

国际商务师考试大纲 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/226/2021_2022__E5_9B_BD_E9_99_85_E5_95_86_E5_c29_226234.htm 第一篇经济学原理 一、需求、供给和均衡价格决定 (一)基本要求 1熟悉均衡价格的形成过程、需求弹性的概念和分类、需求弹性的应用、供给弹性 2 . 掌握需求和供给的概念、影响需求量和供给量的因素、均衡价格概念和均衡价格的决定条件、均衡价格的变动、掌握均衡价格决定理论的运用 (二)考试内容 1 . 需求和供给 (1)需求 (2)供给 2 . 需求弹性和供给弹性理论 (1)需求弹性 (2)供给弹性 3 . 均衡价格决定理论及其运用 均衡价格的决定 (2)均衡价格的变动供求定理 (3)均衡价格理论的运用 二、生产和成本 (一)基本要求 1熟悉短期成本和长期成本的分类、生产函数的概念和经济学含义、规模经济的含义、成本函数 2 . 掌握短期和长期成本的概念及划分标准、边际报酬递减规律、规模报酬变动规律、机会成本的概念、生产要素的最优组合 (二)考试内容 1 . 生产函数与报酬规律 (1)生产函数 (2)短期产量变动规律边际报酬递减规律 (3)长期产量变动规律规模经济与规模报酬 2生产要素的最优组合 (1)等产量线 (2)等成本线 (3)生产要素的最优组合 3 . 成本函数 (1)经济成本的概念机会成本 (2)短期成本及其变动规律 (3)长期成本及其变动规律 三、企业组织与利润最大化 (一)基本要求 1 . 熟悉现代企业的性质、组织形式和组织特征、经济利润的概念 2 . 掌握企业实现利润最大化的必要条件 (二)考试内容 1 . 企业组织 (1)企业的性质与企业的组织形式 (2)现代企业的组织特征 2 . 利润最大化原则 (1)经济利润的概念 (2)利润最大化原则实现利润最

大化的必要条件 四、厂商的产量与价格决策 (一)基奉要求 1 . 熟悉各市场结构下的厂商长期调整, 价格歧视、各市场结构的经济效率、各市场结构下的厂商收益规律、寡头垄断市场结构 2 . 掌握各市场结构的特点、各市场结构下的厂商短期产量和价格决定、各市场结构下的厂商长期产量和价格决定 (二)考试内容 1 . 完全竞争厂商的产量决定 (1)厂商、行业与市场结构 (2)完全竞争市场结构的特点 (3)完全竞争厂商的收益规律 (4)完全竞争厂商的短期与长期产量决定 (5)完全竞争市场的经济效率 2 . 完全垄断厂商的价格和产量决定 第二篇国际金融 一、国际金融市场 (一)基本要求 1 . 熟悉主要衍生金融工具 2 . 掌握欧洲货币市场的类型、欧洲货币市场中长期贷款的条件和费用负担、欧洲债券的发行和流通 (二)考试内容 1 . 国际金融市场概述 (1)国际金融市场的概念 (2)国际金融市场的构成 2 . 欧洲货币市场 (1)欧洲货币市场概述 (2)离岸金融中心 (3)欧洲货币市场业务: 欧洲货币存款交易、欧洲中长期贷款 (4)票据发行便利 3 . 国际债券市场 (1)国际债券 (2)国际债券市场的发展 (3)欧洲债券的发行与流通 (4)债券的价格和收益率 4 . 衍生金融工具市场 46 (1)衍生金融工具市场的产生与发展 (2)金融期货 (3)金融期权 (4)利率互换和货币互换 (5)利率上、F限 (6)远期利率协议 二、汇率风险管理 (一)基本要求 1 . 熟悉折算风险和经济风险的管理方法 2 . 掌握汇率风险的类型、交易风险的管理方法 (二)考试内容 1 . 汇率风险 (1)汇率风险的概念 (2)汇率风险的类型 2交易风险的管理 (1)商业法 (2)金融法 3 . 折算风险和经济风险的管理 (【)折算风险的管理 (2)经济风险的管理 三、对外贸易融资 (一)基本要求 1熟悉传统的对外短期融资方式 2 . 掌握保付代理的业务流程

和主要内容、出口信贷的主要类型 (二)考试内容 1. 传统的对外贸易短期融资 (1)短期出口融资 (2)短期进口融资 2. 保付代理 (1)保付代理的概念 (2)保付代理的业务流程与主要内容 (3)保付代理的业务类型 (4)保付代理的费用 (5)保付代理与票据贴现的区别 (6)保付代理对进出口商的好处 3. 出口信贷 (1)出口信贷的概念、特点及主要类型 (2)混合信贷 (3)福费廷 四、国际货币体系 (一)基本要求 掌握国际货币体系的概念、国际货币基金组织和世界银行的贷款内容 (二)考试内容 1. 国际货币体系概述 (1)国际货币体系的概念 (2)国际货币体系的作用 2. 现代国际货币体系的变迁 48 (1)布雷顿森林体系 (2)牙买加体系 3. 国际货币基金 (1)国际货币基金的宗旨、资金来源、贷款及政策监督与技术援助 (2)特别提款权 4. 世界银行集团 (1)世界银行的宗旨、资金来源及其贷款 (2)世界银行集团的其他机构 5. 欧洲货币一体化 (1)欧洲货币体系 (2)欧洲经济货币联盟 第三篇国际商法 一、导论 (一)基本要求 1. 熟悉国际贸易统一法的产生和发展 2. 掌握国际商法的概念和渊源、大陆法及英美法的结构、渊源和特点 (二)考试内容 1. 国际商法的概念和渊源 (1)国际商法的定义 (2)国际条约的含义 (3)国际惯例的含义 2. 大陆法 (1)属于大陆法系的国家 (2)大陆法系的代表 (3)成文法的概念 (4)公法与私法 (5)大陆法的渊源 3. 英美法 (1)英美法的特点 (2)属于英美法系的国家 (3)判例法的概念 (4)英国法的结构与特征 5f1 (5)英国法院组织 (6)英国法的渊源 (7)美国法的结构 (8)美国的法院组织 (9)美国法的渊源 4. 国际贸易统一法 (1)国际贸易统一法的概念 (2)国际贸易统一法的渊源 (3)政府间的国际组织 (4)非政府组织 二、合同法 (一)基本要求 1. 熟悉合同的让与、合同的要件、要约与承诺

的要件、合同的作用 2 . 掌握合同成立和生效的条件、合同的形式、违反合同的责任、合同让与的具体规定、违反合同的责任、违约的救济方法 (二)考试内容 1 . 合同法概述 (1)合同的基本概念 (2)《国际商事合同通则》的规定 2 . 合同的成立和生效 (1)要约的概念和条件 (2)承诺的概念和条件 (3)对价和约因的适用范围 (4)当事人订立合同的能力 (5)合同的形式 (6)合同必须合法 (7)合同必须真实 3 . 违约的责任 (1)违约问题在英美法上的差异及处理原则 (2)违约的救济方法 (3)情势变迁、合同落空和不可抗力的具体内容 4 . 合同的让与 三、商事组织法 (一)基本要求 1 . 熟悉公司的合并与解散、商事组织的法律形式 2 . 掌握公司的概念和特征、合伙企业的概念和法律特征、公司的种类、股份有限公司的资本、股份有限公司的组织机构 (二)考试内容 1 . 合伙企业的概念和法律特征 2 合伙企业的内部关系 3 . 合伙企业的解散 4 公司的概念与特征 5 . 公司的种类 6 股份有限公司的设立 7 . 股份有限公司的资本 8 股份有限公司的组织机构 9 . 红利与公积金 52 10 . 公司的合并与解散 四、票据法 (一)基本要求 1 . 熟悉关于票据的国际统一法、我国的《票据法》 2 . 掌握票据的概念、票据的法律原理、票据的种类 (二)考试内容 1 . 票据的概念 2 . 票据的法律原理 3 . 票据的种类 4 . 关于票据的国际统一法 5 . 我国的《票据法》 五、产品责任法 (一)基本要求 1 . 熟悉美国产品责任法关于生产者和销售者的义务、中国产品责任法关于生产者和销售者的义务、产品责任法的作用 2 . 掌握中国产品责任的归责原则、中国产品责任法的损害赔偿范围 (二)考试内容 1 . 美国产品责任法 (1)美国产品责任法的诉讼依据 (2)美国产品责任法中被告可以提出的抗辩 (3)美国产品

责任法的损害赔偿范围 (4)产品责任法对美国对外贸易的影响

六、对外贸易法 (一)基本要求 熟悉我国的对外贸易制度 (二)考试内容 我国的对外贸易原则 (1)我国实行统一的对外贸易制度 (2)坚持平等互利、互惠对等的原则 (3)维护公平、自由的对外贸易秩序

七、反倾销法与反补贴法 (一)基本要求 1. 熟悉反补贴法的内容 2. 掌握倾销概念、反倾销法的主要内容 (二)考试内容 1. 反倾销法 (1)倾销和反倾销法的概念 (2)关贸总协定反倾销法的产生与发展 (3)反倾销的主要内容 2反补贴法 (1)补贴的含义 (2)关贸总协定的反补贴法

八、反不正当竞争法 (一)基本要求 1. 熟悉不正当竞争的概念、不正当竞争的法律性质、反不正当竞争法的发展、反不正当竞争的国际统一法 2. 掌握不正当竞争行为的类型 (二)考试内容 1不正当竞争行为 2. 不正当竞争行为的法律责任 3. 关于控制限制性商业做法的统一法

第四篇营销与企业管理 一、管理概述 (一)基本要求 1. 熟悉管理层次和管理技能的关系、管理者角色 2. 掌握管理的基本概念、管理者的基本职能 (二)考试内容 1. 企业管理的概念与职能 2. 管理角色与管理技能 (1)管理的角色 (2)管理技能和管理层次

二、计划 (一)基本要求 1. 熟悉企业决策过程、企业决策的基本方法、计划的类型及作用 2. 掌握战略管理概念的特点、战略管理的过程、企业战略的层次、企业战略的类型和应用 (二)考试内容 1. 计划概述 (1)计划与计划工作 (2)计划的类型 (3)计划的作用 56 2. 战略管理 (1)战略的定义及特点 (2)战略管理的过程 (3)企业战略的层次 (4)企业战略的类型 3. 决策 (1)决策的意义与特征 (2)决策的过程 (3)决策方法

三、组织 (一)基本要求 1. 熟悉决定组织结构的因素、人员选拔与聘用、绩效评估、员工培训 2. 掌握组织

设计的基本原理、组织变革的动力与阻力、人力资源规划的基本过程、组织结构的基本类型 (二)考试内容 1 . 组织设计与组织结构 (1)组织设计的基本原理 (2)组织结构形式 (3)决定组织结构的因素 2 . 组织变革 (1)组织变革的动力与阻力 (2)组织变革的内容与过程 3 . 人力资源管理 (1) 人力资源规划) 人员选拔与聘用 (3)绩效评估与员工培训 四、领导 (一)基本要求 1 . 熟悉激励的基本方法、激励方式、领导的概念和性质、领导艺术 2 . 掌握有效领导及激励机制、需求层次理论、双因素理论、其他的激励理论 (二)考试内容 1 . 领导的性质 (1)领导的概念 (2)领导者影响力的来源 (3)领导的作用 2 . 领导艺术 3 . 激励及相关理论 (1)有效领导及激励 (2)需求层次理论 (3)双因素理论 (4)其他激励理论 4激励方式 (1)激励的基本方法 (2)几种激励方式 58 五、控制 (一)基本要求 1 . 熟悉各种控制技术、各类具体的控制方法和手段在不同组织和不同活动中的运用 2 . 掌握控制的基本概念、控制的类型、控制的过程 (二)考试内容 1 . 控制及其过程：控制概念、控制类型、控制过程 2控制技术：预算控制、盈亏临界点分析、库存控制、质量控制 六、财务管理 (一)基本要求 1 . 熟悉财务管理职能、债务融资的特点、权益融资的特点、财务管理十个公理的基本含义、系统性风险和非系统性风险的概念、现代组合投资的基本思想、资本预算中的风险分析的基本方法 2掌握公司的目标、度量风险的一般方法：期望值、标准差和变异系数的概念、判断投资与否的决策标准 (二)考试内容 1 . 财务管理概述 (1)财务职能 (2)公司目标 (3)财务管理的十个公理 2 . 风险和收益分析 (1)风险和收益的度量 (2)组合投资分析 (3)资本资产定价模型 3 . 融资决策 (1)债务融资 (2)权益融资 4 . 资

本预算 (1)资本成本 (2)资本预算的决策标准 七、市场营销的经营观念 (一)基本要求 1 . 熟悉技术进步和关系营销的主要思想、全球营销策略、营销管理的任务与过程 2 . 掌握需求、产品与市场的概念、顾客价值与满意程度的概念、营销观念的核心思想 (二)考试内容 1 . 市场驱动的营销观念 (1)需求、产品与市场 (2)顾客价值与满意程度 (3)营销观念的核心思想 2 . 营销管理的任务和最新的营销观念 (1)营销管理的任务与过程 (2)技术进步和关系营销 (3)全球营销策略 八、营销调研与市场需求预测 (一)基本要求 1 . 熟悉市场情报、观察法、市场需求的基本概念、预测未来市场需求的常用方法、收集和分析数据的方法、调研 6() 报告的撰写、实验方法 2 . 掌握调研目标的确定、调研方案制定的方法、企业内部记录、数据库营销、询问调查方法、测量当前市场需求的常用方法 (二)考试内容 1 . 营销调研过程 (1)确定调研目标 (2)制定调研方案 (3)实施调研方案 , 收集、分析数据 (4)撰写调研报告 2 . 二手资料的来源 (1)企业内部记录及数据库营销 (2)市场情报 3 . 实地调研方法 : 询问法、观察法、实验法 4 . 市场需求预测 (1)市场需求的基本概念 (2)测量当前市场需求的常用方法 (3)预测未来市场需求的常用方法 九、市场行为与营销战略 . (一)基本要求 1 . 熟悉消费者市场的特点、选择目标市场的策略、市场定位的概念、市场细分的前提和必要性、市场定位的步骤 2掌握影响市场行为的内在因素、影响市场行为的外部环境、消费者的购买决策过程、组织市场购买者的决策过程、市场细分的标准 (二)考试内容 1 . 市场的分类 (1)消费者市场的特征 (2)组织市场的特征 2 . 影响市场行为的因素 (1)影响市场行为的内在因素 (2)影响市场行为的外部环境 3 . 购买决

策过程 (1)消费者的购买决策过程 (2)组织市场的购买决策过程

4 . 市场细分 (1)市场细分的前提和必要性 (2)市场细分标准

5 . 选择目标市场与市场定位 (1)选择目标市场的策略 (2)市场定位策略

十、产品生命周期与营销组合决策 (一)基本要求

- 1 . 熟悉品牌资产的概念和测量、物流管理、客户关系管理、销售队伍的管理、渠道管理、人员推销过程
- 2 . 掌握产品的整体概念、产品生命周期理论、产品生命周期不同阶段上的营销策略、品牌的基本概念、品牌决策、渠道行为和渠道组织、销售管理过程

(二)考试内容

- 1 . 产品和产品的生命周期

62 (1)产品的整体概念 (2)产品生命周期理论 (3)产品生命周期不同阶段上的营销策略- 2 . 品牌策略 (1)品牌的基本概念 (2)品牌资产的概念和测量 (3)品牌决策
- 3 . 分销渠道策略 (1)渠道行为和渠道组织 (2)渠道管理 (3)物流管理
- 4、销售管理 (1)销售管理过程 (2)客户关系管理 (3)销售队伍的组织 (4)人员推销过程

十一、整合营销传播(IMC) (一)基本要求

- 1 . 熟悉整合营销传播的战略、整合营销传播的战术、4Ps、4Cs与5Rs
- 2 . 掌握整合营销传播理论的概念、传统营销传播工具的整合运用、整合营销传播的战略新工具直复营销

(二)考试内容

- 1 . 整合营销传播理论概述 (1) 4Ps、4Cs与5Rs (2)整合营销传播理论的概念
- 2整合营销传播的战略与战术 (1)整合营销传播战略 (2)整合营销传播战术
- 3 . 整合营销传播工具 (1)传统营销传播工具的整合运用 (2)整合营销传播战略新工具直复营销

四、国际商务师执业资格考试题型 国际商务理论与实务 客观题与主观题相结合，具体题型如下

- 1单项选择题
- 2多项选择题
- 3 . 判断题
- 4 . 名词解释题
- 5 . 简答题
- 6 . 计算题
- 7 . 案例分析题

国际商务专业知识 客观题型与主观题型相结合，具体题型如下

- 1 . 单

单项选择题 2 . 多项选择题 3|_判断题 4 . 名词解释题 5 . 计算题
6 . 案例分析题 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