

マーケティング 知識確認課題

[レポートNo. 0111]

(1) マーケティングの定義やコンセプトに関する記述として、最も不適切なものを解答群から1つ選び、その記号を答えてください。

<解答群>

- A : マーケティングの「基本理念」は、顧客重視の考え方である。顧客が何を必要とし、何を欲しているか、そのニーズを考えることがマーケティングの出発点となる。
- B : マーケティングの諸活動は、市場調査や販売促進の領域に限られる。流通や店舗管理、在庫管理などは含まない。
- C : マーケティング・コンセプトとは、マーケティング活動の方向性を決定付ける基本となる考え方である。
- D : 現在では、「顧客志向」を中心としながら、社会的責任を果たそうとする「社会志向」のマーケティングにも配慮する企業が増えている。

(2) SWOT 分析に関する記述として、最も適切なものを解答群から1つ選び、その記号を答えてください。

<解答群>

- A : SWOT 分析では、政治・法律、経済、社会、技術の4つを取り上げて分析を行う。
- B : SWOT 分析では、外部環境として顧客と競合の分析を、内部環境として自社の分析を行う。
- C : SWOT 分析では、自社の強みと弱み、および外部環境の機会と脅威を分析する。
- D : SWOT 分析では、競争要因を新規参入企業の脅威、代替品・サービスの脅威、という2つの外的要因、買い手企業の交渉力、売り手企業の交渉力、業界内の既存企業との競争関係、という3つの内的要因に分けて分析する。

(3) ターゲット・マーケティングのステップとして、最も適切なものを解答群から1つ選び、その記号を答えてください。

<解答群>

- A : ターゲティング → ポジショニング → 市場細分化
- B : ターゲティング → 市場細分化 → ポジショニング
- C : 市場細分化 → ポジショニング → ターゲティング
- D : 市場細分化 → ターゲティング → ポジショニング

(4) マーケティング・ミックスに関する記述として、最も適切なものを解答群から1つ選び、その記号を答えてください。

<解答群>

- A : マーケティング・ミックスとは、企業が目標達成のため、統制可能なマーケティング要素である商品、価格、流通、プロモーションの4要素を組み合わせることを意味する。
- B : マーケティング・ミックスとは、細分化した市場の中から、自社がマーケティングを行うべき市場を選定することである。
- C : マーケティング・ミックスとは、選定したターゲット市場において、自社商品や他社商品の市場での位置づけを明確にすることである。
- D : マーケティング・ミックスとは、顧客1人ひとりの好みや消費性向などに応じ、顧客満足度や自社の利益向上を図るマーケティング手法である。

(5) 商品ミックスに関する記述として、最も不適切なものを解答群から1つ選び、その記号を答えてください。

<解答群>

- A : 商品ラインの数を商品ミックスの深さ、ラインを構成するアイテムの数を商品ミックスの幅という。
- B : 商品の幅の拡大を行う戦略は、水平拡大戦略という。
- C : 商品の深さを求める戦略は、垂直拡大戦略という。
- D : 商品ミックスは、顧客要因、競争要因、自社要因の3つによって戦略的に決定されなければならない。

(6) 商品ライフ・サイクルの各段階とマーケティング戦略の組み合わせとして、最も不適切なものを解答群から1つ選び、その記号を答えてください。

<解答群>

- A：導入期 — この時期は、新商品を市場に導入し、市場開拓を行う段階で、商品の存在やその効用を顧客に知らせることが目標となる。
- B：成長期 — この時期は、需要の拡大とともに売り上げが大幅に伸び、利益も出るようになり、さらなる市場浸透が目標となる。
- C：成熟期 — この時期は、商品に対する需要がピークを迎え、市場シェアの維持が目標となる。
- D：衰退期 — この時期は、売上高・利益額ともに減少するため、これまでに得た利益をもとに販売促進費を増加させることが必要である。

(7) 価格運用政策に関する記述として、最も不適切なものを解答群から1つ選び、その記号を答えてください。

<解答群>

- A：再販売価格とは、卸売業者が小売業者に、小売業者が顧客に再販売する価格のことである。
- B：リベートとは、一定期間に売り上げとして上がってきた収益をもとに、取引業者に支払う割戻金のことである。
- C：定価政策とは、誰に対しても一定の価格で販売する政策のことである。
- D：特売品、目玉商品などは、販売促進としての特定価格維持政策の一例である。

(8) 卸売業者の必要性を説明する理論として、最も適切なものを解答群から1つ選び、その記号を答えてください。

<解答群>

- A：イノベーター理論
- B：パレートの法則
- C：不確実性プールの原理
- D：ゲーム理論

- (9) コミュニケーション活動のうち、「テレビ、ラジオ、新聞、雑誌、インターネットなどのマス媒体に情報を提供し、記事や番組の中でその内容が取り上げられるように働きかけること」を何というか、最も適切なものを解答群から1つ選び、その記号を答えてください。

<解答群>

- A : 広告
- B : セールス・プロモーション
- C : パブリシティ
- D : 人的販売

- (10) データベース・マーケティングを活用した CRM の実践に関して、最も不適切なものを解答群から1つ選び、その記号を答えてください。

<解答群>

- A : データベース・マーケティングとは、コンピュータにより構築されたデータベースを利用して、マーケティングを迅速かつ効率的、効果的に行うという考え方である。
- B : リレーションシップ志向のマーケティングでは、1人の顧客との関係性を、その顧客が長期的に消費してくれることによって得られる収益の大きさを中心に考える。
- C : PEST 分析とは、顧客が過去に行った購買実績を最終購買日、購買頻度、購買金額の3つの指標からアプローチし、顧客をセグメント化しようとするものである。
- D : データウェアハウスは、「いつ、誰が、何を、どのくらい、どのような状態で購入したか」という情報を、取引単位で蓄積し、経営に役立てるためのシステムである。

SBCP マーケティング分野レベルチェック

設問	解答	解 答 理 由	正解
問 1			
問 2			
問 3			
問 4			
問 5			
問 6			
問 7			
問 8			
問 9			
問 10			
合計 (1 問 1 点)			

設問	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
正解	B	C	D	A	A	D	D	C	C	C



合計が 7 点以下・・・基礎固めに最適なベーシックコースのご受講をお勧めします。
 合計が 8 点以上・・・応用力を伸ばすアドバンスコースのご受講をお勧めします。