

全国 2008 年 10 月自考试题国际市场营销学

课程代码: 00098

一、单项选择题 (本大题共 25 小题, 每小题 1 分, 共 25 分)

在每小题列出的四个备选项中只有一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、多选或未选均无分。

1. 1957 年, 美国通用电气公司的约翰·麦克基里特提出了 (A) 1-27
 - A. 市场营销观念
 - B. 全球营销观念
 - C. 生产观念
 - D. 推销观念
2. 以农业为主, 生产的产品大部分为自己消费, 从事制造业和其它产业的人很少。这种经济发展状况属于 (A) 2-40
 - A. 自给自足经济
 - B. 原料出口经济
 - C. 工业化过程中经济
 - D. 工业化经济国家
3. 针对国际市场营销环境, 劳工问题属于政治风险中的 (B) 2-64
 - A. 国际关系问题
 - B. 涉外经贸管制问题
 - C. 国民待遇问题
 - D. 公平问题
4. 如果某个国家规定商标所有权以最先注册者优先取得, 则这个国家采用的法律是 (D) 2-73
 - A. 国际法系
 - B. 国际商标法系
 - C. 习惯法系
 - D. 成文法系
5. 国际经济联盟组织依照其经济结合的程度及相互依存的关系划分为自由贸易区、关税同盟和 (D) 2-45

本文档资源由考试真题软件网 (down.examebook.com) 搜集整理二次制作!

- A. 国际货币基金组织
 - B. 关税与贸易总协定
 - C. 世界银行
 - D. 共同市场或经济共同体
6. “以任何方式所取得的知识”是 (B) 3-80
- A. 资料
 - B. 信息
 - C. 数据
 - D. 通讯
7. 针对国际市场一些特定问题和机会进行缜密研究的系统属于国际市场信息系统中的 (C) 3-83
- A. 国际市场内部报告系统
 - B. 国际市场情报系统
 - C. 国际市场研究系统
 - D. 国际市场运筹学系统
8. 为了明确某一问题的性质、情况和原因等而进行的专项研究属于 (A) 3-88
- A. 探索性研究
 - B. 描述性研究
 - C. 因果性研究
 - D. 预测性研究
9. 将自变因素予以控制, 用以测量因变素的变化和影响的调查方法属于 (C) 3-95
- A. 询问法
 - B. 观察法
 - C. 实验法
 - D. 问卷法
10. 在营销上实施产品成本降低、异样化和综合优势的国际营销竞争战略属于 (A) 4-114
- A. 产品竞争战略
 - B. 市场竞争战略

- C. 价格竞争战略
- D. 服务竞争战略
11. 某产品的销量迅速增长, 企业开始盈利, 竞争者纷纷加入, 这说明该产品处于产品生命周期中的 (B) 5-136
- A. 投入期 B. 成长期
- C. 成熟期 D. 衰退期
12. 企业生产或经营的产品线数目称为产品组合的 (A) 5-139
- A. 广度 B. 长度
- C. 深度 D. 密度
13. 在新产品战略选择中, 如果现有市场限制了企业的发展, 或者企业断定在一定条件下能取得很大成功, 企业就可能选择 (C) 5-152
- A. 保持地位战略 B. 革新战略
- C. 冒险战略 D. 收缩战略
14. 技术交易双方将各自拥有的工业产权或专有技术使用权在平等互惠的基础上相互交换, 供对方使用的许可协议称为 (D) 6-185
- A. 独占许可协议 B. 排他许可协议
- C. 普通许可协议 D. 交叉许可协议
15. 当企业都采取迅速转让技术的策略时, 表明该技术处于技术生命周期的 (D) 6-197
- A. 技术创新阶段 B. 技术成长阶段
- C. 技术成熟阶段 D. 技术衰退阶段
16. 在补偿贸易中, 受让方直接用引进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, 这种补偿方式称为 (A) 6-189
- A. 直接补偿方式 B. 间接补偿方式
- C. 部分补偿方式 D. 全部补偿方式
17. 不以实物形式而以提供活劳动形式来满足他人的需要称为 (D) 7-207
- A. 教育 B. 保险
- C. 咨询 D. 服务
18. 缩写 GATS 是指 (B) 7-207

本档资源由考试真题软件网 (down.examebook.com) 搜集整理二次制作!

- A. 关税与贸易总协定 B. 服务贸易总协定
C. 通商航海条约 D. 国际货币基金组织
19. 现代意义上的工业跨国公司出现于 (B) 8-228
A. 19 世纪初期 B. 19 世纪中期
C. 19 世纪末期 D. 20 世纪初期
20. 由母公司在不同国家和地区设置具有产业技术经济联系的子公司所引起的贸易, 属于跨国公司的 (C) 8-234
A. 直接贸易 B. 间接贸易
C. 内部贸易 D. 外部贸易
21. 跨国公司通过收购方式对外直接投资的缺点是 (A) 8-246
A. 成功率低 B. 管理难
C. 竞争激烈 D. 融资难
22. 适宜市场追随者采用的定价策略是 (D) 8-254
A. 薄利多销策略 B. 按质论价策略
C. 最优价格策略 D. 随行就市策略
23. 较少采用人员推销方式进行促销的产品是 (A) 10-312
A. 低价消费品 B. 高价消费品
C. 低价工业品 D. 高价工业品
24. 公共关系的基本方法是 (C) 10-337
A. 直接沟通 B. 间接沟通
C. 双向沟通 D. 单向沟通
25. 国际市场营销渠道是指商品从一个国家的生产企业流向 (B) 11-346
A. 国外供应商的流程 B. 国外最终消费者或用户的流程
C. 国外代理商或经纪人的流程 D. 国外生产企业的流程

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有二至五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。

26. 国际市场调查中出现的社会文化问题和障碍主要有 (ABCE) 3-101

本档资源由考试真题软件网 (down.examebook.com) 搜集整理二次制作!

- A. 对外国人不信任问题 B. 妇女地位问题
C. 家庭结构问题 D. 基础设施问题
E. 社会传统和心理因素问题
27. 在国际市场的产品——市场矩阵中, 产品开发型模式的决定因素 (BCE) 5-159
A. 现有产品 B. 现有市场 (现有需求)
C. 新产品 D. 新市场 (新需求)
E. 国际市场
28. 各国政府对国际技术转让进行管理的制度性和政策性措施主要有 (ABD) 6-198
A. 保护 B. 管制
C. 允许 D. 引导和鼓励
E. 限制
29. 服务商品的交换过程, 同时也是服务的 (CE) 7-207
A. 推销过程 B. 储存过程
C. 生产过程 D. 运输过程
E. 消费过程
30. 对于在国外开展营业推广活动的公司来说, 应重点考虑的因素主要有 (ADE) 10-336
A. 法律限制 B. 市场特性
C. 产品特性 D. 中间商的能力
E. 竞争者的作法

三、简答题 (本大题共 5 小题, 每小题 5 分, 共 25 分)

31. 简述国际营销中考虑宗教影响的原因。2-56

答: (1) 宗教节假日往往造成季节性消费浪潮。

了解当地宗教节假日, 对于国际营销人员很有意义, 可以利用商品节日季节性需求的高潮, 做好商品的储运和推销工作。

(2) 宗教禁忌影响人们的消费行为。

了解宗教禁忌, 不仅可以在国际营销中避免触犯当地教规, 而且可以从另一方面寻求新的营销机会。

(3) 宗教可以成为一个国家或市场细分化的重要依据

在一个多宗教共存的社会, 有几个宗教就有几个细分市场, 因为它们往往有相差甚远的需求特征和宗教影响的消费行为。国际营销人员在进入当地市场或扩展现有市场时, 应当十分注意市场的这种格局。

本档资源由考试真题软件网 (down.examebook.com) 搜集整理二次制作!

自考备考三件宝: 自考笔记、真题及答案、录音课件!

32. 简述整体产品的构成。5-133

答：整体产品概念中的产品由三个层次构成：产品核心层、产品的有形特征层、产品的附加利益层。

- (1) 产品核心层代表产品的功能和效用，是满足消费者需求的核心内容。
- (2) 产品的有形特征层，指消费者能直接观察到的、反映产品内在和外部质量的部分特征。
- (3) 产品的附加利益层，指供应产品时伴随的各种服务。

33. 简述跨国公司的融资来源。8-250

答：与纯粹国内公司相比，跨国公司筹集资金有更多来源可供选择。其主要来源可以分为：

- (1) 公司内部资金融通。
- (2) 东道国融资。
- (3) 第三国及多国融资。
- (4) 国际资金市场贷款。
- (5) 国际经济组织贷款。

34. 简述心理导向定价的含义及种类。9-302

答：企业为迎合消费者的消费心理需要，采取的定价策略与方法，统称心理导向定价。种类：

- (1) 声望定价法或期望价值定价
- (2) 整数定价法
- (3) 尾数定价法

35. 简述企业在选择国际广告媒介时应考虑的主要因素。10-324

答：媒介决策应考虑的因素有：

- (1) 媒介的国际性。

国际性媒介主要包括国际性杂志、在几个国家发行的报纸、国际商业广播和电视。

- (2) 媒介的可获性。

主要涉及各国媒介的完备程度和各国政府的限制。

- (3) 媒介的覆盖范围。

这是指媒介的传播与影响范围。

- (4) 媒介的费用。

包括购买媒介时间或版面的费用和广告税。

- (5) 媒介的质量。

印刷或制作的质量与媒介的社会威望与特点。

四、计算题（本大题共 1 小题，10 分）

36. 某产品的总固定成本为 500 万元，单位产品变动成本为 100 元 / 件，目标成本利为 20 %，产销量为 10 万件。试求该产品的单价和边际贡献。9-288、9-289

解：单位产品价格 = (成本 + 目标利润) / 预计销售量

所以产品的单价 = $[500 + 10 \times 100 + (500 + 10 \times 100) \times 20\%] / 10 = 180$ (元)

本档资源由考试真题软件网 (down.examebook.com) 搜集整理二次制作!

又由于边际贡献=产品单价-单位产品变动成本

所以边际贡献=180-100=80 (元)

五、论述题 (本大题共 2 小题, 每小题 10 分, 共 20 分)

37. 试联系实际论述市场的概念及其范畴。1-3

答: 市场的概念:

市场又是在一定条件下商品交换关系的总和

范畴: 市场是商品经济的范畴。从企业的微观经济分析, 人们对市场的认识有以下变化:

- (1) 市场是商品交换的场所;
- (2) 市场是商品交换和流通的领域;
- (3) 市场是商品供求关系的总和;
- (4) 市场是指对某种产品有需求和购买能力的人们。

对市场范畴的理解应注意以下各点。

- (1) 对市场的认识应随社会生产力和商品经济发展而变化。
- (2) 市场的实质是商品供求关系的总和。
- (3) 从现代市场经济出发理解市场。
- (4) 产销市场的出现是现代市场经济发展的结果。

38. 试联系实际论述表现出不同国际化程度的国际营销战略。4-112

答: (1) 国际化营销战略。国际化营销战略的目标是进入国际市场, 表现为国内市场向国际市场的扩展, 产品常常来源于国内的制造点, 而且营销活动的重心仍然放在国内市场, 也可称为国际营销的本国中心主义。

(2) 多国化营销战略。多国化营销战略的目标是占据多个不同的国外市场, 它们可能是不同国别、不同地区、不同细分市场的国外市场。营销活动的安排表现为国外市场与国内市场并重。产品来源往往是在不同市场地域就地生产, 营销重心多元化, 称之为国际营销的多中心主义。

(3) 全球化营销战略。全球化营销战略的目标旨在综合利用全球各个市场的资源优势, 实现以资金调配为中心的全球资源调配和全面跨国营销管理。运用这种国际营销战略的关键在于经营哲学观念的转变。

六、案例分析题 (本大题共 1 小题, 10 分)

39. A 公司是中国最大的儿童用品设计、制造和销售企业, 生产的童车是中国儿童用品市场最畅销的产品。在国内市场产品热销的同时, 该企业把目光盯准了美国这个世界上最大的童车市场。A 公司在美国找到一家理想的合作伙伴——B 公司。

B 公司是美国一家有上百年历史的老牌儿童用品企业。A 公司登陆美国时, 正值 B 公司在激烈的市场竞争中刚刚丢失了童车市场。双方几经磋商, 结成了战略联盟关系, 共同开拓美国市场。根据协议, 合作的初期 A 公司把自己设计生产的童车运往美国, 由 B 公司总代理;

市场初现规模后,以双方联名的品牌在美国市场销售。A公司新颖的款式、优异的质量与B公司的良好商誉实现了互补式的“联姻”,该联名品牌童车迅速打开了美国市场。

值得说明的是:A公司初进美国市场时,为了占据市场份额,对美国中间商的报价几乎就是成本价,但是,美国的中间商更看重质量和新颖性并重的产品。对此,A公司潜心研发新产品,一个来自摇篮的创意,使他们另辟蹊径地开发出了在美国市场红极一时的“爸爸摇妈妈摇”童车。开发的新产品功能完善,外观采用了弧形的新造型以满足美国人对造型的需求,并在美国申报了外观设计专利和发明专利。正是由于这款童车极具创意,美国B公司决定与A公司展开全面合作。

问:

(1) A公司在美国市场的合作伙伴属于国外市场中间人中的哪一种类型?**11-358**

答:属于国外代理商中的国外代理人。

(2) A公司与美国中间商的矛盾主要是什么?A公司是如何解决矛盾的?**11-372**

答:主要是价格的矛盾。

A公司潜心研发新产品,一个来自摇篮的创意使他们开发出了“爸爸摇妈妈摇”童车,在外观和功能上都获得了极大成功。以高质量兼创造性的产品来赢得市场和中间商的信赖,是双方都获得了利益。A公司的潜心钻研新产品的积极合作态度,以及迎合市场的市场营销观念解决了矛盾。

考试课件网: <http://www.examebook.cn/>

——我们专业提供自考易考题库课件集、自考免费电子书、自考历年真题及标准答案!

考试真题软件网: <http://down.examebook.com/>

——我们专业提供自考历年真题及答案整理版、自考考前模拟试题!

考试学习软件商城: <http://www.examebook.com/>

——为您提供各种考试学习软件课件更为便利的购买通道!

自考备考三件宝:
自考笔记、
真题及答案、
录音课件!