判断(25)

资料考前整理，只供大家复习使用！

单选(28)--

1、（ ）充分考虑其他渠道成员的需要和利益，

从而创造出新的商务模式和新的价值.-->B.模式创新

6、（） 是指企业同时利用多种渠道，尽量扩大产品的销售区域和市场覆盖面，让更多的消费者或用户购买。-->C.广泛分销策略

7、（） 是指企业为了实现其渠道目标所进行的渠道构建、功能安排和分工协调活动。-->B.道组织

8、（）是指企业在某一区域内销售网点的数量， 意味着企业在某一区域的销售力度-->A.渠道密度

9、（） 是指在产品流通过程中随着产品所有权

的转移，市场风险在渠道成员之间的转换与分担。-->B.风险承担

10、（） 指企业某一条渠道的层级、参与者和覆盖范围的构成状况，其本质是渠道功能参与者之间的安排或分配。-->C.渠道结构

11、不同的产品形态适合不同的网络营销方式， 当消费者或用户网上注册，缴纳会费，网上下载，

这种网络营销方式适合的产品形态是（） 。-->A.信息提供

12、长期以来，在中国的营销渠道中，渠道领袖主要由大的（） 来担任-->C.生产厂商

13、对于关系型的渠道组织，最适宜使用（）。

-->A.规范机制

14、管理的首要职能是（） .-->A.计划职能

15、互联网技术的发展和逐渐被人们接受所带来的一个最重要和深刻的变化，就是在交换中（）。

-->C.顾客权力的增大

16、配送中心有不同的类型，当企业的配送业务交由供应商或第三方配送中心实施的组织方式， 这种类型的配送中心是（） .-->D.代理配送中心

17、渠道成员影响沟通的过程有多种策略，不同的策略可分为强制性权力和非强制性权力。下列选项属于强制性权力的策略是（） .-->A.威胁策路

18、渠道管理人员一般位于企业的中、低层，属于（），主管企业营销渠道的设计、开发与维护。

-->D.专业管理者

23、影响渠道领导的因素有很多，既有直接影响因素，又有间接影响因素。下列选项属于直接影响因素的是（ ）。-->B.渠道领袖的权力

24、影响渠进领导的因素有很多，既有直接影响因素，又有间接影响因素。下列属于直接影响因素的是（-->A.渠道领袖的权力

25、在渠道关系的（ ），经过长时间的考验，双方都坚信他们之间关系稳定，谁也不会轻易寻找或使用替代者。-->D.承诺阶段

26、在渠道投机行为的四种具体控制方法中，（） 是为了减少信息的不对称，为奖罚提供依据。-->B.监

27、在营销渠道中，存在着各种类型的冲突，只 有（）是营销渠道中最具特色的冲突。-->B.垂直冲突

28、在营销渠道中执行收集市场信息并进行分析预测，向制造商或中间商提供决策信息的功能。这种类型的渠道参与者类型是（） .-->B.市场调研机构

相结合原则和公平原则。-->(C. 目标相容原则D.适时原则)

13、渠道控制的理论基础，主要包括（ ）。-->(A.交换理论 C.交易成本理论 D.渠道行为理论)

14、渠道缺口产生的原因有很多，从根本上包括（） -->(A.环境限制 C.管理限制)

15、渠道任务可以通过（）等事项在渠道成员之间合理分配、明确事项。-->(A. 品牌策划B.价格政策C.交易条件)

16、网络渠道的类型，主要包括（） .-->(A.网络直销渠道C. 网络中间商渠道)

17、物流的内容构成包括核心和辅助活动。其中 核心活动包括（） 。-->(A.商品运输 D.商品存储)

18、营销梁道涉及多种不同的关系，包括（） -->(A.横向关系 B.纵向关系 D.多渠道关系)

19、与管理的一般职能相对应，渠道管理人员的具体职能，包括（） .-->(A.渠道设计B.渠道组织 C.渠道激励D.渠道控制)

20、在渠道效率评估的量化指标中，商品流量指

多选(21)--（

1、对渠道进行分析的目的，在于帮助渠道管理者了解（ ）-->(A. 企业的渠道环境 B. 内部管理约束.渠道现状D.渠道合作)

2、对于特许型的渠道组织，企业主要采用（）。

-->(B.合同机制 C.权力机制)

3、凡是在营销渠道中发挥一定作用的组织或个人都是渠道参与者，包括（） 消费者以及其他发挥某种重要功能的企业。-->(A.制造商 B.批发商 C.零售商)

4、根据采用的工具和内容，管理控制的方法包括（） .-->(A.信息控制 B.财务控制 C.运作控制 D.行为控制)

5、根据营销渠道主导成员的不同，可以把营

伯仲教育

销渠道分为（）三种主要模式。-->(A.制造商 ~~主导~~-B ~~零售商主导~~ D ~~服务提供商主导~~)

6、关于渠道权力的来源有两种说法，包括（）.-->(B.依赖一权力说 C.权力基础说)

7、管理控制系统的设计思路，包括（）。-->(B.

努力创建一个良好的信息沟通网络和一个友好

而愉快的工作氛围。-->B.支持型渠进领袖

2、（）是进行管理控制的基础，它为衡量绩效或纠正偏差提供了客观依据。-->D.确定控制标准

3、（）是企业为了实现其营销目标与营销战略，希望通过渠道管理活动在一定时间内达到的结果.-->C.渠道目标

4、（）是指产品或服务转移所经过的路径，由参与者产品或服务转移活动以使产品或服务便于使用或消费的所有组织构成-->C.营销渠道

5、（）是指将不同的营销模式进行互相融合和渗透，使不同的模式之间实现优势和价值互补，

标主要包括（）.-->(A.销售增长率 B.市场占有率 C-计划执行率 D经营稳定性)

21、在确定渠道成员时，可采用的方法包括（）.-->(A.定量确定法 C.定性确定法)

简答(8)-

19、渠道联盟是渠道关系发展到一定阶段的产物，其最重要的特点是（）。-->C.彼此的高水平承诺

20、为降低配送成本，企业一般会采用不同的配送策略。当企业拥有多种产品线时，根据不同产品的特点，提供不同的配送服务。这种配送策略是（）.-->A.差异化策略

21、一家企业要与渠道中的其他企业保持持续的（），获取更高的渠道效率，则必须投入一定的交易专有资产。-->C.交换关系

22、营销渠道结构是指参与完成商品所有权由（）向消费者或用户转移的组织或个人的构成方式。-->C.生产制造者

1、简述成为渠道领袖的影响因素。...

2、简述渠道联盟的主要特点。

3、简述渠道投机行为产生的原因

4、简述设计备选的渠道结构方案的主要步骤....

5、简述寻找渠道成员的途径。

6、简述营销渠道的主要功能。

7、简述营销渠道管理的特点。

8、架道控制的理论基础，主要包括（）.-->(A.交换理论 C.交易成本理论 D.渠道行为理论)

9、渠道成员的可控性评估，可以从（）几个方面考虑。-->(B.控制程度 C.控制效果D.控制方式)

10、渠道合作的内容与形式有很多，主要包括（）、信息共享、联合培训和地区保护等。-->(A.联合促销B.联合贮运C.提供专卖产品)

11、渠道激励，旨在弥补员工的（）.-->(B.能力缺口C.信任缺口D.认知缺口)

12、渠道激励，作为调动渠道成员积极性的一种手段，需要遵循实事求是原则、（）奖励与惩罚

8、简述有效的渠道任务和目标的特征....

1、简述成为渠道领袖的影响因素。

答：1 对渠道效率影响较大，在市场上竞争力较强，渠道权力大。

2 品牌的归属及其影响力。

（3）企业在渠道中的角色。

（4）渠道的长度：宽度和企业的渠道影响力.

（5）渠道成员之间的契约或协议。

（6）产品性质。

（7）市场性质。

2、简述渠道联盟的主要特点。

答:（1）渠道联盟，是指处于同一渠道中的两方或多方成员通过协商一致面形成的长期利益共同体，是渠道关系发展到一定阶段的产物。

（2）渠道联盟的第一个重要特点是长期性。如果交易伙伴只是为了交易方便或谋求一时之利而联合起来，则只能称之为战术联盟或普通的商业伙伴关系。

伯仲教育

（3） 渠道联盟的第二个重要特点是参与各方的自愿。有的联盟建立在一种不平等的权力关系之上，由强大的一方对弱小的一方进行控制。在一个真正的渠道联盟中，权力是相互且相对平衡的，要有：

每一方对另一方都有较大的影响力。

（4）梁道联盟的第三个也是最重要的特点是彼此高水平的承诺，因为风险太大，所以渠道成员之间除非有高水平的彼此承诺，否则它们是不会建立渠道联盟的。

3、简述渠道投机行为产生的原因.

答：（1）利益上的差异：渠道合作伙伴之间的利益不完全一致。

（2） 锁住效应：由于某种原因使得一个渠道成员不能毫无成本地与另一个渠道成员解除既有的交易关系，前者被锁在了与后者的关系中。

（3） 信息不对称：增加了前者发现后者投机行为的难度，同时也使得后者从事投机行为而不必过于担心被前者抓住。

4、简述设计备选的渠道结构方案的主要步骤.

答：设计备选的渠道结构方案，主要步骤包括：

（1） 确定企业的渠道治理策略和渠道结构策略

（2） 确定渠道的宽度、密度和渠道数量。

（3） 确定渠道的长度。

（4） 确定中间商的类型。

（5） 渠道方案的评估。

5、简述寻找渠道成员的途径。

答：（1） 自设销售组织.

（2） 商业途径。

（3） 网上查询。

（4） 顾客和中间商咨询.

（5） 其他途径。

6、简述营销渠道的主要功能。

答：（1） 营销渠道的功能是使产品从生产者转移到消费者的整个过程顺畅、高效，消除或缩小产品供应与消费者之间在时间、地点、产品品种和数量上存在的差异。

（2） 具体而言，营销渠道的主要功能有收集和传递信息、促销、接洽、组配、谈判、物流、风险承扭和融资。

（3） 收集与传递信息是渠道成员通过市场调研搜集和整理有关消费者、竞争者以及市场营销环境中的其他影响者或营销力量的信息；促销是生产者或经营者为刺激消费所进行的关于产品和企业的宣传、沟通的活动；接洽是生产者或经营者寻找购买者，并与之接触的活动；组配是生产者或经营者对产品在分类、分等、装配，以符合购买者需要的活动；谈判是买卖者为实现产品所有权转移就价格及有关条件进行协商的活动；物流是产品的运输、储存活动；风险承担是产品流通过程中随著产品所有权的转移，市场风险在渠道成员之间的转换与分担；融资是生产者或经营者为完成以上各种功能而进行的资金融通活动。7、**简述营销渠道管理的特点。**

答：营销渠道管理的特点主

（1） 营销渠道管理是一种交叉着企业内部管理的跨组织管理。

（2） 营销渠道管理有一个跨组织目标体系。

（3） 营销渠道管理组织和管理方式具有跨组织的特点。

8、简述有效的渠道任务和目标的特征.

答：（1）具体、明确、可衡量。

（2） 实际而具有挑战性。

（3） 服从企业的使命和战略目标，反映企业的内部资源和核心竞争力。

（4） 不同的渠道任务和目标之间互相配合。 **论述(3)--**

1、试论述论述渠道冲突的解决方法...

2、**试论述渠道冲突的根源。**

3、**试论述网络渠道的特点.**

1、试论述论述渠道冲突的解决方法

答:（1）道冲突指的是一个渠道成员正在阻挠或干扰另一个渠道成员实现自己的目标或有效运作，或一个渠道成员正在从事某种会伤害、威胁另一个渠道成员的利益，或者以损害另一个渠道成员的利益为代价面获取稀缺资源的活动。

（2） 渠道冲突的性质不同，调解或解决的方法也不同，可以分为问题解决法、劝解法、讨价还价法和第三方介人法，一般来讲，使用问题解决法和劝解法有利于渠道成员之间合作关系的进一步发展与巩固，而使用讨价还价法和第三方介人法，特别是过分依赖这两种方法，则会破坏渠道成员之间的合作关系。

（3） 问题解决法的目的是通过讨论或商谈找到使双方都能够接受的解决冲突的方法，其前提是冲突双方有一些事前约定好的共同目标，双方都有维持良好关系的意愿。

2、试论述渠道冲突的根源。

答：（1）角色界定不清，在营销渠道中，角色涉及到各渠道成员应该做什么和应该怎样做的问题，界定不清各渠道成员就不知如何去做，从而产生冲突。

（2） 资源稀缺，为了实现目标，渠道成员在一些稀缺资源的分配问题上有时会产生分歧，而从导致冲突的产生。

（3） 感知差异，在营销渠道中，针对同一种刺激，不同的渠道成员可能会有不同的感知或对感知有不同的理解。

（4） 期望误差。如果期望有误，就会采取错误的行为，从而导致意想不到的冲突。。

（5） 决策领域有分歧。由于发挥不同的功能，承担不同的责任，扮演不同的角色，渠道成员都有自己的决策领域。

（6） 目标不一致，当渠道成员的目标之间不一

10、渠道激励就是企业为了确保渠道目标按计划实现面对面架道活动进行监督，并在发生明显偏差时进行纠正的活动程序。-->错

11、渠道满意包括消费者或用户对渠道的满意度、

伯仲教育

致或不相容时，就容易产生冲突。

（7）沟通障碍。不进行沟通、沟通困难或沟通无效时，都有可能导致渠道冲突的发生.

3、试论述网络渠道的特点.

答：（1）数字化。互联网只能传播数字化信息， 这使得基于互联网的网络渠道更适合数字化产品。。

（2） 虚拟性。网络空间是一个虚拟的世界，在互联网上从事营销活动，企业看不到消费者，消费者也看不到企业员工.。

（3） 交互性。网络渠道通过互联网，能够实现产需之间高水平、低成本和快速的一对一信息沟通和互动。

（4） 随时性和即时性：网络服务器一般24 小时开放，用户可以随时访问，满足即时需求。

（5） 全球性。通过互联网，既可以访问全球的网上信息，也可以很方便地向全球发布信息，从而打破了传统渠道在地域上的限制。

（6） 网络外部性：当网络用户数量增加以后， 每个用户从中得到的效用会增加，而加人网络的成本却不会随着效用的增加而增长。

（7） 整合性：网路渠道往往以技术为工具，把企业价值链和供应链中的活动整合在一起。

判断(25)--/（微

1、大多数渠道关系的散伙，是由环境或双方某些方面发生了变化，使双方失去了合作的基础所致。-->对

2、公司型垂直渠道系统是指由处于不同层次的企业自愿参与而构成的、在一家核心企业的控制下运行的渠道组织形式。-->错

3、顾客价值减去顾客成本多出来的部分，称为顾客让渡价值。-->对

4、互联网为制造商和中间商构建营销渠道提供了一个新的选项。-->对

5、控制是为了改善某个或某些受控对象的功能， 以信息为基础而施加影响作用的行为过程。--> 对

6、批发商可以采用直接渠道销售自己的产品。-->
错

7、渠道层面的非量化指标包括渠道成员之间的互动、渠道成员的渠道满意度以及渠道氛围等内容。-->错

8、渠道长度是指营销渠道中处于制造商和消费者或用户之间中间环节的多少。-->对

9、渠道绩效包括渠道合作、渠道冲突、渠道信任和渠道承诺等内容。-->错

本企业对渠道的满意度和其他参与者对渠进的满意度。-->对

12、渠道内整合的目的是要发挥多渠道营销系统的优势，把冲突限制在可以掌控的范围内，减少内耗。（） -->错

13、渠道效率评估的量化指标可以分为商品流量指标、现金流量指标和在渠道成员层面一些特殊的其他量化指标。-->对

14、渠道效率评估既是渠道管理过程的最后一步， 也是新一轮渠道管理活动的开始。-->对

15、渠道依赖是处于同一渠道中的两方或多方成员通过协商一致而形成的长期的利益共同体。()
-->错

16、商品保管是物流的一个重要环节，包括在商品运输、储存和流通加工过程中的放置、编号、记录、保养、维护等活动。-->对

17、物流是将商品实体从生产地运到售卖地，再转移到使用地的过程， 目的是方便消费者或用户使用。-->对

18、销售代理制是指渠道成员通过协议方式成立一个类似于俱乐部的组织，有高度信任，互相帮助，共同发展。-->错

19、营销渠道中的成员之间存在一个或多个共同的目标，所以在一条渠道的不同层次上成员之间不需要合作。-->错

20、运输合同是承运人采取的一项运输风险预防措施。-->错

21、在渠道参与者中，运输企业、仓储企业、物流企业等属于成员性参与者 。-->错

22、在渠道管理中，沟通是一个粘合剂，将渠道参与者粘合在一起.-->对

23、中间商渠道是指制造商使用自己的销售队伍直接把产品销售给消费者或用户。（） -->错

24、专家权力来源于一个渠道成员在某一方面所具有的专业知识。-->对

25、专卖店是指采取自选销售方式，以经营食品、副食品和日用生活品位主，满足顾客“一站式”购买需要的零售业态。-->错

伯仲教育