

2023 年 4 月高等教育自学考试

国际市场营销学试题

课程代码:00098

1. 请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。
2. 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。

选择题部分

注意事项:

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。在每小题列出的备选项中只有一项是最符合题目要求的,请将其选出。

1. 国际市场营销学理论源于的学科基本原理是
A. 经济学
B. 管理学
C. 贸易学
D. 市场营销学
2. 对美国政治的结构、过程、性质和特点产生重大影响的组织称为
A. 利益集团
B. 政客
C. 联合组织
D. 宗教组织
3. 《辞海》中将人类社会历史实践过程中所创造的物质财富和精神财富的总和称为
A. 价值
B. 文化
C. 艺术
D. 教育
4. 市场营销与互联网紧紧地结合到一起形成了一种新的营销模式,这种模式称为
A. 生态营销模式
B. 体验营销模式
C. 网络营销模式
D. 社会营销模式
5. 随着世界经济工业化进程及经济增长的加速,人们对保护环境、倡导经济可持续发展的要求越来越迫切,这种情形下应运而生的营销观念是
A. 生产观念
B. 市场营销观念
C. 产品观念
D. 生态营销观念
6. 北美市场的技术变革步伐很快,北美技术革新走在世界前列的是
A. 生物技术
B. 汽车工业
C. 能源技术
D. 海洋渔业

7. 二手资料经过多次转载容易出错，因此，运用二手资料时必须注意其
- A. 充分性
 - B. 相关性
 - C. 准确性
 - D. 滞后性
8. 获得的信息属于二手资料的途径是
- A. 查阅报纸、刊物
 - B. 进行市场试验
 - C. 运用访谈
 - D. 采用调查问卷
9. 在产品生产成本的基础上加上一定比例的预期利润来形成价格，这种定价方法属于
- A. 边际成本定价
 - B. 成本加成定价
 - C. 竞争导向定价
 - D. 目标利润定价
10. 企业根据各个目标市场国的不同情况，分别采用与之对应的分销渠道模式，这种渠道策略属于
- A. 标准化分销渠道模式
 - B. 专业化分销渠道模式
 - C. 多样化分销渠道模式
 - D. 无差异分销渠道模式

二、多项选择题：本大题共 10 小题，每小题 2 分，共 20 分。在每小题列出的备选项中至少有两项是符合题目要求的，请将其选出，错选、多选或少选均无分。

11. 国际市场营销与国际贸易的区别主要有
- A. 经营的主体不同
 - B. 商品流通的形态不同
 - C. 经营动力或行为动机不同
 - D. 评价经济效益的信息来源不同
 - E. 经营的对象、范围和环境不同
12. 以下关于政治风险中“出口管制”表述正确的有
- A. 各国出口管制的宽严水平是不同的
 - B. 出口管制是一柄双刃剑
 - C. 出口管制当今仍被许多国家广泛使用
 - D. 世界上有较少的国家设立出口管制系统
 - E. 美国是世界上出口管制最严、最广泛的国家
13. 国际企业营销人员在市场上与不同国家的商人做生意时应注意尊重对方的习惯，以下表述正确的有
- A. 在生意场合，美国商人抱怨对方企业产品价格太高是一种正常现象
 - B. 在商务活动中，与拉美人相约出席正式会议时要穿深色西服
 - C. 在商务活动中，给欧盟人送礼一定要多花钱和送贵重的礼品
 - D. 日本人有送礼的习俗，但送礼不能送本公司的产品
 - E. 与阿拉伯人做生意，开始接触时要谈谈社会问题和其他问题
14. 以下属于区域经济一体化基本模式的有
- A. 区域性合作集团
 - B. 关税同盟
 - C. 自由贸易区
 - D. 经济联盟
 - E. 共同市场

15. 电子商务的出现改变了国际企业国际营销方式，其具体的表现主要有
- A. 市场范围的扩大
 - B. 销售环节的减少
 - C. 支付手段的变化
 - D. 沟通渠道的增加
 - E. 销售价格提高
16. 以下关于国际自然环境的表述正确的有
- A. 自然环境影响一国和地区的经济贸易发展
 - B. 自然环境影响国际营销产品的选择
 - C. 非洲国家的矿产资源中煤、石油、铁等非常丰富
 - D. 国际自然环境主要由自然资源、气候条件、地理位置、地形地貌构成
 - E. 国际自然环境保护越来越受到国际社会的普遍关注
17. 根据国际营销研究的问题、目的、性质和形式的不同，国际营销调研主要包括
- A. 探测性调研
 - B. 描述性调研
 - C. 实验法调研
 - D. 因果关系调研
 - E. 预测性调研
18. 通常情况下，国际公共关系的内容和任务包括
- A. 建立与公众之间的联系制度
 - B. 了解本企业在国际市场的形象和知名度
 - C. 负责协调与理顺企业与社会公众之间的关系
 - D. 负责处理危机事件
 - E. 协助处理本企业生产经营中出现的问题
19. 以下关于国际服务营销的表述正确的有
- A. 国际服务营销是跨越国界的经营活动
 - B. 国际服务营销工作更加复杂
 - C. 国际服务营销在不同目标国面临的营销环境不同
 - D. 国际服务营销与国际服务贸易有联系也有区别
 - E. 国际服务营销的经营风险相对较小
20. 迈克尔·波特的一般竞争战略主要包括
- A. 成本领先战略
 - B. 技术领先战略
 - C. 多元化战略
 - D. 产品差异化战略
 - E. 专一化战略

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. 信贷市场
23. 国际区域市场
24. 许可协议
25. 经济全球化

四、简答题: 本大题共 4 小题, 每小题 10 分, 共 40 分。

26. 简述国际市场细分的含义及原则。
27. 简述国际市场定价的主要策略及其含义。
28. 简述国际战略联盟的含义及常见的形式。
29. 简述国际广告的含义及特点。

五、论述题: 本大题共 2 小题, 每小题 10 分, 共 20 分。

30. 试述国际产品差异化策略的内涵并结合实例阐述其具体策略。
31. 试述国际生产商激励中间商的目的及主要方法。