

2005年1月全国自学考试国际市场营销学试题 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/215/2021\\_2022\\_2005\\_E5\\_B9\\_B41\\_E6\\_9C\\_c67\\_215557.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/215/2021_2022_2005_E5_B9_B41_E6_9C_c67_215557.htm) 一、填空题（每空1分，共10分）

1.国际市场营销形成和发展，大体上经历了\_\_\_\_\_、\_\_\_\_\_和全球营销阶段。 2.国际商业纠纷解决的途径有\_\_\_\_\_、\_\_\_\_\_和仲裁。 3.国际市场细分可分为\_\_\_\_\_和\_\_\_\_\_。 4.对国际技术转让，各国政府进行管理的主要制度性和政策性措施有\_\_\_\_\_、\_\_\_\_\_、引导和鼓励。 5.跨国公司以对外直接投资方式进入外国市场，有两种基本的具体做法，即\_\_\_\_\_和\_\_\_\_\_。

二、单项选择题（在每小题的四个备选答案中，选出一个正确答案，并将正确答案的序号填在题干的括号内。每小题1分，共15分）

1.国际营销与国际贸易的共同点是（ ）。 A.国家之间的商品生产要素的交换经济活动 B.利益 C.理论基础 D.主体

2.（ ）是指政府将外国投资收归己有，但给予一定形式的补偿，对外国投资者来说并非自愿出售。 A.没收 B.征用 C.本国化 D.国有化

3.进入国际市场的模式有多种，下列属于合同打入模式的有（ ）。 A.间接出口 B.直接代理商 C.许可证贸易 D.独资经营

4.奉行（ ）模式的基本格局是，现有产品-新需求-国际市场新需求。 A.市场渗透型 B.市场开发型 C.产品开发型 D.多种经营型

5.受让方直接用引用设备和技术所生产的产品去偿付出让方的技术和设备费用，是（ ）。 A.直接补偿方式 B.间接补偿方式 C.全部补偿方式 D.部分补偿方式

6.在技术生命周期的成熟阶段，用户的信任（ ）。 A.最强 B.较强 C.较弱 D.很少

7.服务贸易总协定

中规定了两种义务，一种是（ ）义务，另一种是具体承诺的义务。 A.一般性 B.特殊性 C.主观性 D.客观性

8.在服务商品贸易时，价值实体与使用价值是（ ）的。 A.同时发生转移 B.分离 C.既可能同时发生转移，也可能分离 D.都没有发生转移

9.在世界市场上处于中等竞争地位和市场占有率的企业常常采用的战略是（ ）战略。 A.市场领导者 B.市场挑战者 C.市场追随者 D.市场后起者

10.以占领和扩大投资所在国的商品市场为目标的投资，是（ ）。 A.资源寻求型投资 B.市场寻求型投资 C.成本寻求型投资 D.机会寻求型投资

11.国际商品的价格术语CIF意思是（ ）。 A.运费付至 B.成本加运费 C.成本加保险费加运费 D.运费保险费付至

12.当本国货币升值时，如果企业的产品本身价格弹性较小，企业应选择的出口定价方案是（ ）。 A.保持外币表示的价格 B.根据多种因素测定一个中间价 C.保持本币表示的价格 D.在降低成本的基础上降低售价

13.（ ）不是公共关系工作的直接目标。 A.推销产品 B.建立和保持企业与公众间的友好关系 C.建立和保持企业与公众中的良好形象 D.消除顾客的不满意感，并促使自觉购买本企业的产品

14.（ ），在促销时往往广告用得较少，人员推销用得较多。 A.高价消费品 B.低价消费品 C.高价工业品 D.低价工业品

15.某生产企业发现出口产品生产、运输成本太高，其关税、配额等贸易限制很严，这种情况下，企业产品要进入国际市场交易采用的方式是（ ）。 A.利用国外的经销商或代理商 B.企业设立驻外办事处 C.建立国外营销子公司 D.在目标市场就地生产、就地销售

三、多项选择题（在每小题的五个备选答案中，选出二至五个正确的答案，并将正确答案的序号分别填在题干的括号内，多选、少选、错选均不得分。每小题2分，

共10分) 1.在国际市场上,最常见的经销商有( )。 A.经纪人 B.批发商 C.厂商出口代理人 D.国外代理人 E.国际贸易公司  
2.人员推销在( )方面明显优于其他促销方式。 A.接近顾客 B.提示产品 C.促进购买行动 D.针对性 E.灵活性  
3.影响国际市场价格的主要因素有( )。 A.成本要素 B.市场供求与竞争 C.税收与关税 D.货币与汇率 E.通货膨胀  
4.我国国际服务市场发展状况是( )。 A.国际服务业已奠定初步基础 B.国际服务市场更加开放 C.国内服务市场更加开放 D.服务业不发达 E.服务业有较强的竞争能力  
5.新产品开发模式有( )。 A.经济驱动模式 B.消费驱动模式 C.自然驱动模式 D.竞争驱动模式 E.技术驱动模式

四、名词解释(每小题4分,共20分) 1.商品生产与市场国际化 2.国际服务市场 3.转移价格 4.国际广告 5.出口销售渠道长度

五、简答题(每小题6分,共18分) 1.简述企业进入国际市场的模式。 2.简述技术贸易的特点。 3.国际市场商品价格有哪几种类型?

六、计算题(7分) 某国某商品的需求量与该国人均收入的统计数据如下表所示:

年份	1998	1999	2000	2001	2002
人均收入(美元)	720	790	840	920	990
需求量(百万吨)	30	32	33	36	40

使用回归分析法预测2003年该国人均收入为1100美元时该商品的需求量。

七、论述题(第1小题8分,第2小题12分,共20分) 1.分析目标市场营销策略及其特点。 2.结合实际谈谈文化环境对国际营销的影响。

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](http://www.100test.com)