

# 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. 政府在国家经济中的参与程度受该国市场  
A. 开放程度的影响  
B. 经济类型的影响  
C. 营销环境的影响  
D. 规范程度的影响
2. 文化的共性特征是文化具有  
A. 单一性  
B. 替代性  
C. 群体性  
D. 上升伸缩性
3. 电子商务要求企业必须注重  
A. 以生产为中心  
B. 以产品为中心  
C. 以销售为中心  
D. 以客户为中心
4. 下列国家中盛产水稻的是  
A. 美国  
B. 伊朗  
C. 泰国  
D. 澳大利亚
5. 国际区域市场的基础是  
A. 生产要素在不同地区的异质性供给和组合  
B. 生产要素的自然流动  
C. 资源禀赋的紧密结合  
D. 拥有共同的利益

6. 人类学家总结文化的“三个基本”是文化的习得性、内在一致性和  
A. 差异性  
B. 无意识性  
C. 外在性  
D. 协调性
7. 产品差异化战略实施的关键, 是能够有效地传达给顾客有关产品具有的  
A. 独特性和价值性信息  
B. 经济性和社会性信息  
C. 公平性和完全性信息  
D. 合理性和预期性信息
8. 经济全球化使得国际市场竞争最显著的表现形式是  
A. 产品竞争  
B. 服务竞争  
C. 品质竞争  
D. 品牌竞争
9. 经济全球化对跨国公司的国际市场营销  
A. 降低了营销成本  
B. 减轻了竞争压力  
C. 减少了国内收入分配的不公  
D. 缓解了发展的不平衡
10. 经济全球化具有的特点是  
A. 市场竞争单一化  
B. 金融全球化  
C. 消费者需求差异化  
D. 全球经济一体化

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. 国际市场营销学的研究方法主要有  
A. 微观分析法  
B. 宏观分析法  
C. 中观分析法  
D. 定量分析与定性分析结合法  
E. 动态分析法
12. 国际市场营销企业在多国营销阶段, 奉行的政策有  
A. 以多中心主义为导向  
B. 以民族中心主义为导向  
C. 以目标市场国市场为导向  
D. 以国内市场为导向  
E. 以整个世界市场为导向
13. 国际市场营销出口控制的类型主要有  
A. 出口国控制  
B. 出口产品控制  
C. 出口价格控制  
D. 出口渠道控制  
E. 出口促销控制
14. 物质文化是指人们所创造的物质产品及用来生产产品的  
A. 生产观念  
B. 生产方式  
C. 生产标准  
D. 生产工艺  
E. 生产技术

15. 与拉美人做生意时, 以下说法正确的有
- A. 见面赠送礼物  
B. 见面重视握手礼  
C. 商务谈判时坐的靠近一些  
D. 出席正式会议应穿深色西服  
E. 交易做成, 货款立即到账
16. 网络营销对传统营销产品策略的影响主要有
- A. 对传统的标准化产品的冲击  
B. 对产品设计的冲击  
C. 对产品技术的冲击  
D. 适应品牌的全球化管理  
E. 延长了产品的生命周期
17. 欧洲国家自然环境呈现出的特点主要有
- A. 俄罗斯 70%的土地是平坦辽阔的平原  
B. 德国的森林覆盖面积约是国土面积的 1/2  
C. 英国多为雨雾天气  
D. 法国的铝、铀矿比较丰富  
E. 意大利的山地和山前丘陵占全国总面积的 90%
18. 导致国际区域市场形成的影响因素主要有
- A. 政治因素  
B. 经济因素  
C. 文化因素  
D. 市场因素  
E. 地理因素
19. 欧盟市场的特点主要有
- A. 欧盟市场主要集中在城市市场  
B. 欧盟成员国之间的经济差异较小  
C. 欧洲人对商品的环保观念很重  
D. 欧盟正在积极推进技术标准  
E. 欧盟重视对消费者的保护
20. 国际服务营销的特征主要有
- A. 内容的多样性  
B. 环境的差异性  
C. 工作的复杂性  
D. 过程的风险性  
E. 活动的高难度性

## 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. 国际市场营销学  
22. 贸易制裁  
23. 抽样调查  
24. 服务贸易壁垒  
25. 专一化战略

四、简答题: 本大题共 4 小题, 每小题 10 分, 共 40 分。

26. 简述产品包装的功能和层次。  
27. 简述转移定价的含义和策略。  
28. 简述国际市场分销渠道中间商的类型。  
29. 简述国际市场人员推销组织和管理的步骤。

五、论述题: 本大题共 2 小题, 每小题 10 分, 共 20 分。

30. 试述世界贸易组织的宗旨和基本原则。  
31. 试述企业选择国际目标市场战略应注意的问题及可供选择的战略。