

全国 2018 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. 国际市场营销规律主要包括国际市场上产品发展变化规律、产品生命周期规律和
A. 产品价格变化规律
B. 产品分销规律
C. 产品促销规律
D. 企业之间的竞争规律
2. 禁止药品做广告的国家是
A. 英国
B. 美国
C. 法国
D. 德国
3. 做生意很在意供应商给予的回扣,供应商给回扣是普遍现象,已养成不成文习惯的
国家是
A. 美国
B. 日本
C. 加拿大
D. 新加坡
4. 汇率的风险有三种:会计风险、交易风险和
A. 政治风险
B. 经济风险
C. 法律风险
D. 社会风险
5. 电子商务使得企业的营销管理发生了较大的变化,以下描述不正确的是
A. 使得企业的销售环节减少
B. 使得企业的分销效率提高
C. 使得营销的市场范围缩小
D. 使得支付手段发生变化

6. 当今世界促进生产力要素结构变化的主要动力是
 - A. 制造工艺
 - B. 信息技术
 - C. 物流技术
 - D. 人力资源
7. 系统地、客观地识别、收集、分析和传递有关国际市场营销活动中各方面的信息，提出与企业有关的特定的国际营销问题的研究报告，以帮助国际营销管理者制定有效的国际营销决策的系统是
 - 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
8. 国际市场上产品价格会随着外部环境变化而调整，这些外部环境因素不包括
 - A. 通货膨胀
 - B. 供求关系
 - C. 竞争环境
 - D. 客户关系
9. 企业使用国际标准化广告的好处是
 - A. 降低企业广告促销活动的成本
 - B. 扩大了宣传覆盖面
 - C. 可以适应各国市场的个性
 - D. 能最大程度地将信息传递给不同国家和地区
10. 国际服务贸易的活动内容主要是服务产品的进出口实务，强调的是
 - A. 服务产品的质量
 - B. 服务产品的交易流程
 - C. 服务产品的价格
 - D. 服务产品的促销

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. 适宜采用系统分析法对国际市场营销学进行研究的相关问题有
 - A. 国际产品策略
 - B. 国际定价策略
 - C. 国际分销策略
 - D. 国际促销策略
 - E. 东道国自然特性
12. 企业作出进入国际市场还是保持以国内市场为经营对象的决策时，需要搜集的信息包括
 - A. 世界市场的需要
 - B. 企业潜力
 - C. 根据市场潜力大小对世界各市场排序
 - D. 运输费用
 - E. 目标市场购买者行为

13. 与拉美人做生意呈现出的商业习惯主要有
- A. 很重视握手礼仪
 - B. 商务谈判要亲热的坐在一起
 - C. 正式会议要穿深色西服
 - D. 商务谈判很准时
 - E. 注重商务会谈场合的送礼
14. 网络营销的内容包括
- A. 网上市场调查
 - B. 网上消费者行为分析
 - C. 网络营销策略制定
 - D. 网上产品和服务策略
 - E. 网上促销与网络广告
15. 属于环境营销范畴的概念有
- A. 生态营销
 - B. 关系营销
 - C. 病毒营销
 - D. 绿色营销
 - E. 可持续营销
16. 在欧盟市场中, 处于经济欠发达的国家或者地区有
- A. 西班牙
 - B. 葡萄牙
 - C. 意大利南部
 - D. 卢森堡
 - E. 奥地利
17. 东亚市场主要是由以下国家构成的市场, 包括
- A. 中国
 - B. 日本
 - C. 韩国
 - D. 蒙古
 - E. 印度
18. 网上访问的优点有
- A. 辐射范围广
 - B. 网上访问速度快
 - C. 信息真实可靠
 - D. 匿名性好
 - E. 费用低廉
19. 国际市场人员推销的功能主要包括
- A. 市场调研和预测
 - B. 拓展市场与处理客户关系
 - C. 信息传递和沟通
 - D. 制定竞争策略
 - E. 销售产品与售后服务
20. 企业可以利用的有形展示通常包括
- A. 环境要素
 - B. 设计要素
 - C. 社会要素
 - D. 竞争要素
 - E. 心理要素

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. 国际货币市场
23. 国际产品标准化策略
24. 国际公共关系
25. 国际服务营销

四、简答题:本大题共 4 小题,每小题 10 分,共 40 分。

26. 简述国际商务争端仲裁的特点。
27. 简述国际市场营销规划的含义及类型。
28. 简述以市场需求为中心定价方法的含义及要求。
29. 简述经济全球化的特点。

五、论述题:本大题共 2 小题,每小题 10 分,共 20 分。

30. 试述汇率的种类及影响汇率波动的因素有哪些。
31. 试述国际广告与国内广告的差异。