

<<国际贸易综合实训>>

图书基本信息

书名：<<国际贸易综合实训>>

13位ISBN编号：9787302192190

10位ISBN编号：7302192197

出版时间：2009-3

出版时间：清华大学出版社

作者：鲁丹萍 编著

页数：229

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<国际贸易综合实训>>

内容概要

国际贸易是一门实用性很强的课程，为各国发展本国经济与对外贸易提供必要的理论基础和可行的分析思路，同时对经济发展战略与外贸实务做规律性的研究。

《国际贸易综合实训》是高职高专国际商务专业的专业技术课，是为培养高等应用型人才，掌握、理解和应用国际贸易的基本理论、基本规律、基本技能和基本知识而设置的一门专业课。

本书深入浅出地介绍了当今国际贸易理论与实践的前沿问题和最新发展，系统地介绍了国际贸易实务的基本原理、基本知识和基本技能。

涵盖了国际贸易业务的各个环节，资料丰富、图文并茂，具有系统性和可操作性。

本书可作为高职高专院校、大中专院校经贸专业及相关专业学生教材，也可作为外经贸工作者的参考书。

<<国际贸易综合实训>>

书籍目录

任务1 开拓国际市场 1.1 选择定位国际目标市场 1.1.1 目标市场策略选择 1.1.2 目标市场模式选择
1.1.3 目标市场选择标准 1.1.4 目标市场选择 1.2 制订国际会展和宣传活动计划 1.2.1 企业参
展宣传的决策过程 1.2.2 企业制订参展计划 1.3 参与国际展会 1.3.1 参展的步骤与要求 1.3.2
参展前的准备工作 1.3.3 展会的现场管理 1.4 网络营销管理 1.4.1 外贸公司网络营销战略 1.4.2
外贸公司开展网络营销的基本程序 1.5 选择交易对象 1.5.1 调查准客户的业务性质 1.5.2 了
解准客户的经营情况 1.5.3 其他情况 任务1 小结 实际业务模拟任务2 建立业务关系和签订
合同 2.1 建立业务关系和商务函电应用 2.1.1 建立与交易磋商中的函电往来 2.1.2 建立和发展
客户关系 2.1.3 进出口交易磋商的程序 2.2 成本核算和定价策略 2.2.1 商业谈判中的报价技法
2.2.2 利用成本导向定价法 2.2.3 计价货币的选择 2.2.4 准确测算换汇成本 2.2.5 认识贸易价格
条件 2.3 合同签订 2.3.1 出口成交 2.3.2 签约函 2.3.3 出口合同签订 任务2 小结 实际业务
模拟任务3 国际结算方式的选择与风险防范 3.1 国际结算方式的选择 3.1.1 汇付 3.1.2 托收
3.1.3 信用证 3.1.4 银行保函 3.1.5 保理 3.1.6 福费廷 3.1.7 综合实训 3.2 信用证的开立、审
核与修改 3.2.1 信用证的内立 3.2.2 信用证的通知 3.2.3 信用证的审证 3.2.4 信用证的修改
3.2.5 信用证的履行 3.3 国际结算风险防范 3.3.1 汇付风险防范 3.3.2 托收风险防范 3.3.3 信
用证风险防范 任务3 小结 实际业务模拟任务4 办理国际货物运输 4.1 备货 4.1.1 备货的内容
4.1.2 备货的注意事项 4.2 办理货物的托运 4.2.1 国际货运代理的业务范围 4.2.2 海运托运操作
流程.....任务5 进出口商品检验 任务6 进出口报关技能 任务7 国际货运保险任务8 收汇核销
和出口退税任务9 进出口贸易业务综合实训参考文献

<<国际贸易综合实训>>

章节摘录

任务1 开拓国际市场 1.1.1 目标市场策略选择 1. 无差异市场营销策略 无差异市场营销策略是指企业将产品的整个市场视为一个目标市场,用单一的营销策略开拓市场,即用一种产品和一套营销方案吸引尽可能多的购买者。

无差异市场营销策略只考虑消费者或用户在需求上的共同点,而不关心他们在需求上的差异性。

可口可乐公司在20世纪60年代以前曾以单一口味的品种、统一的价格和瓶装、统一广告主题将产品面向所有顾客,就是采取的这种策略。

无差异市场营销的理论的基础是成本的经济性。

生产单一产品,可以减少生产与储运成本;无差异的广告宣传和其他促销活动可以节省促销费用;不搞市场细分,可以减少企业在市场调研、产品开发、制定各种营销组合方案等方面的营销投入。

这种策略对于需求广泛、市场同质性高且能大量生产、大量销售的产品比较合适。

<<国际贸易综合实训>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>