



- A. 韩国  
C. 泰国
- B. 日本  
D. 蒙古
4. 标志着欧洲联盟正式成立的文件是
- A. 《罗马条约》  
C. 《单一欧洲法令》
- B. 《马斯特里赫特条约》  
D. 《消费者法》
5. 先将总体特征分类, 根据每一类的大小规定样本的数量, 然后由调查人员在每一类中进行非随机抽样的方法是
- A. 分层抽样  
C. 配额抽样
- B. 判断抽样  
D. 随机抽样
6. 产品已被大多数消费者接受, 销售增长开始减缓, 表明该产品正处于
- A. 导入期  
C. 成熟期
- B. 成长期  
D. 衰退期
7. 国际企业评估分销渠道的首要标准是
- A. 应变性标准  
C. 可控性标准
- B. 销售定额标准  
D. 经济性标准
8. 对于单价高、销量少、需要组装以及后期维护服务要求较高的产品比较适宜选择
- A. 短渠道  
C. 宽渠道
- B. 长渠道  
D. 窄渠道
9. 具有信息传递双向性特征的国际促销策略是
- A. 国际广告  
C. 人员推销
- B. 公共关系  
D. 营业推广
10. 对于企业选择进入国际市场的战略, 各种风险最高的是
- A. 出口  
C. 战略联盟
- B. 直接投资  
D. 许可协议

## 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. 对红色比较偏好的国家有
- A. 中国  
C. 印度  
E. 法国
- B. 美国  
D. 英国
12. 电子商务的出现改变了国际企业国际营销方式, 其主要体现在
- A. 市场范围的扩大  
C. 支付手段的变化
- B. 销售环节的减少  
D. 沟通渠道的增加

E.销售价格的提高

13.属于环境营销范畴的概念有

- A.生态营销
- B.关系营销
- C.病毒营销
- D.绿色营销
- E.可持续营销

14.在欧盟市场中，处于经济欠发达的国家或者地区有

- A.西班牙
- B.葡萄牙
- C.意大利南部
- D.卢森堡
- E.奥地利

15.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.具有较高的内部有效性
- E.具有较高的外部有效性

16.企业在新产品开发过程中，市场因素产生的风险主要有

- A.消费观念
- B.竞争状况
- C.消费水平
- D.产品的差异性
- E.操作的简易性

17.为甄别出经营不佳的中间商并为其提供帮助和改进措施，国际企业对中间商的控制策略主要有

- A.设立专门的监督机构
- B.完善信息库的建设
- C.签订相关合同
- D.给予一定资金支持
- E.提供物质奖励

18.影响国际企业进行分销渠道模式决策和选择的自身因素主要包括

- A.企业声誉
- B.企业规模
- C.企业资源
- D.企业所有制形式
- E.企业产品组合

19.一般来说，对选择国际市场广告策略产生影响的因素主要有

- A.产品特点
- B.分销渠道差异
- C.市场差异
- D.法规差异
- E.产品价格差异

20.企业在国际营销管理中，运用公共关系活动时应特别注意

- A.发展与媒体之间的关系
- B.注重企业自身的声誉
- C.加强与内部职能部门的沟通
- D.改善与消费者的关系
- E.加强与目标国政府的关系

## 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. 区域市场
22. 国际产品标准化策略
23. 独家分销渠道
24. 国际公共关系
25. 对外直接投资

### 四、简答题(本大题共 4 小题, 每小题 10 分, 共 40 分)

26. 简述国际市场营销学的研究方法。
27. 简述国际政治风险的具体评估方法。
28. 简述国际营销决策的原则。
29. 简述国际市场新进入者的常见障碍。

### 五、论述题(本大题共 2 小题, 每小题 15 分, 共 30 分)

30. 试述影响外汇汇率波动的主要因素。
31. 试述国际市场产品的主要包装策略。