

2007年考试大整理外销员国际贸易(七) PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/183/2021_2022_2007_E5_B9_B4_E8_80_83_c28_183320.htm 点击查看全文 浏览本文需2 E 币

，黄金会员免费浏览第四篇国际营销学 一、国际营销学概述 (一)基本要求 1．了解企业介入国际营销的程度 2．熟悉营销学的概念、营销的特点、国际营销的概念和特点 3．掌握企业经营观念的演变 (二)考试内容 1．企业经营观念的演变 生产观念、产品观念、推销观念、营销观念、社会营销观念、生态学营销观念、大营销观念 2．营销学的概念 3．营销的特点 4．国际营销的概念和特点 二、国际营销环境分析 (一)基本要求 1．了解市场环境因素的重要性 2．掌握国际营销的社会文化环境、国际营销的经济环境、国际营销的政治法律环境来源：www.examda.com (二)考试内容 1．国际营销的社会文化环境 语言、教育水平、宗教、美学观念。 2．国际营销的经济环境 (1)市场规模 (2)经济特性 3．国际营销的政治法律环境 政治稳定性、政治干预、民族情绪、法律规定。 三、国际营销信息管理 (一)基本要求 1．了解国际营销信息收集方法。 2．熟悉国际营销调研程序 3．掌握营销信息系统的概念、掌握营销调研的职能 (二)考试内容 1．营销信息系统的概念 2．营销调研的职能 3．国际营销调研程序 确定问题、制定调研计划、执行调研计划、解释并报告调研结果。 四、购买行为分析 (一)基本要求 1．了解市场的概念与分类 2．熟悉产业用品的营销理念和行为、 3．掌握消费者行为的概念、马斯洛的需求层次论、集团购买行为的特点、影响市场购买行为的因素 (二)考试内容 1．消费者行为的概念 2．马斯洛的需求

层次论 3 . 集团购买行为的特点 (1)产业市场购买行为的特点 (2)影响市场购买行为的因素 4 . 影响市场购买行为的因素 文化因素、社会因素、个人因素、心理因素。 5 . 产业用品的营销理念和行为 (1)交易营销(Transaction Marketing) (2)关系营销(Relationship Marketing) 五、国际市场细分、目标营销与市场定位 (一)基本要求 1 . 了解市场细分的作用 2 . 熟悉市场细分的概念和标准 3 . 掌握目标营销的概念和策略、市场定位的概念和内容 (二)考试内容 1 . 目标营销的概念和策略 (1)无差异性营销策略 (2)差异性营销策略 (3)集中性营销策略 2 . 市场定位的概念和内容 3 . 市场细分的概念 4 . 国际市场细分 (1)国际市场细分的含义 (2)国际市场宏观细分的标准 (3)国际市场微观细分的标准 (4)国际市场细分的作用 六、国际产品决策 (一)基本要求 1 . 了解新产品的概念和内涵 2 . 熟悉国际产品的设计策略、包装决策内容 3 . 掌握营销组合的概念和内容、整体产品概念、国际产品品牌决策的内容、新产品开发策略的内容、产品生命周期理论 点击查看全文 浏览本文需2 E 币，黄金会员免费浏览 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