

绝密 ★ 考试结束前

全国 2020 年 8 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. 某产品在发达国家处于生命周期的成长期,则该产品在发展中国家最可能处于产品生命周期的
 - A. 引入期
 - B. 成长期
 - C. 成熟期
 - D. 衰退期
- 2. 禁止用山川、河流的名字作商标的国家是
 - A. 加拿大
 - B. 丹麦
 - C. 比利时
 - D. 印度
- 3. 联系生意时,14 点到 17 点不能打电话的国家是
 - A. 英国
 - B. 巴西
 - C. 希腊
 - D. 泰国
- 4. 对企业市场营销活动中自变量和因变量之间的因果关系进行的研究是
 - A. 探索性研究
 - B. 描述性研究
 - C. 因果性研究
 - D. 预测性研究
- 5. 国际货币基金组织的成员国共有
 - A. 185 个
 - B. 186 个
 - C. 187 个
 - D. 188 个



6. 网络营销导致营销者重要性降低的是
A. 生产企业
B. 中间商
C. 消费者
D. 物流企业
 7. 可持续发展要求国际企业开展国际市场营销应当有利于实现
A. 政府利益的持续发展
B. 组织利益的持续发展
C. 团体利益的持续发展
D. 企业利益的持续发展
 8. 非洲国家中, 唯一不属于非洲统一组织的国家是
A. 摩洛哥
B. 赞比亚
C. 埃及
D. 尼日利亚
 9. 国际服务营销中企业要求规范服务人员的着装和动作, 这属于
A. 国际服务有形展示策略
B. 国际服务人员策略
C. 国际服务产品策略
D. 国际服务促销策略
 10. 国际服务营销的限制因素主要有文化差异、知识产权保护和
A. 服务质量差异
B. 服务环境差异
C. 服务贸易壁垒
D. 服务价格规制
- 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. 国际市场营销学与市场营销学的主要联系表现在
A. 理论基础相同
B. 研究对象相同
C. 经营理念相同
D. 经营范围相同
E. 市场边界的扩大
 12. 国际市场营销与国际贸易的区别主要表现在
A. 经营主体不同
B. 商品流通的形态不同
C. 经营动机不同
D. 经营理念不同
E. 评价经济效益的信息来源不同
 13. 进口限制的方法主要有
A. 进口关税
B. 进口配额
C. 进口许可证
D. 贸易禁运
E. 检验检疫条款
 14. 国际市场营销面对国际政治风险可采取的防范策略主要有
A. 回避策略
B. 保险策略
C. 撤退策略
D. 当地化策略
E. 建立合资企业策略

15. 网络营销的特点主要有
- A. 经济性
 - B. 高效性
 - C. 稳定性
 - D. 整合性
 - E. 超前性
16. 狭义的国际自然环境的构成要素有
- A. 自然资源
 - B. 气候条件
 - C. 地理位置
 - D. 地形地貌
 - E. 基础设施
17. 在世界政治经济的研究领域，区域的划分标准主要有
- A. 社会文化的相似性
 - B. 国家的政治观点和对外政策的相似性
 - C. 政治上的相似性
 - D. 经济上的独立性
 - E. 地理位置相邻
18. 非洲市场的自然环境所具有的特性主要有
- A. 有“热带大陆”之称
 - B. 1/3 的面积是沙漠
 - C. 是世界上沙漠面积最大的洲
 - D. 多海湾和半岛
 - E. 属于高原型大陆
19. 在国际营销调研过程中，现场实验法的主要优点有
- A. 可调查因果关系
 - B. 能获取较真实的资料
 - C. 很容易控制市场变量
 - D. 具有较高的内部效度
 - E. 具有较高的外部效度
20. 国际营销调研中的非随机抽样方法主要有
- A. 任意抽样
 - B. 判断抽样
 - C. 配额抽样
 - D. 分层抽样
 - E. 分群抽样

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. 多国市场营销战略
- 22. 国际惯例
- 23. 合同制造模式
- 24. 电子商务



25. 可持续发展

四、简答题：本大题共 4 小题，每小题 10 分，共 40 分。

26. 简述外汇市场的主要特点和作用。

27. 简述国际市场细分的定义及要点。

28. 简述影响国际分销渠道选择的环境因素。

29. 简述国际战略联盟的构建步骤和管理措施。

五、论述题：本大题共 2 小题，每小题 10 分，共 20 分。

30. 试述新产品开发的风险因素。

31. 试述国际人员推销的主要功能及特点。

