

全国自考国际市场营销学（二）课程考试说明 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/472/2021\\_2022\\_\\_E5\\_85\\_A8\\_E5\\_9B\\_BD\\_E8\\_87\\_AA\\_E8\\_c67\\_472343.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/472/2021_2022__E5_85_A8_E5_9B_BD_E8_87_AA_E8_c67_472343.htm)

高等教育自学考试是对自学者进行的以学历教育为主的国家考试，是个人自学、社会助学和国家考试相结合的高等教育形式。命题工作是自学考试质量保证体系的核心环节，为做好《国际市场营销学（二）》（课程代码：0952）课程全国统一命题工作，特制定本课程考试说明。

一、课程性质和目标

1、课程性质 《国际市场营销学（二）》课程是全国高等教育自学考试工商管理专业（本科段）开设的一门专业课程。它与其它课程密切相关，在整个课程体系中处于重要地位。

2、课程目标 课程学习的目的是让学生理解国际贸易和国际营销原理。课程设置的目的是使学生能够：（1）理解国际营销环境的复杂性（2）能够运用和评价国际市场营销调研（3）理解必须要考虑的顾客的主要特点（4）识别市场组合各个方面并能够策划（5）了解国际贸易的最新发展

二、考试内容 本课程的考试内容以课程考试大纲为依据，其内容为：专题1：国际市场营销环境与国际贸易，需要掌握的内容是国际市场营销的有关定义；国际市场营销环境；国家、公司在国际间进行贸易的原因；公司在国际间进行贸易所面临的问题；国际机构促进贸易的方法。专题2：国际市场调研，着重掌握开展市场调研应考虑的主要因素；市场营销调研的主要理论和技术；国际市场细分的主要方法；选择国际市场的方法；进入国际市场的主要方式。专题3：国际消费者行为，着重掌握的内容是国际消费者购买行为特征；影响消费者购买行为的

文化因素；驱动和阻碍消费者购买的因素；解释或预测消费者行为的主要原理；影响组织市场购买过程的因素。专题4：国际市场营销组合，重点掌握的内容有可选用的各种产品战略和策略；定价选择的范围与复杂性；需要考虑的多种分销方式；全方位的促销措施选择与问题。专题5：战略、计划和控制国际营销活动，应掌握的内容是组织可选用的多种营销战略；国际市场营销计划过程的全部内容；现有的对多种营销战略进行控制的方法；在营销的战略、计划、控制方面的多种学术研究。专题6：代议题，需掌握的内容是现有的各种世界贸易集团；贸易集团对国际市场营销的影响；经济全球化与国际营销；环境保护等议题。

### 三、命题的原则

- 1、命题标准 坚持质量标准，注重能力考查，使考试合格者能达到一般普通高等学校同专业同课程的结业水平，并体现自学考试以培养应用型人才为主要目标的特点。在题量上保证中等水平的考生能够在规定的考核时间内完成全部试题的回答，并有适当的时间检查答案。
- 2、考试依据和范围（1）以全国高等教育自学考试指导委员会颁发的本课程自学考试大纲为考试依据。（2）全国高等教育自学考试指导委员会指定的统编教材《国际市场营销学（二）》（王秀村、崔新键主编，高等教育出版社2002年出版）为考试必读教材。（3）命题内容覆盖到各章。
- 3、考试要求（1）、考试的题型有：单项选择题、多项选择题、名词解释、判断分析题、简答题、论述题等。（2）、本课程在试题中不同难度要求的分数比例为：容易20%，较易30%，较难30%，难20%。（3）、本课程在试题中对不同能力层次要求的分数比例为：识记约占25%；领会约占30%；简单应用约占25%；综合应用约

占20%。(4)、本课程答卷时间为150分钟。(5)、评分采用百分制，以60分为及格线。重点掌握二、五、六、七、八、九、十、十一章的内容。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)