

2006国际商务师考试国际市场营销学试题二 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/34/2021_2022_2006_E5_9B_BD_E9_99_85_c29_34409.htm 二、多项选择题 (本大题共5小题

，每小题2分，共10分) 在每小题列出的五个备选项中至少有二个是符合题目要求的，请将其代码填写在题后的括号内。

错选、多选、少选或未选均无分。 21. 在国际市场营销调研中

，下列各项误差属测量误差的有 () A. 替代信息误差 B. 抽

样误差 C. 回答误差 D. 调研对象范围误差 E. 处理过程误差 22.

马斯洛将人的需求层次分为 () A. 生理需要 B. 安全需要 C.

社交需要 D. 尊重需要 E. 自我实现需要 23. 间接出口方式的主要

优点是 () A. 风险大 B. 风险小 C. 成本低 D. 简单易行 E.

成本高 24. 国际营销中的定价方法包括 () A. 成本加成定价

法 B. 撇脂定价法 C. 竞争导向定价法 D. 标准化定价法 E. 地心

定价法 25. 国际促销组合的主要目标是 () A. 提高产量 B. 提

高销量 C. 获得新顾客 D. 改变消费者行为 E. 树立企业良好形

象 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