

- |  |   |
|--|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> 上市公司 实力雄厚 品牌保证         | <input checked="" type="checkbox"/> 权威师资阵容 强大教学团队         |
| <input checked="" type="checkbox"/> 历次学员极高考通过率 辅导效果有保证     | <input checked="" type="checkbox"/> 辅导紧跟命题 考点一网打尽         |
| <input checked="" type="checkbox"/> 辅导名师亲自编写习题与模拟试题 直击考试精髓 | <input checked="" type="checkbox"/> 专家 24 小时在线答疑 疑难问题迎刃而解 |
| <input checked="" type="checkbox"/> 资讯、辅导、资料、答疑 全程一站式服务    | <input checked="" type="checkbox"/> 随报随学 反复听课 足不出户尽享优质服务  |

开设班次：（请点击相应班次查看班次介绍）

基础班	申讲班	精品班	套餐班	实验班	习题班	高等数学预备班	英语零起点班
-----	-----	-----	-----	-----	-----	---------	--------

网校推荐课程：

思想道德修养与法律基础	马克思主义基本原理概论	大学语文	中国近现代史纲要
经济法概论（财经类）	英语（一）	英语（二）	线性代数（经管类）
高等数学（工专）	高等数学（一）	线性代数	政治经济学（财经类）
概率论与数理统计（经管类）	计算机应用基础	毛泽东思想、邓小平理论和“三个代表”重要思想概论	

[更多辅导专业及课程>>](#)[课程试听>>](#)[我要报名>>](#)

绝密★考试结束前

## 全国 2013 年 1 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、多涂或未涂均无分。

1.作为文化的核心部分，为人与人之间的沟通架起桥梁的是

- |        |        |
|--------|--------|
| A.语言文字 | B.肢体语言 |
| C.教育   | D.音乐   |

2.电子商务背景下，将成为企业最重要的资源是

- A.金融资本  
B.产业资本  
C.知识资本  
D.关系资本
- 3.自然环境中，决定或者影响交通运输、生产、消费等条件的差异以及经济建设难易程度不同的是
- A.自然资源  
B.气候条件  
C.地理位置  
D.地形地貌
- 4.将同一空间区域内的社会群体因其所处的地理环境影响而形成的具有共同内容和特征的文化系统称为
- A.亚文化  
B.地缘文化  
C.物质文化  
D.分支文化
- 5.东亚国家中，日本制造业的主要市场国是
- A.朝鲜  
B.蒙古  
C.韩国  
D.中国
- 6.企业为了评估目标市场的未来变化而进行的调查研究属于
- A.探索性调研  
B.预测性调研  
C.因果关系调研  
D.描述性调研
- 7.街头访问的抽样方法属于
- A.随机抽样  
B.判断抽样  
C.任意抽样  
D.配额抽样
- 8.为了运输和储存的方便以及节省物流费用，对体积和重量较大的产品一般选择的渠道模式为
- A.短渠道  
B.长渠道  
C.宽渠道  
D.窄渠道
- 9.在实施全球营销战略中，最容易在全球进行“价值增值活动配置”的国际服务类型是
- A.基于人的服务  
B.基于物的服务  
C.基于技术的服务  
D.基于信息的服务
- 10.企业在选择国际市场进入方式中，战略风险最高的是
- A.出口  
B.许可协议  
C.对外直接投资  
D.战略联盟

## 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.表明文化具有动态性和发展性特性的是文化的
- A.学习性  
B.固守性

- C.继承性  
D.传统性  
E.借鉴性
- 12.电子商务的出现,使企业可以直接面对消费者展开销售活动,从而导致
- A.分销效率提高  
B.销售价格提高  
C.销售成本降低  
D.销售价格降低  
E.销售环节减少
- 13.可持续发展对国际企业开展国际营销的要求主要表现有
- A.实现社会利益的持续发展  
B.实现消费者利益的持续发展  
C.实现企业利益的持续发展  
D.实现国家利益的持续发展  
E.实现生态利益的持续发展
- 14.在世界政治经济研究领域,作为区域划分标准的有
- A.社会和文化的相似性  
B.政治上的相互独立性  
C.经济上的相互依存性  
D.对外政策的相似性  
E.地理位置的相邻性
- 15.在欧盟市场,处于经济比较发达的国家或者地区有
- A.瑞士  
B.爱尔兰  
C.奥地利  
D.意大利南部  
E.德国西部
- 16.人员访问的优点主要有
- A.费用较低  
B.适用范围广  
C.匿名性较高  
D.资料准确性较高  
E.对调查者的要求较低
- 17.导致新产品开发具有较高风险的产品因素风险主要有
- A.与老产品的相对优势  
B.对市场的适应性  
C.操作的简易性  
D.产品的易传播性  
E.产品的差异性
- 18.企业产品处于成熟期的营销策略主要有
- A.改进市场策略  
B.改良产品策略  
C.改进营销组合策略  
D.收缩产品线策略

E.放弃策略

19.国际生产商对中间商的基本激励手段主要有

- A.提供优质产品
- B.给予适当利润分成
- C.共同进行人员培训
- D.提供独家经营权
- E.强化业绩检查

20.企业在国际服务过程中，可以利用的有形展示包括

- A.产品要素
- B.品牌要素
- C.环境要素
- D.设计要素
- E.社会要素

### 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.可持续营销
- 22.产品生命周期
- 23.灰色市场
- 24.撇脂定价策略
- 25.选择性分销渠道

#### 四、简答题(本大题共 4 小题，每小题 10 分，共 40 分)

- 26.简述国际政治风险的评估方法。
- 27.简述国际货币市场的构成及作用。
- 28.简述国际市场细分的作用。
- 29.简述国际人员推销的主要特点。

#### 五、论述题(本大题共 2 小题，每小题 15 分，共 30 分)

- 30.论述国际营销和国际贸易的区别。
- 31.论述波特五力竞争模型的具体内容。