



绝密 ★ 考试结束前

全国 2017 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

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. 研究国际市场营销活动就是研究国际企业参与国际市场竞争时所采取的
 - A. 细分策略
 - B. 定位策略
 - C. 竞争策略
 - D. 管理策略
2. 与没收、征用和国有化相比,东道国政府更愿意使用本国化的
 - A. 政治干预方式
 - B. 经济干预方式
 - C. 文化干预方式
 - D. 法律干预方式
3. 在商务谈判中,美国人很关注对方企业的财务能力和
 - A. 企业规模
 - B. 企业信誉
 - C. 管理水平
 - D. 盈利水平
4. 欧洲食品的纸质包装中,所占比例最大的包装方式是
 - A. 纸袋
 - B. 纸杯
 - C. 纸筒
 - D. 纸盒
5. 在国际营销调研中,电话访问的局限性主要体现在
 - A. 信息反馈慢
 - B. 费用高
 - C. 地域范围小
 - D. 不利于全面和完整的收集资料



14. 国际市场营销要实现消费者利益的持续发展, 必须
- A. 减少消费者购买商品数量和品种
 - B. 维护消费者经济利益
 - C. 维护消费者长远利益
 - D. 维护消费者尚未认识到的利益
 - E. 维护消费者身心健康
15. 国际市场的定价目标主要有利润目标、市场目标和竞争目标, 其中属于市场目标的有
- A. 质量优异目标
 - B. 增加销售量目标
 - C. 市场占有率目标
 - D. 市场渗透目标
 - E. 稳定价格目标
16. 国际营销规划除了有短期规划和长期规划外, 还有
- A. 市场规划
 - B. 投资规划
 - C. 竞争规划
 - D. 产品营销规划
 - E. 执行方案规划
17. 对于国际市场产品适应性要求中, 非强制性要求主要有
- A. 社会文化的要求
 - B. 目标市场国消费者收入水平的要求
 - C. 目标市场国消费者性别的要求
 - D. 目标市场国消费者需求偏好的要求
 - E. 目标市场国消费者教育水平的要求
18. 评估分销渠道应遵循的标准有
- A. 经济性标准
 - B. 稳定性标准
 - C. 可控性标准
 - D. 应变性标准
 - E. 销售定额标准
19. 国际市场营业推广的特点主要有
- A. 促销范围广泛
 - B. 促销效果显著
 - C. 辅助性促销方式
 - D. 促销的时效较长
 - E. 促销费用较高
20. 经济全球化的特点除了具有区域经济一体化和金融全球化外, 还有
- A. 市场竞争多元化
 - B. 生产国际化
 - C. 消费者需求趋同化
 - D. 价格全球一体化
 - E. 营销渠道共享化



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. 进口限制
- 22. 物质文化
- 23. “文化圈”
- 24. 营销情报系统
- 25. 许可协议

四、简答题(本大题共 4 小题,每小题 10 分,共 40 分)

- 26. 简述国际货币基金组织成员可以得到该组织哪些方面的支持。
- 27. 简述产品导入期的定义和营销策略。
- 28. 简述国际市场价格的含义和种类。
- 29. 简述经济全球化对发展中国家可能产生的积极影响。

五、论述题(本大题共 2 小题,每小题 10 分,共 20 分)

- 30. 试从国际生产商的角度出发,论述理想的中间商应具备的条件。
- 31. 简述国际市场人员推销的含义和特点。