

关于“国际市场营销学”课程统一命题考试的几点说明 PDF
转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/153/2021_2022__E5_85_B3_E4_BA_8E_E2_80_9C_E5_c67_153143.htm

1.课程性质 “国际市场营销学”课程是全国高等教育自学考试市场营销专业独立本科的一门专业课，是为培养和检验自学应考者的国际市场营销基本理论、基本知识和基本技能而设置的。本课程具有环境适应性、理论系统性和应用灵活性等特点，把基础市场营销学原理与国际市场营销实务紧密结合起来，立足中国与国际市场接轨，充分利用国内和国外两种资源，开拓国内与国外两个市场。在考试命题中将充分体现本课程的性质与特点。

2.考试目标 通过本课程的学习考试，使自学应试者系统掌握市场营销学的原理及其在国际市场营销中的应用，全面了解国际市场环境变化发展趋势，初步掌握进入国际市场经营和制定国际市场营销组合策略的基本理论和基本方法，培养和提高正确分析和解决国际市场营销活动中各种问题的能力。本课程的重点章为1、2、4、5、8、9、10、11章。第2、6、7为次重点章。具体包括第一章的市场营销和国际市场营销。第二章的国际市场经济环境的类型。第三章的国际市场信息系统和国际市场调查。第四章的国际市场营销战略及其规划、国际市场细分、目标市场选择和进入国际市场的策略与模式。第五章的产品营销理论和国际产品营销战略。第六章的国际技术经营形式。第八章的跨国公司的市场竞争战略、投资战略、融资战略。第九章的国际市场价格因素、价格类型以及定价目标、定价方法。第十章的国际促销策略的方式与国际市场促销手段；第十一章的国际市场渠道策略的培育与管理。

3.考试

依据和范围 以全国高等教育自学考试指导委员会1995年4月颁布的《国际市场营销学自学考试大纲》(以下简称大纲)为依据,以《国际市场营销学》(全国高等教育自学考试指导委员会组编.吴世经、曾国安主编,中国人民大学出版社出版,1999年8月第一版)教材为命题范围。

4.知识与能力的关系 本课程有相当的知识性、理论性,又有较强的应用性。要求考生在掌握国际市场营销基本知识的基础上,能够比较熟练地掌握国际市场营销、管理的基本规则和技能。

5.考试形式:“国际市场营销学”课程考试形式为闭卷笔试方式,考试时间为150分钟,评分采用百分制,60分为及格线。

6.试卷能力结构 能力考核在试卷中分为“识记”、“理解”、“简单应用”和“综合应用”四个层次,考核不同能力层次的试题的分数比例依次为20:30:30:20。

7.试卷的难度结构 难度结构在试卷中分为“较易”、“中等偏易”、“中等偏难”和“较难”四个层次,不同难易度试题的分数比例依次为20:30:30:20。

8.试卷的题型结构 试卷题型含“单项选择题”、“多项选择题”、“名词解释题”、“简答题”、“案例分析题”、“论述题”、“计算题”等七种。

100Test 下载频道开通,各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com