

全国 2019 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. 国际市场营销难度更大的表现主要包括国际市场营销具有更高的风险、竞争更加激烈和
A. 产品生命周期更短
B. 产品价格变动更快
C. 产品分销渠道更长
D. 营销人才更缺乏
2. 世界各国都采取多种形式不同程度地对出口商品和服务进行控制,控制的类型主要有出口国控制和
A. 出口价格控制
B. 出口产品控制
C. 出口渠道控制
D. 出口促销控制
3. 做生意比较关注企业的财务指标,会使用统计数据,尽可能避免空谈的国家是
A. 美国
B. 英国
C. 法国
D. 德国
4. 自由贸易原则旨在通过协议逐步降低各国的
A. 生产成本
B. 交易成本
C. 产品价格
D. 贸易壁垒
5. 网络营销呈现的突出特点是
A. 自然性
B. 社会性
C. 文化性
D. 技术性
6. 实现社会可持续发展战略最基本、最关键的因素是
A. 法律
B. 政府
C. 企业
D. 消费者

7. 从市场角度出发, 北美市场主要是指
- A. 美国和加拿大
B. 德国和意大利
C. 美国和格陵兰岛
D. 加拿大和格陵兰岛
8. 对复杂的国际市场现象进行统计分析, 建立数学模型, 能有效地帮助营销管理人员分析复杂的国际市场营销问题并作出最佳营销决策的系统是
- A. 内部报告系统
B. 营销情报系统
C. 营销调研系统
D. 营销分析系统
9. 胶卷行业的柯达公司, 因其在行业中的地位, 可采用市场竞争战略是
- A. 市场追随者战略
B. 市场后起者战略
C. 市场领导者战略
D. 市场挑战者战略
10. 一旦服务企业确定了细分市场, 就必须对各个细分市场进行
- A. 市场调研
B. 客观的评价
C. 制定促销计划
D. 公共关系

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. 企业开展国际市场营销的动因主要有
- A. 国际市场竞争不激烈
B. 国际市场需求潜力大
C. 在国际市场延长产品的生命周期
D. 本国政府的支持
E. 东道国丰富和廉价资源的吸引
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. 作为社会文化组成部分, 宗教信仰的主要内容包括
- A. 风俗习惯
B. 生活态度
C. 时间观念
D. 需求偏好
E. 购买方式
14. 国际货币市场包括
- A. 短期信贷市场
B. 长期信贷市场
C. 短期证券市场
D. 长期证券市场
E. 贴现市场
15. 网络营销给国际营销企业带来的好处主要体现在
- A. 便于企业进行品牌的国际化管理
B. 便于企业减少产品流通的中间环节
C. 便于企业延长产品的生命周期
D. 便于买卖双方进行有效沟通
E. 提高了营销工作效率

16. 国际市场营销活动不产生污染的具体表现为
- A. 营销过程对社会环境无污染
 - B. 生产和消费过程不出现残留物
 - C. 产品消费过程对消费者无害
 - D. 生产过程不污染生产环境
 - E. 产品的销售不损害销售者健康
17. 与经济高速发展相伴随的生态环境不断恶化的具体表现有
- A. 资源危机
 - B. 人口急剧增加
 - C. 土地荒漠化
 - D. 物种灭绝
 - E. 森林面积减少
18. 国际市场营销策略调研的内容主要有
- A. 产品调研
 - B. 竞争调研
 - C. 价格调研
 - D. 分销渠道调研
 - E. 促销调研
19. 企业进入国际服务市场的战略主要有
- A. 出口
 - B. 劳务输出
 - C. 许可协议
 - D. 国际战略联盟
 - E. 对外直接投资
20. 企业在实施国际服务有形展示策略时，可利用的要素有
- A. 环境要素
 - B. 文化要素
 - C. 设计要素
 - D. 社会要素
 - E. 经济要素

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. 全球营销
- 22. 协商
- 23. 商业习惯
- 24. 浮动汇率制度
- 25. 电子商务

四、简答题：本大题共 4 小题，每小题 10 分，共 40 分。

- 26. 简述全球性组织机构基本组织形式的种类。
- 27. 简述政府补贴的常见形式。
- 28. 简述选择型分销渠道的含义及特点。
- 29. 简述国际市场营销推广的含义和特点。

五、论述题：本大题共 2 小题，每小题 10 分，共 20 分。

- 30. 试述新产品的含义和种类。
- 31. 试述战略联盟定义的要点和国际战略联盟的常见形式。