

广东理工学院 2020 年本科插班生招生考试

《国际贸易实务》考试大纲

I. 考试性质

普通高等学校本科插班生招生考试是由专科毕业生参加的选拔性考试。《国际贸易实务》课程是广东理工学院招收专科毕业生入读国际经济与贸易专业的考试课程之一。学校根据考生的成绩，按已确定的招生计划，德、智、体全面衡量，择优录取。该考试具有较高的信度、较高的效度、必要的区分度和适当的难度。

II. 考试内容和要求

基本要求：着重考核应试者能否熟练掌握国际商品买卖的品质、数量、包装、价格、运输、结算、索赔、仲裁等进出口合同的内容与相关要求，是否熟练掌握合同的签订与履行等诸环节的要领和操作手段与方法，并考核学生是否掌握国际贸易的习惯做法、贸易惯例和必要的法律规定，检查学生是否达到了《高等学校国际经济与贸易专业国际贸易实务教学大纲》所规定的基本要求。

第一章 国际贸易术语

1、考试内容

- (1) 国际贸易术语概述
- (2) 主要贸易术语解释
- (3) 其他贸易术语解释与贸易术语运用

2、考试要求

- (1) 对国际贸易术语的起源、发展及现状进行了解
- (2) 掌握六种主要贸易术语
- (3) 熟悉其他贸易术语的解释、应用

第二章 交易磋商与国际货物买卖合同的订立

1、考试内容

- (1) 进出口交易磋商过程的步骤
- (2) 磋商各阶段的法律效力

2、考试要求

- (1) 掌握交易磋商中买卖双方注意的问题
- (2) 熟悉买卖合同的基本格式

第三章 商品品名、品质、数量和包装

1、考试内容

- (1) 商品的品名和品质
- (2) 货物的数量
- (3) 商品包装

2、考试要求

- (1) 熟悉货物品质的表示方法
- (2) 熟悉买卖合同中品质条款的内容和规定方法

(3) 熟悉订立买卖合同的数量条款

第四章 国际货物运输

1、考试内容

- (1) 国际货物运输基本方式的特点
- (2) 货物运输方式的合理选择及运费计算

2、考试要求

- (1) 能够合理选用货物运输方式
- (2) 掌握各种货运单据的性质和作用
- (3) 掌握国际货运主要方式的运费计算

第五章 国际货物运输保险

1、考试内容

- (1) 国际货物运输保险的功能与原则
- (2) 海上货物运输保险保障范围
- (3) 我国海洋运输货物保险的险别

2、考试要求

- (1) 掌握海上货物运输保险承保的范围
- (2) 熟悉我国海陆空邮运输货物保险的险别
- (3) 了解伦敦保险业协会海运货物条款

第六章 进出口商品价格核算

1、考试内容

- (1) 商品价格的掌握
- (2) 作价方法
- (3) 佣金和折扣
- (4) 成本核算

2、考试要求

- (1) 熟悉出口货物价格构成、作价原则与方法
- (2) 掌握各种价格之间的换算以及价格条款内容
- (3) 熟悉成本核算

第七章 国际结算方式

1、考试内容

- (1) 支付工具
- (2) 电汇、托收及信用证
- (3) 各种支付方式的选用

2、考试要求

- (1) 了解各种结算单证的内容与作用
- (2) 熟悉出口货款结算方式及其特点

第八章 商品检验检疫、不可抗力、索赔和仲裁

1、考试内容



- (1) 商品检验检疫
- (2) 不可抗力
- (3) 索赔
- (4) 仲裁

2、考试要求

- (1) 掌握进出口货物索赔的基本知识
- (2) 了解不可抗力的含义
- (3) 了解仲裁的意义和仲裁协议的作用

第九章 进出口合同的履行

1、考试内容

- (1) 出口业务的具体流程
- (2) 进口业务的具体流程

2、考试要求

- (1) 掌握磋商谈判的原则、策略及方法
- (2) 了解分析国外目标市场的特点及其发展趋势的方法

III. 考试形式及试卷结构

一、考试形式

闭卷，笔试，试卷满分为 100 分，考试时间为 120 分钟。

二、试卷内容比例

- | | |
|-----|--------|
| 第一章 | 约占 10% |
| 第二章 | 约占 5% |
| 第三章 | 约占 10% |
| 第四章 | 约占 15% |
| 第五章 | 约占 10% |
| 第六章 | 约占 20% |
| 第七章 | 约占 15% |
| 第八章 | 约占 10% |
| 第九章 | 约占 5% |

三、试卷题型比例

国际贸易词汇英译中题：占 15%

单选题：占 30%

判断题：占 20%

计算题：占 20%

案例分析题：占 15%

四、试卷难易度比例

试题按其难度分为容易题、中等题、难题，三种试题分值的比例为 4:4:2。

IV. 参考书目

《国际贸易实务》，陈平主编，中国人民大学出版社（2018 年）出版。

V. 题型示例

一、国际贸易词汇英译中题（共 5 题，每题 3 分，共 15 分）

- 1、Documents against Payment _____
- 2、with particular average _____

二、单项选择题（共 15 题，每小题 2 分，共 30 分）

- 1、凡货样难以达到完全一致的，不宜采用（ ）。
A. 凭说明买卖 B. 凭样品买卖
C. 凭等级买卖 D. 凭规格买卖
- 2、海运提单日期应理解为（ ）。
A. 货物开始装船日期
B. 货物装船过程中任何一天
C. 货物装船完毕日期

三、判断题（共 10 题，每小题 2 分，共 20 分）

- TM
- () 1、按买方来样，卖方复制一样品寄对方确认，该样品称为复样。
- () 2、根据《公约》规定，如果一方违反了所规定的包装条件，另一方有权提出索赔，甚至可以拒收货物。

四、计算题（共 2 题，每小题 10 分，共 20 分）

- 1、某公司向香港客户报水果罐头 200 箱，每箱 132.6 港元 CFR 香港，客户要求改报 CFR 香港含 5%佣金价。在保持原报价格不变的情况下，试求：CFRC5%香港价应报多少？

五、案例分析题（2 题，共 15 分）

- 1、我某出口企业于 12 月 2 日向法商发盘供应东北大豆 2000 公吨，限 12 月 8 日复到，法商表示接受的电传于 12 月 9 日上午送到我方，我方当即电话通知对方其接受有效，并着手备货，一周后，大豆价格剧跌，法商于 12 月 17 日来电称：“9 日电传在你方发盘已失效时作出，属无效接受，故合同不能成立。”你认为法商这一说法对吗？为什么？

广东理工学院 2020 年 本科插班生招生考试

《国际市场营销学》考试大纲

I. 考试性质

普通高等学校本科插班生招生考试是由专科毕业生参加的选拔性考试。《国际市场营销学》课程是广东理工学院招收专科毕业生入读国际经济与贸易专业的考试课程之一。学校根据考生的成绩，按已确定的招生计划，德、智、体全面衡量，择优录取。该考试具有较高的信度、较高的效度、必要的区分度和适当的难度。

II. 考试内容和要求

基本要求：考生应按本大纲的要求理解和掌握国际市场营销导论、国际市场营销环境、国际市场营销调查与预测、进入国际市场战略、国际市场营销策略、国际市场营销管理等知识点的相关内容，检查考生是否达到了《国际市场营销学》课程所规定的基本要求。

第一篇 导论

第一章 国际市场营销导论

1、考试内容

- (1) 国际市场进入动因：市场动因、竞争动因、资源动因、利润动因、政策动因
- (2) 国际市场营销与市场营销学及国际贸易的概念、联系与区别
- (3) 国际营销演进及经营哲学

2、考试要求

- (1) 了解与掌握企业进入国际市场的动因
- (2) 理解市场营销和国际市场营销的内涵、关系、联系与区别
- (3) 了解和掌握市场营销组合
- (4) 掌握企业跨国营销的演进和经营哲学及其演变过程

第二篇 国际市场营销环境

第二章 国际文化环境

1、考试内容

- (1) 文化的内涵
- (2) 文化的构成要素：物质文化、社会制度、宗教、美学、语言
- (3) 文化变化对企业国际营销的影响
- (4) 国际营销商业习惯：价值观、礼仪、交往方式、图案和颜色

2、考试要求

- (1) 理解国际文化环境的含义、内涵及构成要素
- (2) 掌握国际文化对企业国际营销的影响
- (3) 掌握国际营销中的商业习惯

第三章 国际经济环境

1、考试内容

- (1) 国际经济环境层次：本地经济环境、区域经济环境、全球经济环境
- (2) 区域一体化内涵及对国际营销影响
- (3) 全球经济发展特征：国际贸易与投资发展迅速、各国经济之间相互依赖提高、全球竞争提高、全球经济更加复杂
- (4) 全球市场发展阶段划分标准

2、考试要求

- (1) 理解与掌握国际经济环境的多个层次
- (2) 理解区域一体化内涵以及其对国际营销的影响
- (3) 掌握全球市场发展特征
- (4) 了解全球市场发展阶段划分标准

第四章 国际政治法律环境

TM

1、考试内容

- (1) 国际政治环境：政府和政党体制、政府政策、民族主义、政府风险
- (2) 解决国际贸易争端的途径：协商、调解、仲裁、诉讼

2、考试要求

- (1) 了解与掌握国际政治环境及法律环境的内涵与主要内容
- (2) 掌握国际贸易争端的主要途径

第五章 国际技术环境

1、考试内容

- (1) 知识经济时代技术革命及其对国际营销的影响
- (2) 互联网对国际营销的影响
- (3) 技术革命发展趋势：技术变革加速、技术构成复合、技术革新竞争激烈

2、考试要求

- (1) 理解与掌握知识经济时代技术革命及其对国际营销的影响
- (2) 理解互联网对国际营销的影响
- (3) 了解技术革命的发展趋势

第六章 国际物质自然环境

1、考试内容

- (1) 自然环境影响企业经营成本、影响分销体系设立与渠道选择、营销产品适应性
- (2) 环保运动对国际营销带来机遇与威胁、
- (3) 绿色营销策略：绿色产品、绿色分销、绿色促销、绿色价格、绿色包装

2、考试要求

- (1) 理解自然环境、环保运动对国际营销的影响
- (2) 掌握绿色营销及其方法策略

第七章 国际市场营销调研

1、考试内容

- (1) 市场调研内涵与主要内容

(2) 试产调研程序与主要方法

2、考试要求

(1) 了解国际市场营销调研的内涵与主要内容

(2) 熟悉掌握市场营销调研的程序与主要方法

第八章 国际市场营销信息系统

1、考试内容

(1) 国际市场信息概念和内容

(2) 国际市场营销信息系统内容和作用

2、考试要求

(1) 了解国际市场信息的概念和具体内容

(2) 了解国际市场营销信息系统的内容和作用

第九章 国际市场分析与预测

1、考试内容

(1) 国际市场的内涵与类型

(2) 消费者行为差异及主要影响因素

(3) 市场预测方法：定性预测、定量预测

2、考试要求

(1) 理解国际市场的内涵和类型

(2) 理解各国消费者行为的差异性，并且掌握影响差异的主要因素

(3) 理解与掌握国际市场预测的方法

第三篇 进入国际市场战略

第十章 国际目标市场战略

1、考试内容

(1) 国际市场细分的含义、作用、依据、程序及原则

(2) 国际目标市场标准及目标市场选择五类型

(3) 国际市场定位方法：属性与利益定位、质量与价格定位、使用者定位、竞争者定位、消费者文化定位

2、考试要求

(1) 理解国际市场细分的含义、作用、依据、程序及原则

(2) 掌握评估国际目标市场的标准及目标市场选择

(3) 了解国际市场定位的方法

第十一章 进入国际市场的战略

1、考试内容

(1) 国际进入的战略要素、进入模式及其优缺点

(2) 国际市场进入模式选择的因素：外部标准、内部标准

2、考试要求

(1) 了解国际进入的战略要素、进入模式及其优缺点

(2) 理解影响国际市场进入模式选择的因素

第十二章 国际竞争战略

1、考试内容

- (1) 行业竞争的五力分析模型：行业内竞争对手、供应商、购买者、潜在竞争者、替代品
- (2) 国际企业竞争战略的类型及适用条件
- (3) 国际战略联盟的形式、特点和动机

2、考试要求

- (1) 了解与掌握行业竞争的五力分析模型
- (2) 熟悉国际企业竞争战略的主要类型和适用条件
- (3) 了解国际战略联盟的形式、特点和动机

第四篇 国际市场营销策略

第十三章 国际市场产品策略

1、考试内容

- (1) 产品整体概念：核心产品、形式产品、期望产品、延伸产品、潜在产品；产品组合概念：产品宽度、产品长度、产品深度、产品相关度
- (2) 国际产品生命周期：导入期、成长期、成熟期、衰退期
- (3) 国际品牌组合策略
- (4) 包装策略

2、考试要求

- (1) 理解产品整体概念及产品组合概念
- (2) 理解与掌握国际产品生命周期理论
- (3) 掌握国际品牌组合策略
- (4) 了解与掌握包装策略

第十四章 国际市场定价策略

1、考试内容

- (1) 国际市场产品定价的因素：目标因素、成本因素、市场因素、政府因素
- (2) 国际市场产品定价方法：成本导向定价、需求导向定价、竞争导向定价；定价策略：新产品定价策略、心理定价策略、折扣定价策略、地理定价策略、产品组合定价策略、国际转移定价策略
- (3) 国际营销中调价策略

2、考试要求

- (1) 理解影响国际市场产品定价的因素
- (2) 掌握国际市场产品定价方法及策略
- (3) 了解国际营销中调价策略

第十五章 国际市场分销策略

1、考试内容

- (1) 国际分销渠道的含义；国际分销渠道结构
- (2) 国际中间商类型及选择标准：国内中间商、国外中间商

- (3) 影响企业国际分销渠道选择因素与相关环节
- (4) 国际物质分销内涵

2、考试要求

- (1) 了解国际分销渠道的含义和结构
- (2) 掌握国际中间商类型及选择标准
- (3) 了解与掌握影响企业国际分销渠道选择因素与相关环节
- (4) 理解国际物质分销内涵

第十六章 国际促销策略

1、考试内容

- (1) 国际促销策略
- (2) 广告策略、人员推销策略、销售推广以及国际公共关系的内涵、类型、具体内容

2、考试要求

- (1) 理解与掌握国际促销策略
- (2) 了解与掌握、广告策略、人员推销策略、销售推广以及国际公共关系的内涵、类型、具体内容

第十七章 国际服务营销

1、考试内容

- (1) 服务营销内涵
- (2) 服务营销与商品营销的关系
- (3) 国际服务营销战略以及服务营销组合策略

2、考试要求

- (1) 理解服务营销内涵
- (2) 了解服务营销与商品营销的关系
- (3) 掌握国际服务营销战略以及服务营销组合策略

第十八章 跨界营销

1、考试内容

跨界营销的内涵、形式、原则、策略及步骤

2、考试要求

- (1) 理解跨界营销的内涵、形式、原则、策略及步骤

第五篇 国际市场营销管理

第十九章 国际市场营销管理

1、考试内容

- (1) 国际市场营销计划的内涵
- (2) 国际市场营销组织的类型

2、考试要求

- (1) 理解与掌握国际市场营销计划的内涵
- (2) 理解与掌握国际市场营销组织的类型

III. 考试形式及试卷结构

一、考试形式

闭卷，笔试，试卷满分为 100 分，考试时间为 120 分钟。

二、试卷内容比例

第一篇章	约占 7%
第二篇章	约占 21%
第三篇章	约占 30%
第四篇章	约占 36%
第五篇章	约占 6%

三、试卷题型比例

单项选择题	占 20%
不定项选择题	占 15%
名词解释	占 10%
简答题	占 25%
问答题	占 30%

四、试卷难易度比例

试题按其难度分为容易题、中等题、难题，三种试题分值的比例为 4:4:2。

IV. 参考书目

《国际市场营销学》，袁晓玲主编，西安交通大学出版社（2018 年）出版。



启航专插本
www.qihangzcb.com