

浙江省 2016 年 10 月高等教育自学考试

会展概论试题

课程代码: 03875

请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。

选择题部分

注意事项:

1. 答题前, 考生务必将自己的考试课程名称、姓名、准考证号用黑色字迹的签字笔或钢笔填写在答题纸规定的位置上。

2. 每小题选出答案后, 用 2B 铅笔把答题纸上对应题目的答案标号涂黑。如需改动, 用橡皮擦干净后, 再选涂其他答案标号。不能答在试题卷上。

一、单项选择题(本大题共 20 小题, 每小题 1 分, 共 20 分)

在每小题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的, 请将其选出并将“答题纸”的相应代码涂黑。错涂、多涂或未涂均无分。

1. 广义会展 MICE 中的“E”代表的含义是

- A. 公司会议 B. 展览 C. 事件活动 D. 协会会议

2. 综合性展览会一般都属于

- A. 专业展览会 B. 消费展览会 C. 贸易展览会 D. 纵向型展览会

3. 在展览会中, “展的”的意思是

- A. 参展商 B. 专业观众 C. 展位 D. 参展物品

4. 会议市场中具有周期稳定、规模大特点, 且最受国际市场欢迎的类型是

- A. 公司会议 B. 协会会议 C. 政府会议 D. 宗教会议

5. 我国大多数举办成功的国际性展览会, 其主办者都是

- A. 当地政府 B. 中央政府 C. 行业协会 D. 知名公司企业

6. 在以下选项中, 哪个市场规模最小?

- A. 潜在市场 B. 有效市场 C. 目标市场 D. 渗透市场

7. 当产品进入衰退期后, 为延缓产品的衰退期, 适宜采用_____策略。

- A. 无差异 B. 差异 C. 集中 D. 针对

8. 在会展营销的媒体类型中, 成本最昂贵的是

- A. 报纸 B. 电视 C. 广播 D. 网络

9. 会展企业经营管理过程中的核心内容是

- A. 信息管理 B. 组织管理 C. 项目管理 D. 市场管理

10. 若一家大型会展公司,在多个行业都有涉足,针对不同行业举办不同规模和性质的展会,并采用不同的发展和合作模式,培养了多个行业的品牌展会,这种经营战略为

- A. 个性化战略 B. 集中经营战略 C. 差异化战略 D. 市场竞争战略

11. 会展企业组织在进行组织设计时,各个部门的分工合作设置一定的彼此间的相互牵制与约束,这遵循了组织设计的_____原则。

- A. 目标导向 B. 控制跨度 C. 有效制约 D. 动态适应

12. 目前,信息技术的发展使得知识在企业各管理层级之间的鸿沟缩小,企业等级结构已较小地受到管理幅度的影响。使得企业组织出现了_____趋势。

- A. 网络型组织 B. 虚拟型组织
C. 学习型组织结构 D. 扁平化组织结构

13. 近年来全国各地把会展场馆作为城市形象来抓,如西安国际展览中心,外观造型似鲲鹏展翅,隐喻西安城市建设的腾飞。这体现了会展场馆建设的_____原则。

- A. 科技化 B. 合理化 C. 文化性 D. 专业化

14. 以下选项中,项目针对性强,交易目标优先的会展项目类型是

- A. 科技展示型 B. 产品交易型 C. 综合博览型 D. 会议洽谈型

15. 会展人力资源构成结构中,最核心的人才

- A. 会展运作人才 B. 会展策划人才 C. 会展管理人才 D. 会展辅助人才

16. 在会展客户关系管理的实施流程中,下列正确的流程顺序是

- A. 会展客户识别,会展客户预测,会展客户细分
B. 会展客户识别,会展客户细分,会展客户预测
C. 会展客户预测,会展客户识别,会展客户细分
D. 会展客户预测,会展客户细分,会展客户识别

17. 以下关于展会特征的描述中,不属于网络展会特点的是

- A. 依赖数据信息、电子文件等完成组展 B. 展出时间较长
C. 展览范围广泛 D. 提供面对面的交流机会

18. 会展物流的主体是

- A. 会展组织者 B. 参展商 C. 购买者 D. 物流公司

19. 会展物品在运输前后和保管前后端点上对会展物品进行改变存放状态和空间位置的处理方式,这指的是会展物流管理中的

- A. 运输系统 B. 储存保管系统
C. 装卸搬运系统 D. 流通加工及回收系统

20. 世界各国都极力申请举办奥运会、世界杯等大型世界赛事，在赛事活动期间可以带来大量的______人群。

- A. 奖励旅游 B. 展览旅游 C. 商务旅游 D. 节庆事件旅游

二、多项选择题(本大题共 5 小题,每小题 2 分,共 10 分)

在每小题列出的五个备选项中至少有两个是符合题目要求的,请将其选出并将“答题纸”的相应代码涂黑。错涂、多涂、少涂或未涂均无分。

21. 会展市场细分必须满足以下原则

- A. 可进入性 B. 可操作性 C. 可识别性
D. 可衡量性 E. 可盈利性

22. 会展营销渠道选择的影响因素有

- A. 会展企业实力 B. 会展产品性质 C. 目标受众媒体习惯
D. 信息类型 E. 广告成本

23. 现代会展场馆的特征包括

- A. 场馆规模宏大 B. 智能化水平高 C. 设计以人为本
D. 布局经济实用 E. 政府大力支持

24. 会展企业人力资源管理机制包括

- A. 招募机制 B. 培训机制 C. 流动机制
D. 激励机制 E. 影响机制

25. 会展物流管理的内容包括

- A. 质量管理 B. 时间管理 C. 运输管理
D. 仓储管理 E. 信息管理

非选择题部分

注意事项:

用黑色字迹的签字笔或钢笔将答案写在答题纸上,不能答在试题卷上。

三、判断改错题(本大题共 10 小题,每小题 2 分,共 20 分)

判断下列各题,在答题纸相应位置正确的打“√”,错误的打“×”并改正。

26. 会展经济最基础、最直接的功能包括:产品展示功能、企业营销功能、信息传播功能、产业联动功能。

27. 德国莱比锡样品博览会兼具集市的市場性和工业展的展示性,被认为是现代贸易展览会和博览会的最初形式。

28. 技术探求型观众不以达成合约为目的,其观展目的在于探求相关领域技术发展状况,因此不能称为专业观众。

29. 如果会展企业规模较大, 专业技术水平高, 办展经验丰富, 可采取差异策略。
30. 职能式组织结构有助于分散企业风险, 提高会展企业经营稳定性, 有利于各部门进行专业化分工。
31. 在会展场址内保留大片绿地, 虽能方便展商观众在工作或参观之余有休闲场所休息, 但由于过于浪费场馆面积, 需要取消。
32. 为了展台装修设计方便, 展馆高度一般为 5—6 米。
33. 我国会展业习惯以交易金额大小来对其效益与规模进行评价。因此单一追求合同金额是会展项目发展的关键。
34. 会展企业人力资源管理机制中, 对员工的激励越大越多, 效果越好。
35. 会展商务旅游目的地类型上具有明显的空间集聚性, 类型较为单一。

四、名词解释(本大题共 5 小题, 每小题 4 分, 共 20 分)

36. 管理跨度
37. 会展激励机制
38. 不完全电子商务
39. 会展物流
40. 展览旅游

五、简答题(本大题共 5 小题, 每小题 4 分, 共 20 分)

41. 会展经济的基本功能包括哪些?
42. 国内外会展场馆选址有哪几种模式?
43. 会展企业组织设计时需要考虑的影响因素有哪些?
44. 会展人力资源构成体系是什么?
45. 会展商务旅游包括哪些类型?

六、案例题(本大题 10 分)

46. 会展物流管理

2003 年 6 月 4 日—8 日, 俄罗斯圣彼得堡举办国际消费品展览会。福建汇源商务会展有限公司获准组织 27 家企业, 30 个摊位参展, 参展人员为 49 人。为了做好该展览的筹备工作: 该公司曾于 2002 年 10 月派人对圣彼得堡展览会进行考察, 就摊位申请、样品运输、展期酒店预订等方面与组委会进行了了解。考虑到俄罗斯样品运输的复杂性, 他们选定德国德讯公司为参展样品承运商(主要原因是德讯公司在莫斯科、圣彼得堡设有办事处), 要求德讯公司保证 2003 年 6 月 2 日上午 9 点将展品运到展台, 并于 2003 年 4 月 3 日与德讯公司签订了如展品未按时到会, 德讯公司将承担由此发生的一切后果的运输代理协议。

2003 年 5 月 16 日, 汇源公司得到德讯公司的通知。样品于 2003 年 5 月 22 日到达圣彼得堡, 2003 年 6 月 3 日上午 9 点样品送达展馆, 由于圣彼得堡 300 周年大庆, 从 2003 年 5 月 27 日到 6 月 1 日机场关闭, 汇源公司先遣工作人员于 2003 年 6 月 2 日到达圣彼得堡。

大批参展人员于3日顺利抵达,2003年6月3日上午,先遣人员到达展台,见展品未到,当即与德讯公司驻圣城办事处联系,德讯公司表示因报关原因,样品4日下午会到。汇源公司工作人员随即安排参展人员4日晚上布展,可是到了晚上,全体人员到达现场,展品仍未到。经与德讯公司紧急协商,德讯公司表示5日一定会解决,5日下午全体参展商再次到展台一直等候到晚上7点,当得知展品不能到位时,引起了全体参展商的强烈不满,表示不要样品拒绝参展,并要求索赔,联名写了一份索赔书。

2003年6月5日上午,中国驻圣城总领事馆经济商务领事陈俊岭到展览会摊位参观,发现展品未到,指示展团工作人员,为了维护中国形象,不管样品何时到达,都应继续参展。直到2003年6月6日晚6点45分,展品才到达展览馆门口,经工作人员做工作,参展企业统一于2003年6月7日布展,坚持参展,汇源公司在后期做了一些补救工作,组织企业带样品到莫斯科拜访客户,一定程度上弥补了因参展延误带来的损失。

回国后,经汇源公司与德讯公司协商并征求参展商同意,决定给予参展企业每个摊位5万元人民币补偿。

问题:根据上述案例,回答会展物流的内容和要求有哪些? 上述案例哪些要求没有达到?