

绝密★启用前

2024年10月高等教育自学考试全国统一命题考试

国际市场营销学

(课程代码 00098)

注意事项:

1. 本试卷分为两部分,第一部分为选择题,第二部分为非选择题。
2. 应考者必须按试题顺序在答题卡(纸)指定位置上作答,答在试卷上无效。
3. 涂写部分、画图部分必须使用2B铅笔,书写部分必须使用黑色字迹签字笔。

第一部分 选择题

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企业之间的竞争规律、产品发展变化规律和
A. 产品生命周期规律 B. 产品价格变动规律
C. 产品分销规律 D. 产品促销规律
2. 民族主义是影响企业国际市场营销一个重要的
A. 经济环境因素 B. 政治环境因素
C. 社会环境因素 D. 文化环境因素
3. 狭义上,文化是指社会的意识形态以及与之相适应的制度和
A. 组织机构 B. 物质财富
C. 法律法规 D. 社会结构
4. 消费者需求满足程度的决定因素是
A. 市场营销水平 B. 经济发展水平
C. 社会服务水平 D. 生产力水平
5. 世界经济贸易发展的经验表明,在高纬度或低纬度地区,过于严寒或过于湿热的气候对经济贸易发展
A. 有利 B. 不利
C. 没有影响 D. 影响不确定
6. 标志着欧洲联盟正式成立的文件是
A. 《罗马条约》 B. 《马斯特里赫特条约》
C. 《单一欧洲法令》 D. 《消费者法》

7. 说明某个变量是否引起或决定着其他变量变化的调研,属于
A. 探测性调研 B. 描述性调研
C. 因果性调研 D. 预测性调研
8. 在国际服务贸易保护中,广泛使用的服务贸易壁垒是
A. 关税壁垒 B. 非关税壁垒
C. 文化壁垒 D. 知识产权壁垒
9. 经济全球化背景下,市场竞争的重点是
A. 制度创新 B. 组织创新
C. 技术创新 D. 营销创新
10. 经济全球化的目的是
A. 增强市场竞争力 B. 促进金融全球化
C. 促进生产国际化 D. 提高资源配置效率

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. 与国内市场营销相比,国际市场营销难度更大的主要表现有
A. 国际市场营销风险更高 B. 国际市场营销范围更确定
C. 国际市场竞争更激烈 D. 国际市场营销人才更充足
E. 国际市场营销环境更复杂
12. 国际上涉外经济管辖权制度主要有
A. 属人管辖权制度 B. 属物管辖权制度
C. 属地管辖权制度 D. 普通法管辖权制度
E. 特殊法管辖权制度
13. 企业开展国际市场营销时,进行文化环境研究有利于国际企业
A. 开拓国际市场时避免遭受损失 B. 创造消费者的需求偏好
C. 抓住市场机会 D. 确立市场主导地位
E. 促进产品全球化
14. 网络营销对传统营销渠道策略的冲击主要体现在
A. 生产商可以与最终用户直接联系 B. 中间商的重要性降低
C. 便于信息双向沟通 D. 不便于购买者付款
E. 提高了营销工作的效率
15. 俄罗斯位于欧亚大陆北部,其主要特征有
A. 70%的平原 B. 境内地势东高西低
C. 森林覆盖率高达60% D. 属于海洋温带气候
E. 水资源丰富且流域宽广

16. 非洲市场发展的特点主要有
- A. 非洲是世界上沙漠面积最大的洲
 - B. 非洲的城市化发展速度位居世界首位
 - C. 非洲的经济增长是高质量的
 - D. 非洲科技事业普遍衰退
 - E. 非洲市场需要基础设施建设
17. 在国际营销调研方法中, 邮寄访问的优点主要有
- A. 调查的空间范围广
 - B. 调查成本低
 - C. 匿名性较好
 - D. 问卷回收率高
 - E. 回收期短、时效性强
18. 企业进入国际服务市场时, 可供选择的战略主要有
- A. 出口
 - B. 进口
 - C. 许可协议
 - D. 对外直接投资
 - E. 国际战略联盟
19. 某个产业参与竞争的新进入者的威胁, 取决于
- A. 企业经济实力的强弱
 - B. 进入该产业的障碍大小
 - C. 产业结构的合理性
 - D. 产业内部现有企业对新进入者的反应程度
 - E. 产业的发展前景
20. 经济全球化对发展中国家经济可能产生的消极影响主要有
- A. 国内市场被迫开放, 威胁本地的产业和就业
 - B. 过早的开放资本市场可能引发汇率波动甚至货币危机
 - C. 不利于出口商品结构的优化
 - D. 使资源配置实现高效化, 抑制了就业水平的提高
 - E. 可能加剧国内收入分配机制的不公

第二部分 非选择题

三、名词解释题: 本大题共 5 小题, 每小题 2 分, 共 10 分。

- 21. 政治风险
- 22. 地缘文化
- 23. 描述性调研
- 24. 服务
- 25. 替代品

四、简答题: 本大题共 4 小题, 每小题 10 分, 共 40 分。

- 26. 简述产品导入期的特征及营销策略。
- 27. 简述灰色市场的含义及给消费者带来的利弊。
- 28. 简述国际市场间接分销渠道的含义及优点。
- 29. 简述国际市场营业推广的含义及影响因素。

五、论述题: 本大题共 2 小题, 每小题 10 分, 共 20 分。

- 30. 试述比较典型的区域经济组织。
- 31. 试述国际营销控制的具体内容。