



8. 确定国际营销调研内容的依据是  
A. 调研目的            B. 调研计划            C. 调研方法            D. 调研资料
9. 国际企业在进行组织机构设计时, 要注意把握的基本原则有分工与协调平衡的原则、有效控制与沟通的原则和  
A. 职位与职责平衡的原则            B. 权责利对等的原则  
C. 管理职责本土化的原则            D. 精简高效的原则
10. 服务营销在向国际化发展的限制性因素主要有文化差异、知识产权保护和  
A. 服务产品控制    B. 服务价格限制    C. 服务贸易壁垒    D. 服务差别税制

## 二、多项选择题 (本大题共 10 小题, 每小题 2 分, 共 20 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“答题卡”的相应代码涂黑。错涂、多涂、少涂或未涂均无分。

11. 国际市场营销学的研究方法主要有  
A. 微观分析法            B. 宏观分析法            C. 理论结合实践法  
D. 动态分析法            E. 系统分析法
12. 世界上的法系主要有  
A. 条约法系            B. 惯例法系            C. 习惯法系  
D. 成文法系            E. 神权法系
13. 企业开展国际市场营销时, 进行文化环境研究有利于国际企业  
A. 开拓国际市场时避免遭受损失    B. 创造消费者的需求偏好  
C. 抓住市场机会            D. 确立市场主导地位  
E. 促进产品全球化
14. 与美国人做生意时, 要注意的问题主要有  
A. 法制观念强, 依法办事            B. 非常讲究效率, 切勿拖泥带水  
C. 可以接受礼品            D. 关注企业财务指标和统计数据  
E. 商务活动体现双方平等关系
15. 网络营销对传统营销的冲击主要体现在  
A. 对传统标准化产品的冲击            B. 减少了营销中间环节  
C. 中间商的重要性有所降低            D. 广告效率迅速提高  
E. 竞争呈现出以产品为焦点的竞争形态
16. 非洲国家的自然环境特征主要有  
A. 全境为高原型大陆    B. 全年高温地区面积广大    C. 境内降雨较多  
D. 东部属热带雨林气候    E. 矿物资源丰富

17. 国际市场营销要有利于实现消费者利益持续发展的措施主要有
- A. 维护消费者的身体健康                      B. 维护消费者的心理健康
- C. 维护消费者的长远利益                      D. 维护消费者的经济利益
- E. 提高消费者的收入水平
18. 东亚市场中, 属于高收入国家或者地区的有
- A. 日本                      B. 中国                      C. 韩国
- D. 中国香港特别行政区   E. 蒙古
19. 国内常用的定性研究方法主要有
- A. 焦点访谈                      B. 深度访谈                      C. 实验法
- D. 案例研究                      E. 投影法
20. 里兹克拉克提出可以按照三个等级把国际市场细分为 18 类的三个方面是
- A. 社会文化                      B. 地理位置                      C. 国家潜能
- D. 竞争力                      E. 综合风险

## 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、名词解释题 (本大题共 5 小题, 每小题 2 分, 共 10 分)

21. 调解
22. 电子商务
23. 区域市场营销
24. 描述性调研
25. 合资经营

### 四、简答题 (本大题共 4 小题, 每小题 10 分, 共 40 分)

26. 简述外汇市场的主要特点和作用。
27. 简述产品导入期的特征及营销策略。
28. 简述政府补贴的常见形式。
29. 简述影响国际分销渠道选择的环境因素。

### 五、论述题 (本大题共 2 小题, 每小题 10 分, 共 20 分)

30. 试述国际市场广告内容策略。
31. 试述国际战略联盟的优势与风险。