

2023 年 10 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. 国际市场营销学的研究对象包括
 - A. 国际市场需求、国际市场营销活动和国际市场竞争
 - B. 国际市场供给、国际市场需求和国际市场价值创造
 - C. 国际市场竞争、国际市场需求和国际市场分析
 - D. 国际市场需求、国际市场营销活动和国际市场营销规律
2. 企业开展国际市场营销活动时,总是希望东道国的经济政策稳定、优惠和
 - A. 自主
 - B. 透明
 - C. 合理
 - D. 公平
3. 在大多数欧洲国家,用食指和中指组成“V”字型表示胜利时,手心朝观众,手背朝自己。如果手心朝自己,却表示对人粗俗无礼的国家是
 - A. 德国
 - B. 法国
 - C. 英国
 - D. 美国
4. 国际资本市场的构成包括两个部分,即信贷市场和
 - A. 基金市场
 - B. 贴现市场
 - C. 债券市场
 - D. 证券市场
5. 网络营销呈现的突出特点是
 - A. 跨时空
 - B. 单媒体
 - C. 单向性
 - D. 滞后性

6. 可持续发展的宗旨是
- A. 实现经济利益最大化从而更好地满足人们的生活需要
 - B. 既能相对满足当代人的需求，又不能对后代人的发展构成危害
 - C. 实现 GDP 的增长和人们生活富裕
 - D. 防止环境污染
7. 东亚市场是指
- A. 中国、日本、韩国和蒙古构成的市场
 - B. 中国、日本、朝鲜和韩国构成的市场
 - C. 日本、韩国、朝鲜和蒙古构成的市场
 - D. 中国、印度、日本和韩国构成的市场
8. 把产品的价格定为 299 元而不是 300 元，这种定价策略属于
- A. 促销定价策略
 - B. 边际成本定价策略
 - C. 心理定价策略
 - D. 渗透定价策略
9. 以下关于公共政策的表述正确的是
- A. 公共政策包括政府影响和集团管制
 - B. 公共政策的影响方式主要是价格控制
 - C. 价格补贴不属于公共政策的影响方式
 - D. 不同国家政府的公共政策都是相同的
10. 以下关于广告的表述不正确的是
- A. 许多国家禁止烟草、酒类或不动产等商品做广告
 - B. 日本对烟草企业的广告没有限制
 - C. 近年来加拿大不允许任何形式的烟草广告或变相广告出现
 - D. 很多国家规定在广告用语上不准对竞争者的产品直接攻击

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. 以下关于国际市场营销与国际贸易关系的描述正确的有
- A. 两者之间既有联系又有区别
 - B. 两者的经营主体不同
 - C. 两者商品流通的形态相同
 - D. 两者经营动力或行为动机不同
 - E. 前者的作业流程比后者更复杂
12. 以下关于利益集团的表述正确的有
- A. 又称为院外活动集团
 - B. 可由社会上各行各业具有共同利益的人组成
 - C. 或由对问题有不同看法和主张的人组成
 - D. 有公共利益集团和特殊利益集团两种形式
 - E. 目的是促使政府维护其自身利益或实现其政策主张

13. 与阿拉伯人做生意时，以下说法正确的有
- A. 阿拉伯人的传统习惯就是殷勤好客
 - B. 初次见面阿拉伯人一般拒绝收礼
 - C. 与阿拉伯人开始接触时就可以直接谈业务
 - D. 与阿拉伯人商务谈判时他们经常会迟到
 - E. 与阿拉伯人熟悉之后可以送礼物
14. 世界贸易组织的基本原则有
- A. 非歧视贸易
 - B. 自由竞争
 - C. 可预知性
 - D. 促进公平竞争
 - E. 鼓励发展和经济改革
15. 关于世界各国资源状况的描述正确的有
- A. 日本鱼类资源比较丰富，大部分原材料依赖进口
 - B. 欧洲的矿产资源中，煤、石油、铁比较丰富
 - C. 英国沿海渔产丰富
 - D. 泰国是世界上盛产煤和油的国家
 - E. 俄罗斯的畜牧业发达，森林覆盖面积是国土面积的 1/3
16. 在北美市场，营销管理者对技术环境方面注重的有
- A. 技术壁垒更强
 - B. 技术变革步伐加快
 - C. 技术革新的机会多
 - D. 研发预算差异较大
 - E. 技术革新规定不断增加
17. 国际市场营销策略调研包括
- A. 产品调研
 - B. 价格调研
 - C. 分销渠道调研
 - D. 促销调研
 - E. 过程调研
18. 产品处于成长期时所具有的特点有
- A. 产品不太被市场接受，产品销量很小
 - B. 销量迅速增加，利润也大量增加
 - C. 规模效应开始出现，产品的单位成本下降
 - D. 产品的销售成本增加，利润开始减少
 - E. 竞争对手逐渐进入并开始抢夺市场
19. 以下属于国际市场分销渠道典型结构的有
- A. 生产企业——国外最终用户
 - B. 生产企业——零售商——国外消费者
 - C. 生产企业——出口商——进口商——国外消费者
 - D. 生产企业——本国批发商——出口商——批发商——零售商——国外消费者
 - E. 生产企业——本国批发商——出口商——进口商——零售商——国外消费者

20. 国际服务营销相较于在一国之内的服务营销而言，其不同之处有
- A. 国际服务营销工作可能更为复杂
 - B. 国际服务营销过程的风险性可能更大
 - C. 国际服务营销活动的难度可能更大
 - D. 国际服务营销环境在不同国家之间的差异较大
 - E. 国际服务营销的服务质量更高

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. 经济风险
- 22. 关税壁垒
- 23. 国际市场营销管理
- 24. 多样化分销渠道模式
- 25. 产品差异化战略

四、简答题：本大题共 4 小题，每小题 10 分，共 40 分。

- 26. 简述新产品开发的程序。
- 27. 简述全球价格战略的类型及其基本含义。
- 28. 简述国际公共关系的定义及其活动的常见形式。
- 29. 简述经济全球化对发展中国家经济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. 试述许可证模式的内涵及其优缺点。
- 31. 试述“生产者——零售商——消费者”这种渠道模式的特点和适用组织。