

1、对于“物流”有多种定义，比如：“物流是物质资料从供给者向需要者的物理性移动，是创造时间性、场所性价值的经济活动。”又如，“物流是供应链运作中，以满足客户要求为目的，对货物、服务和相关信息在产出地和销售地之间实现效率和低成本的正向和反向的流动和储存所进行主计划、执行和控制的过程。”这两种定义的区别在于（ ）

A、包含的要素不同 B、目标不同 C、观察视角不同 D、依据的理论不同

2、企业物流管理作为企业管理的一个组成部分，通过使物流功能达到最佳组合，在保证物流服务水平的前提下实现（ ），这是现代企业物流管理的根本任务所在。

A、物流效益的最大化 B、物流成本的最低化 C、企业利润最大化 D、企业战略目标

3、不规则需求状况下，营销管理的任务是（ ）

A、改变市场营销 B、协调市场营销 C、刺激市场营销 D、开发市场营销

4、科特勒认为，营销管理的实质是需求管理，即调节需求使之与企业供给相适应。这一观点以（ ）为前提。

A、假定买方是营销者 B、假定卖方是营销者 C、假定买卖双方互为营销者 D、假定需求大于供给

5、制造商在某一地区通过最合适的几家中间商销售其产品，这种分销策略是（ ）

A、密集分销 B、选择分销 C、独家分销 D、区域分销