

电子商务员考试之国际市场营销学题三 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_61501.htm

一、单项选择题(本大题共15小题，每小题1分，共15分)在每小题列出的四个选项中只有一个选项是符合题目要求的，请将正确选项前的字母填在题后的括号内。

1.在下列经过联合国大会批准的半国际性组织中，对国际营销影响较大的是() A.ISO B.ILO C.UNESCO D.WHO

2.除了极少数资源丰富和投资能力极强的公司，几乎所有刚开始国际化战略的企业通常都选择() A.多元化战略 B.集中化战略 C.市场集中化战略 D.区域集中化战略

3.在国际技术转让的实践中，技术的价格主要由四部分组成，即直接转让费用、研究开发费用的补偿价值、市场机会损失的补偿价值和() A.预期利润 B.转让税负 C.中间商提成 D.保险费用

4.跨国公司内部贸易的组织联系形式可分为中心型、分散型和() A.区域型 B.集中型 C.扩张型 D.整合型

5.以下是某种商品的国际市场单价：US\$ 200per S/T CIF New York。其中“CIF New York”是() A.计价货币名称 B.目的港名称 C.销售商名称 D.价格术语

6.国际营销活动可能遇到多种政治风险，其中最严重的是() A.税收管制 B.劳工问题 C.没收 D.征用

7.西方国际营销学认为，世界各国的经济发展状况可以分为四种类型，即：自给自足经济、原料出口经济、工业化过程中经济和() A.农业主导型经济国家 B.工业化经济国家 C.技术密集型经济国家 D.贸易主导型经济国家

8.以“新产品现有需求国际市场”为基本思路的国际产品市场进入模式是() A.产品开发型模式 B.市场渗透型模型 C.市场开发型模式 D.多种经营型模式

9.联系

买卖双方达成交易，但不拥有货物所有权，不实际持有货物，也不代办货物运输方面工作的出口代理商是() A.出口经营商 B.厂商出口代理人 C.出口佣金商 D.国际经纪人

10.在国际上常常被视作技术贸易同义语的概念是() A.合作研究 B.合作生产 C.许可贸易 D.特许专营

11.国际广告是指() A.对国外零售商所作的广告 B.对国外代理商所作的广告 C.对出口国或地区所作的广告 D.由国外广告公司代理的广告

12.制定较高(或较低)的转移价格，可以起到以下作用：加强公司竞争地位，减少麻烦，逃避税收和() A.转移资产 B.避开风险 C.促进销售 D.强化管理

13.根据国际产品生命周期理论，当企业需要通过在国外直接生产和销售的方式保持其在国外市场的份额，以便与对手进行更有力的竞争时，表明该产品处于其市场生命周期的() A.投入阶段 B.成长阶段 C.成熟阶段 D.衰退阶段

14.如果本国货币贬值，对于出口商来说，将会() A.更容易进入国外市场 B.获得增加利润的机会 C.更难对商品价格进行控制 D.获得减少流通费用的机会

15.在国际产品营销战略选择中，需要对产品的生产制造和促销两个系统进行改变的战略是() A.产品适应促销适应策略 B.产品适应促销扩展策略 C.产品扩展促销适应策略 D.产品扩展促销扩展策略

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