

# 国际市场营销学试题

课程代码:00098

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 10 小题, 每小题 1 分, 共 10 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. 国际市场营销学与市场营销学相同的是理论基础和  
A. 经营理念            B. 经营范围            C. 市场环境            D. 目标顾客
2. 一个国家或地区出于某种理由限制某些外国商品进入本国市场的行为叫做  
A. 贸易禁运            B. 出口管制            C. 进口管制            D. 进出口管制
3. 物质文化是指人们所创造的物质产品及用来生产产品的生产方式、工艺和  
A. 工具                B. 设备                C. 机器                D. 技术
4. 科学技术的发展和应用, 使得  
A. 产品的生命周期延长            B. 产品的成本上升  
C. 国际货物运输效率提高            D. 促销方式单一化
5. 自然资源不仅影响到世界经济和贸易发展的格局, 也影响到一个国家的经济布局 and  
A. 产业布局            B. 产业升级            C. 经济周期            D. 经济结构
6. 随着通信和运输技术与效率的不断提高, 纯粹的地理因素对区域市场形成的影响  
A. 越来越小            B. 越来越大            C. 越来越稳定            D. 越来越不确定
7. 电话访问的方法进行营销调研的突出优点是  
A. 费用高                B. 地域广                C. 信息反馈慢            D. 内容具有深度
8. 非随机抽样调研方法中, 方法简单、样本代表性强、实际上应用较多的是  
A. 任意抽样            B. 选择抽样            C. 判断抽样            D. 配额抽样

9. 在进行国际营销规划时，一般由高层管理人员和规划部门制定的规划是  
 A. 短期规划            B. 长期规划            C. 投资规划            D. 产品营销规划
10. 联合国贸易和发展会议（UNCTAD）将服务分为三大类：运输、旅游和  
 A. 技术            B. 文化            C. 金融            D. 其他

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“答题纸”的相应代码涂黑。错涂、多涂、少涂或未涂均无分。

11. 企业开展国际市场营销以追求低成本的动因主要有  
 A. 利用当地优惠政策            B. 利用廉价的劳动力和原材  
 C. 利用低运费            D. 利用低关税  
 E. 利用较多的配额管制
12. 申请仲裁的注意事项主要有  
 A. 仲裁的依据            B. 仲裁的选择            C. 仲裁的自主性高  
 D. 仲裁程序            E. 仲裁裁决的执行
13. 社会组织的具体形式主要有  
 A. 家庭亲戚关系            B. 社区组织            C. 社会阶层  
 D. 宗教            E. 特殊社会团体
14. 价值观因文化背景不同而产生不同的具体表现主要有  
 A. 时间观不同            B. 利益观不同            C. 风险观不同  
 D. 个性观不同            E. 看待新事物的观念不同
15. 网络营销的特点主要有  
 A. 技术性            B. 交互性            C. 整合性  
 D. 高效性            E. 金融性
16. 国际自然环境的构成要素主要有  
 A. 自然资源            B. 气候条件            C. 绿化条件  
 D. 地理位置            E. 地形地貌
17. 欧洲国家的自然环境特征主要有  
 A. 冰川地形分布较广            B. 高山峻岭汇集于北部  
 C. 地形多高原、丘陵和山地            D. 气候温和湿润  
 E. 矿产资源中煤、石油、铁比较丰富
18. 欧盟市场中农业部门就业占总就业人口的比例不超过 3%的国家有  
 A. 西班牙            B. 葡萄牙            C. 比利时  
 D. 英国            E. 爱尔兰
19. 国际市场营销系统的主要构成部分有  
 A. 内部报告系统            B. 营销情报系统            C. 库存控制系统  
 D. 营销调研系统            E. 营销分析系统
20. 国际企业编制营销规划的方式有  
 A. 下达式            B. 汇总式            C. 合作式  
 D. 分配式            E. 分散集中式

# 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. 仲裁
22. 网络营销
23. 地缘文化
24. 观察法
25. 国际市场营销规划

## 四、简答题（本大题共 4 小题，每小题 10 分，共 40 分）

26. 简述世界贸易组织的基本原则。
27. 简述国际市场产品适应性具体策略。
28. 简述转移定价的含义与利益。
29. 简述评估国际分销渠道的标准。

## 五、论述题（本大题共 2 小题，每小题 10 分，共 20 分）

30. 试述国际公共关系的内容和任务。
31. 试述国际市场竞争的新特点。