

电子商务员考试之国际市场营销学题二 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/61/2021_2022__E7_94_B5_E5_AD_90_E5_95_86_E5_c40_61499.htm 一、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，并将其号码填在题干的括号内。每小题1分，共10分)

- 1.商品国际化指的是()A.商品生产国际化 B.商品市场国际化C.商品生产与市场国际化 D.商品经济国际化
- 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.()是在取得历史的、现状的各种情报资料的基础上，通过科学的分析研究，估计未来一定时间内市场对某种产品的需求量及其变化趋势的研究。A.探索性研究 B.描述性研究 C.因果性研究 D.预测性研究
- 4.()代表产品的功能和效用，是满足消费者需求的。A.整体产品 B.产品核心层 C.产品有形特征层 D.产品附加利益层
- 5.()是技术输出方向技术输入方提供制造某种产品的技术、机器、设备、原材料或零部件、技术服务，在一段时间内，由输入方用进口技术和设备生产的产品或所得的收益支付输出方的技术与设备价格的贸易方式。A.特许经营 B.许可贸易 C.补偿贸易 D.技术咨询服务
- 6.GATS第16条规定：()是指每一缔约国应按其一览表中规定的限制和条件，给予其他缔约国不低于表列有优惠待遇。A.最惠国待遇 B.市场准入 C.国民待遇 D.承认原则
- 7.()是以利用投资所在国生产成本低的条件为目标，把公司的生产专业化分工扩展到国外，实行生产的国际化配置。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
- 8.产品质量好、价格中等的定价策略，称为()A.溢价策

略 B.高价值策略 C.超值策略 D.优良价值策略9.广告突出产品的特异功效，使该产品在同类产品中有明显的区别，以增强选择性吸引的广告定位策略是()A.品质定位 B.功效定位 C.价格定位 D.市场定位10.()不以自己的名义向本国企业购进货物，而只是接受卖主委托，不拥有产品所有权，在规定的条件下代委托人向国外市场销售，收取佣金。A.出口商 B.出口代理商 C.出口佣金商 D.出口经营商 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