

绝密 ★ 考试结束前

全国 2012 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

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. 国际市场营销学的研究对象包括国际市场需求、国际市场营销活动和
 - A. 国际市场营销环境
 - B. 国际市场营销模式
 - C. 国际市场营销进程
 - D. 国际市场营销规律
2. 物质文化是指人们所创造的物质产品及用来生产产品的生产方法、工艺和
 - A. 资源
 - B. 资金
 - C. 技术
 - D. 时间
3. 国际金融市场按照资金融通期限的长短不同，可以分为国际货币市场和
 - A. 国际资本市场
 - B. 国际外汇市场
 - C. 国际证券市场
 - D. 国际黄金市场
4. 电子商务改变了国际企业国际营销的方式，使得
 - A. 销售环节减少，分销效率提高
 - B. 销售环节减少，分销效率降低
 - C. 销售环节增加，分销效率提高
 - D. 销售环节增加，分销效率降低
5. 实现社会和经济可持续发展的首要途径是
 - A. 关系营销
 - B. 绿色营销
 - C. 社会营销
 - D. 网络营销

6. 北美市场最重要的贸易法规是
- A. 《北美反垄断法》 B. 《北美反不正当竞争法》
C. 《北美自由贸易协定》 D. 《北美自由安全交易协议》
7. 东亚国家中，唯一的内陆国是
- A. 中国 B. 日本
C. 韩国 D. 蒙古
8. 采用人员访问开展营销调研的缺点是
- A. 回答率低 B. 准确率低
C. 范围狭小 D. 费用较高
9. 标准化分销模式的优势是可以实现管理上的
- A. 低成本效应 B. 规模经济效应
C. 统一化效应 D. 创新效应
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 1 分，共 10 分)

在每小题列出的五个备选项中至少有两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、少涂或未涂均无分。

11. 国际市场营销学的特点主要有
- A. 研究范围具有国际性 B. 研究内容具有经验性
C. 研究方式具有同一性 D. 研究主体具有唯一性
E. 研究结论具有很强的应用性
12. 文化的共性特征有
- A. 文化是习得的 B. 文化具有多元性
C. 文化具有群体性 D. 文化具有替代性
E. 文化是不断演进的
13. 价值观因文化背景不同而不同，一般来说，文化背景不同，其
- A. 时间观不同 B. 风险观不同
C. 个性观不同 D. 行为方式不同
E. 看待新事物的观念不同

14. 电子商务对国际营销的影响表现在

- A. 提高了国际企业国际营销的效率
- B. 改变了国际企业国际营销的方式
- C. 更新了国际企业产品生产的工艺
- D. 引起消费者及其行为的变化
- E. 引发企业营销理念的变化

15. 网络营销的特点主要有

- A. 跨时空
- B. 多媒体
- C. 经济性
- D. 技术性
- E. 单向性

16. 自然资源中，属于“无限”资源的有

- A. 空气
- B. 水
- C. 森林
- D. 粮食
- E. 矿物

17. 与经济高速发展相伴随的生态环境恶化的表现有

- A. 资源替代
- B. 土地荒漠化
- C. 环境污染严重
- D. 酸雨污染区扩大
- E. 物种灭绝和森林面积大量减少

18. 国际区域市场存在的原因主要有

- A. 经济因素
- B. 政治因素
- C. 法律因素
- D. 文化因素
- E. 地理因素

19. 收集次级资料的要求主要有

- A. 真实性
- B. 及时性
- C. 完整性
- D. 异质性
- E. 针对性

20. 国际服务营销的特征主要有

- A. 服务营销环境的差异性
- B. 服务营销方式的多样性
- C. 服务营销工作的复杂性
- D. 服务营销过程的风险性
- E. 服务营销活动的高难度性

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. 国际市场营销学
22. 全球营销
23. 关税同盟
24. 国际分销渠道
25. 国际战略联盟

四、简答题(本大题共 4 小题，每小题 10 分，共 40 分)

26. 简述政治风险的主要类型。
 27. 简述新产品开发的主要步骤。
 28. 简述国际市场定价的主要策略。
 29. 简述影响国际市场营业推广的主要因素。
- ### 五、论述题(本大题共 2 小题，每小题 15 分，共 30 分)
30. 论述投资模式的类型及其优缺点。
 31. 论述迈克尔·波特的一般竞争战略、适用条件及存在的风险。