

---

# 国际工程市场调研方法及内容实操

## 1. 课程目标：

课程结束后，学员将能够掌握和了解、应用：

- ✓ 国际工程业务的基本现状和未来发展趋势
- ✓ 国际业务拓展过程中的基本操作流程和特点
- ✓ 国际业务拓展过程中的市场调研基本特点
- ✓ 国际业务拓展过程中的市场调研基本类型、风险和操作细节
- ✓ 国际业务拓展过程中的海外市场调研过程中风险分析
- ✓ 市场调研的基本类型与操作路径
- ✓ 海外市场调研的商务内容
- ✓ 国际市场调研的商务内容获取途径与分析
- ✓ 国际市场调研的技术内容
- ✓ 国际市场调研的技术内容获取途径与分析
- ✓ 国际市场调研的造价内容
- ✓ 国际市场调研的造价内容获取途径与分析
- ✓ 国际市场调研的其他内容，代理，信息等
- ✓ 国际市场调研的其他内容获取途径与分析
- ✓ 国际市场调研过程中的前期准备
- ✓ 国际市场调研过程中的预算管理
- ✓ 国际市场调研过程中的过程中实操管理
- ✓ 国际市场调研过程中的收尾管理
- ✓ 国际市场调研过程中的渠道管理
- ✓ 国际市场调研过程中的各类信息获取途径
- ✓ 国际市场调研人员的基本能力分析 with 要求

## 2. 教学方法

传统授课式教学方法占用 1/3 时间，案例分析与讨论占用 1/3 时间，学员沟通与互动占用 1/3 时间。

### 3. 学员组成

有一线项目管理经验的工作人员，至少有一年类似相关工作经验。

至少对此类工作感兴趣的人员。

### 4. 课堂安排

采用传统分组方法，每小组成员 5-8 名，采用传统鱼骨式课桌摆放。

### 5. 教学时间

基本教学时间安排一天左右，如有其他额外需求，可以将课程拓展至 2 天。

每天 6 小时教学时间。

### 6. 课程大纲：

#### 第一章：国际工程业务基本分析

- 国际工程业务基本环境分析
- 企业基本发展模式介绍
- 企业国际市场开拓基本思路分析
- 拓展业务基本分类说明
- 市场开发的基本方法

#### 第二章：国际业务市场调研基本方法

- 市场调研基本方法分类
- 田野调查法
- 已有数据分析法
- 渠道法
- 网络分析法

#### 第三章：国际业务市场调研内容确定

- 设计或技术内容分析与准备
- 商务与管理内容分析与准备
- 造价与管理内容分析与准备
- 其他内容分析与准备
- 各种内容的交叉性分析

#### **第四章：国际业务国际市场调研计划与组织安排**

- 团队组建的时间
- 团队成员的具体分工
- 调研团队的工作组织架构
- 调研团队的基本分工计划
- 调研团队的内部沟通

#### **第五章：国际业务国际市场调研工作细分**

- 技术团队调研内容
- 商务团队调研内容
- 造价团队调研内容
- 商务关系、代理等调研内容
- 物流等其他调研内容
- 财务、税务等其他内容调研

#### **第六章：国际业务国际市场调研之技术内容**

- 技术方案调研、获取渠道与分析
- 工艺路线调研、获取渠道与分析
- 当地标准调研、获取渠道与分析
- 当地技术团队的沟通交流

#### **第七章：国际业务国际市场调研之商务内容**

- 公司组织形式调研、获取渠道与分析
- 竞争对手调研、获取渠道与分析
- 对方决策流程调研、获取渠道与分析
- 对方决策架构调研、获取渠道与分析
- 商务风险调研、获取渠道与分析

#### **第八章：国际业务国际市场调研之成本内容**

- 地材调研、获取渠道与分析
- 主材调研、获取渠道与分析
- 财务调研、获取渠道与分析
- 税务调研、获取渠道与分析
- 物流调研、获取渠道与分析
- 海关与清关调研、获取渠道与分析
- 项目上下游问题调研、获取渠道与分析

- 劳动力调研、获取渠道与分析
- 国内员工生活成本、安全问题等调研、获取渠道与分析

#### **第九章：国际业务国际市场调研之其他内容**

- 当地国家政治环境分析
- 当地国家经济环境分析
- 竞争对手调查与分析
- 商务代理判断与分析
- 合作伙伴的分析与调研
- 其他问题的调研与分析

#### **第十章：国际业务国际市场调研工作结束后总结**

- 调研工作总结与梳理
- 调研工作完成后的下步工作安排
- 调研工作完成后的资料分析与提升

#### **第十一章：国际业务国际市场调研工作的其他渠道**

- 其他渠道分类
- 现有资料分析
- 网络资料调研与分析
- 合作伙伴资料处进行调研与分析

#### **第十二章：国际业务国际市场调研工作的人员基本要求**

- 合适人员的选择
- 一般人员培养
- 适当人员的提拔
- 人员的业务能力提升
- 基本素质培养与锻炼

#### **第十三章：结束与答疑**

- 疑问解答
- 结束