

2009年外销员考试辅导：国际营销环境分析外销员考试 PDF
转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/642/2021_2022_2009_E5_B9_B4_E5_A4_96_c28_642711.htm 把外销员站点加入收藏夹 欢迎进入：2009年外销员课程免费试听 点击进入免费体验：百考试题外销员在线考试中心 更多信息请访问：百考试题外销员、百考试题论坛外销员 一、 国际营销的社会文化环境 社会文化环境指一个社会的民族特征、知识、信仰、艺术、道德、语言、风俗习惯、教育水平等的总称。是营销的最大障碍。从以下几方面分析社会文化环境： Oslash. 教育水平：一个国家的社会教育水平是与其经济密切相关的，社会的教育水平决定人们的文化程度。教育水平的高低影响消费行为 教育水平制约国际营销的调研活动 教育水平影响营销决策。 Oslash. 美学观念：风格，样式，颜色偏好 二、 经济环境： 1 市场规模： Oslash. 收入：人均国民收入和国民生产总值.可任意支配的收入 2 经济特性： Oslash. 经济发展阶段：传统社会、起飞准备、起飞阶段、趋向成熟、高度消费阶段、追求生活质量阶段。 Oslash. 政治稳定性：政局的稳定与政策的连续性是增强投资者信心与信任感的重要因素。 Oslash. 民族情绪 Ø. 法律规定 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