

绝密 ★ 考试结束前

2026 年 4 月高等教育自学考试
国际市场营销学试题
 课程代码:00098

1. 请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。
2. 答题前,考生务必将自己的考试课程名称、姓名、准考证号用黑色字迹的签字笔或钢笔填写在答题纸规定的位置上。

选择题部分

注意事项:

每小题选出答案后,用 2B 铅笔把答题纸上对应题目的答案标号涂黑。如需改动,用橡皮擦干净后,再选涂其他答案标号。不能答在试题卷上。

一、单项选择题：本大题共 10 小题，每小题 1 分，共 10 分。在每小题列出的备选项中只有一项是最符合题目要求的，请将其选出。

1. 国际政治风险的评估方法主要有主观评估法和
A. 客观评估法
B. 抽样调查法
C. 质量分析法
D. 数量分析法
2. 企业开展国际市场营销面临的最严重的政治风险是
A. 本国化
B. 出口管制
C. 进口管制
D. 没收
3. 中国经济经过 30 多年的高速增长, 已经成为世界上
A. 第一大经济体
B. 第二大经济体
C. 第三大经济体
D. 第四大经济体
4. 《马斯特里赫特公约》规定了欧盟统一货币欧元的规范和货币
A. 发行日期
B. 生效日期
C. 兑换日期
D. 有效日期
5. 世界上最大的洲是
A. 欧洲
B. 非洲
C. 美洲
D. 亚洲



6. 具有海洋性气候和大陆性气候双重特征的亚洲国家是
- A. 中国 B. 日本
C. 韩国 D. 泰国
7. 收集次级资料的方法主要是
- A. 访问法 B. 观察法
C. 实验法 D. 查阅网络资料
8. 以下属于随机抽样方法的是
- A. 等距抽样 B. 便利抽样
C. 判断抽样 D. 配额抽样
9. 让服务迅速国际化的有效方式是
- A. 特许经营 B. 许可证协议
C. 国际战略联盟 D. 对外直接投资
10. 国际服务市场进入战略的风险由低到高的排列顺序是
- A. 出口、国际战略联盟、对外直接投资、许可协议
B. 出口、许可协议、国际战略联盟、对外直接投资
C. 许可协议、出口、对外直接投资、国际战略联盟
D. 国际战略联盟、对外直接投资、出口、许可协议

二、多项选择题：本大题共 10 小题，每小题 2 分，共 20 分。在每小题列出的备选项中至少有两项是符合题目要求的，请将其选出，错选、多选或少选均无分。

11. 国际市场营销与国际贸易的主要区别有
- A. 经营主体不同 B. 经营动力不同
C. 商品流通的形态不同 D. 评价经济效益的信息来源不同
E. 经营效益的评价方法不同
12. 采用调解方式解决国际商务争端的优点主要有
- A. 形式多种多样 B. 方便易行
C. 效率高 D. 花费少
E. 增进彼此的信任感
13. 与欧盟人做生意时，下列说法正确的有
- A. 德国人不喜欢讨价还价 B. 法国人追求时髦
C. 意大利人讲究节约 D. 西班牙人沉稳内敛
E. 荷兰人性格直率



14. 下列关于传统习惯的说法中，正确的有
- A. 日本人喜欢龟
 - B. 东南亚人喜欢风
 - C. 日本人忌讳“4”
 - D. 西方人忌讳“13”
 - E. 中国人忌讳“18”
15. 共同签署北美自由贸易协定的国家有
- A. 美国
 - B. 英国
 - C. 加拿大
 - D. 比利时
 - E. 墨西哥
16. 关税的计税方式主要有
- A. 从价税
 - B. 从量税
 - C. 从利税
 - D. 复合税
 - E. 特别税
17. 网络营销对传统的标准化产品的冲击主要体现在
- A. 厂商可以迅速获得关于产品概念的反馈信息
 - B. 厂商可以迅速获得广告效果测试的反馈信息
 - C. 可以测试顾客对产品的不同认同水平
 - D. 更易了解消费者行为方式和偏好
 - E. 更易了解消费者的收入水平和支付能力
18. 网络营销对传统营销定价策略产生的影响主要体现在
- A. 易于购买高品质原材料而导致产品价格提高
 - B. 减少了营销的中间环节而降低了交易成本
 - C. 节约了交易时间而降低了销售过程中的时间成本
 - D. 便于买卖双方就产品价格问题进行双向沟通
 - E. 产品大都采用快递方式而增加了产品的运输成本
19. 关于自然环境影响国际营销产品选择的表述，正确的有
- A. 选择目标市场国所缺乏的产品
 - B. 选择目标市场国自有产品缺乏竞争力的产品
 - C. 向加拿大出口纸张具有竞争优势
 - D. 20 世纪 80 年代，日本向中国出口彩色电视机具有竞争优势
 - E. 中国向日本出口海鲜产品具有竞争优势
20. 国际区域市场存在的原因主要有
- A. 经济因素
 - B. 政治因素
 - C. 文化因素
 - D. 技术因素
 - E. 地理因素



非选择题部分

注意事项:

用黑色字迹的签字笔或钢笔将答案写在答题纸上,不能答在试题卷上。

三、名词解释题: 本大题共 5 小题, 每小题 2 分, 共 10 分。

- 21. 多国营销阶段
- 22. 贴现市场
- 23. 东亚市场
- 24. 因果关系调研
- 25. 服务营销壁垒

四、简答题: 本大题共 4 小题, 每小题 10 分, 共 40 分。

- 26. 简述国际营销控制的含义及基本环节。
- 27. 简述产品成熟期的特点和营销策略。
- 28. 简述企业国际市场营销政府价格补贴的常见形式。
- 29. 简述消费品分销渠道模式。

五、论述题: 本大题共 2 小题, 每小题 10 分, 共 20 分。

- 30. 试述国际市场广告形式策略。
- 31. 试述供应商议价能力的影响因素。

