

模拟试题:2006商务师市场营销试题二 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/257/2021_2022__E6_A8_A1_E6_8B_9F_E8_AF_95_E9_c67_257022.htm

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至少有二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。

21. 在国际市场营销调研中，下列各项误差属测量误差的有 () A. 替代信息误差 B. 抽样误差 C. 回答误差 D. 调研对象范围误差 E. 处理过程误差

22. 马斯洛将人的需求层次分为 () A. 生理需要 B. 安全需要 C. 社交需要 D. 尊重需要 E. 自我实现需要

23. 间接出口方式的主要优点是 () A. 风险大 B. 风险小 C. 成本低 D. 简单易行 E. 成本高

24. 国际营销中的定价方法包括 () A. 成本加成定价法 B. 撇脂定价法 C. 竞争导向定价法 D. 标准化定价法 E. 地心定价法

25. 国际促销组合的主要目标是 () A. 提高产量 B. 提高销量 C. 获得新顾客 D. 改变消费者行为 E. 树立企业良好形象

三、名词解释题 (本大题共5小题，每小题3分，共15分)

26. 社会市场营销观念 27. 竞争导向定价法 28. 国际分销渠道 29. 公共关系 30. 国际市场营销战略

四、判断分析题 (本大题共3小题，每小题5分，共15分) 判断正误，将正确的在题后括号内划上“ ”，错误的划上“ × ”，无论正确或错误均需简述理由。

31. “自动”出口配额制是商品出口国出于自己的意愿而采取的限制向某国出口的措施。 ()

32. 格特霍夫施塔德认为个性化色彩较浓的国家包括美国、英国和荷兰等。 ()

33. 有关发达国家新产品成败的研究表明，新产品开发成功最主要的是重视技术的更新。 ()

五、简答

题（本大题共4小题，每小题5分，共20分）34. 简述独资经营方式的优点。35. 简述转移定价策略可能遇到的困难。36. 在国际分销渠道决策中选择直接渠道有何好处？37. 简要回答国际市场营销计划的基本内容。六、论述题（本大题共2小题，每小题10分，共20分）38. 试述国际营销社会文化环境的主要内容。39. 试阐述产品生命周期的各阶段及其特点

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