

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

https://www.100test.com/kao_ti2020/627/2021_2022_2007_E5_B9_B4_E8_80_83_c28_627051.htm 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 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